

CODE DE CONDUITE DU SECTEUR DU FITNESS

Les associations professionnelles du secteur du fitness ont établi le présent code de conduite, en vue d'une relation équilibrée et transparente avec le consommateur. Elles s'efforcent de faire adhérer autant d'entreprises de fitness que possible au code de conduite qu'elles ont élaboré à cet effet. Ce code contient des règles de conduite qui complètent les règles légales visant à protéger le consommateur. Le non-respect de ces règles de conduite constitue une pratique commerciale déloyale telle que visée à l'article VI.98 du Code de droit économique.

Les entreprises de fitness qui signent le présent code de conduite et qui y sont liées assurent un respect strict des règles de conduite qui y sont contenues.

L'Inspection économique veille au respect du code de conduite. Elle est chargée de la recherche, de la constatation et de la poursuite des infractions à celui-ci.

1) Publication de l'adhésion au code de conduite

Les entreprises de fitness qui s'engagent à respecter le présent code de conduite le font largement savoir.

Elles le font notamment :

- de façon claire sur leur site web, en reproduisant soit l'intégralité du texte du présent code de conduite, soit l'hyperlien vers la page web du SPF Economie, P.M.E., Classes moyennes et Energie, où le code de conduite est repris;
- par une mention dans leurs conditions générales, faisant état des différentes manières dont le consommateur peut obtenir ou consulter le code de conduite ;
- à l'accueil du centre de fitness, où le code de conduite est disponible.

A la simple demande du consommateur, un exemplaire du code de conduite lui sera immédiatement fourni.

2) Listes tarifaires claires

Les entreprises de fitness tiennent en permanence à la disposition du consommateur une liste tarifaire actualisée reprenant les prix de tous les services et abonnements de fitness. Ces tarifs sont datés.

Les prix indiqués sont des prix tout compris, conformément au livre VI du Code de droit économique. Pour les contrats à durée déterminée, cela signifie que le prix pour la durée totale du contrat est mentionné, y compris tous les suppléments que le consommateur est obligé de payer, comme le droit d'inscription, la rémunération d'entrée, les coûts administratifs, etc.

Lorsque le consommateur dispose, dans d'autres situations que celles prévues sous le point 6, de la possibilité de mettre fin anticipativement à un contrat à durée déterminée en payant une indemnité de rupture, le montant de cette indemnité de rupture ou son mode de calcul est repris dans la liste tarifaire.

Les tarifs sont établis de manière telle que le consommateur soit en mesure de comparer aisément les prix des divers services proposés.

Outre l'affichage, les listes tarifaires sont également reprises sur le site web de l'entreprise de fitness conformément au Code de droit économique et à ses arrêtés d'exécution, même s'il n'est pas possible de conclure un contrat à distance. Ces listes tarifaires sont disponibles par la voie d'un document unique qui peut être consulté facilement sans que le consommateur n'ait à communiquer des données à caractère personnel.

3) Durée des contrats

Les entreprises de fitness assurent que le consommateur a au moins le choix entre les contrats suivants :

- un contrat à durée indéterminée ;
- un contrat d'une durée de 6 mois ;
- un contrat d'une durée de 12 mois ;
- un contrat unique pour une période de maximum 1 mois.

Un contrat pour une période de maximum 1 mois ne peut être converti en contrat à durée déterminée ou indéterminée qu'avec l'accord exprès des deux parties.

En aucun cas, la durée des contrats à durée déterminée n'excèdera 18 mois.

4) Tarifs

Les différences tarifaires entre les formules offertes par les entreprises de fitness et les éventuelles réductions ou autres avantages offerts, p.e. pour un paiement intégral au début du contrat ou pour un paiement par domiciliation, ne sont pas de nature à limiter dans les faits la liberté de choix du consommateur. Une restriction effective du libre choix se produit lorsque la réduction ou l'avantage n'est pas proportionnel aux différences réelles du prix de revient de l'entreprise.

5) Paiement

Pour chaque service qu'une entreprise de fitness propose, le consommateur dispose de la faculté de régler sa dette d'une manière autre que la domiciliation.

6) Suspension et fin de contrat

Dans les situations suivantes, le consommateur peut mettre fin à un contrat à durée déterminée ou indéterminée sans délai et sans indemnité :

- lorsque l'entreprise de fitness modifie les heures d'ouverture et que cette modification met le consommateur dans l'impossibilité de poursuivre son contrat ;
- lorsque l'entreprise de fitness modifie unilatéralement des conditions essentielles du contrat ;
- lorsqu'il est définitivement impossible pour le consommateur de faire du sport ou du fitness suite à une lésion médicale ; ce cas de force majeure doit être confirmé par une attestation médicale.

Le droit de mettre fin au contrat existe lorsque les modifications apportées par l'entreprise de fitness sont manifestement au détriment du consommateur.

Pendant la durée fixée par une attestation médicale attestant que le consommateur ne peut faire du fitness ou du sport pendant au moins un mois, le consommateur peut suspendre le contrat à durée déterminée ou indéterminée. Durant la période de suspension, le consommateur n'est redevable d'aucun paiement, à l'exception éventuelle d'un coût administratif réduit. La durée restante du contrat reprend après la période de suspension.

7) Communication par le consommateur

Le consommateur voulant mettre fin à un contrat en cours ou voulant le suspendre, conformément au point 6, peut au moins le faire sur place, par lettre ou par courriel. L'entreprise de fitness n'impose aucune formalité pour cette communication. Le consommateur ne peut être tenu de justifier ou d'expliquer d'une manière quelconque la résiliation du contrat. Il ne peut pas lui être demandé non plus de produire une quelconque pièce justificative ou probante, à l'exception de l'attestation médicale prévue au point 6.

8) Traitement des réclamations et règlement des litiges

Les entreprises de fitness mettent en place un service clientèle facilement accessible au consommateur qui a des questions ou des réclamations.

Dans la mesure du possible, les entreprises de fitness s'efforcent de résoudre à l'amiable les litiges avec le consommateur. Elles sont en tout cas tenues de réagir par écrit (papier ou support durable) à chaque question ou réclamation du consommateur dans les 7 jours calendrier de leur réception.

Lorsqu'il n'est pas possible de trouver une solution amiable, les entreprises de fitness acceptent que, lorsque le consommateur en fait le choix, le litige soit réglé de manière extrajudiciaire par l'entité sectorielle qualifiée appropriée, conformément aux dispositions du livre XVI du Code de droit économique ou, à défaut, par le Service de médiation pour le consommateur, créé par le même livre.

Les entreprises de fitness mentionnent explicitement dans leurs conditions générales qu'elles souscrivent au règlement extrajudiciaire de litiges.

9) Adhésion

Les entreprises de fitness qui s'engagent à respecter le présent code de conduite informent l'Inspection économique du SPF Economie, P.M.E., Classes moyennes et Energie par écrit ou sur support durable de leur adhésion. A cette fin, un [formulaire d'adhésion](#) est mis à leur disposition.

10) Evaluation

L'application du présent code de conduite sera évaluée périodiquement et au moins tous les deux ans. Les associations professionnelles du secteur du fitness et les associations de consommateurs sont associées à cette évaluation.

11) Promotion du code de conduite et d'une application correcte des dispositions réglementaires relatives à la protection du consommateur

Les associations professionnelles du secteur du fitness incitent leurs membres à signer le présent code de conduite. Elles informent le SPF Economie, P.M.E., Classes moyennes et Energie des initiatives qu'elles prennent à ce sujet.

Le code de conduite est repris sur sur le site web des associations professionnelles, soit dans sa version intégrale, soit via un hyperlien renvoyant vers la page web du SPF Economie, P.M.E., Classes moyennes et Energie.

12) Entrée en vigueur

Les entreprises de fitness adhérant au présent code de conduite s'engagent à son application immédiate.

Le code de conduite est également applicable à tous les contrats en cours, à l'exception des dispositions sous le point 2, le point 3 et le point 8, dernier alinéa.

Lorsque l'entreprise dispose d'un site web, celui-ci est adapté au plus tard dans les deux mois de la signature de l'entreprise, afin de satisfaire aux conditions du présent code de conduite.

Bruxelles,