

# Guidelines

Indication des prix dans l'horeca

## Table des matières

|  |    |
|--|----|
| Introduction.....  | 3  |
| 1. Les prix dans l'horeca sont-ils réglementés ? .....   | 3  |
| 2. Quelle est la réglementation générale en matière d'indication des prix ?.....   | 3  |
| 3. Quelle est la réglementation sur l'indication des prix dans l'horeca ?.....   | 4  |
| 4. En tant qu'hôtelier, dois-je aussi indiquer les prix de l'hébergement et du restaurant à un endroit visible de l'extérieur ?..... | 5  |
| 5. La législation s'applique-t-elle aussi aux entreprises de loisirs telles que les campings ?.....                                  | 5  |
| 6. Comment dois-je indiquer les prix de mes services hôteliers ? .....   | 5  |
| 7. Une information orale, entre autres sur les prix, par ex. à la réception de l'hôtel, est-elle suffisante ?.....                   | 6  |
| 8. Je vends plus de 200 sortes de bières : dois-je en communiquer le prix à l'extérieur de mon établissement commercial ? .....      | 6  |
| 9. En tant que patron d'un café ou qu'exploitant d'un restaurant, dois-je disposer d'une liste de prix et/ou d'une carte ? .....     | 6  |
| 10. En tant qu'exploitant horeca, dois-je indiquer les prix sur chaque terrasse ?.....   | 7  |
| 11. Que sont les services homogènes et non homogènes dans l'horeca ? .....   | 7  |
| 12. Suis-je obligé de mentionner des prix tout compris ?.....  | 8  |
| 13. Suis-je obligé de mentionner expressément que mes prix sont « TVA et service » compris ?   | 8  |
| 14. Comment appliquer l'arrondi sur les paiements ?.....   | 8  |
| 15. Suis-je obligé de mentionner le prix au litre sur la carte des boissons ?.....   | 9  |
| 16. Qu'en est-il des prix du jour pour certains plats ? .....  | 9  |
| 17. Comment dois-je indiquer les prix lors de la réservation en ligne de services d'hébergement et de services hôteliers ?.....      | 9  |
| 18. Y a-t-il des obligations d'information particulières en cas de réservation en ligne ?.....                                       | 10 |
| 19. Quelles sont les sanctions en cas d'infraction ? .....   | 10 |

## Introduction

L'indication des prix dans les commerces est importante aussi bien pour les entreprises que pour le consommateur. Un affichage correct du prix des biens et des services doit en premier lieu garantir la transparence nécessaire du marché. Le prix est en effet un des principaux motifs d'achat pour le consommateur. Les consommateurs doivent pouvoir s'informer de façon approfondie avant de prendre une décision d'achat. Ceci est important non seulement lors de la réservation d'une chambre d'hôtel, mais aussi lors d'une simple visite dans un restaurant ou un café.

Une information correcte et claire sur le prix à payer constitue une des obligations principales d'information régies par la loi pour les entreprises. Une communication ouverte à ce sujet renforce la confiance du client.

Le but de ces guidelines est d'expliquer la réglementation sur l'indication des prix et de contribuer à une application plus correcte, ce qui bénéficiera 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.*

## 1. Les prix dans l'horeca sont-ils réglementés ?

Dans l'horeca, il n'existe aucune réglementation sur les prix imposée par les autorités. Les entrepreneurs sont donc libres de déterminer leurs prix compte tenu des circonstances du marché (usages commerciaux, concurrence, image de marque de l'établissement, groupe-cible...) et de considérations économique-financières (prix de revient, marges...).

En clair, la loi n'impose aucun prix de vente minimum ou maximum dans l'horeca. Il n'y a par exemple pas de prix imposé pour la bière pour les exploitants de café, et le montant que vous pouvez demander pour vos services (les tarifs), en tant qu'exploitant, n'est pas régi par les autorités.

Il existe toutefois des règles à respecter concernant la façon dont les prix doivent être indiqués.

## 2. Quelle est la réglementation générale en matière d'indication des prix ?

La législation sur l'indication des prix se trouve dans le Code de droit économique (CDE)<sup>1</sup>.

Quiconque vend des biens ou des services homogènes à des consommateurs doit communiquer ses prix au préalable. Le prix doit être indiqué par écrit et de façon non équivoque.

Le prix mentionné doit être indiqué au moins en euro et il doit s'agir du prix total, en ce compris la TVA, toutes autres taxes, ainsi que tous les frais supplémentaires obligatoires.

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>2</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>3</sup>.

<sup>1</sup> Dans les articles VI.3, VI.4, VI.5 et VI.6 CDE.

<sup>2</sup> Article VI.18 CDE.

<sup>3</sup> Articles VI.92 et suivants CDE.

En général, les services offerts dans le secteur de l'horeca sont des services homogènes, à savoir des services « standard » dont le prix peut être inscrit sur une liste de prix. S'il s'agit toutefois de *services non homogènes*, le consommateur a le droit de demander un devis au préalable<sup>4</sup>. Plus loin, au point 11, vous trouverez plus d'informations sur les services homogènes et non homogènes dans l'horeca.

Lorsque l'exécution du service a lieu à une date ultérieure et que le consommateur a payé un acompte, vous devez établir un bon de commande. C'est le cas quand, par ex., la date d'un mariage est réservée auprès d'un restaurateur qui exploite en annexe une salle de fête. Dans ce cas, il s'agit aussi d'un service non homogène et le consommateur a le droit de demander un devis au préalable<sup>5</sup>.

### 3. Quelle est la réglementation sur l'indication des prix dans l'horeca ?

Un arrêté royal<sup>6</sup> régit spécifiquement pour le secteur horeca l'indication des tarifs dans les établissements qui offrent de l'hébergement, des repas, des plats ou des boissons.

Cet arrêté s'applique uniquement aux entreprises où les services peuvent être consommés dans l'établissement commercial, comme les cafés, les restaurants et les hôtels. Les entreprises qui n'offrent aucune possibilité de consommer sur place (par exemple les restaurants de plats à emporter) tombent sous le coup des règles habituelles d'indication des prix.

Quiconque offre de l'hébergement, des repas, des plats ou des boissons doit indiquer par écrit, d'une manière lisible, apparente et non équivoque, le prix de ces services, à un endroit nettement visible de l'extérieur de l'établissement commercial<sup>7</sup>.

La communication à un endroit nettement visible de l'extérieur de l'établissement commercial implique que le consommateur doit pouvoir consulter les prix avant de pénétrer dans l'établissement. Ceci peut se faire en indiquant les prix à l'extérieur du bâtiment, par exemple via un panneau sur la façade ou via l'affichage du tarif derrière la fenêtre à l'entrée, mais ça ne doit pas être nécessairement le cas.

Le concept d'« extérieur de l'établissement commercial » doit être compris comme étant à l'entrée de l'endroit où les services sont proposés et consommés (la salle de café ou de restaurant proprement dite). L'indication des prix peut aussi figurer à un autre endroit où le consommateur doit passer pour se rendre dans l'établissement commercial, par exemple dans le hall d'entrée même qui donne accès au café ou au restaurant.

Pour les établissements horeca avec différentes parties, tels qu'un café-restaurant ou un hôtel-restaurant, une indication bien visible des prix à l'entrée de la partie concernée suffit.

Toute entreprise qui offre des repas, des plats ou des boissons peut limiter l'indication du prix des boissons offertes à un endroit nettement visible de l'extérieur aux boissons les plus représentatives pour chaque catégorie. L'entreprise met à disposition du consommateur, à l'intérieur de l'établissement commercial, une liste de prix complète de tous les repas, plats et boissons offerts<sup>8</sup>.

---

<sup>4</sup> Article VI.7, 3° CDE.

<sup>5</sup> L'arrêté royal du 30 juin 1996 relatif à l'indication du prix des produits et des services et au bon de commande régit les exigences légales applicables lors de la rédaction d'un devis et d'un bon de commande.

<sup>6</sup> Arrêté royal du 7 décembre 2016 relatif à l'indication des prix dans le secteur horeca.

<sup>7</sup> Article 1<sup>er</sup> de l'arrêté royal du 7 décembre 2016.

<sup>8</sup> Article 3 de l'arrêté royal du 7 décembre 2016.

## 4. En tant qu'hôtelier, dois-je aussi indiquer les prix de l'hébergement et du restaurant à un endroit visible de l'extérieur ?

Les entreprises proposant un hébergement (hôtels) peuvent déroger au principe général d'indication des prix à un endroit nettement visible de l'extérieur de l'établissement commercial<sup>9</sup>. Il est donc permis d'indiquer les prix uniquement à l'intérieur de l'établissement commercial.

L'indication des prix à l'intérieur de l'établissement commercial doit toutefois avoir lieu à un endroit librement accessible pour le consommateur. Le but est que le consommateur puisse entrer dans un hôtel et consulter sans aucune obligation la liste des prix, par exemple à la réception ou à l'entrée, sans devoir faire d'effort particulier.

L'indication du prix des plats et boissons offerts dans le restaurant ou au bar de l'hôtel peut par exemple avoir lieu dans le hall de l'hôtel, si le restaurant et/ou le bar est exclusivement accessible via le hall, ou est disponible uniquement pour les clients de l'hôtel. Dans ce cas, le prix des plats et boissons ne doit donc pas être affiché à l'entrée principale de l'hôtel.

## 5. La législation s'applique-t-elle aussi aux entreprises de loisirs telles que les campings ?

Toutes les entreprises proposant un hébergement sont couvertes par la législation. Cela ne concerne pas seulement les hôtels mais aussi les entreprises du secteur du tourisme récréatif telles que par ex. les campings, les auberges de jeunesse, la location de chalets ou de tentes aménagées.

La règle générale est que les entreprises qui offrent de l'hébergement, des repas, des plats ou des boissons doivent en indiquer le prix par écrit, d'une manière lisible, apparente et non équivoque, à un endroit nettement visible de l'extérieur de l'établissement commercial. Une exception à cette règle est prévue pour les entreprises qui proposent de l'hébergement. Dans ce cas, l'indication des prix peut se faire à l'intérieur de l'établissement commercial, à un endroit librement accessible pour le consommateur.

## 6. Comment dois-je indiquer les prix de mes services hôteliers ?

Le prix de l'hébergement doit être indiqué par type de séjour. Cela signifie que l'indication des prix ne doit pas porter uniquement sur le type de chambre (prix pour une chambre seule, double, avec balcon, etc.), mais aussi sur la formule de séjour offerte (prix pour l'hébergement seul, pour l'hébergement avec petit-déjeuner ou l'hébergement avec pension complète ou demi-pension).

En plus du prix par type de chambre et de séjour, vous devez aussi mettre à la disposition du consommateur le prix de tous les autres services que vous proposez (par ex. le service de chambre, le téléphone, une liaison internet, un service de lessive et de repassage, etc.).

Le prix par type de chambre et de séjour ne doit pas être affiché à l'extérieur mais peut également être indiqué à l'intérieur même de l'établissement commercial (par ex. dans le hall d'accueil, à la réception).

L'entreprise est libre de déterminer l'endroit où le consommateur peut consulter les informations relatives aux autres services (d'ordre plutôt facultatif). Cela peut être dans la chambre même (par exemple via une brochure, le canal d'information à la télévision...) ou à la réception.

Mettre les tarifs à disposition via internet uniquement ne suffit pas : le consommateur doit pouvoir prendre connaissance des prix avant d'utiliser le service.

<sup>9</sup> Article 2 de l'arrêté royal du 7 décembre 2016.

Pour la vente de biens, les règles générales en matière d'indication des prix sont applicables (voir la question 2). C'est ainsi que l'indication du prix des boissons contenues dans le minibar doit se faire conformément à ces règles.

## 7. Une information orale, entre autres sur les prix, par ex. à la réception de l'hôtel, est-elle suffisante ?

Le fait que le prix puisse être demandé oralement à la réception n'est pas suffisant : vous devez indiquer les prix par écrit<sup>10</sup>. « Écrit » ne signifie toutefois pas nécessairement « sur papier » : les nouvelles technologies de l'information permettent d'informer correctement le consommateur via d'autres supports d'information que le papier (par ex. displays électroniques). Vous ne pouvez cependant pas renvoyer le consommateur vers des tarifs consultables sur le site internet<sup>11</sup>. Le consommateur doit donc pouvoir consulter gratuitement les tarifs sur place, sans devoir faire d'effort particulier. Pour ce qui concerne l'indication des prix spécifique aux réservations en ligne, nous renvoyons vers les questions 17 et 18.

## 8. Je vends plus de 200 sortes de bières : dois-je en communiquer le prix à l'extérieur de mon établissement commercial ?

À l'entrée, l'indication du prix des boissons peut se limiter aux boissons les plus représentatives pour chaque catégorie (par exemple boissons rafraîchissantes, boissons chaudes, bières, vins, boissons fortes...)<sup>12</sup>.

La répartition en catégories dépend de l'offre de votre entreprise. Ainsi, par exemple, un bar à bières peut satisfaire à l'obligation d'indication des prix en scindant les bières proposées en différentes catégories et en limitant l'indication du prix au prix des bières les plus représentatives de leur catégorie.

## 9. En tant que patron d'un café ou qu'exploitant d'un restaurant, dois-je disposer d'une liste de prix et/ou d'une carte ?

Les restaurants et les cafés doivent mettre à disposition du consommateur, à l'intérieur de l'établissement commercial, une liste de prix complète de tous les repas, plats et boissons offerts. « À l'intérieur » de l'établissement commercial signifie le lieu où le consommateur consomme effectivement les services offerts. Concrètement, cela signifie que le consommateur qui prend place à l'intérieur du café ou du restaurant doit avoir la liste de prix complète à sa disposition.

Dans l'espace de repas en lui-même, les consommateurs doivent pouvoir prendre connaissance des prix de tous les plats et boissons offerts via une indication bien visible dans l'établissement (par ex. en cas d'offre limitée) et/ou une mention sur une carte des boissons et/ou des plats.

Il n'existe aucun modèle de tarif imposé par la loi dans l'horeca.

---

<sup>10</sup> Article 1<sup>er</sup> de l'arrêté royal du 7 décembre 2016.

<sup>11</sup> Voir le rapport au Roi de l'arrêté royal du 7 décembre 2016.

<sup>12</sup> Article 3 de l'arrêté royal du 7 décembre 2016.

## 10. En tant qu'exploitant horeca, dois-je indiquer les prix sur chaque terrasse ?

Lorsqu'un restaurant ou un café a une terrasse, la terrasse fait partie de l'établissement commercial. Le site commercial meuble, tel qu'une terrasse de l'autre côté de la digue ou une terrasse d'été de l'autre côté de la rue sur la place du marché, est lui aussi considéré comme l'établissement commercial « interne » de l'entreprise. Une terrasse temporaire fait donc partie intégrante de l'établissement commercial.

Concrètement, cela signifie que l'obligation d'indiquer les prix « à un endroit nettement visible de l'extérieur » est satisfaite si l'indication des prix se fait à l'entrée principale du bâtiment. Selon la loi, il n'est donc pas nécessaire de répéter cette indication des prix à l'entrée de chaque terrasse. Certaines terrasses n'ont d'ailleurs pas vraiment d'entrée séparée.

Dès lors, on peut donc parfaitement annoncer uniquement l'offre promotionnelle (telle que par ex. « menu de la semaine ») sur la terrasse, mais l'offre complète de plats doit être communiquée de façon bien visible à l'entrée du bâtiment. L'offre des boissons peut, à l'entrée, se limiter aux boissons les plus représentatives de chaque catégorie.

Si le consommateur prend place en terrasse, il doit recevoir la liste complète des prix.

## 11. Que sont les services homogènes et non homogènes dans l'horeca ?

Les services homogènes sont tous services dont les caractéristiques et les modalités sont identiques ou similaires, indépendamment notamment du moment ou du lieu de l'exécution, du prestataire de services ou de la personne à qui ils sont destinés<sup>13</sup>. La prestation de services présente un caractère standard et l'indication du prix a lieu via la mise à disposition d'une liste de prix. Il s'agit par exemple des services des coiffeurs, blanchisseurs, photographes, ramoneurs, banques... et aussi de l'horeca.

Les activités habituelles des cafés, tavernes, restaurants, hôtels... sont considérées comme des services homogènes.

Dans des cas exceptionnels, il pourrait être question de services non homogènes (par ex. la préparation de plats spéciaux dans un restaurant à la demande particulière du client)<sup>14</sup>. Les services non homogènes présentent des caractéristiques spécifiques et sont généralement faits sur mesure et selon les souhaits du client.

L'entreprise qui, en plus d'un restaurant, exploite aussi une salle de fête (service compris ou non) et y organise par exemple des mariages, preste des services homogènes pour ses activités de restauration (tarifs sur la carte) et des services non homogènes pour l'organisation de fêtes selon les souhaits du client (établissement d'un devis).

En cas d'offre en vente de services non homogènes à caractère principalement non intellectuel, un devis doit être délivré au consommateur, pour autant que celui-ci en fasse la demande et que le vendeur soit disposé à fournir le service.

Pour les services non homogènes, le consommateur peut donc toujours demander qu'un devis soit rédigé. Il s'agit d'une indication écrite des services demandés et des prix correspondants. Avant l'établissement du devis, le consommateur doit être informé du prix du devis, à moins que celui-ci ne soit gratuit.

Le devis doit mentionner :

- votre nom (commercial) et/ou dénomination sociale, adresse et n° d'entreprise ;

<sup>13</sup> Article I.8, 1° CDE. Les articles 13 à 15 de l'arrêté royal du 30 juin 1996 régissent l'indication des prix des services homogènes.

<sup>14</sup> Les articles 16 à 18 de l'arrêté royal du 30 juin 1996 régissent l'indication des prix des services hétérogènes.

- le détail et la nature des prestations à effectuer et des fournitures éventuelles (de façon suffisamment détaillée, de sorte que le consommateur puisse comparer) ;
- le prix calculé forfaitairement ou déterminable par référence à des critères directement liés à la nature du service ;
- la date et la durée de validité du devis ;
- l'estimation de la durée de la prestation.

En tant que prestataire de service, vous n'êtes pas légalement tenu d'établir un devis et d'accepter la mission. Vous disposez en effet de la liberté contractuelle de vous engager ou non à exécuter le service. Toutefois, si vous avez établi un devis et que le consommateur l'a accepté, il est question d'une offre contraignante, laquelle a valeur de contrat d'achat.

## 12. Suis-je obligé de mentionner des prix tout compris ?

Si vous vendez des biens ou des services au consommateur, vous devez indiquer les prix TVA, taxes et coûts éventuels d'autres services obligatoires compris<sup>15</sup>.

Le prix indiqué est le prix total à payer par le consommateur (donc TVA, taxes et autres services inclus), mentionné au moins en euros.

Il est donc interdit de facturer d'autres coûts en plus des prix indiqués. D'autres frais peuvent uniquement être facturés s'il s'agit de services ou produits supplémentaires que le client n'est pas obligé de prendre (par ex. une portion de frites dans un restaurant, un service de lessive et de repassage dans un hôtel...). Une liste des prix de ces produits et services doit également être mise à disposition du consommateur au préalable.

## 13. Suis-je obligé de mentionner expressément que mes prix sont « TVA et service » compris ?

Celui qui vend des biens ou des services aux consommateurs doit toujours en mentionner les prix TVA et autres services obligatoires (par ex. le service à table) compris. Le consommateur peut donc toujours partir du principe selon lequel le prix affiché est aussi le prix à payer.

Le prix indiqué est le prix total à payer par le consommateur. Il n'est donc pas nécessaire ni obligatoire de mentionner que les prix incluent la TVA et le service.

## 14. 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). L'arrondi doit s'appliquer sur le montant total à payer au multiple de cinq cents le plus proche.

Cette obligation ne vaut que 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](#).

---

<sup>15</sup> Article VI.4 CDE.



## 15. Suis-je obligé de mentionner le prix au litre sur la carte des boissons ?

Dans certains cas, les commerçants doivent mentionner le prix par unité de mesure lors de la vente de certains biens aux consommateurs<sup>16</sup>.

Cette réglementation ne s'applique toutefois pas aux denrées alimentaires et boissons consommées sur place (comme dans l'horeca)<sup>17</sup>. Sur votre carte des boissons, vous pouvez donc simplement indiquer le prix à la pièce (par ex. prix par bouteille, carafe ou verre) sans mentionner le prix au litre.

Celui qui offre des services de traiteur en plus de services de restaurateur tombe bel et bien sous le coup de la réglementation relative à l'indication des prix par unité de mesure usuelle (par ex. par litre, par kg, par 100, 250 ou 500 grammes). Les restaurants de plats à emporter relèvent également de cette réglementation et doivent mentionner le prix par unité de mesure.

## 16. Qu'en est-il des prix du jour pour certains plats ?

Les restaurants sont obligés d'indiquer les prix des plats à un endroit nettement visible de l'extérieur. Le consommateur doit pouvoir se faire une idée de l'offre complète et des prix au préalable. Certains restaurateurs pratiquent parfois des prix du jour. Cela peut être le cas pour certains produits frais dont le prix d'achat varie fortement en fonction de l'offre. Pour les crevettes fraîches du jour et certaines espèces de poissons telles que la sole, les prix du jour peuvent varier fortement selon la saison et l'approvisionnement de la criée.

Tous les prix doivent être indiqués à un endroit nettement visible de l'extérieur, y compris lorsqu'il s'agit de prix du jour. Le restaurateur doit veiller à ce que dans ces cas aussi, le consommateur puisse prendre connaissance au préalable des prix de vente pratiqués. Outre la mention des prix du jour à un endroit nettement visible de l'extérieur, on peut par exemple joindre une annexe avec les plats aux prix du jour à la liste de prix complète qui doit être à la disposition du consommateur à l'intérieur du restaurant.

## 17. Comment dois-je indiquer les prix lors de la réservation en ligne de services d'hébergement et de services hôteliers ?<sup>18</sup>

Les voyages sont de plus en plus souvent réservés via internet. Il en va de même pour les chambres d'hôtel ou les emplacements de camping. Les prix peuvent varier fortement, en fonction non seulement de la saison mais aussi d'une semaine à l'autre et même d'un jour à l'autre. Des tarifs séparés pour les réservations de *mid-week* ou de week-end sont très courants. Bien souvent, les prix augmentent aussi à l'occasion d'événements particuliers. Quiconque réserve en ligne auprès de certains hôtels peut même voir des tarifs qui changent d'heure en heure en fonction notamment du taux d'occupation. L'annonce de réductions de dernière minute est une pratique commerciale courante dans le secteur.

**Attention** : si vous personnalisez le prix de votre offre pour des (catégories de) consommateurs spécifiques par le biais d'une prise de décision automatisée et du profilage du comportement du consommateur, vous devez en informer clairement le consommateur lorsque vous affichez ce prix<sup>19</sup>.

<sup>16</sup> Les règles figurent dans l'arrêté royal du 7 février 2000 modifiant l'arrêté royal du 30 juin 1996 relatif à l'indication du prix des produits et des services et au bon de commande.

<sup>17</sup> Conformément à l'exception prévue à l'article 11, 2° de l'arrêté royal du 7 février 2000.

<sup>18</sup> Dans la présente contribution, nous n'évoquons pas les obligations précontractuelles légales (notamment l'indication des prix) applicables aux voyages à forfait ; voyez à ce sujet nos [guidelines](#) concernant loi du 21 novembre 2017 relative à la vente de voyages à forfait, de prestations de voyage liées et de services de voyage.

<sup>19</sup> Article VI.45, § 1<sup>er</sup>, 21° CDE.

Dans le cas de prix changeant très souvent, vous devrez vous organiser afin de toujours indiquer le prix le plus actuel par type d'hébergement.

Pour répondre à la pratique des prix très changeants, la publicité peut indiquer un « prix à partir de » à condition que ce prix soit effectivement appliqué et que le consommateur puisse effectivement réserver à ce prix « à partir de ». Si ce prix « à partir de » n'est jamais appliqué dans la pratique (ou de façon très exceptionnelle), il peut être question d'une infraction à l'interdiction des pratiques commerciales déloyales<sup>20</sup>.

Les prix « à partir de » ne sont donc autorisés que s'il s'agit de prix réellement appliqués et du prix total à payer par le consommateur (en ce compris la TVA, toutes autres taxes, ainsi que tous les frais supplémentaires obligatoires). L'affichage de prix fictifs est une pratique commerciale trompeuse et est donc interdit.

## 18. Y a-t-il des obligations d'information particulières en cas de réservation en ligne ?

Quiconque vend en ligne, doit respecter des règles particulières<sup>21</sup>. Celles-ci portent entre autres sur l'obligation légale d'information précontractuelle en cas de vente à distance (telle que la vente sur internet). Elles s'appliquent également à toute personne offrant des services d'hébergement et des services hôteliers en tant que professionnel.

Avant que la réservation d'un hôtel n'ait lieu (la réservation en ligne), le consommateur doit être correctement informé de l'offre de services et des prix correspondants. Toutes les informations dont le consommateur a besoin pour prendre une décision bien réfléchie doivent donc être disponibles. Le consommateur qui souhaite réserver à un moment précis doit donc pouvoir consulter le prix applicable à sa réservation à ce même moment. Il peut s'agir du prix de la réservation d'une ou plusieurs nuitées, de la réservation d'un séjour immédiat ou d'un séjour dans un futur proche ou plus éloigné.

Lors de la réservation même, le prix total à payer par le consommateur doit être clairement indiqué pendant le processus de commande. Il s'agit de l'un des éléments essentiels dont le consommateur doit disposer avant de confirmer la réservation de l'hôtel et d'exécuter le paiement via le bouton « paiement ».

La loi vise la transparence en ce qui concerne l'indication des prix et le prix à payer. Cela est dans l'intérêt non seulement du consommateur mais aussi de l'entreprise.

## 19. Quelles 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>22</sup>.

<sup>20</sup> Conformément aux articles VI.92 et suivants du livre VI « Pratiques du marché et protection du consommateur » du Code de droit économique.

<sup>21</sup> Articles VI.45 et suivants CDE.

<sup>22</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.

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>23</sup>.

---

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>23</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).