

# Guidelines

pour les vendeurs de meubles et de décoration

## Table des matières

Introduction .....	3
1. Mes prix sont-ils correctement indiqués ? .....	4
2. Que prévoit la loi en matière d'annonces de réduction de prix ? .....	4
3. Quelles informations donner aux consommateurs avant leurs achats ? .....	4
4. Si je demande un acompte, ai-je des obligations particulières ? .....	6
5. Pour les achats à distance (ex. : via internet), dois-je fournir des informations particulières aux consommateurs ? .....	6
6. Mon entreprise a un site internet et/ou une page sur un réseau social : quelles mentions doivent y figurer ? .....	8
7. Puis-je inclure tout type de clause dans mes contrats ? .....	8
8. Comment éviter les clauses abusives ? .....	9
8.1. Clarté .....	9
8.2. Présomption d'acceptation des conditions générales .....	10
8.3. Délais de livraison .....	10
8.4. Risque de perte ou d'endommagement avant la livraison .....	11
8.5. Droit de rétractation.....	11
8.6. Retard de paiement du consommateur .....	12
8.7. Obligation de payer du consommateur .....	13
8.8. Garantie légale de conformité .....	13
8.9. Limitation et exonération de responsabilité .....	15
8.10. Désignation du juge compétent.....	16
9. Les pratiques commerciales déloyales sont interdites. De quoi s'agit-il précisément ? .....	17
10. Quelles règles encadrent le marketing direct par téléphone ? .....	18
11. Quel est le montant maximal pouvant être payé en espèces ? .....	19
12. Puis-je offrir la possibilité d'acheter à crédit ? .....	19
12.1. Quel type d'inscription dois-je obtenir ? .....	19
12.2. Quelles sont les conditions pour obtenir une inscription en tant qu'« agent à titre accessoire » ? .....	19
12.3. Ai-je d'autres obligations si j'offre la possibilité d'acheter à crédit ? .....	20
12.4. Quelles sont mes responsabilités en tant qu'« agent à titre accessoire » ? .....	20
12.5. Quelle est la réglementation applicable en matière de crédit à la consommation ? .....	20
12.6. Quelles sont les possibilités de financement que je peux offrir ? .....	20
12.7. Où trouver des informations sur la législation relative au crédit à la consommation ? .....	20
13. Que dois-je faire en cas de plainte d'un consommateur ? .....	21
14. Lorsqu'un litige avec un consommateur ne trouve pas de solution à l'amiable, suis-je obligé d'accepter un règlement à l'amiable via une instance tierce ? .....	21
15. Quelles sanctions en cas d'infraction ? .....	22

# Introduction

Le mobilier et les objets décoratifs font partie des biens régulièrement achetés par les consommateurs. Ces transactions peuvent se dérouler sans encombre mais aussi engendrer des litiges avec les entreprises. En 2020, ce secteur était à nouveau le 2<sup>ème</sup> le plus représenté parmi les dossiers du Service de Médiation pour le Consommateur<sup>1</sup>.

Tout en étant diverses, les plaintes des consommateurs révèlent des problèmes récurrents. On citera notamment le retard ou l'absence de livraison, les pièces manquantes ou défectueuses, les remboursements tardifs ou encore l'impossibilité de communiquer rapidement et efficacement avec l'entreprise.

Bien entendu, les plaintes ne sont pas toujours fondées et l'on ne peut éviter tous les litiges. Mais le respect de la loi contribue à en prévenir et régler un grand nombre, tout en étant déterminant pour l'image des entreprises. Il est donc essentiel de bien distinguer ce qui est légal ou non, d'autant plus que des sanctions existent en cas d'infraction.

L'objet de ces guidelines sera de rappeler certaines obligations légales tout en recommandant des bonnes pratiques. Dans un premier temps, il sera question d'information du consommateur et de la législation encadrant vos éventuelles clauses contractuelles. D'autres thématiques seront ensuite traitées, telles que les pratiques commerciales déloyales et le traitement des plaintes des consommateurs.

Les obligations évoquées dans ces guidelines proviennent principalement du Code de droit économique (CDE) et s'appliquent en principe à toute vente, soumise au droit belge, d'une entreprise à un consommateur. Ce document est dès lors destiné aux vendeurs de meubles et de décoration au sens large, qu'il s'agisse de biens neufs et/ou d'occasion (mobilier de salon, literie, cuisines, meubles de jardin, décoration légère, etc.). Des particularités existent selon que l'achat est conclu en magasin ou à distance, ce qui sera précisé. Les ventes entre entreprises sont soumises à d'autres règles et ne sont pas visées.

Ces guidelines se concentrent sur certains aspects de la législation. Sur le [site du SPF Economie](#), vous trouverez d'autres informations utiles relatives, par exemple, à la Banque-Carrefour des Entreprises ou encore aux jours et heures de fermeture obligatoires. Il s'agit d'autres législations importantes dont les vendeurs de meubles et de décoration doivent tenir compte.

*Les recommandations, positions et autres informations figurant dans ces guidelines sont communiquées sous réserve de l'appréciation souveraine des cours et tribunaux. Ceci signifie que les cours et tribunaux peuvent s'écarter du contenu de ces guidelines dans le cadre d'un litige.*

*Ces guidelines sont des textes évolutifs, nécessitant des mises à jour. Elles peuvent donc être adaptées à tout moment.*

---

<sup>1</sup> Rapport annuel du Service de Médiation pour le Consommateur de 2020, p. 9 (consultable ici : [https://mediationconsommateur.be/sites/default/files/content/download/files/cod-jaarverslag\\_2020-fr-def-lr\\_4.pdf](https://mediationconsommateur.be/sites/default/files/content/download/files/cod-jaarverslag_2020-fr-def-lr_4.pdf)).

## 1. Mes prix sont-ils correctement indiqués ?

Que ce soit en magasin ou en vitrine, le prix des biens exposés en vente doit être indiqué par écrit, de manière non équivoque, lisible et apparente<sup>2</sup>.

Le prix doit être indiqué sur le bien lui-même ou sur son emballage. Il peut aussi être indiqué à proximité immédiate du bien lorsqu'aucun doute ne peut exister concernant le bien auquel le prix se rapporte. Si des biens sont offerts en vente au même prix et exposés ensemble, un seul prix peut être indiqué, même s'il ne s'agit pas de produits identiques, à condition qu'aucun doute ne puisse exister quant aux biens auxquels le prix se rapporte.

Le prix indiqué est le prix total à payer par le consommateur, en ce compris la TVA, toutes autres taxes, ainsi que le coût de tous les services à payer obligatoirement par le consommateur.

Si vous disposez d'une boutique en ligne, les mêmes principes sont d'application : le prix total de chaque bien doit être indiqué, de manière claire et non ambiguë.

**Attention** : aucun frais supplémentaire ne peut être demandé au consommateur qui paie par carte, quel que soit le type de carte concernée (Bancontact, Maestro, Mastercard, Visa...). Cette interdiction vaut tant pour les achats en magasin que sur internet et s'applique aussi à la plupart des virements et domiciliations<sup>3</sup>.

## 2. Que prévoit la loi en matière d'annonces de réduction de prix ?

Si vous souhaitez annoncer une réduction de prix (par exemple « 10% de réduction », « 5 euros de réduction »), vous devez mentionner explicitement le prix de référence / prix « précédent » et baser votre réduction sur celui-ci. Ce prix de référence doit être le prix le plus bas que vous avez appliqué durant la période de 30 jours précédant la réduction<sup>4</sup>.

Toute pratique commerciale trompeuse est par ailleurs interdite (ex. : donner faussement l'impression qu'une promotion sera bientôt terminée, laisser penser qu'il y a une réduction alors que le prix réduit est appliqué en permanence, etc.)<sup>5</sup>.

Pour plus d'information sur les annonces de réduction de prix, vous pouvez consulter [notre site internet](#). Vous y trouverez aussi des informations sur les [ventes en liquidation](#), les [ventes en soldes](#) et les [ventes à perte](#).

## 3. Quelles informations donner aux consommateurs avant leurs achats ?

La loi impose aux entreprises d'informer clairement le consommateur, avant la conclusion de tout contrat (ex. : achat d'un meuble), sur les éléments suivants<sup>6</sup> :

- les principales caractéristiques du bien et des éventuels services (ex. : montage de meubles, reprise de l'ancien mobilier, etc.), dans la mesure appropriée au moyen de communication utilisé et au bien ou service concerné ;

**Attention** : bien informer le consommateur permet d'éviter des litiges !

<sup>2</sup> Art. VI.3 à VI.7 CDE et art. 2 et 3 de l'arrêté royal du 30 juin 1996 relatif à l'indication du prix des produits et des services et au bon de commande. Pour certains objets d'art, de collection et d'antiquité, il existe une dispense à l'obligation d'indiquer les prix d'une manière apparente (arrêté royal du 23 janvier 1984 relatif à l'indication des prix d'objets d'art, de collection et d'antiquité).

<sup>3</sup> Art. VII.30, § 3 CDE.

<sup>4</sup> Art. VI.18 CDE.

<sup>5</sup> Art. VI.92 et suivants CDE.

<sup>6</sup> Art. III.74-III.78, VI.2, XVI.2 et XVI.4 CDE.

Ex. : les dimensions du bien sont-elles claires et précises ? Est-il livré monté ? Est-il conçu dans une matière susceptible de se décolorer ou déformer ?

- l'identité de l'entreprise : nom, n° d'entreprise, forme juridique (ex. : SRL), adresse géographique de son établissement et siège social ;

Pour les achats en magasin, la loi précise toutefois que les informations ressortant du contexte ne doivent pas être fournies au consommateur. Cela peut être le cas du nom de l'entreprise ou de l'adresse du magasin où se trouve le consommateur.

- les données de contact de l'entreprise : n° de téléphone et éventuelle adresse e-mail ;
- le prix total du bien, incluant toutes les taxes et tous les services à payer obligatoirement par le consommateur<sup>7</sup> ;

Rappel : lorsqu'un consommateur paie en espèces, la loi vous impose d'arrondir le montant total au multiple de 5 cents le plus proche.

Vous pouvez aussi choisir de généraliser l'arrondi à tous les types de moyens de paiement. Vous devez alors afficher de manière visible, tout près de l'endroit où le consommateur paie, le texte suivant : « Le montant total est toujours arrondi »<sup>8</sup>.

- les éventuelles modalités de paiement, de livraison ou d'exécution du service ;
- la date à laquelle l'entreprise s'engage à livrer le bien et/ou prester le service (sauf si la livraison ou la prestation de service a lieu immédiatement) ;

Vu qu'il n'est pas toujours possible de donner une date précise, un délai peut être communiqué à la place (ex. : « 10 jours ouvrables à partir de la commande »).

- l'existence d'une garantie légale de conformité pour les biens ;  
Il s'agit ici de la garantie légale et obligatoire visant à protéger les consommateurs contre les défauts de conformité des biens (en principe d'une durée de 2 ans à partir de la délivrance du bien), pour laquelle le vendeur est responsable. Elle ne doit pas être confondue avec les garanties commerciales que les vendeurs ou fabricants peuvent offrir, gratuitement ou contre paiement, pour bénéficier d'avantages supplémentaires.

Vous pouvez vous limiter à rappeler l'existence de cette garantie légale de conformité et éventuellement renvoyer le consommateur, pour plus de renseignements, vers [le site internet du SPF Economie](#). Si vous souhaitez donner davantage d'informations, veillez bien à ce qu'elles soient conformes à la loi<sup>9</sup>.

- l'existence - si c'est le cas - de modalités particulières pour le traitement des réclamations, d'un service après-vente offrant un avantage particulier et/ou de garanties commerciales, ainsi que leurs conditions ;
- l'existence d'un éventuel service de plaintes interne à l'entreprise, ou service permettant de demander de l'information sur l'exécution d'un contrat déjà conclu, ainsi que son n° de téléphone et son adresse e-mail<sup>10</sup> ;
- les éventuelles conditions générales de l'entreprise et les langues dans lesquelles elles peuvent être consultées<sup>11</sup> ;

**Attention** : les conditions générales d'une entreprise sont uniquement applicables si celle-ci peut démontrer :

- qu'elle a donné au consommateur une possibilité réelle et raisonnable de connaître leur contenu au plus tard au moment de la conclusion du contrat (pour un achat en magasin,

<sup>7</sup> Si la nature du bien empêche raisonnablement de calculer à l'avance son prix, l'entreprise doit fournir son mode de calcul et les éventuels frais supplémentaires de transport, de livraison ou d'affranchissement ou, s'ils ne peuvent raisonnablement être calculés à l'avance, la mention qu'ils peuvent être exigibles.

<sup>8</sup> Vous trouverez plus d'information sur les règles en matière d'arrondi sur le [site du SPF Economie](#).

<sup>9</sup> Les clauses contractuelles diminuant la garantie légale sont en effet interdites, de même que tout autre type d'information trompant le consommateur sur ses droits (points 8.8 et 9 de ces guidelines).

<sup>10</sup> Un tel service interne ne peut faire référence dans sa dénomination aux termes « ombuds », « médiation », « conciliation », « arbitrage », « entité qualifiée » ou de « règlement extrajudiciaire des litiges ».

<sup>11</sup> Si le client le demande, l'entreprise doit lui communiquer les versions antérieures des conditions applicables au moment de la signature de son contrat, contenant notamment leur date de début et de fin d'application.

un simple renvoi vers des conditions générales se trouvant sur votre site internet ne suffit donc pas) ;

- que le consommateur les a acceptées de façon certaine (ex. : par sa signature du contrat reprenant les conditions générales, à côté de laquelle figure la mention qu'il a lu et approuvé les conditions générales).

Toute entreprise doit communiquer d'initiative ces informations au consommateur avant la conclusion du contrat, sans que le consommateur n'ait à les demander. Celles-ci doivent être fournies de façon claire et compréhensible mais la loi laisse une certaine marge de manœuvre quant au mode de communication.

Afin d'éviter les discussions, assurez-vous de pouvoir prouver facilement que vous respectez vos obligations d'information (ex. : en privilégiant la communication via des supports durables, tels que des supports papier).

## 4. Si je demande un acompte, ai-je des obligations particulières ?

Le consommateur qui a payé un acompte sur un bien ou service doit obligatoirement recevoir un bon de commande reprenant certaines mentions essentielles<sup>12</sup> :

- le nom de l'entreprise, son adresse et son n° d'entreprise ;
- la date et le n° d'ordre de ce bon ;
- une description permettant l'identification certaine du bien ou du service ;
- le prix unitaire, la quantité et le prix total (TVA comprise) ;
- le montant de l'acompte payé (TVA comprise) ;
- le montant restant à payer (TVA comprise) ;
- la date ou le délai de la livraison du bien ou de la fourniture du service ;
- la signature de l'entreprise.

## 5. Pour les achats à distance (ex. : via internet), dois-je fournir des informations particulières aux consommateurs ?

Si vous mettez en place un système permettant aux consommateurs de conclure des contrats à distance<sup>13</sup>, via une boutique en ligne ou par téléphone par exemple, vous devez en effet leur fournir d'autres informations.

L'un des principaux éléments est le « droit de rétractation » : sauf exceptions, le consommateur a le droit de renoncer à un contrat conclu à distance, sans devoir donner de motif et en ne payant que les frais prévus par le CDE.

Pour les contrats de vente, le droit de rétractation expire après une période de 14 jours calendrier. Ce délai commence à courir le lendemain du jour où le bien est remis au consommateur (ou à un

<sup>12</sup> Art. VI.88 CDE et art. 19 de l'arrêté royal du 30 juin 1996 relatif à l'indication du prix des produits et des services et au bon de commande.

<sup>13</sup> Si un consommateur prend exceptionnellement l'initiative d'entrer en contact avec vous, par exemple par téléphone, sans que vous ayez mis en place un système pour ce faire, et qu'un contrat est conclu, il n'est alors pas question de contrat à distance et ces règles supplémentaires ne sont pas d'application. Selon les termes de la loi, un contrat à distance est « tout contrat conclu entre l'entreprise et le consommateur, dans le cadre d'un système organisé de vente ou de prestation de service à distance, sans la présence physique simultanée de l'entreprise et du consommateur, par le recours exclusif à une ou plusieurs techniques de communication à distance, jusqu'au moment, et y compris au moment, où le contrat est conclu » (art. I.8, 15° CDE).

tiers qu'il a désigné, autre que le transporteur). Si le consommateur souhaite se rétracter avant même de recevoir le bien, il doit aussi en avoir la possibilité.

En la matière, la loi impose de donner les informations suivantes aux consommateurs avant la conclusion de contrats<sup>14</sup> :

- lorsque le droit de rétractation s'applique, ses conditions, son délai et ses modalités d'exercice ;  
Le consommateur doit être informé de façon précise :
  - point de départ du délai de 14 jours et manières de communiquer son souhait de se rétracter ;
  - pas d'obligation de justifier sa décision ;
  - effets de la rétractation ;
  - quand et comment le bien doit être renvoyé et le remboursement aura lieu, etc.<sup>15</sup>

Vous devez également fournir un modèle de formulaire - en version imprimable - que le consommateur peut utiliser s'il veut se rétracter<sup>16</sup>.

**Attention** : si vous n'informez pas bien le consommateur à ce sujet, la loi prévoit une prolongation du délai de rétractation pouvant aller jusqu'à 12 mois !

- le consommateur devra supporter les frais de renvoi du bien en cas de rétractation (sauf si l'entreprise accepte de les prendre à sa charge ou si elle a omis d'informer le consommateur qu'il devrait les supporter). Si le bien ne peut normalement être renvoyé par la poste en raison de sa nature (ex. : articles volumineux, tels que des meubles), le consommateur doit aussi être informé du coût de renvoi du bien<sup>17</sup> ;
- le consommateur devra payer des frais raisonnables s'il se rétracte alors qu'un service, lié à son achat, a commencé (ex. : montage du meuble par l'entreprise chez le consommateur)<sup>18</sup>. De plus, si un consommateur veut qu'un tel service commence durant le délai de rétractation, l'entreprise doit exiger qu'il en fasse la demande expresse, via un document papier ou un autre support durable ;

---

<sup>14</sup> Art. VI.45 CDE.

<sup>15</sup> Afin de respecter vos obligations d'information, vous trouverez des informations standardisées sur la rétractation, dont vous pouvez vous servir de modèle, dans l'annexe I de la directive européenne 2011/83 relative aux droits des consommateurs, consultable [ici](#). Vous trouverez également des informations sur le droit de rétractation sur le [site du SPF Economie](#).

<sup>16</sup> Ce formulaire est disponible sur le [site du SPF Economie](#). Le consommateur a toutefois le droit de ne pas l'utiliser et de faire une autre déclaration exposant clairement son souhait de se rétracter (ex. : par e-mail). Vu que c'est au consommateur de pouvoir prouver qu'il s'est rétracté dans les délais, il sera dans son intérêt de communiquer sa décision sur un support durable.

<sup>17</sup> Cette obligation sera respectée si, par exemple, l'entreprise spécifie un transporteur (tel que celui à qui elle a confié la livraison du bien) et un prix relatif au coût de renvoi des biens. Si le coût de renvoi des biens ne peut raisonnablement être calculé à l'avance, par exemple parce que l'entreprise ne propose pas d'organiser elle-même le renvoi des biens, l'entreprise devrait fournir une déclaration indiquant que ce coût sera exigible et qu'il sera peut-être élevé, assortie d'une estimation raisonnable du coût maximal, qui pourrait se fonder sur le coût de livraison au consommateur. Lorsque l'entreprise propose plusieurs modes de livraison, le coût de renvoi peut être estimé sur la base du coût du mode de livraison particulier choisi par le consommateur (ex. : si la livraison est prévue à l'adresse postale du consommateur, le coût de renvoi peut se fonder sur le coût de la collecte du bien à cette adresse postale). Cette obligation d'indiquer le coût de renvoi ou d'en fournir une estimation ne devrait pas imposer à l'entreprise de fournir cette information pour différents scénarios de renvoi possibles (par exemple un retour sous forme assemblée d'un meuble livré en kit). Voyez à ce sujet le considérant 36 de la directive européenne 2011/83 relative aux droits des consommateurs ainsi que le document d'orientation de la DG Justice de la Commission européenne relatif à cette directive, juin 2014, p. 47 (accessible ici : [https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/crd\\_guidance\\_fr.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/crd_guidance_fr.pdf)).

<sup>18</sup> Le consommateur devra payer à l'entreprise un montant qui est proportionnel à ce qui a été fourni jusqu'au moment où il a informé l'entreprise de l'exercice du droit de rétractation. Le montant à payer par le consommateur est calculé sur la base du prix total convenu dans le contrat. Si celui-ci est excessif, le montant approprié est calculé sur la base de la valeur marchande de ce qui a été fourni (art. VI. 51, § 3 CDE).

- l'éventuelle absence de droit de rétractation (ex. : biens réalisés sur mesure)<sup>19</sup>.

Un autre aspect important est que le consommateur peut examiner et essayer les biens avant de se rétracter, de la même manière qu'il le ferait en magasin. Cela signifie aussi qu'en cas d'abus, vous pourriez lui réclamer un dédommagement. Avant la conclusion de contrats, il est recommandé d'informer les consommateurs via la mention suivante, issue de la législation :

« Votre responsabilité n'est engagée qu'à l'égard de la dépréciation du bien résultant de manipulations autres que celles nécessaires pour établir la nature, les caractéristiques et le bon fonctionnement de ce bien ».

Précisons aussi que vous pouvez offrir des possibilités de retour plus avantageuses que ce que la loi impose (ex. : un droit de rétractation plus long, un délai de 3 mois pour échanger le bien, etc.). Veillez alors à ce que le consommateur reçoive tout de même les informations obligatoires sur le droit de rétractation et qu'une distinction claire soit faite entre celles-ci et ce qui relève de votre offre commerciale (notamment les conditions pour en bénéficier).

D'autres obligations existent pour les contrats en ligne. Pour plus d'information, vous pouvez visiter [Infoshopping.be](http://infoshopping.be), un site didactique des bonnes pratiques en commerce électronique.

## 6. Mon entreprise a un site internet et/ou une page sur un réseau social : quelles mentions doivent y figurer ?

Que votre entreprise ait un site vitrine, une boutique en ligne et/ou une page sur un réseau social, vous devez y assurer un accès facile, direct et permanent à ces informations<sup>20</sup> :

- le nom de l'entreprise ;
- l'adresse géographique où l'entreprise est établie ;
- les coordonnées de l'entreprise, y compris son adresse e-mail permettant d'entrer en contact rapidement et de communiquer directement et efficacement avec elle ;
- le n° d'entreprise ;
- les codes de conduite auxquels l'entreprise est éventuellement soumise ainsi que les informations permettant de les consulter par voie électronique.

Ces informations peuvent par exemple figurer dans un onglet « contact » ou « mentions légales », visible en permanence.

## 7. Puis-je inclure tout type de clause dans mes contrats ?

Non car la loi prévoit une interdiction des clauses « abusives » dans les contrats entre entreprises et consommateurs, et ce, peu importe comment le contrat est conclu (en magasin, via internet...)<sup>21</sup>.

Une clause est abusive lorsqu'elle crée un déséquilibre manifeste entre les droits et les obligations des parties au désavantage du consommateur. C'est par exemple le cas des clauses qui limitent de façon excessive la responsabilité de votre entreprise en cas de retard de livraison ou de bien défectueux.

<sup>19</sup> Le CDE liste en effet une série d'exceptions au droit de rétractation, notamment pour les biens confectionnés selon les spécifications du consommateur ou nettement personnalisés. En principe, cette exception ne vise toutefois que les biens uniques, produits selon les exigences personnelles du consommateur. À l'inverse, le droit de rétractation s'applique si le consommateur fait un choix parmi des options prédéterminées par l'entreprise ou compose une installation sur la base d'éléments standard. Vous trouverez plus d'information sur les exceptions au droit de rétractation sur le [site internet du SPF Economie](http://site.internet.du.SPF.Economie).

<sup>20</sup> Art. XII.6, § 1<sup>er</sup> CDE.

<sup>21</sup> Art. I.8, 22°, VI.37, § 1<sup>er</sup> et VI.82 à VI.84 CDE.



Les clauses abusives ne concernent pas la question de savoir si le prix demandé par l'entreprise est raisonnable ou non par rapport au travail fourni. Il ne s'agit pas d'égalité économique mais d'égalité juridique des clauses du contrat.

Le fait qu'une clause manque de clarté est aussi pris en compte lors de l'appréciation de son caractère abusif. De plus, en cas de doute sur le sens d'une clause, c'est l'interprétation la plus favorable au consommateur qui prévaudra.

Le caractère abusif ou non d'une clause doit en principe être apprécié au cas par cas mais la loi contient une « liste noire » de clauses qui sont abusives en toutes circonstances.

**Attention** : toute clause abusive est interdite et nulle.

Lorsqu'un juge est saisi d'un litige relatif à des conditions générales, il doit d'office évaluer la légalité des clauses concernées, même si le consommateur ne s'y est pas référé, et éventuellement annuler la ou les clause(s) abusive(s) concernée(s). Le contrat reste contraignant s'il peut subsister sans la ou les clause(s) abusive(s).

## 8. Comment éviter les clauses abusives ?

De nombreux sujets sont abordés dans les contrats ou conditions générales des vendeurs de meubles et de décoration (délais de livraison, garantie, etc.) et chacun d'entre eux peut donner lieu à d'innombrables variantes de clauses.

Pour apprécier si celles-ci sont abusives ou non, plusieurs éléments doivent en principe être pris en compte, tels que leur contenu mais aussi leur clarté, les circonstances entourant la conclusion du contrat ainsi que les autres clauses du contrat.

Vos clauses sont-elles compréhensibles et équilibrées ? Sont-elles claires et précises ou laissent-elles place à des (mauvaises) surprises pour le consommateur ?

Vous trouverez ci-dessous une série de recommandations. En cas de doute quant à la légalité de vos clauses, il peut être utile de faire appel à un conseil juridique<sup>22</sup>.

### 8.1. Clarté

Afin de respecter l'obligation de clarté et de lisibilité des clauses et conditions générales, il est recommandé de rédiger celles-ci :

- dans un langage simple et compréhensible pour le consommateur, tout en respectant les nuances de la législation ;
- au moyen de caractères suffisamment grands et contrastés ;
- de façon structurée, en distinguant bien les différentes hypothèses visées et en mettant en avant les points essentiels ;
- en évitant les contradictions (au sein des conditions générales mais aussi entre celles-ci et les informations que vous donnez, par exemple, via une FAQ ou une autre section de votre site internet) ;
- en évitant les références à des dispositions légales qui ont été remplacées<sup>23</sup> ou à des dispositions légales d'autres pays qui ne sont pas applicables.

<sup>22</sup> Les recommandations qui suivent ne remplacent en effet pas une analyse approfondie des clauses de vos contrats, prenant en compte les éventuelles particularités de ces derniers. Par ailleurs, ces recommandations sont données sous réserve de l'appréciation souveraine des cours et tribunaux.

<sup>23</sup> Si vous souhaitez évoquer les dispositions légales en matière de pratiques du marché et de protection du consommateur, il convient de se référer au livre VI du Code de droit économique, et non plus à la loi du 6 avril 2010 relative aux pratiques du marché et à la protection du consommateur.

## 8.2. Présomption d'acceptation des conditions générales

Une clause est abusive lorsqu'elle présume que le consommateur a accepté les conditions générales, du fait de sa commande ou du paiement d'un acompte par exemple, alors qu'il n'a pas eu de réelle possibilité d'en prendre connaissance avant de conclure le contrat<sup>24</sup>.

En tant qu'entreprise, vous avez une obligation d'information active. Il est dès lors préférable de s'assurer que le consommateur a eu une réelle possibilité de prendre connaissance de vos conditions générales et qu'il les a acceptées. C'est même nécessaire pour que vos conditions soient applicables. Il est bien possible que le consommateur ne les lise pas, ou pas dans leur totalité, mais il doit en avoir la possibilité.

Pour les achats en magasin, si vos conditions générales figurent sur un document, vous pouvez demander au consommateur une signature à côté de laquelle figure la mention qu'il a lu et accepté les conditions générales. Si celles-ci se trouvent au verso du document, veillez à ce que le recto l'indique clairement. En revanche, un simple renvoi vers des conditions générales figurant sur votre site internet n'est pas suffisant<sup>25</sup>.

Pour les contrats en ligne, il est fortement conseillé d'inclure un lien menant vers vos conditions générales sur chaque page de votre site internet. Veillez aussi à mettre ces conditions en évidence juste avant la passation de la commande et à ce que le consommateur puisse marquer son accord, via une case à cocher par exemple. Pour plus d'information, vous pouvez visiter [Infoshopping.be](https://www.infoshopping.be), un site didactique des bonnes pratiques en commerce électronique.

## 8.3. Délais de livraison

Certaines clauses indiquent que les délais de livraison sont donnés « à titre indicatif » et/ou que les retards ne peuvent donner lieu à la résolution du contrat ni à des dommages et intérêts. Dans certains cas, la clause indique que l'acompte ne pourra pas être restitué.

De telles clauses permettent à l'entreprise de fixer ou modifier unilatéralement les délais de livraison (élément essentiel du contrat) et limitent trop largement sa responsabilité et les droits du consommateur, ce qui est abusif<sup>26</sup>.

En matière de retards de livraison, la loi impose les règles suivantes<sup>27</sup>:

- **Délai à respecter par le vendeur** : à moins que les parties prévoient un autre délai, l'entreprise doit livrer les biens au consommateur sans retard injustifié et au plus tard 30 jours après la conclusion du contrat ;
- **Possibilités pour le consommateur de mettre fin au contrat** : si l'entreprise ne respecte pas le délai convenu, ou le délai par défaut de 30 jours, le consommateur peut lui enjoindre de livrer dans un délai supplémentaire adapté aux circonstances. Si l'entreprise ne réalise pas la livraison dans ce délai supplémentaire, le consommateur a le droit de mettre fin au contrat.  
Le consommateur peut parfois mettre fin au contrat immédiatement : lorsque l'entreprise refuse de livrer le bien ou lorsque le délai de livraison convenu est essentiel (compte tenu des circonstances ou lorsque l'entreprise était informée, avant le contrat, que la livraison à telle date ou dans tel délai est essentielle) ;
- **Droits du consommateur après la fin du contrat** : le consommateur doit être remboursé de toute somme payée sans retard excessif (quelques jours ouvrables doivent en principe suffire). Le consommateur pourrait en outre réclamer des dommages et intérêts s'il a subi un préjudice (selon les circonstances).

<sup>24</sup> Art. VI.83, 21° et 26° CDE. Voyez l'avis n° 19 de la Commission des Clauses Abusives (CCA) sur les conditions générales des exploitants de services de téléphonie fixe, p. 11.

<sup>25</sup> Avis n° 19 de la CCA sur les conditions générales des exploitants de services de téléphonie fixe, pp. 9-11.

<sup>26</sup> Art. VI. 83, 3°, 5°, 7°, 13°, 30° CDE.

<sup>27</sup> Art. VI. 43 CDE. Voyez aussi le document d'orientation de la DG Justice de la Commission européenne concernant la directive 2011/83/UE relative aux droits des consommateurs, juin 2014, pp. 63-65 (accessible à l'adresse URL suivante : [https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/crd\\_guidance\\_fr.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/crd_guidance_fr.pdf)).

Les retards de livraison sont parfois inévitables mais ils peuvent causer des dommages importants. Il est donc également important, afin de limiter le préjudice causé, d'informer le consommateur au plus vite si une livraison dans les délais n'est plus possible.

## 8.4. Risque de perte ou d'endommagement avant la livraison

Certaines clauses prévoient le moment à partir duquel le consommateur supportera le risque de perte ou d'endommagement des biens (vol, vandalisme, etc.), en indiquant par exemple que « les marchandises voyagent aux risques et périls de l'acheteur ».

Selon la loi, lorsqu'une entreprise expédie les biens qu'elle a vendus, le risque de perte ou d'endommagement est transféré au consommateur lorsque celui-ci en prend possession (ou lorsqu'un tiers qu'il a désigné – autre que le transporteur – en prend possession)<sup>28</sup>.

En principe, prévoir un transfert des risques avant que le bien soit remis au consommateur est donc abusif. Il existe cependant une exception : si le consommateur choisit un transporteur qui n'a pas été proposé par l'entreprise, le risque est transféré au consommateur dès la livraison du bien au transporteur<sup>29</sup>.

## 8.5. Droit de rétractation

Pour les contrats conclus à distance, par exemple via une boutique en ligne, le consommateur a en principe un délai de 14 jours pour renoncer au contrat, sans devoir motiver sa décision et en ne payant que les frais prévus par la loi.

En la matière, la loi prévoit des obligations d'information<sup>30</sup> mais interdit aussi de limiter les droits du consommateur.

### Exemples de clauses abusives (à éviter !) :

- « Vous avez 14 jours pour vous rétracter à partir de la commande »  
Pour les contrats de vente, le délai de rétractation commence à courir le lendemain du jour où le bien est remis au consommateur (ou à un tiers qu'il a désigné, autre que le transporteur).
- « Pour vous rétracter, vous devez utiliser le formulaire type prévu à cet effet »  
Le consommateur doit pouvoir utiliser le formulaire type<sup>31</sup> mais il peut aussi faire une autre déclaration exposant son souhait de se rétracter (ex. : par e-mail).
- « En cas de rétractation, les biens doivent être renvoyés dans les 7 jours »  
Le consommateur dispose de 14 jours pour renvoyer les biens, à partir du moment où il a communiqué sa décision de se rétracter.
- « Les biens doivent être retournés dans leur emballage d'origine et en parfait état »  
Ceci revient à exclure le droit de rétractation dans des cas non prévus par la loi<sup>32</sup>.
- « Les biens soldés ne peuvent pas être retournés »  
Le fait qu'un produit soit soldé ne peut impliquer la perte du droit de rétractation.

Vous trouverez plus d'information sur le droit de rétractation sur le [site du SPF Economie](#).

<sup>28</sup> Art. VI. 44 CDE.

<sup>29</sup> Le consommateur garde alors la possibilité de faire valoir ses droits à l'égard du transporteur.

<sup>30</sup> Concernant les obligations d'information, voyez la question n° 6 de ces guidelines.

<sup>31</sup> Ce formulaire est disponible sur le [site du SPF Economie](#).

<sup>32</sup> En revanche, vous pourriez indiquer qu'il est « fortement recommandé » de renvoyer les biens dans leur emballage d'origine et de les manipuler soigneusement. Ceci est d'ailleurs dans l'intérêt du consommateur car la loi prévoit que sa responsabilité est engagée pour les dépréciations résultant de « manipulations qui ne sont pas nécessaires pour établir la nature, les caractéristiques et le bon fonctionnement de ces biens » (art. VI.51, § 2 CDE). Pour de telles dépréciations, vous pouvez donc réclamer au consommateur un dédommagement correspondant à la dépréciation, sans pour autant exclure son droit de rétractation.

## 8.6. Retard de paiement du consommateur

Les clauses fixant des indemnités à charge du consommateur qui commet une faute sont courantes, surtout en cas de retard de paiement. On les appelait auparavant « clauses pénales », mais la loi parle désormais de « clauses indemnitaires »<sup>33</sup>.

Ces clauses sont valables à certaines conditions :

- **les indemnités prévues ne peuvent être trop élevées ;**

Depuis le 1<sup>er</sup> septembre 2023, vous devez respecter des règles plus précises qu'auparavant si le consommateur ne paie pas dans les délais prévus<sup>34</sup>. Vous pouvez uniquement réclamer des intérêts de retard et/ou une indemnité forfaitaire, dans des limites bien définies par la loi.

*Intérêts de retard* : ces intérêts visent à couvrir les intérêts de retard de la dette. Ils sont calculés sur la somme restant à payer et ne peuvent excéder le taux d'intérêt de référence majoré de 8 %<sup>35</sup>. Le taux d'intérêt actuel qui peut au maximum être demandé – y inclus la majoration de 8 % – peut être trouvé sur le [site du SPF Finances](#) (« taux d'intérêt légal applicable en cas de retard de paiement dans les transactions commerciales »). Pour le 2<sup>ème</sup> semestre de 2023, le taux d'intérêt maximal est de 12 %.

*Indemnité forfaitaire* : cette indemnité vise à couvrir vos frais de recouvrement amiable (ex. : frais d'administration, de mise en demeure, etc.). Vous pouvez réclamer une telle indemnité à condition que vous l'ayez expressément prévue (dans vos conditions générales normalement). Les montants maximaux que vous pouvez réclamer sont les suivants :

- si le montant restant dû est inférieur ou égal à 150 € : 20 € ;
- si le montant restant dû est compris entre 150,01 € et 500 € : 30 € + 10 % du montant dû sur la tranche supérieure à 150,01 € ;
- si le montant restant dû est supérieur à 500 € : 65 € + 5 % du montant dû sur la tranche supérieure à 500 €, avec un maximum de 2.000 €.

Ex. : en cas de non-paiement d'un montant de 5.000 €, vous pouvez au maximum réclamer 65 € + 5 % de 4.500 €, donc 290 € au total, à titre d'indemnité forfaitaire.

Au-delà de ces intérêts de retard et/ou indemnité forfaitaire, vous ne pouvez prévoir ou réclamer aucun autre montant au consommateur.

Du reste, un juge peut toujours décider qu'une clause indemnitaire, même si elle est conforme aux montants repris ci-dessus, est excessive par rapport à votre préjudice potentiel, et donc nulle et interdite<sup>36</sup>.

- **les clauses indemnitaires doivent être « réciproques ».**

Si vous prévoyez une indemnité à charge du consommateur, vous devez prévoir une indemnité semblable à votre charge lorsque c'est vous qui manquez à l'une de vos obligations principales (sans que les montants de ces indemnités soient nécessairement identiques)<sup>37</sup>.

Ceci peut se faire en fixant une indemnité raisonnable en cas de retard de livraison. En revanche, il n'est pas suffisant de simplement prévoir que les « sanctions de droit commun »

<sup>33</sup> Art. 5.88. du nouveau Code civil.

<sup>34</sup> Voyez le livre XIX CDE, dont les règles sont applicables aux contrats conclus depuis le 1<sup>er</sup> septembre 2023. À compter du 1<sup>er</sup> décembre 2023, ces règles s'appliqueront aussi à toute dette échue et impayée à partir du 1<sup>er</sup> décembre 2023, même si la dette provient d'un contrat conclu avant le 1<sup>er</sup> septembre 2023.

<sup>35</sup> Il s'agit plus précisément du taux directeur majoré de 8 % visé à l'article 5, alinéa 2, de la loi du 2 août 2002 concernant la lutte contre le retard de paiement dans les transactions commerciales.

<sup>36</sup> Art. VI.83, 24° CDE.

<sup>37</sup> Art. VI.83, 17° CDE.

seront applicables en cas de manquement de votre part, ni de prévoir une indemnité à votre charge dans le cas d'éventuels remboursements tardifs de votre part<sup>38</sup>.

**Attention :** en cas de retard de paiement du consommateur, vous devez aussi respecter d'autres règles importantes. Par exemple, vous devez d'abord envoyer au consommateur un rappel gratuit et respecter un certain délai avant de lui réclamer des intérêts de retard et/ou une indemnité<sup>39</sup>. Vous trouverez plus d'information à ce sujet sur le [site web du SPF Economie](#).

## 8.7. Obligation de payer du consommateur

Certaines clauses prévoient que le consommateur devra toujours payer dans les délais prévus, même en cas de réclamation ou de différend, sans suspension possible.

De telles clauses sont abusives car elles obligent le consommateur à exécuter ses obligations même dans l'hypothèse où l'entreprise n'exécute pas les siennes (ex. : retard de livraison, bien non conforme, etc.)<sup>40</sup>.

## 8.8. Garantie légale de conformité

La garantie légale s'applique à la vente de biens de consommation par une entreprise à un consommateur, ce qui vise notamment le mobilier et les objets de décoration. Elle s'applique aux ventes en magasin mais aussi aux autres types de ventes (ex. : via internet).

La garantie légale ne doit pas être confondue avec les éventuelles garanties commerciales, payantes ou non, que proposent certains vendeurs et fabricants.

Toute clause diminuant les droits du consommateur en matière de garantie légale est interdite. Mieux vaut donc bien connaître les règles applicables en Belgique<sup>41</sup>, lesquelles ont été adaptées **depuis le 1<sup>er</sup> juin 2022**. Voici les règles applicables aux ventes effectuées à partir de cette date<sup>42</sup> :

- **Défauts couverts par la garantie légale :** la garantie légale protège le consommateur lorsque le bien n'est pas conforme au contrat ou aux attentes que le consommateur pouvait raisonnablement avoir (ex. : un tiroir ne ferme pas, un canapé se dégrade anormalement, certaines pièces sont manquantes ou abîmées, il ne s'agit pas du bien commandé, etc.).

Il doit s'agir de défauts existant au moment de la délivrance du bien au consommateur, qu'ils soient alors cachés ou apparents (ex. : le meuble livré est plus grand qu'annoncé). Toutefois, il n'y a pas de défaut de conformité si, au moment de la conclusion du contrat, le consommateur a été spécifiquement informé qu'une caractéristique particulière du bien s'écartait « de la norme »<sup>43</sup> et que le consommateur a expressément et séparément accepté cet écart lorsqu'il a conclu le contrat.

<sup>38</sup> Avis 4 de la CCA – Recommandations relatives aux clauses pénales, p. 2 ; avis 37 de la CCA sur les contrats d'aide-ménagère des entreprises de titres-services, p. 36 ; avis 39 de la CCA sur les clauses pénales et le recouvrement amiable, pp. 11-14.

<sup>39</sup> Art. XIX.2 CDE. Les règles du livre XIX CDE sont applicables aux contrats conclus depuis le 1<sup>er</sup> septembre 2023. À compter du 1<sup>er</sup> décembre 2023, ces règles s'appliqueront aussi à toute dette échue et impayée à partir du 1<sup>er</sup> décembre 2023, même si la dette provient d'un contrat conclu avant le 1<sup>er</sup> septembre 2023.

<sup>40</sup> Art. VI.83, 9<sup>o</sup> CDE.

<sup>41</sup> Art. VI.83, 14<sup>o</sup> et VI. 97, 7<sup>o</sup> CDE, à lire conjointement avec les art. 1649 *bis* à *nonies* de l'ancien Code civil. A noter que la législation européenne prévoit des règles minimales en matière de garantie et permet donc aux Etats membres d'adopter des règles plus strictes. Il existe donc des différences notables dans les législations des Etats membres, contrairement à d'autres domaines (ex. : protection des consommateurs en matière de pratiques commerciales déloyales, obligations d'information avant la conclusion de contrats à distance...).

<sup>42</sup> Pour les ventes réalisées avant le 1<sup>er</sup> juin 2022, les anciennes règles relatives à la garantie légale restent d'application. Pour plus d'information sur la garantie légale, vous pouvez visiter [notre site internet](#).

<sup>43</sup> Pour reprendre les termes de la loi, il s'agit d'informer le consommateur qu'une caractéristique du bien s'écarte « des critères objectifs de conformité ». Parmi ces critères, on retrouve notamment le fait que le bien doit être adapté aux finalités auxquelles servent normalement des biens de même type, et présenter les qualités et caractéristiques normales pour des biens de même type.

Les défauts dus à une mauvaise installation effectuée par le vendeur, ou sous sa responsabilité, sont aussi couverts. Il en va de même lorsque le bien est destiné à être installé par le consommateur et que le montage est défectueux en raison de lacunes dans les instructions d'installation fournies par le vendeur.

- **Délais** : pour les biens neufs, la garantie légale s'applique si le défaut est constaté dans les 2 ans à partir de la délivrance du bien.

Pour les biens d'occasion, la durée de la garantie légale est également de 2 ans, par défaut, mais les parties peuvent fixer une durée plus courte. Cela doit toutefois être expressément prévu dans le contrat et la garantie doit rester de 1 an au minimum.

Si un défaut de conformité apparaît durant la période de garantie, il est présumé que le défaut existait au moment de la délivrance du bien. En cas de désaccord, c'est au vendeur d'apporter la preuve du contraire.

Le consommateur doit informer le vendeur de l'existence du défaut de conformité dans les 2 mois à partir du jour où le consommateur l'a constaté (le vendeur et le consommateur peuvent toutefois convenir d'un délai plus long dans le contrat).

A l'issue de la période de garantie légale, le consommateur pourrait encore invoquer les dispositions légales en matière de vices cachés<sup>44</sup>.

- **Effets** : le consommateur peut choisir entre la réparation du bien ou son remplacement, sauf si le recours choisi est impossible ou impose des coûts disproportionnés au vendeur par rapport à l'autre recours.

La réparation ou le remplacement doit être effectué sans frais (ce qui vise aussi les frais de transport), dans un délai raisonnable et sans inconvénient majeur pour le consommateur.

Toutefois, dans les cas suivants, le consommateur aura droit soit à une réduction proportionnelle du prix, soit à la résolution du contrat (sauf en cas de défaut mineur) :

- le vendeur n'a pas réparé ou remplacé le bien ou ne l'a pas fait conformément à certaines règles<sup>45</sup> ;
- le vendeur a refusé la remise en conformité du bien car la réparation et le remplacement sont impossibles ou lui imposeraient des coûts disproportionnés ;
- un défaut apparaît malgré la tentative du vendeur de mettre le bien en conformité ;
- le défaut est si grave qu'il justifie une réduction immédiate du prix ou la résolution immédiate du contrat ;
- le vendeur a déclaré, ou il résulte clairement des circonstances, qu'il ne procédera pas à la mise en conformité dans un délai raisonnable ou sans inconvénient majeur pour le consommateur.

Tout remboursement pourra cependant être réduit, pour tenir compte de l'usage conforme que le consommateur a eu du bien depuis sa délivrance.

Dans certains cas, le consommateur aura en outre le droit d'exiger des dommages et intérêts pour le préjudice subi.

#### Exemples de clauses abusives (à éviter !) :

- « Garantie de 3 mois (main-d'œuvre non couverte). Afin de faire valoir la garantie, le consommateur renvoie le bien à ses propres frais »

La durée de garantie mentionnée ne correspond pas aux délais légaux. De plus, le consommateur ne doit pas supporter de frais de main-d'œuvre, ni d'autres frais, en cas de remise en conformité du bien au titre de la garantie légale.

<sup>44</sup> Celles-ci offrent toutefois au consommateur une protection plus limitée, notamment car il devra apporter la preuve de l'existence d'un vice caché au moment de la vente et ne pourra revendiquer qu'une réduction de prix ou un remboursement (art. 1641 à 1649 de l'ancien Code civil).

<sup>45</sup> Le vendeur doit reprendre les biens remplacés à ses frais. De plus, lorsqu'une réparation nécessite l'enlèvement des biens qui avaient été installés avant que le défaut de conformité n'apparaisse, ou lorsque ces biens doivent être remplacés, l'obligation de réparer ou de remplacer les biens inclut l'enlèvement des biens non conformes et l'installation de biens de remplacement ou des biens réparés, ou la prise en charge des frais d'enlèvement et d'installation.

- « Garantie toujours limitée à 1 an pour les modèles d'exposition »  
Les parties peuvent uniquement prévoir une durée de garantie plus courte que 2 ans pour les biens d'occasion. Pour les biens d'exposition qui ne sont pas de seconde main, la durée de la garantie légale est donc de 2 ans.
- « La garantie est limitée à celle offerte par le fournisseur »  
C'est le vendeur qui est tenu par la garantie légale vis-à-vis du consommateur et il doit respecter les délais de garantie prévus par la loi, même si le fournisseur prévoit une durée de garantie inférieure.
- « Toute réclamation doit être faite dans les 3 jours, par recommandé »  
Cette clause vise « toute réclamation », ce qui inclut celles relatives à la garantie. Or, la loi permet au consommateur de signaler au vendeur un défaut de conformité dans un délai de 2 mois à partir du jour où le consommateur l'a constaté<sup>46</sup>. De plus, un défaut de conformité ne doit pas obligatoirement être signalé par recommandé.
- « Les biens doivent être renvoyés dans leur emballage d'origine, avec la facture originale »  
Ceci revient à imposer deux conditions qui ne sont pas prévues par la loi<sup>47</sup>.
- « Toute déformation du bien sera exclue de la garantie »  
Ceci est une exclusion trop générale car une déformation peut dans certains cas constituer un défaut couvert par la garantie légale. Les clauses listant des cas d'exclusion de la garantie légale sont souvent trop restrictives et donc abusives<sup>48</sup>.
- « Si vous signez le bon de livraison ou la facture qui vous a été remise par le transporteur, vous reconnaissez la conformité du bien »  
Le consommateur n'a pas toujours l'occasion de constater un défaut lors de la remise du bien par le transporteur et il doit dans tous les cas disposer d'un délai de 2 mois à partir de la constatation du défaut, au minimum, pour le signaler.
- « En cas de modification du bien par le consommateur ou un tiers, le consommateur perd le bénéfice de la garantie »  
Cette clause manque de nuance car la modification du bien n'entraîne pas une perte totale de la garantie légale pour tous les défauts qui pourraient apparaître. Si un défaut de conformité est signalé dans les délais légaux et qu'il n'a pas été causé par la modification concernée, il sera couvert par la garantie légale<sup>49</sup>.

Il arrive aussi que des clauses diminuent les droits du consommateur relatifs à la garantie légale – ce qui est abusif – tout en précisant qu'elles ne font pas obstacle à la législation relative à la vente de biens de consommation (ou une formule similaire). Ceci est contradictoire et pourrait être considéré comme une pratique trompeuse.

Pour plus d'information, vous pouvez consulter les [guidelines du SPF Economie sur la garantie](#).

## 8.9. Limitation et exonération de responsabilité

La loi interdit de limiter la garantie légale mais prévoit aussi d'autres règles en matière de responsabilité. De façon générale, il est interdit à toute entreprise de :

- se libérer de sa responsabilité en cas de faute volontaire ou de faute lourde ;

<sup>46</sup> Vous pourriez aussi préciser que le consommateur est invité à se manifester, de préférence, dès que possible, mais cela ne peut être présenté comme une condition pour pouvoir bénéficier de la garantie légale.

<sup>47</sup> Vous pourriez toutefois indiquer au consommateur qu'il est « fortement recommandé » de renvoyer les biens dans leur emballage d'origine, avec la facture originale. L'utilisation de cet emballage peut d'ailleurs être dans l'intérêt du consommateur (éviter des dommages pour lesquels sa responsabilité pourrait être engagée).

<sup>48</sup> En revanche, la garantie légale ne couvre pas les modifications du bien propres aux matériaux utilisés et auxquelles le consommateur pouvait s'attendre, ni l'usure normale (ce qui sera à apprécier au cas par cas). De même, elle ne couvre pas les dommages qui seraient causés exclusivement par la faute du consommateur.

<sup>49</sup> En revanche, la garantie légale ne s'appliquera bien évidemment pas aux défauts causés par une modification du bien par le consommateur ou un tiers.

- s'exonérer de ses responsabilités au cas où elle n'exécuterait pas l'une de ses obligations principales, sauf en cas de force majeure ;

**Attention** : les clauses d'exonération de responsabilité listant des exemples incorrects de cas de force majeure sont abusives. La force majeure est une notion impliquant la réunion de plusieurs critères et il est donc conseillé de ne pas lister à l'avance des exemples de cas de force majeure, alors que les circonstances exactes de la situation ne sont pas connues<sup>50</sup>.

- limiter sa responsabilité en cas d'acte ou d'omission causant des dommages corporels ou la mort du consommateur<sup>51</sup>.

Toute clause revenant à limiter la responsabilité de l'entreprise de façon large ou floue, sans nuances, est donc susceptible d'être abusive.

#### Exemples de clauses abusives (à éviter !) :

- « Notre responsabilité sera toujours limitée à la valeur des articles commandés »  
Cette clause, applicable quelle que soit la valeur de l'article et indépendamment du dommage causé, revient à limiter de façon excessive la responsabilité de l'entreprise et les droits du consommateur<sup>52</sup>.

- « Nous ne pouvons en aucun cas être tenu responsable en cas d'erreur dans les informations reprises sur notre site internet, données à titre purement indicatif. Les acheteurs ne peuvent fonder leurs droits sur base de ces informations »

Il s'agit d'une exonération totale de responsabilité, alors que la loi impose aux entreprises de donner des informations claires et correctes aux consommateurs. De plus, une entreprise ne peut s'accorder le droit de déterminer unilatéralement si le bien livré est conforme au contrat. Si un bien ne correspond pas à ce qui avait été communiqué au consommateur, celui-ci doit pouvoir faire valoir ses droits<sup>53</sup>.

## 8.10. Désignation du juge compétent

Nombreuses sont les clauses visant à désigner quels seront les tribunaux compétents en cas de litige (ex. : ceux du siège social de l'entreprise).

A cet égard, la loi exige d'abord qu'il y ait un certain lien entre le juge désigné et le litige. En résumé, pour être valable, la clause doit désigner le juge du domicile du défendeur ou celui du lieu de naissance ou d'exécution de l'obligation – ou des obligations – en litige<sup>54</sup>. C'est un premier élément à respecter impérativement si vous souhaitez une telle clause.

Ensuite, la Cour de justice de l'Union européenne a souligné le fait que l'accès effectif au juge est primordial pour la protection du consommateur. La Cour plaide dès lors pour que la légalité de ce type de clause soit aussi évaluée sur la base des circonstances de chaque litige, ce qui implique de prendre en compte la difficulté pour le consommateur de venir défendre ses droits devant le juge désigné (distance entre le juge désigné et le consommateur, possibilités de transport, montants en jeu dans la procédure, etc.)<sup>55</sup>.

Même lorsque votre clause ne semble pas *a priori* abusive, elle pourrait donc l'être en fonction des circonstances du litige. Attention que si un juge désigné par une clause se déclare incompétent,

<sup>50</sup> Un cas de force majeure est un événement imprévisible et inévitable survenant après la conclusion du contrat, sans qu'une faute puisse être reprochée à l'entreprise, et qui rend impossible l'exécution de ses obligations. Les grèves, retards de fournisseurs ou intempéries ne sont donc pas nécessairement des cas de force majeure. Voyez notamment l'avis 40 de la CCA relatif aux contrats de déménagement, p. 46.

<sup>51</sup> Art. VI.83, 13° et 25° CDE.

<sup>52</sup> Art. VI.83, 14°, 25° et 30° CDE.

<sup>53</sup> Art. VI.83, 6°, 13° et 30° CDE.

<sup>54</sup> Art. VI.83, 23° CDE lu conjointement avec l'art. 624 du Code judiciaire.

<sup>55</sup> Avis 40 de la CCA sur un nouveau contrat type conditions de déménagement consommateurs de la chambre belge des déménageurs, pp. 54-55 et avis 31 de la CCA sur la proposition de loi N° 53/0831 portant réglementation de la compétence territoriale dans les litiges concernant les contrats avec des consommateurs, pp. 9-10.



par exemple parce qu'il s'estime peu accessible pour le consommateur concerné, cela peut entraîner des frais pour l'entreprise qui a fait citer au lieu en question (ex. : frais à la suite d'un déplacement inutile de son avocat)<sup>56</sup>.

**Attention (contrats transfrontaliers) :** si vous ciblez délibérément des consommateurs d'autres Etats membres de l'UE, votre clause ne peut les priver des droits particuliers qu'ils tirent de la législation européenne<sup>57</sup>. En cas de litige, ces consommateurs ont le droit de saisir les tribunaux de leur pays et vous ne pouvez agir à leur encontre que devant ces mêmes tribunaux<sup>58</sup>. Il serait donc abusif, par exemple, de prévoir que « seuls les tribunaux de Belgique seront compétents en cas de litige ».

## 9. Les pratiques commerciales déloyales sont interdites. De quoi s'agit-il précisément ?

Il s'agit volontairement d'un concept très large, couvrant de nombreuses situations.

En effet, le terme « pratique commerciale » vise toute action ou omission en relation directe avec la promotion, vente ou fourniture d'un produit (ex. : publicités, informations données oralement ou sur un site web, etc.). De plus, une pratique commerciale peut être « déloyale » vis-à-vis du consommateur pour différentes raisons : parce qu'elle est trompeuse, agressive ou contraire aux exigences de la diligence professionnelle<sup>59</sup>.

Il arrive aussi que différentes pratiques déloyales soient combinées. C'est le cas des ventes « marseillaises », qui associent entre autres des fausses réductions de prix à des pratiques agressives, le consommateur étant soumis à une grande pression du vendeur.

La législation liste une série de pratiques déloyales en toutes circonstances. Dans les autres cas, il faudra évaluer le contexte, en regardant si la pratique est trompeuse, agressive ou contraire à la diligence professionnelle et si elle a pu influencer la prise de décision du consommateur moyen, avant ou après son achat.

Voici des exemples de pratiques interdites<sup>60</sup>:

- faire apparaître des faux avis positifs de consommateurs sur son site internet ou y indiquer un pourcentage de satisfaction des clients incorrect ;
- afficher un certificat ou label de qualité sans l'autorisation nécessaire ;
- omettre certaines informations essentielles, sur le prix ou les caractéristiques du bien, dans ses communications commerciales invitant le consommateur à faire un achat (dans un catalogue par exemple) ;
- annoncer des fausses réductions de prix ;
- déclarer faussement qu'un bien ne sera disponible sous des conditions particulières que durant une période très limitée, pour obtenir une décision immédiate du consommateur ;

<sup>56</sup> Avis 31 de la CCA sur la proposition de loi N° 53/0831 portant réglementation de la compétence territoriale dans les litiges concernant les contrats avec des consommateurs, p. 10.

<sup>57</sup> Afin de déterminer si vos activités sont considérées comme étant « dirigées » vers d'autres pays, la Cour de Justice de l'UE a fixé une liste non exhaustive de critères. On y retrouve par exemple le fait de permettre à des consommateurs, sur votre site internet, de faire leurs achats dans leur propre langue et avec leur propre monnaie, ou d'y mentionner des n° de téléphone avec un préfixe international. Voyez à ce sujet l'arrêt de la Cour de Justice de l'UE du 7 décembre 2010, *Peter Pammer contre Reederei Karl Schlüter GmbH & Co. KG et Hotel Alpenhof GesmbH contre Oliver Heller*, affaires jointes C-585/08 et C-144/09.

<sup>58</sup> Art. 17 à 19 du Règlement européen 1215/2012 du 12 décembre 2012 concernant la compétence judiciaire, la reconnaissance et l'exécution des décisions en matière civile et commerciale.

<sup>59</sup> La diligence professionnelle est définie comme « le niveau de compétence spécialisée et de soins dont l'entreprise est raisonnablement censée faire preuve dans son domaine d'activité vis-à-vis du consommateur, conformément aux usages honnêtes en matière commerciale » (art. I.8, 25° CDE).

<sup>60</sup> Art. VI.92 et suivants et XV.16 CDE.

- annoncer des offres très avantageuses sans indiquer les raisons pour lesquelles l'entreprise ne pourra probablement pas répondre à la demande durant une période et dans des quantités qui soient raisonnables compte tenu des biens concernés, de l'ampleur de la publicité et du prix proposé (« publicité-appât ») ;
- induire en erreur le consommateur concernant ses droits (ex. : en présentant de façon incorrecte ses droits au titre de la garantie légale) ;
- présenter des droits légaux du consommateur comme s'il s'agissait d'un avantage propre à son entreprise.

**Attention** : lorsque vous évoquez la garantie légale, il devrait être clair qu'il s'agit d'une garantie prévue par la législation (« légale »), pas d'un avantage commercial.

En cas d'infraction, la loi prévoit des sanctions pénales mais aussi une sanction civile spécifique : si un contrat est conclu à la suite d'une pratique déloyale, le consommateur aura droit, dans certaines circonstances, au remboursement des sommes payées sans devoir restituer le bien. Dans la plupart des cas, c'est le juge qui pourra décider si cette sanction se justifie (sans préjudice des sanctions de droit commun)<sup>61</sup>.

La loi interdit par ailleurs les pratiques déloyales entre entreprises<sup>62</sup>. Diverses pratiques trompeuses et agressives sont visées, ainsi que tout acte contraire aux pratiques honnêtes du marché par lequel une entreprise porte atteinte ou peut porter atteinte aux intérêts professionnels d'une ou plusieurs entreprise(s).

## 10. Quelles règles encadrent le marketing direct par téléphone ?

Tout abonné belge au téléphone bénéficie de la protection de la loi en matière de marketing direct par téléphone<sup>63</sup>. Le marketing direct est un concept large : il vise les actions commerciales d'entreprises vers leurs clients mais aussi les prises de contacts avec des clients potentiels.

Si vous souhaitez téléphoner ou faire téléphoner à certains abonnés pour leur proposer un bien ou leur communiquer une action promotionnelle, vous devez d'abord consulter la liste<sup>64</sup> gérée par l'association « Do Not call Me ». Celle-ci tient à jour une liste des n° de téléphone des abonnés qui ont indiqué à leur opérateur téléphonique ou à cette association qu'ils ne veulent pas être sollicités pour des raisons de marketing direct par téléphone (droit d'opposition générale). Les n° de téléphone que vous désirez appeler ne doivent donc pas être repris dans cette liste.

Ensuite, vous devez vérifier dans vos propres listes de clients ce qui suit :

- certaines personnes ne figurant pas dans la liste « Ne m'appellez plus » vous ont peut-être fait savoir qu'elles ne désirent pas ce type de contact par téléphone ;
- certaines personnes reprises sur la liste « Ne m'appellez plus » vous ont peut-être fait savoir qu'elles acceptent ce type de contact par téléphone de votre part. Il convient alors de prêter attention à la date à laquelle le client vous a donné ce consentement spécifique. Si cette date est postérieure à l'opposition générale exprimée dans la liste « Ne m'appellez plus », vous pouvez le contacter. Dans le cas contraire, vous ne pouvez pas, sous peine d'être sanctionné.

Pour plus d'information et des conseils, vous pouvez consulter les [guidelines du SPF Economie relatives au marketing direct par téléphone](#).

<sup>61</sup> Art. VI. 38 CDE.

<sup>62</sup> Art. VI.103/1 et suivants CDE.

<sup>63</sup> Art. VI. 110 à 115 CDE.

<sup>64</sup> <https://www.ne-m-appellez-plus.be>

## 11. Quel est le montant maximal pouvant être payé en espèces ?

La règle générale est que le paiement en espèces ne peut excéder 3.000 euros. Cette règle s'applique aussi bien aux transactions entre entreprises qu'à celles entre entreprises et consommateurs<sup>65</sup>.

Cette limite de 3.000 euros s'applique même si le consommateur vous paie en plusieurs fois. De même, si plusieurs achats sont rapprochés dans le temps entre un fournisseur et votre entreprise, la limite des 3.000 euros s'applique pour l'ensemble des dettes liées.

Vous trouverez plus d'information dans la [brochure du SPF Economie sur les limitations aux paiements et dons en espèces](#).

## 12. Puis-je offrir la possibilité d'acheter à crédit ?

Il vous est bien évidemment possible de proposer cette solution de paiement aux consommateurs. Cependant, cette activité est strictement réglementée par le livre VII du Code de droit économique.

La législation dispose notamment que l'offre de crédit à la consommation ne peut être proposée que par un prêteur ou un intermédiaire reconnu par les autorités. L'Autorité des services et marchés financiers (FSMA) est chargée d'autoriser l'exercice de cette activité au préalable. Pour pouvoir être reconnu à titre de prêteur ou d'intermédiaire, il faut répondre à un certain nombre de conditions de solvabilité, d'honorabilité, de formation et/ou d'expérience.

### 12.1. Quel type d'inscription dois-je obtenir ?

S'agissant d'une activité d'intermédiaire en crédit qui est accessoire à la vente de meubles, vous devez demander une inscription à la FSMA comme « agent à titre accessoire »<sup>66</sup>.

### 12.2. Quelles sont les conditions pour obtenir une inscription en tant qu'« agent à titre accessoire » ?

Les conditions sont fixées par la FSMA et peuvent être résumées comme suit :

- être une personne morale ou une personne physique ;
- avoir un n° d'entreprise ;
- avoir votre administration centrale établie en Belgique ;
- payer un coût unique pour l'inscription auprès de la FSMA ;
- fournir la preuve que vous avez conclu une assurance responsabilité civile professionnelle ;
- fournir la preuve que vous adhérez à un règlement extrajudiciaire des litiges de consommation ;
- donner une adresse de courrier électronique professionnelle ;
- fournir la procuration donnée à la personne qui introduit la demande à votre place, le cas échéant ;
- communiquer à la FSMA le nombre de personnes en contact avec le public et le nombre de responsables de la distribution ;
- signaler avec quels prêteurs agréés ou enregistrés vous travaillez.

<sup>65</sup> Art. 67 et 137 de la loi du 18 septembre 2017 relative à la prévention du blanchiment de capitaux et du financement du terrorisme et à la limitation de l'utilisation des espèces.

<sup>66</sup> Pour la définition de cette notion, voyez l'art. I.9, 81° CDE.

Pour le surplus, pour chacune des personnes responsables concernées par l'intermédiation en crédit, vous devez fournir :

- leurs données d'identification ;
- un extrait de casier judiciaire valable ;
- une note explicative qui démontre l'aptitude et l'honorabilité professionnelles (dans la pratique, celle-ci se présente sous la forme d'un questionnaire à compléter) ;
- la preuve des connaissances professionnelles requises.

Pour plus d'informations, veuillez vous référer au [site de la FSMA](#) ou adresser vos questions à l'adresse e-mail suivante : [mcc@fsma.be](mailto:mcc@fsma.be).

### 12.3. Ai-je d'autres obligations si j'offre la possibilité d'acheter à crédit ?

En plus des exigences liées à l'inscription en tant qu'« agent à titre accessoire » (voir la question précédente), vous devrez être membre d'Ombudsfm. Vous devez ainsi répondre aux questions tant de l'Ombudsfm que de la FSMA.

Vous devez également respecter l'ensemble de la réglementation relative au crédit à la consommation contrôlée par le SPF Economie et répondre aux demandes de l'Inspection économique en cas de contrôle.

### 12.4. Quelles sont mes responsabilités en tant qu'« agent à titre accessoire » ?

Dans la pratique, en tant qu'« agent à titre accessoire », vous travaillez en étroite collaboration avec un prêteur légalement inscrit auprès de la FSMA qui vous fournit le support logistique pour offrir ce service à vos clients. Ce contrat de collaboration ne vous soustrait pas à vos obligations de respecter les dispositions légales.

### 12.5. Quelle est la réglementation applicable en matière de crédit à la consommation ?

L'ensemble de la réglementation spécifique au crédit est reprise dans le titre 4 du livre VII du Code de droit économique.

En tant qu'« agent à titre accessoire », les dispositions relatives à la publicité et certaines dispositions relatives à la phase précontractuelle vous concernent plus directement (voyez ci-dessous la question 12.7. « Où trouver des informations sur la législation relative au crédit à la consommation ? »).

Notez que les règles générales relatives aux pratiques du commerce restent d'application pour cette activité (livre VI du Code de droit économique).

### 12.6. Quelles sont les possibilités de financement que je peux offrir ?

Quatre types de crédit à la consommation sont définis par la loi : la vente à tempérament, le prêt à tempérament, l'ouverture de crédit et le contrat-bail.

### 12.7. Où trouver des informations sur la législation relative au crédit à la consommation ?

Vous pourrez trouver plus d'information sur le [site internet du SPF Economie](#).

Si vous avez des questions d'interprétation, le SPF Economie a également mis à disposition du public le [Code annoté du crédit](#). Cet outil en ligne contient une discussion par article des

dispositions du livre VII du Code de droit économique et des principaux arrêtés d'exécution. Ceci vous permet de connaître la jurisprudence ainsi que l'interprétation et les exigences de l'administration.

Le SPF Economie a également édicté des [guidelines pour la publicité pour le crédit à la consommation dans le secteur automobile](#). Les règles générales reprises dans ces dernières peuvent vous être utiles si vous désirez faire de la publicité pour du prêt/vente à tempérament.

Si vous proposez à vos clients de conclure un contrat de crédit en vue de procéder à un achat dans vos locaux, vous êtes soumis à des obligations d'information et de conseil. Ces obligations font l'objet des [guidelines concernant l'évaluation de la solvabilité du consommateur dans le cadre de l'octroi d'un crédit à la consommation](#). Très complet, ce document peut vous aider à bien comprendre l'ensemble de vos obligations spécifiques.

## 13. Que dois-je faire en cas de plainte d'un consommateur ?

Les entreprises ont l'obligation de répondre aux questions et plaintes des consommateurs dans les plus brefs délais, et ce, avec diligence, dans le but de trouver une solution satisfaisante pour les parties<sup>67</sup>. Le délai n'est pas légalement fixé mais :

- il faut être très rapide (immédiatement ou dans les 48h) pour confirmer au client que sa question ou plainte a été bien réceptionnée et sera examinée dans les plus brefs délais. Il est recommandé d'indiquer dans cet accusé de réception quelle est la personne ou l'adresse de contact ;
- le traitement de la question ou plainte doit avoir lieu dans un délai raisonnable. Le caractère raisonnable doit notamment tenir compte des conséquences que le consommateur pourrait subir aussi longtemps que sa plainte ne sera pas résolue.

Toute entreprise doit pouvoir, sur demande de l'autorité de contrôle, prouver concrètement/matériellement (ex. : traitement papier, électronique,...) qu'elle traite rapidement et le plus efficacement possible les questions et plaintes qu'elle reçoit<sup>68</sup>. Les entreprises ne sont pas obligées de régler les plaintes reçues mais elles doivent faire des efforts pour parvenir, avec le consommateur, à une solution satisfaisante (faire une ou des propositions, répondre aux questions, communiquer des informations utiles,...).

## 14. Lorsqu'un litige avec un consommateur ne trouve pas de solution à l'amiable, suis-je obligé d'accepter un règlement à l'amiable via une instance tierce ?

Lorsqu'une entreprise et un consommateur ne parviennent pas à régler leur litige, le consommateur peut faire appel à une instance de règlement extrajudiciaire des litiges de consommation. Vous n'êtes pas tenu par la loi d'accepter l'intervention de cette instance tierce, sauf si vous vous y êtes engagé au préalable. Ce sera le cas si vous prévoyez, dans vos conditions générales par exemple, que vous vous engagez à régler vos litiges via le Service de Médiation pour le Consommateur ou avec un autre organisme compétent pour régler les litiges de façon extrajudiciaire.

Si c'est le cas, vous avez alors l'obligation d'en informer le consommateur de manière claire et aisément accessible et vous devez lui communiquer l'adresse du site internet de l'entité concernée

---

<sup>67</sup> Art. XVI.3 CDE.

<sup>68</sup> Art. XVI.2 à XVI.4 CDE.

ainsi que ses coordonnées (adresse physique, adresse e-mail et n° de téléphone)<sup>69</sup>. L'ensemble de ces informations doit être communiqué aux consommateurs avant la conclusion du contrat via :

- le site internet de votre entreprise (à un endroit adapté tel que la rubrique « nous contacter » ou « mentions légales » par exemple) ; et
- vos conditions générales.

Toute entreprise qui s'est engagée à accepter l'intervention d'une entité de règlement extrajudiciaire des litiges doit aussi fournir les informations susmentionnées au consommateur, de sa propre initiative, à chaque fois qu'elle ne parvient pas à régler un différend dans un délai raisonnable<sup>70</sup>. L'entreprise doit alors indiquer au consommateur si l'entité concernée est « qualifiée »<sup>71</sup> ou non. Si elle ne l'est pas, les coordonnées du Service de Médiation pour le Consommateur doivent être communiquées, afin que le consommateur ait la possibilité de s'adresser à une entité « qualifiée » s'il le souhaite :

Service de Médiation pour le Consommateur

North Gate II  
Boulevard du Roi Albert II 8 Bte 1  
1000 Bruxelles  
Tel : 02 702 52 20  
Fax : 02 808 71 29  
E-mail : [contact@mediationconsommateur.be](mailto:contact@mediationconsommateur.be)

Pour plus d'information, vous pouvez consulter les [guidelines du SPF Economie sur le règlement extrajudiciaire des litiges de consommation](#).

## 15. Quelles sanctions en cas d'infraction ?

Les infractions sont sanctionnées pénalement par une amende pouvant aller jusqu'à 80 000 euros (ou jusqu'à 4% du chiffre d'affaires annuel, le montant le plus élevé étant retenu), et même jusqu'à 400 000 euros en cas de mauvaise foi (ou jusqu'à 6% du chiffre d'affaires annuel, si cela représente un montant plus élevé)<sup>72</sup>.

En matière de limitation des paiements en espèces, la loi prévoit des amendes de 2 000 à 1 800 000 euros (sans pouvoir excéder 10 % du paiement concerné)<sup>73</sup>.

---

<sup>69</sup> Art. XVI.4, §§ 1-2 CDE.

<sup>70</sup> Art. XVI.4, § 3 CDE.

<sup>71</sup> Les entités de règlement extrajudiciaire des litiges peuvent être « qualifiées », ce qui signifie qu'elles ont été reconnues par le SPF Economie, après introduction d'une demande, comme respectant divers critères de qualité. Le recours à une entité qualifiée garantit plusieurs avantages : la compétence de la personne ou de l'entité en question, la transparence de sa procédure, son accessibilité tarifaire ainsi que le respect de la neutralité, de la confidentialité du processus et des droits des parties. Vous pouvez trouver la liste des entités qualifiées sur le [site du SPF Economie](#).

<sup>72</sup> Les dispositions relatives aux sanctions figurent aux art. XV.70 et suivants du CDE.

Chiffre d'affaires annuel : le chiffre d'affaires total du dernier exercice clôturé précédant l'imposition de l'amende au sujet duquel des données permettant d'établir le chiffre d'affaires annuel sont disponibles.

Sanction de niveau 2 : amende pénale allant de 26 à 10 000 euros, ce qui revient, avec les décimes additionnels, à une amende pénale de 208 à 80 000 euros (ou jusqu'à 4% du chiffre d'affaires annuel, si cela représente un montant plus élevé).

Sanction de niveau 3 : amende pénale allant de 26 à 25 000 euros, ce qui revient, avec les décimes additionnels, à une amende pénale de 208 à 200 000 euros (ou jusqu'à 6% du chiffre d'affaires annuel, si cela représente un montant plus élevé).

Sanction de niveau 4 : amende pénale allant de 26 à 50 000 euros, ce qui revient, avec les décimes additionnels, à une amende pénale de 208 à 400 000 euros (ou jusqu'à 6% du chiffre d'affaires annuel, si cela représente un montant plus élevé).

<sup>73</sup> Art. 137 de la loi du 18 septembre 2017 relative à la prévention du blanchiment de capitaux et du financement du terrorisme et à la limitation de l'utilisation des espèces.

L'Inspection économique peut procéder à des enquêtes à la suite d'un signalement reçu via le [Point de contact](#). Elle peut également réaliser des enquêtes de sa propre initiative ou dans le cadre d'une enquête générale de grande envergure dans le secteur. Des enquêtes peuvent également avoir lieu à la demande du ministre ou du parquet.

Suite à la constatation d'une infraction, l'Inspection économique dispose principalement des possibilités suivantes :

- adresser un avertissement mettant en demeure de régulariser la situation ;
- transmettre ses constatations au procureur du Roi ;
- recourir à une transaction (proposition d'une somme dont le paiement volontaire et la cessation de l'infraction éteignent l'action publique) ;
- imposer une amende administrative<sup>74</sup>.

---

<sup>74</sup> Les montants minimaux et maximaux de l'amende administrative correspondent aux montants minimaux et maximaux respectifs de l'amende pénale sanctionnant le même fait. Les décimes additionnels sont également applicables à ces amendes administratives (art. XV.60/20 CDE).