

## Guidelines

Indication des prix dans les salons de coiffure

## Table des matières

Introduction .....	3
1. Quelles informations dois-je afficher concernant mes services ?.....	4
2. Que dois-je inclure dans mes prix ?.....	4
3. Si je propose un forfait, comment dois-je en indiquer le prix ? .....	4
4. Quid si le client me demande un service personnalisé ?.....	5
5. Comment dois-je facturer plusieurs services cumulés ? .....	5
6. Comment dois-je indiquer les prix des produits vendus dans le salon ?.....	5
7. Comment appliquer l'arrondi sur les paiements ? .....	5
8. Que dois-je faire en cas de litige ?.....	6
9. Quelle sont les sanctions en cas d'infraction ?.....	6

## Introduction

L'indication des prix dans les transactions commerciales est importante tant pour les entreprises que pour les consommateurs. L'affichage correct des biens et services doit avant tout assurer la transparence nécessaire du marché. Le prix est probablement l'un des motifs d'achat les plus importants. Les consommateurs doivent pouvoir s'informer de manière approfondie avant de prendre une décision d'achat.

Informé le consommateur de façon correcte et claire sur le prix est l'une des plus importantes obligations d'information des entreprises. Cela renforce par ailleurs la confiance des clients.

Vous devez indiquer les prix de manière lisible, bien visible et sans ambiguïté<sup>1</sup>. Le consommateur doit pouvoir en prendre connaissance de l'extérieur, avant d'entrer dans le salon de coiffure<sup>2</sup>.

En pratique, si les tarifs semblent globalement affichés de manière visible et apparente depuis l'extérieur de l'établissement, leur clarté et leur correspondance avec les besoins des clients posent parfois problème.

En effet, les habitudes dans le secteur sont, par exemple, d'afficher le prix d'une coupe ; or, la coupe est généralement accompagnée d'un shampoing obligatoire, **ce qui implique alors un tarif total supérieur** qui n'est pas renseigné. Ceci constitue une infraction à la législation économique<sup>3</sup>, vu que le prix indiqué doit être le prix total à payer, en ce compris la TVA, toutes autres taxes, ainsi que le coût de tous les services à payer obligatoirement en supplément par le consommateur.

Ces guidelines ont pour objectif de rappeler la réglementation mais aussi de donner des réponses précises aux questions pratiques que les professionnels de ce secteur peuvent se poser. Cela devrait bénéficier tant aux entreprises qu'aux consommateurs.

*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> Articles VI.3 à VI.6 du [Code de droit économique](#) (CDE).

<sup>2</sup> Article 14 de l'[arrêté royal du 30 juin 1996 relatif à l'indication du prix](#) des produits et des services et au bon de commande : « Le prix des services homogènes doit être indiqué au moyen d'un tarif apposé d'une manière apparente à un endroit nettement visible de l'extérieur de l'établissement, du local, de l'échoppe ou du véhicule où les services sont offerts en vente. »

<sup>3</sup> Article VI.4 CDE.

## 1. Quelles informations dois-je afficher concernant mes services ?

Les prix des services que vous proposez dans votre salon de coiffure doivent être affichés de manière apparente, claire et lisible depuis l'extérieur de votre établissement. En d'autres mots, **le client ne doit pas être obligé de pénétrer dans le salon pour pouvoir les consulter.**

Bien entendu, il s'agit des services que vous exécutez réellement.

Exemple : si une coupe s'accompagne toujours d'un shampoing, précisez-le. Si vous omettez de le prévoir, vous êtes **obligé de faire cette prestation seule.**

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>.

## 2. Que dois-je inclure dans mes prix ?

Les prix que vous affichez doivent inclure tout ce qui est dû par le consommateur : les taxes bien entendu mais aussi les suppléments obligatoires, comme le shampoing si vous effectuez des coupes sur cheveux mouillés **uniquement.**

## 3. Si je propose un forfait, comment dois-je en indiquer le prix ?

Si vous proposez un forfait, il faut être précis car le consommateur doit comprendre - sans risque de confusion - de quoi il est question et doit pouvoir comparer avec d'autres salons.

Détaillez le contenu du service proposé dans le forfait. **N'oubliez pas d'être très clair en ce qui concerne les enfants et les étudiants** (par exemple, jusqu'à quel âge peut-on être considéré comme un enfant ou un étudiant, quelle est la différence entre les prix pour un garçon ou une fille, pour un étudiant ou une étudiante...).

### Exemples corrects :

- shampoing + coupe = ... euros
- shampoing + coupe + brushing = ... euros
- forfait permanente comprenant shampoing, soin... (à préciser) = ... euros
- shampoing + brushing cheveux courts = ... euros
- shampoing + brushing cheveux longs = ... euros
- shampoing + brushing cheveux mi-longs = ... euros
- options (exemples) :
  - soin pour cheveux gras = ... euros
  - soin chute de cheveux = ... euros
  - formule enfant : garçon jusqu'à 10 ans = shampoing, coupe = ... euros (si différence de prix selon l'âge et le sexe)

---

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

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

**Exemples incorrects** car pas suffisamment précis :

- « prix à partir de ... euros » car il est alors impossible de calculer le prix total que le consommateur devra payer
- « coloration flash »
- « cut and go »
- « permanente » (cela voudrait dire qu'on peut faire une permanente sans shampoing !)

**N'imposez pas un service à vos clients sans les en informer au préalable.**

## 4. Quid si le client me demande un service personnalisé ?

Si vous offrez un service personnalisé (ex. : chignon, pose d'un voile...) et qu'il ne vous est pas possible d'en déterminer le tarif à l'avance **mais que toute demande peut être faite sans engagement**, indiquez-le de manière claire et visible depuis l'extérieur de votre salon.

Etablissez le calcul du service et communiquez-lui verbalement ou, à sa demande, par écrit.

## 5. Comment dois-je facturer plusieurs services cumulés ?

Si un client souhaite combiner plusieurs services, vous devez vérifier que le même service n'est pas tarifé plusieurs fois, car c'est totalement interdit.

Les **mêmes prestations** peuvent se retrouver dans **plusieurs forfaits**. Elles risquent donc d'être facturées deux fois, ce qui n'est pas permis (ex. : le forfait coupe comprenant le shampoing, la coupe et le brushing et le forfait coloration comprenant également le shampoing et le brushing).

## 6. Comment dois-je indiquer les prix des produits vendus dans le salon ?

Le prix des produits vendus dans le salon doit être indiqué de manière lisible, apparente et non-équivoque, ce qui implique que le prix d'un produit situé derrière la caisse doit être directement lisible, sans que le client soit obligé de vous le demander.

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>6</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>7</sup>.

## 7. Comment appliquer l'arrondi sur les paiements ?

Depuis le 1<sup>er</sup> décembre 2019, vous êtes **obligé** d'arrondir le montant total que le consommateur paie en espèces (pièces et billets). Vous devez appliquer l'arrondi sur le montant total à payer au multiple de cinq cents le plus proche.

---

<sup>6</sup> Article VI.18 CDE.

<sup>7</sup> Articles VI.92 et suivants CDE.

Cette obligation vaut seulement pour les paiements en présence physique du consommateur (client particulier). Les ventes à distance (par internet, par exemple) ne sont pas concernées.

Vous avez la possibilité d'opter pour une pratique généralisée de l'arrondi à tous les types de moyens de paiement. Vous devez dans ce cas en informer votre clientèle en affichant dans votre établissement, de manière visible, le texte suivant : « **Le montant total est toujours arrondi (PDF, 524.6 Ko)** ».

Vous trouverez plus d'informations sur les règles en matière d'arrondi sur le [site internet du SPF Economie](#).

## 8. Que dois-je faire en cas de litige ?

Essayez de régler les choses à l'amiable, cela vous évitera une perte de temps, d'argent (coût d'un procès) sans parler de la perte d'un client.

Si un client dépose plainte, nous vous conseillons :

- de lui faire savoir sans délai que vous avez bien reçu la plainte et que vous allez l'examiner ;
- de traiter la plainte dans des délais raisonnables ;
- de communiquer au client le résultat de votre examen :
  - soit vous lui donnez raison et faites ce qu'il souhaite ;
  - soit vous lui donnez (partiellement) raison et formulez une contre-proposition ;
  - soit vous lui donnez tort et expliquez pourquoi.

En cas d'absence de règlement amiable direct, vous devez informer le client qu'il peut s'adresser au [Service de Médiation pour le Consommateur](#).

Dans tous les cas, n'oubliez pas qu'en cas de contrôle par l'Inspection économique, vous devez prouver que vous gérez rapidement ce type de plaintes, donc ménagez-vous des preuves ! (e-mails, fax, courriers, registre...)

Pour en savoir plus, consultez [nos guidelines](#) sur le traitement des plaintes par les entreprises.

Pour plus d'informations sur le règlement amiable des litiges, consultez aussi [Belmed](#), la plateforme en ligne de règlement extrajudiciaire des litiges de nature commerciale. Elle aborde aussi bien les litiges entre commerçants que les litiges entre consommateurs et commerçants (fournisseurs...).

## 9. Quelle sont les 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>8</sup>.

---

<sup>8</sup> Les dispositions relatives aux sanctions figurent dans les articles XV.70, XV.83, XV.85 en XV.85/1 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).

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>9</sup>.

---

<sup>9</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 (article XV.60/20 CDE).