

Guidance sur la garantie

Table des matières

1.	Une guidance sur la garantie, pourquoi ?	1
2.	Quel est l'objectif de cette contribution relative à la guidance en matière de garantie ?	2
3.	Quel est le champ d'application de la garantie légale ?	2
4.	A qui incombe le devoir de garantie légale ?	4
5.	Quels sont les délais légaux de garantie ?	4
6.	Quel est le lien entre les informations relatives au produit et la livraison non conforme ?	4
7.	Qu'entend-on par « garanties commerciales » ?	5
8.	Quelles protections supplémentaires les garanties commerciales peuvent-elles inclure ?	5
9.	Une garantie peut-elle être proposée moyennant paiement ?	6
10.	Le législateur a-t-il également imposé des exigences formelles pour la garantie commerciale ?	7
11.	Sur quels points la garantie légale et la garantie commerciale coïncident-elles ?	7
12.	Qu'implique l'obligation d'information lors de l'offre de garanties commerciales ?	8
13.	Quelles sont les guidelines pour l'obligation générale d'information sur la garantie ?	8
14.	Quelles sont les guidelines pour l'offre de garanties payantes ?	9
15.	Quand est-il question de clauses abusives dans les contrats de vente ?	12
16.	Quelles dispositions relatives à la garantie sont abusives ?	13
17.	Le vendeur final peut-il renvoyer le consommateur vers le fabricant ?	15
18.	Quelles sont les dispositions pénales prévues en cas de pratiques commerciales déloyales concernant la garantie ?	16
19.	Quel est l'intérêt pour l'entreprise de bien traiter les plaintes en matière de garantie ?	16
20.	Un numéro de téléphone surtaxé peut-il être utilisé dans le cadre de la garantie ?	17
21.	Existe-t-il également des règles légales pour le traitement des plaintes par les entreprises ?	17

1. Une guidance sur la garantie, pourquoi ?

La compétence de l'Inspection économique est régie par le livre XV du Code de droit économique (CDE), qui traite de l'application de la loi. Cependant, faire appliquer la loi requiert plus qu'une intervention purement répressive consistant à dresser des p.-v. pour les infractions constatées. Le législateur a voulu réagir à cela en attribuant une compétence complémentaire aux agents de l'Inspection économique. En plus de l'intervention répressive qui est leur mission fondamentale, ils doivent également informer et renseigner les stakeholders de façon adaptée sur la réglementation économique via une guidance adéquate.

La garantie est l'une des préoccupations essentielles du consommateur lors de ses achats. Les litiges sur la garantie constituent une part conséquente du nombre total des plaintes transmises à l'Inspection économique, au Service de médiation pour le consommateur et aux associations de consommateurs.

La problématique de la garantie est primordiale tant pour les entreprises que pour les consommateurs. Pour les entreprises qui vendent des biens aux consommateurs, la loi sur la garantie revêt une grande importance pour attirer et garder leurs (nouveaux) clients.

L'application concrète de la législation sur la garantie n'est pas toujours une tâche facile. Expliquer la réglementation via une guidance a pour but de contribuer à une application plus correcte, ce qui doit être profitable aux entreprises comme aux consommateurs.

2. Quel est l'objectif de cette contribution relative à la guidance en matière de garantie ?

La loi sur la garantie du 1^{er} septembre 2004 figure aux articles 1649*bis* à 1649*octies* du Code civil. Le devoir général d'information du vendeur final concernant la garantie légale se trouve aux articles VI.2, 5^o CDE et VI.45, 12^o CDE en cas de vente à distance. L'article VI.83, 14^o et 15^o CDE reprend les dispositions relatives aux clauses abusives en matière de garantie. Les articles VI.97 et suivants CDE traitent de l'offre trompeuse.

Dans la présente approche, nous expliquerons les règles légales non pas dans l'optique de la protection du consommateur, mais depuis la perspective des entreprises. L'exhaustivité n'est pas le but visé. Les obligations légales d'information du vendeur et l'offre de garanties commerciales seront donc largement abordées.

L'objectif n'est pas d'explorer les limites de la législation à partir des interprétations parfois très divergentes qui se trouvent dans la doctrine et la jurisprudence, mais plutôt de présenter quelques règles de « bonnes pratiques » et d'ainsi donner une forme concrète et un contenu à la « guidance ». Nous nous limiterons aux aspects formels de la garantie légale et de l'offre de garanties payantes.

3. Quel est le champ d'application de la garantie légale ?

Tout vendeur professionnel a un devoir de garantie légale lors de la vente de biens de consommation à un consommateur (B2C). Pour les définitions légales, nous vous renvoyons aux articles 1649*bis*, § 1^{er}, 1^o (consommateur), 1649*bis*, § 2, 2^o (vendeur) et 1649*bis*, § 2, 3^o (biens de consommation) du Code civil.

« Créer les conditions d'un fonctionnement compétitif, durable et équilibré du marché des biens et services en Belgique. »

Seules les personnes physiques ont la qualité de consommateur. Le régime de la garantie légale n'est pas applicable en cas de vente à des personnes morales (sociétés, asbl, autorités et institutions d'intérêt public, etc.) ou entre professionnels (B2B). Les règles légales des vices cachés (articles 1641-1649 du Code civil) s'appliquent aux ventes entre professionnels.

La loi vise uniquement la vente de biens meubles corporels à un consommateur qui les destine à des fins privées.

Lorsqu'une facture est remise à une personne physique avec un numéro d'entreprise lors de l'achat, on peut supposer que l'achat est effectué partiellement ou entièrement à titre professionnel, avec application des règles de déduction fiscale en vigueur pour la TVA et les contributions directes. Lorsqu'un consommateur utilise sa nouvelle voiture pour le trajet domicile-lieu de travail, cela doit toutefois être considéré comme un usage privé et le consommateur peut invoquer la garantie légale. Cela n'est pas le cas pour un véhicule d'entreprise inscrit au nom de la société.

La garantie légale ne s'applique pas à la pure vente de produits uniquement, mais aussi aux biens installés (chaudière, boiler, appareils de cuisine intégrés, véranda, panneaux solaires, etc.) et deviennent donc immeubles en raison de leur destination. Ceci est confirmé par la jurisprudence de la cour d'appel de la Cour de justice de l'Union européenne.

La vente de biens conçus selon les spécifications du client (par ex. fenêtres et portes sur mesure, PC assemblé) tombe aussi sous le coup de la garantie légale (Cf. art. 1649*bis* du Code civil).

La loi sur la garantie est applicable non seulement aux biens au sens habituel du terme, mais aussi aux animaux. La vente de chiots par un éleveur professionnel ou un commerçant est donc couverte par la garantie légale. Outre la remise obligatoire d'un certificat de garantie sanitaire (régé par l'arrêté royal du 27 avril 2007 portant les conditions d'agrément des établissements pour animaux et portant les conditions de commercialisation des animaux), l'éleveur professionnel ou le vendeur doit également respecter les dispositions de la loi sur la garantie.

Un consommateur ne peut se prévaloir de la garantie légale que s'il y a eu vente et qu'un prix a donc été payé. Les lots de tombola gratuits ne sont donc pas concernés. Bien qu'il y ait eu paiement, cela n'est pas déterminant. Si un acheteur reçoit un smartphone pour 1 euro à la conclusion d'un pack internet, il est alors question d'offre conjointe (autorisée). Même si le smartphone est offert gratuitement à la conclusion de l'abonnement, le vendeur doit respecter la garantie légale. Il en va de même pour le vendeur de voitures professionnel qui offre des options gratuites lors de la vente d'une voiture neuve à un consommateur.

La garantie légale est également applicable lorsque les biens sont vendus à prix réduits, comme pendant la période des soldes.

Les biens immeubles tels que les maisons et appartements ou les biens vendus publiquement dans le cadre d'une procédure judiciaire (par ex. à la suite de la liquidation d'une faillite ou d'une vente publique forcée) ne relèvent pas du champ d'application de la loi (voir les exceptions légales à l'article 1649*bis*, § 1^{er}, 3^o du Code civil).

4. A qui incombe le devoir de garantie légale ?

La loi place la responsabilité juridique de devoir de garantie auprès du vendeur final et non du fabricant.

Le producteur ou les maillons postérieurs de la chaîne de distribution, tels que l'import, l'export et le commerce de gros, ne sont pas liés par un devoir de garantie légale s'ils ne vendent pas directement au consommateur. En cas de vente d'usine ou de vente directe au consommateur via internet (B2C), l'entrepreneur doit donc respecter la garantie légale.

Lorsque la non-conformité est due à un défaut de fabrication, le consommateur peut donc s'adresser au vendeur final. Ce dernier doit accorder 2 ans de garantie sur la vente de produits neufs, même si la garantie du fabricant est inférieure (par ex. un an seulement).

5. Quels sont les délais légaux de garantie ?

En Belgique, pour la vente de biens neufs, le délai légal s'élève à 2 ans à dater de la livraison. Il s'agit également du délai légal de garantie prescrit en tant que minimum aux Etats membres de l'UE. Pour les biens d'occasion, le commerçant peut limiter le délai légal à 1 an à compter de la livraison.

Si le vendeur de biens d'occasion veut limiter contractuellement le délai de garantie, il doit le déterminer dans les conditions générales ou particulières du contrat de vente. S'il ne le fait pas, selon le législateur, le délai légal de 2 ans est applicable. Le délai de garantie est suspendu pendant la durée nécessaire à la réparation ou au remplacement ou à la recherche de toute autre solution amiable (Art. 1649quater. § 1. du Code civil). Si par exemple, le consommateur est privé de son smartphone durant 4 mois pour réparation sous garantie, le délai de garantie doit alors être prolongé de la même période.

6. Quel est le lien entre les informations relatives au produit et la livraison non conforme ?

Le vendeur final doit informer correctement le consommateur au sujet des caractéristiques principales du produit. Les obligations générales d'information du vendeur sont spécifiquement régies à l'article VI.2 du Code de droit économique (CDE). Le consommateur fonde sa décision d'achat en grande partie sur les informations disponibles au sujet du produit. Il est question de livraison non conforme si le produit ne répond pas aux attentes normales d'un consommateur moyen.

Le devoir d'information du vendeur commence dès l'annonce générale de l'assortiment de produits et la diffusion de promotions, sous n'importe quelle forme. La publicité occupe ici une place importante. Elle ne peut être trompeuse ⁽¹⁾. La publicité peut adopter des formes très différentes en fonction notamment du médium, du groupe-cible et des objectifs promo-

¹ La tromperie doit être de nature à influencer un consommateur moyen dans sa décision d'achat, et le « tromper » au point qu'il prenne une autre décision que s'il avait été informé normalement, avec la diligence que l'on peut attendre d'un vendeur final professionnel. Les circonstances de l'achat sont également décisives dans l'évaluation du caractère « trompeur ».

« Créer les conditions d'un fonctionnement compétitif, durable et équilibré du marché des biens et services en Belgique. »

tionnels. L'emballage, le mode d'emploi, le support en magasin et, last but not least, les informations communiquées à l'acheteur avant la conclusion de l'achat (autrement dit l'entretien de vente) constituent autant de sources d'informations importantes pour le consommateur concernant le produit. Il vaut mieux rédiger le bon de commande ou le contrat de vente suffisamment en détail et y mentionner toutes les spécifications de produit jugées essentielles pour le consommateur. Ceci a pour objectif principal d'éviter les problèmes de discussions par la suite sur ce qui a convenu expressément ou non (non-conformité de la livraison).

Lors de la vente de voitures neuves au consommateur, le bon de commande doit répondre aux obligations spécifiques d'information de l'article 3 de l'AR du 9 juillet 2000 :

http://www.ejustice.just.fgov.be/cgi_loi/change_lg.pl?language=fr&la=F&cn=2000070941&table_name=loi

7. Qu'entend-on par « garanties commerciales » ?

L'article I.8, 37° CDE définit le concept de garantie commerciale comme suit : « tout engagement de l'entreprise ou d'un producteur à l'égard du consommateur, en plus de ses obligations légales tenant à la garantie de conformité, en vue du remboursement du prix d'achat, du remplacement ou de la réparation du bien ou de la prestation de tout autre service en relation avec le bien si ce dernier ne répond pas aux spécifications ou à d'autres éléments éventuels non liés à la conformité énoncés dans la déclaration de garantie ou dans la publicité correspondante faite au moment de la conclusion du contrat ou avant celle-ci ; ».

Le fabricant comme les vendeurs peuvent proposer des garanties complémentaires, soit gratuitement, soit moyennant paiement par le consommateur. Dans ce sens, on parle également de garanties commerciales. Elles peuvent être conclues sous la forme de dispositions complémentaires dans le contrat de vente ou faire l'objet d'un avenant, voire même d'un contrat distinct.

Dans certains cas, les garanties commerciales sont vendues sous la forme d'une assurance-garantie. Celle-ci est souvent proposée lors de la vente d'appareils électroniques (par ex. un ordinateur portable, un smartphone, une télévision...), de voitures neuves ou de véhicules d'occasion récents.

Les commerçants qui vendent des assurances-garanties en tant que produit accessoire ne tombent pas sous le coup de la législation sur l'intermédiation en assurances et ne doivent pas disposer d'un numéro FSMA. Le devoir étendu d'information pour l'intermédiation en assurances n'est pas applicable. Voir la FAQ FSMA concernant le numéro FSMA :

<http://www.fsma.be/fr/Site/Repository/faq/faqvtvz.aspx>

8. Quelles protections supplémentaires les garanties commerciales peuvent-elles inclure ?

Comme leur dénomination le laisse déjà supposer, les garanties commerciales offrent une protection supplémentaire à ce que prévoit la garantie légale. Le délai prolongé de garantie (par ex. 3 ans pour un ordinateur portable, 5 ans pour une machine à laver, 5 ans pour une voiture neuve) est très courant dans les secteurs de l'électroménager et de la vente de véhicules neufs.

Pour le vendeur final, cela ne constitue toutefois en rien une obligation légale de proposer plus de 2 ans de garantie. Pour les fabricants (sans vente au détail au consommateur), la loi n'impose même pas la moindre période de garantie. La plupart des producteurs d'appareils électroniques destinés au consommateur (smartphones, ordinateurs portables...) limitent la garantie fabricant à un an seulement, voire même à 6 mois pour les pièces et accessoires (par ex. les batteries).

La loi impose toutefois au vendeur final (B2C) de couvrir une période de 2 ans minimum pour le produit, y compris les accessoires.

La loi impose toutefois au vendeur final (B2C) de couvrir une période de 2 ans minimum pour le produit, y compris les accessoires.

Les garanties complémentaires peuvent prendre d'autres formes : un contrat d'assistance (par ex. 3 mois de soutien gratuit à l'achat d'un ordinateur portable), un service dans tous les points de vente ou centres de maintenance agréés, un appareil de remplacement gratuit, un contrat d'entretien gratuit pendant la première année, une assurance pour les dommages propres et/ou les accidents, une couverture contre le vol, une réduction de la charge de la preuve pour le consommateur, des garanties également valables en dehors de l'Europe, un contrat de dépannage, etc.

Le début de la garantie commerciale doit être défini contractuellement. Le consommateur doit en être clairement informé. En général, elle commence à la livraison et PAS à l'échéance de la garantie légale de 2 ans, sauf disposition contractuelle contraire. Le vendeur final a tout intérêt à communiquer clairement à ce sujet afin d'éviter toute confusion ou méprise du consommateur.

Dans de nombreux cas, outre la protection complémentaire contre, par ex., les dommages propres, la garantie commerciale couvre également les défauts de fabrication et coïncide donc avec la garantie légale pour les défauts de conformité à la livraison.

9. Une garantie peut-elle être proposée moyennant paiement ?

Les garanties commerciales doivent avoir un caractère complémentaire par rapport à la protection légale. Elles peuvent être proposées gratuitement ou moyennant un supplément. Le consommateur doit pouvoir choisir librement de souscrire ou non à une garantie commerciale payante. Il doit disposer de toutes les données qui sont essentielles à sa décision d'achat. Aucun paiement ne peut être demandé pour pouvoir bénéficier de l'avantage de la garantie légale.

Les dispositions par lesquelles aucune garantie n'est accordée ou qui imposent au consommateur de payer un supplément pour pouvoir bénéficier de la garantie légale sont illégales et nulles.

Cette pratique est parfois rencontrée dans la vente spécialisée de voitures d'occasion (par ex. import-export de véhicules d'occasion) avec vente indirecte aux consommateurs « sans garantie ».

10. Le législateur a-t-il également imposé des exigences formelles pour la garantie commerciale ?

L'article 1649 bis, § 2, 5° du Code civil définit la garantie commerciale comme suit : « *tout engagement d'un vendeur ou d'un producteur à l'égard du consommateur de rembourser le prix payé, ou de remplacer, de réparer ou de s'occuper d'une façon quelconque du bien s'il ne correspond pas aux conditions énoncées dans la déclaration de garantie ou dans la publicité y relative* ».

La garantie commerciale en tant que telle n'est pas régie par la loi. Elle est toutefois considérée comme complémentaire à la garantie et donc distincte de celle-ci. Les caractéristiques distinctives doivent être mises en avant de façon suffisamment claire dans la description des garanties commerciales payantes.

Les garanties commerciales, en particulier sous la forme d'une assurance-garantie, prévoient dans les conditions du contrat d'assurance une série de limitations et/ou exclusions qui sont importantes pour l'application de la garantie dans la pratique. Il ne s'agit pas seulement de conditions de garantie pour les problèmes du type défauts de fabrication, mais aussi de restrictions de la protection extralégale en cas de dommages résultant d'accidents, d'un incendie, de dégâts des eaux, d'un vol, etc.

11. Sur quels points la garantie légale et la garantie commerciale coïncident-elles ?

En plus de quelques prescriptions formelles (dont la fixation écrite sur un support durable), l'article 1649 septies du Code civil dispose que les garanties commerciales ne peuvent affecter les droits légaux du consommateur (§ 2). Une disposition en ce sens doit être reprise de façon explicite dans les conditions de chaque garantie commerciale, y compris si celle-ci est offerte gratuitement aux consommateurs. En effet, le consommateur moyen doit toujours être clairement informé qu'il peut avoir recours non seulement à la garantie commerciale, mais aussi à la garantie légale puisque celle-ci prime en tant que règle générale d'ordre public.

Quand la garantie commerciale est proposée au consommateur sous la forme d'une assurance-garantie, les conditions de l'assurance doivent dès lors mentionner que le consommateur dispose de droits légaux et que l'assurance ne les affecte pas.

L'article VI.2, 5° CDE impose au vendeur de rappeler au consommateur l'existence de la garantie légale de conformité des biens, et le cas échéant l'existence et les conditions des services après-vente et des garanties commerciales.

La loi ne décrit toutefois pas de façon explicite le contenu précis de ce rappel des droits légaux du consommateur. Les conditions générales de vente des garanties commerciales pourraient inclure une disposition similaire à ce qui suit : « *Cette garantie commerciale n'affecte pas les droits légaux du consommateur tels que décrits par la loi du 1^{er} septembre 2004. Outre la garantie commerciale, et conformément aux articles 1649 bis à 1649 octies du Code civil, [le vendeur] couvre également tout défaut de conformité qui existe au moment de la livraison du bien et se manifeste dans un délai de deux ans à compter de la livraison précitée* ».

12. Qu'implique l'obligation d'information lors de l'offre de garanties commerciales ?

L'obligation d'information précontractuelle du vendeur final est reprise à l'article VI.2 CDE. En application de l'article VI.2, 5° CDE, le vendeur final doit rappeler clairement au consommateur l'existence de la garantie légale et, si applicable, l'informer au sujet des garanties commerciales. En cas de vente à distance, les obligations d'information sont définies à l'article VI.45, 12° CDE pour la garantie légale et à l'article VI.45, 13° CDE pour les garanties commerciales.

Le devoir d'information ne concerne pas seulement les produits offerts en vente, mais aussi les garanties commerciales en tant que produit accessoire. Le vendeur doit s'assurer que les informations relatives aux garanties complémentaires et le prix de celles-ci sont présentés de façon suffisamment transparente et dans un langage compréhensible pour le consommateur moyen.

Lors de la phase précontractuelle, les conditions des garanties commerciales doivent être disponibles sur un support durable (Cf. [article I.8, 19° CDE](#) pour la définition) et facile à trouver, également sur le site web.

La rédaction (compréhensibilité) et la présentation doivent être adaptées au niveau du consommateur moyen. Une formulation juridique correcte ne peut constituer un obstacle à la compréhension.

8 Nous nous référons à l'article VI.37, § 1^{er} CDE : *Lorsque toutes ou certaines clauses d'un contrat entre une entreprise et un consommateur sont écrites, ces clauses doivent être rédigées de manière claire et compréhensible.*

§ 2. *En cas de doute sur le sens d'une clause, l'interprétation la plus favorable au consommateur prévaut. Un contrat entre une entreprise et un consommateur peut être interprété notamment en fonction des pratiques commerciales en relation directe avec celui-ci.*

Les conditions générales et particulières des garanties commerciales payantes constituent des informations essentielles pour le consommateur lors de l'achat tant du produit principal que du produit accessoire. Le consommateur doit donc être informé de façon non équivoque sur les garanties extralégales et donc complémentaires. L'information doit permettre à l'acheteur de décider en toute connaissance de cause de souscrire ou non à la garantie supplémentaire.

Lors de la vente à distance (par ex. via une boutique en ligne) aussi bien du produit principal que des garanties payantes en tant que produit accessoire au consommateur, le commerçant doit respecter les obligations spécifiques de la loi sur la société de l'information telles que définies au livre XII CDE (articles 6 et 7), ainsi que d'autres dispositions, comme notamment celles sur le droit de rétractation (articles VI.47 et suivants). Ces obligations ne seront pas abordées plus en détail dans le présent document.

13. Quelles sont les guidelines pour l'obligation générale d'information sur la garantie ?

Le vendeur doit communiquer les informations de l'offre en vente de façon claire et compréhensible, au niveau d'un consommateur moyen (voir article VI.37, § 2 CDE). Les informations

« Créer les conditions d'un fonctionnement compétitif, durable et équilibré du marché des biens et services en Belgique. »

ne peuvent pas davantage être trompeuses. Au niveau de l'évaluation, il s'agit parfois d'une question d'appréciation. Selon la teneur générale de la jurisprudence, la loi doit toutefois être interprétée en faveur du consommateur étant donné que c'est habituellement lui qui est en position de faiblesse.

La question de savoir si le devoir d'information précontractuelle du vendeur est une obligation d'efforts ou de résultats requiert une réponse nuancée. S'il s'agit par ex. de la mention légalement obligatoire du droit de rétractation lors d'une vente à distance, de la mise à disposition d'un modèle de formulaire pour exercer ce droit de rétractation ou de l'obligation de mentionner dans les garanties commerciales qu'elles « n'affectent en rien les droits légaux du consommateur », il y a clairement une obligation de résultats.

D'autre part, on peut attendre du consommateur moyen qu'il fasse lui aussi un effort pour s'informer au préalable, certainement si ces informations sont facilement accessibles et mises à sa disposition dans un langage compréhensible. Internet offre des possibilités autrefois inimaginables de s'informer en détail avant de prendre une décision d'achat.

Même dans le cas d'une vente classique en magasin avec contact en face à face, le vendeur professionnel doit dûment informer le consommateur, entre autres via l'entretien de vente. Une référence aux conditions générales de vente sur le site web n'est pas suffisante lorsque l'achat a lieu dans un point de vente.

La communication peut également être adaptée au médium utilisé et tenir compte du produit concerné. La communication en cas de vente de produits ICT via une boutique en ligne ne se déroule pas de la même manière que lorsqu'il s'agit d'un achat dans un magasin spécialisé. Conformément aux usages en matière de commerce, le devoir d'information sur des produits pour lesquels le service après-vente joue un rôle important est concrétisé d'une autre manière que dans le cas de biens qui ne posent aucun problème. Le devoir d'information du vendeur va de pair avec l'obligation d'efforts du consommateur de mettre à profit de façon optimale les informations disponibles avant de prendre sa décision d'achat.

Les informations obtenues doivent donner au consommateur une image claire de ce qu'il peut attendre de son achat. Cela renvoie également implicitement au concept de « livraison conforme » qui figure à l'article 1649^{quater} du Code civil et revêt une grande importance pour les règles en matière de garantie.

14. Quelles sont les guidelines pour l'offre de garanties payantes ?

Vous trouverez ci-dessous quelques guidelines (à situer dans le cadre des exigences légales formelles) devant favoriser une application correcte de la loi sur la garantie et de la directive UE 2011/83 sur les droits des consommateurs.

1. La garantie commerciale mentionne expressément le nom et l'adresse du garant ainsi que les conditions de sa mise en œuvre (article 1649^{septies} du Code civil).
2. Les conditions des garanties commerciales doivent être disponibles au préalable pour le consommateur, sur un support durable, avant que l'achat ait lieu.
3. Les conditions de la garantie commerciale doivent être formellement lisibles (Cf. taille de caractères trop petite dans les conditions générales) et facilement consultables, même lorsqu'elles sont placées sur le site web.

4. Lors de la vente à distance de garanties payantes, le consommateur doit, à chaque instant de la procédure de commande, trouver la référence aux informations sur les droits légaux du consommateur qu'impose la loi (article VI.45 CDE).
5. Les conditions des garanties commerciales doivent être rédigées dans un langage clair et compréhensible pour le consommateur moyen. Les conditions doivent être disponibles dans la langue du marché géographique visé.
6. Lorsque la garantie commerciale prend la forme d'une assurance-garantie, le consommateur doit être clairement informé, avant la conclusion de la vente, qu'il s'agit d'une assurance avec paiement d'une prime. Outre une description claire des garanties, des limitations et des exclusions, l'acheteur doit être clairement informé de la portée, des modalités de résiliation, de la franchise éventuelle en cas de sinistre et de la limitation de la cessibilité, et il doit savoir à qui s'adresser afin d'avoir recours à l'assurance dans le cadre d'une réclamation en dommages et intérêts. Les coordonnées de l'assureur, et le cas échéant du courtier en assurances, doivent être mentionnées. Ces données doivent être considérées comme essentielles pour le consommateur (cf. le devoir d'information précontractuelle du vendeur final au sujet des caractéristiques principales du produit accessoire) et doivent permettre à l'acheteur de prendre la bonne décision d'achat.
7. Les informations se limitent parfois à un texte commercial racoleur constituant une invitation à l'achat. Les conditions générales des garanties commerciales payantes ne sont pas toujours disponibles à l'avance ni publiées sur le site web. L'acheteur ne les reçoit parfois qu'après la signature du contrat, ce qui peut être considéré comme une forme d'omission trompeuse.
8. Les conditions et la description de la garantie commerciale doivent expliquer les caractéristiques distinctives et ne peuvent induire le consommateur en erreur quant aux droits légaux dont il bénéficie en vertu de la garantie légale et des règles relatives aux vices cachés à l'échéance de celle-ci (cf. article 1649septies du Code civil). Les caractéristiques qui divergent de ce qui est déjà prévu conformément à la garantie légale doivent clairement ressortir de la description des garanties commerciales payantes. Démontrer la plus-value de ces garanties peut constituer un argument de vente afin de convaincre le consommateur que les garanties complémentaires répondent à son besoin personnel. Cela doit également permettre à l'acheteur de prendre une décision informée.
9. Il ne peut y avoir aucune tromperie du fait de l'omission volontaire d'informations de nature à jouer un rôle déterminant dans le choix du consommateur de procéder ou non à l'achat (omission trompeuse).
10. Il ne peut y avoir aucune tromperie dans les formulations employées visant à favoriser l'achat de garanties payantes. Le consommateur ne peut avoir l'impression qu'il doit conclure une garantie commerciale payante complémentaire pour pouvoir bénéficier d'une garantie pour les défauts de conformité à la livraison.
11. La garantie légale ne peut être présentée comme une « faveur » ou un avantage supplémentaire pour l'acheteur. Un vendeur de voitures d'occasion peut par ex. faire de la publicité pour la garantie prolongée de 2 ans pour des véhicules « presque neufs », mais il ne peut pas inclure le slogan « 1 an de garantie » dans la publicité étant donné que le délai d'un an minimum pour les biens de seconde main est imposé par les règles légales.

« Créer les conditions d'un fonctionnement compétitif, durable et équilibré du marché des biens et services en Belgique. »

12. Il arrive qu'un contrat d'entretien soit proposé au consommateur en plus de l'assurance-garantie (par ex. lors de la vente de voitures neuves). Les deux sont parfois repris sur un seul contrat. La présentation de tels contrats de services complémentaires ne peut être trompeuse et les dispositions de ceux-ci ne peuvent affecter les droits légaux du consommateur.
13. Les informations doivent clairement faire la distinction entre les différentes formes de garanties commerciales complémentaires. Certains vendeurs font de la publicité pour des garanties étendues et/ou prolongées mais une vérification des conditions révèle qu'il s'agit de garanties du fabricant. Le garant n'est pas le vendeur mais le fabricant ou son importateur. Cela peut entraîner une confusion chez l'acheteur si le vendeur final ne communique pas clairement à ce sujet.
14. Si l'acheteur veut prendre connaissance des dispositions en matière de garantie, bien souvent, il doit chercher les conditions à plusieurs endroits sur le site web. Les informations sont souvent disséminées et communiquées sans suite cohérente dans les diverses conditions générales de vente, les conditions de réparation et les conditions des garanties commerciales.

Les conditions des garanties commerciales peuvent également varier d'un groupe de produits à l'autre (notamment les délais, les garanties, la prise en compte de l'usure lors du remplacement ou du remboursement, les tarifs, la franchise, etc.) et il n'est donc pas toujours facile pour un consommateur moyen d'obtenir un aperçu bien clair de ce qu'inclut au juste la garantie. Il est important que les informations sur la garantie (la garantie légale et les dispositions contractuelles des garanties complémentaires) soient présentées dans un ensemble cohérent à un endroit facilement accessible sur le site web. La transparence de la présentation, du contenu et de la forme doit répondre à l'exigence de clarté et de compréhensibilité de l'article VI.37, § 1^{er} CDE.

15. Le consommateur ne peut en aucun cas être obligé de souscrire à des garanties complémentaires moyennant paiement. La conclusion éventuelle de garanties supplémentaires payantes ne peut pas davantage avoir d'impact sur les règles de garantie dans la pratique lorsqu'il s'agit de défauts de conformité au sens de la garantie légale. Une communication suffisamment transparente à ce sujet doit renforcer la confiance du consommateur et conduire à une situation win-win pour le vendeur et le consommateur.
16. La garantie légale, la garantie commerciale du vendeur (considérée comme un complément à la première) et la garantie fabricant coïncident généralement dans la pratique. La relation entre elles n'est pas évidente à comprendre pour le consommateur moyen. Il doit être clair pour le consommateur qu'il peut en première instance invoquer la garantie légale du vendeur. Les règles légales sont d'ordre public et priment donc sur les dispositions contractuelles des garanties complémentaires.
17. Certains vendeurs se « cachent » derrière la garantie du fabricant (souvent limitée à 1 an, comme par exemple lors de la vente de GSM et de multimédia) dans leur communication et/ou renvoient les consommateurs directement vers le fabricant ou les services de réparation agréés sans fournir de service clientèle propre. Cela peut donner au consommateur l'impression que ce n'est pas le vendeur final mais le fabricant qui doit assumer la garantie.

Comme déjà expliqué, le vendeur final est le responsable juridique du devoir de garantie légale. Dans l'esprit de la loi, le consommateur doit pouvoir s'adresser au vendeur pour son problème de garantie, et ce dernier doit fournir le service après-vente nécessaire et faire preuve de diligence professionnelle. La loi n'interdit pas de sous-traiter certaines tâches des règles de garantie (l'envoi, le retrait, la réparation, etc.) à des tiers. Toutefois, le consommateur ne peut rencontrer aucun obstacle ni inconvénient majeur dans l'organisation de la garantie (Cf. article 1649 *quinquies*, § 2 du Code civil). Le vendeur final doit communiquer de façon transparente et non équivoque au sujet de la procédure à suivre par le consommateur.

18. En application de l'article art VI.2, 5° CDE, le vendeur doit rappeler au consommateur l'existence de la garantie légale. Lors de toute communication écrite sur l'offre en vente et l'achat en lui-même, le consommateur devrait être informé au préalable de l'obligation de garantie légale pour le vendeur final, du délai de garantie légale de 2 ans pour les biens neufs, des 4 remèdes cités à l'article 1649 *ter* (réparation ou remplacement, réduction de prix ou remboursement) et de la gratuité de la garantie légale. Une référence dans les conditions de vente et/ou via un lien vers la loi sur la garantie elle-même doivent permettre à l'acheteur de s'informer plus en détail sur ses droits légaux en tant que consommateur avant de conclure la vente.

15. Quand est-il question de clauses abusives dans les contrats de vente ?

12

L'article I.8, 22° CDE définit une clause abusive comme suit : « *toute clause ou toute condition dans un contrat entre une entreprise et un consommateur qui, à elle seule ou combinée avec une ou plusieurs autres clauses ou conditions, crée un déséquilibre manifeste entre les droits et les obligations des parties au détriment du consommateur ;* ».

Le caractère abusif d'une clause contractuelle est évalué en tenant compte de toutes les circonstances de la conclusion du contrat, de la nature des produits qui font l'objet du contrat, de toutes les autres clauses du contrat ou d'un autre contrat en lien avec le premier. C'est le moment auquel le contrat a été conclu avec le consommateur qui compte pour l'évaluation de l'aspect abusif.

L'évaluation de l'aspect abusif des clauses contractuelles ne porte pas sur l'objet véritable du contrat, ni sur l'équivalence entre d'une part le prix et d'autre par les biens ou les services à fournir en contre-prestation, du moins tant que ces clauses sont rédigées de façon claire et compréhensible.

Outre la définition générale de « clauses abusives » (article I.8, 22° CDE), il existe également une liste des clauses interdites (article VI.83 CDE). La liste des clauses interdites contient une trentaine de clauses réputées abusives et ne pouvant jamais figurer dans les contrats de consommation.

16. Quelles dispositions relatives à la garantie sont abusives ?

L'article VI.83, 14° et 15° CDE porte sur les clauses abusives en matière de garantie légale.

« Art. VI.83. Dans les contrats conclus entre une entreprise et un consommateur, sont en tout cas abusives, les clauses et conditions ou les combinaisons de clauses et conditions qui ont pour objet de :

14° supprimer ou diminuer la garantie légale en matière de vices cachés, prévue par les articles 1641 à 1649 du Code civil, ou l'obligation légale de délivrance d'un bien conforme au contrat, prévue par les articles 1649bis à 1649octies du Code civil ;

15° fixer un délai déraisonnablement court pour signaler à l'entreprise des défauts dans le produit livré ; »

Doivent donc être interprétés comme une limitation des droits légaux du consommateur :

- **Limiter la garantie à un délai inférieur** aux délais légaux : 2 ans pour les biens neufs et au moins 1 an pour les biens de seconde main. Il s'agit des délais minimums fixés par la directive UE 1999/44/CE ;
- **Ne pas prolonger le délai de garantie en cas de réparation ou de remplacement** ou pendant la période de négociations en vue d'un règlement amiable. Dans ces cas, le délai de garantie légale est prolongé (Cf. article 1649quater, § 1^{er}, du Code civil). Les dispositions qui portent atteinte à ce qui précède sont abusives ;
- Limiter la garantie aux **pièces uniquement**. La loi prévoit expressément une réparation ou un remplacement gratuit pour le consommateur. Il ne peut donc pas y avoir de frais facturés pour l'envoi/le retrait, l'administration et l'analyse, les heures de travail, le déplacement, etc. dans le cas de défauts couverts par la garantie légale ;
- Limiter garantie légale en fixant sa **date de début** à celle mentionnée sur le bon de commande ou le contrat d'achat en cas de livraison différée. Le délai de garantie légale doit commencer à courir à partir de la date de la livraison ou de l'installation et non de celle du contrat d'achat ;
- Ajouter des conditions supplémentaires telles que l'obligation de renvoyer le bien défectueux dans son **emballage d'origine**. L'utilisation de l'emballage d'origine peut être recommandée puisqu'il a été spécifiquement développé pour le transport de l'article et la protection de celui-ci contre les dégâts, mais ne peut être imposée en tant que condition pour le recours à la garantie légale ;
- Imposer **certaines conditions complémentaires** telles que la présentation du **certificat de garantie** du fabricant ou de la facture d'achat originale. Le consommateur peut fournir la preuve d'achat par tous les moyens de droit commun. Le vendeur doit également accepter le bon de commande, le bon de livraison, une copie de l'extrait de compte ou de l'état des dépenses de la compagnie de carte de crédit en tant que preuve du paiement. On peut toutefois conseiller de bien conserver la preuve d'achat (ticket de caisse, facture d'achat) et d'éventuellement en faire une copie (papier photosensible utilisé pour l'impression des tickets de caisse) ;

- Exclure ou restreindre la garantie légale sur les **accessoires**. Le champ d'application de la garantie légale concerne le bien et tous ses éléments (batterie d'un ordinateur portable, télécommande d'une télévision...). Les clauses qui, par ex., limitent formellement à 6 mois la garantie sur certains accessoires sont abusives au sens de la loi ;
- Fixer un délai de **moins de 2 mois** pour signaler les défauts de conformité au vendeur. L'article 1649^{quater}, § 2 du Code civil fixe le délai légal minimum à 2 mois à dater du jour où le consommateur a constaté le défaut de conformité en application de la loi sur la garantie ;
- L'article 1649^{quater}, § 1^{er}, 2^e alinéa du Code civil dispose que le délai de 2 ans est **suspendu pendant le temps nécessaire à la réparation ou au remplacement** du bien, ou en cas de négociations entre le vendeur et le consommateur en vue d'un accord amiable (Cf. clauses abusives du type « la réparation du matériel sous garantie ne prolonge aucunement la garantie ») ;
- A l'échéance de la période de garantie légale, le consommateur peut toujours se prévaloir des règles relatives aux défauts cachés figurant aux articles 1641 à 1649 du Code civil. Les dispositions précisant que plus aucune garantie n'est applicable après ce délai doivent être interprétées comme une restriction des droits légaux du consommateur ;
- Exclure ou limiter la **possibilité de réclamer des dommages et intérêts complémentaires** conformément à l'article 1649^{quinquies}, § 1^{er} du Code civil. Les clauses qui limitent ou excluent la responsabilité (ce que l'on appelle les clauses d'exonération) peuvent être considérées abusives. Toutefois, il est généralement accepté que les vendeurs finaux et leurs réparateurs ne puissent être tenus responsables de la perte de données sur des GSM, smartphones et ordinateurs portables. Le consommateur est censé prendre les mesures préventives nécessaires, notamment en réalisant des back-ups. Le vendeur doit assumer les dommages directs (par ex. la valeur du contenu dégelé d'un congélateur défectueux) mais pas les dommages indirects (par ex. le fait de rater des appels téléphoniques en raison d'un GSM défectueux) ;
- Les clauses stipulant que la garantie légale n'est **pas cessible** à un nouvel acheteur sont abusives. En application du principe juridique selon lequel « l'accessoire suit le principal », lors de la cession du bien, la garantie légale passe au nouveau propriétaire. Ce dernier peut encore faire valoir ses droits de garantie légale au vendeur final en présentant la preuve de l'achat initial du premier acheteur. Si une voiture est achetée à un commerçant professionnel (relation B2C) puis revendue entre particuliers (relation C2C), avec ou sans paiement d'un prix, le dernier acheteur peut, en tant que consommateur, exercer son droit à une garantie légale auprès du vendeur professionnel, même s'il n'existe aucun lien contractuel direct entre eux ;
- Déterminer qu'en cas de dissolution de la vente, un remboursement n'est possible que sous la forme d'**un bon de valeur, sans laisser le choix au consommateur**. Ceci peut être interprété comme un paiement « en nature » mais en cas de dissolution de la vente, le consommateur doit avoir droit à un remboursement « en espèces » s'il le souhaite ;

« Créer les conditions d'un fonctionnement compétitif, durable et équilibré du marché des biens et services en Belgique. »

- Exclure la garantie légale ou proposer des garanties payantes si celles-ci prévoient moins de droits que la garantie légale ou n'ont aucune plus-value par rapport à ce que prévoit déjà la loi sur les achats par les consommateurs. Les garanties payantes complémentaires doivent prévoir des protections extralégales, sans quoi elles peuvent être considérées comme une pratique commerciale déloyale ;
- Quelques entreprises utilisent certaines **données de la carte d'identité** pour la gestion administrative des garanties et le suivi ultérieur de la clientèle. Refuser la lecture de la carte d'identité ne peut entraîner aucune limitation du droit à la garantie légale. Demander la carte d'identité n'est pas interdit en soi si le consommateur donne son accord. L'entreprise doit toutefois s'en tenir aux prescriptions de la loi sur la protection de la vie privée (notamment l'enregistrement auprès de la Commission vie privée). Le consommateur peut fournir la preuve de son achat d'une autre façon (ticket de caisse, facture d'achat...). Son achat et son identité ne doivent pas être enregistrés via le lecteur de carte pour qu'il puisse exercer son droit à la garantie légale ; ...

Nous rappelons l'application de l'article 1649octies du Code civil : « Sont nuls les clauses contractuelles ou les accords conclus avant que le défaut de conformité ne soit porté à l'attention du vendeur par le consommateur et qui, directement ou indirectement, écartent ou limitent les droits accordés au consommateur par la présente section ». Ce n'est pas parce que certaines clauses relatives à la garantie doivent être considérées abusives que le contrat de vente est nul pour autant. [Article VI.84, § 1^{er} CDE : « Toute clause abusive est interdite et nulle. Le contrat reste contraignant pour les parties s'il peut subsister sans les clauses abusives »].

15

17. Le vendeur final peut-il renvoyer le consommateur vers le fabricant ?

Certains vendeurs finaux renvoient le consommateur directement au fabricant ou à son importateur pour la garantie. Ceux-ci sont parfois établis à l'étranger. Ce n'est pas le vendeur mais le fabricant qui définit la procédure à suivre par le consommateur. L'intervention du vendeur lui-même dans le processus de garantie est souvent réduite à un minimum ou est même inexistante.

Il ne peut y avoir aucun doute pour le consommateur moyen que le devoir de garantie légale n'incombe pas au fabricant mais bien au vendeur final. Dans le cadre de garanties complémentaires payantes (notamment la garantie fabricant), des conditions divergentes peuvent effectivement être prévues mais elles ne peuvent pas affecter les droits légaux du consommateur tant que la garantie légale est applicable.

Certains vendeurs finaux mentionnent une garantie prolongée (par ex. 3 ans) sans indiquer clairement qui est le garant. Le concours de la garantie légale (2 ans) et de la garantie commerciale prolongée (en pratique, souvent une garantie fabricant) peut, chez un consommateur moyen, être source de confusion quant au point de contact en cas de litige de garantie. Pendant le délai de garantie légale, le vendeur devrait être le premier interlocuteur pour les défauts de conformité à la livraison.

La garantie fabricant dont le vendeur fait la promotion dans les médias publicitaires, sur son site internet et dans la vitrine du magasin doit répondre aux dispositions de l'article 1649septies.

18. Quelles sont les dispositions pénales prévues en cas de pratiques commerciales déloyales concernant la garantie ?

Les dispositions pénales pour les pratiques commerciales déloyales figurent dans le livre XV du CDE, aux articles XV.83 et XV.84 CDE.

Les infractions dans ce cadre sont sanctionnées au pénal par une amende pouvant atteindre 60.000 euros voire 150.000 euros en cas de mauvaise foi.

En ce qui concerne les dispositions légales sur la garantie, les infractions pénales peuvent être sanctionnées sur la base des articles VI.83, 14°, VI.94, VI.95 et VI.97, 7° du CDE. Les montants des amendes sont définis à l'article XV.70 CDE.

Art. XV.70. Les infractions aux dispositions du présent Code sont punies d'une sanction pouvant aller du niveau 1 au niveau 6. La sanction de niveau 1 est constituée d'une amende pénale de 26 à 5.000 euros. La sanction de niveau 3 est constituée d'une amende pénale de 26 à 25.000 euros.

16

Ces montants doivent encore être majorés de ce que l'on appelle les décimes additionnels, soit x 8 pour 2017. L'amende pour le niveau de sanction 2 s'élève donc à minimum 208 euros et à maximum 80.000 euros. Lorsqu'il est question de mauvaise foi, la sanction de niveau 3 est applicable.

Cette problématique des dispositions pénales, la possibilité d'avertissement préalable et le règlement transactionnel ne seront pas évoqués plus en détail ici. Nous vous renvoyons vers le livre XV CDE sur l'application de la loi.

19. Quel est l'intérêt pour l'entreprise de bien traiter les plaintes en matière de garantie ?

Les litiges sur l'application de la garantie constituent une préoccupation prioritaire de nombreux consommateurs, comme le démontrent les chiffres qui figurent dans les [rapports annuels](#) de l'Inspection économique, du [Service de médiation pour le consommateur](#) et des organisations de consommateurs.

Un traitement des plaintes efficace au sein de l'entreprise permet d'éviter les clients mécontents. Le fonctionnement du service interne de réclamation est donc un indicateur important de la satisfaction client pour l'entreprise.

20. Un numéro de téléphone surtaxé peut-il être utilisé dans le cadre de la garantie ?

La garantie est un devoir accessoire du vendeur final et s'insère dans le cadre du contrat de vente conclu. Mentionner un numéro de téléphone aux tarifs normaux pour le service clientèle est obligatoire, conformément à l'article XVI.2 CDE. L'utilisation de numéros surtaxés est interdite en application de l'article VI.40 CDE

Le commerçant disposant d'un site web doit également avoir une adresse mail : le consommateur doit pouvoir transmettre sa plainte via ce canal. Un formulaire de réponse ou de plainte est également autorisé sous certaines conditions ([Guidance Livre XVI](#)). Vu le moyen de communication, même un mail avec accusé de réception doit être possible dans le cadre de la procédure de réclamation.

Art. XII.6. § 1er CDE. Sans préjudice des autres exigences légales et réglementaires en matière d'information, tout prestataire d'un service de la société de l'information assure un accès facile, direct et permanent, pour les destinataires du service et pour les autorités compétentes, au moins, aux informations suivantes : (1) nom, (2) adresse et (3) ses coordonnées, y compris son adresse de courrier électronique, permettant d'entrer en contact rapidement et de communiquer directement et efficacement avec lui.

21. Existe-t-il également des règles légales pour le traitement des plaintes par les entreprises ?

Dans ce cadre, nous souhaitons attirer l'attention sur certaines dispositions légales importantes concernant le traitement des plaintes au sein de l'entreprise et le règlement alternatif des litiges (RAL).

L'article VI.2, 5° CDE dispose que le vendeur doit rappeler au consommateur l'existence de la garantie légale et, le cas échéant, d'un service après-vente et de garanties commerciales, ainsi que les conditions y afférentes ;

Nous rappelons l'application des articles XVI.2, XVI.3 et XVI.4 du Livre XVI « Règlement extrajudiciaire des litiges de consommation » du Code de droit économique, qui prévoient expressément que les entreprises doivent informer les consommateurs sur le traitement des réclamations et les possibilités de règlement extrajudiciaire des litiges. Le traitement de la plainte est une obligation d'efforts : l'entreprise doit pouvoir démontrer que les efforts nécessaires ont été faits afin de régler le litige de garantie à l'amiable. L'entreprise a le devoir de démontrer qu'elle a satisfait aux exigences des articles XVI.2 à XVI.4 CDE. et que les informations fournies sont correctes ([Guidance Livre XVI](#)).