Première partie : Validation du syllabus

Les points 4.6.2.3 à 4.6.2.6 de la page 71 du syllabus, qui présentent la synthèse des articles 92 à 117 du code de droit économique, ayant trait aux pratiques interdites, font référence à des sources juridiques vérifiées le 21 mai 2017.

Attention, à la page 72, la rubriques 4.6.3 « exemples » propose deux liens manquants (il s’agit des exemples « Une guéguerre entre deux laitiers de Mariakerkee » et « Bpost punie pour concurrence déloyale »)

Deuxième partie : Pratiques interdites

Source de droit : Code de droit économique

[LIVRE V.](http://www.ejustice.just.fgov.be/cgi_loi/loi_a1.pl?language=fr&la=F&cn=2013022819&table_name=loi&&caller=list&F&fromtab=loi&tri=dd+AS+RANK&rech=1&numero=1&sql=%28text+contains+%28%27%27%29%29" \l "LNK0086) - La concurrence et les évolutions de prix

[TITRE 4.](http://www.ejustice.just.fgov.be/cgi_loi/loi_a1.pl?language=fr&la=F&cn=2013022819&table_name=loi&&caller=list&F&fromtab=loi&tri=dd+AS+RANK&rech=1&numero=1&sql=%28text+contains+%28%27%27%29%29" \l "LNK0119) - Pratiques interdites

[CHAPITRE 1er.](http://www.ejustice.just.fgov.be/cgi_loi/loi_a1.pl?language=fr&la=F&cn=2013022819&table_name=loi&&caller=list&F&fromtab=loi&tri=dd+AS+RANK&rech=1&numero=1&sql=%28text+contains+%28%27%27%29%29" \l "LNK0120) Pratiques commerciales déloyales à l'égard des consommateurs (Section 1 à 4 ; Articles 92 à 103)[[1]](#footnote-1)

[CHAPITRE 2.](http://www.ejustice.just.fgov.be/cgi_loi/loi_a1.pl?language=fr&la=F&cn=2013022819&table_name=loi&&caller=list&F&fromtab=loi&tri=dd+AS+RANK&rech=1&numero=1&sql=%28text+contains+%28%27%27%29%29" \l "LNK0125) Pratiques du marché déloyales à l'égard de personnes autres que les consommateurs (Articles 104 à 109)

[CHAPITRE 3.](http://www.ejustice.just.fgov.be/cgi_loi/loi_a1.pl?language=fr&la=F&cn=2013022819&table_name=loi&&caller=list&F&fromtab=loi&tri=dd+AS+RANK&rech=1&numero=1&sql=%28text+contains+%28%27%27%29%29" \l "LNK0126) Communications non souhaitées (Articles 110 à 115)

[CHAPITRE 4.](http://www.ejustice.just.fgov.be/cgi_loi/loi_a1.pl?language=fr&la=F&cn=2013022819&table_name=loi&&caller=list&F&fromtab=loi&tri=dd+AS+RANK&rech=1&numero=1&sql=%28text+contains+%28%27%27%29%29" \l "LNK0127) - Vente à perte (Articles 116 et 117)

INTRODUCTION

Le titre IV du code de droit économique traite des *pratiques commerciales* *déloyales  à l’égard des consommateurs* (de l’encadrement juridique des pratiques commerciales dans ce que nous appelons le B to C – Business to consummer)*,* des *pratiques du marché déloyales à l’égard des personnes autres* ( de l’encadrement juridique des pratiques commerciales dans ce que nous appelons le B to B – Business to Business), des questions liées aux *communications non souhaitées* (de l’encadrement juridique des pratiques de démarchage publicitaire), et enfin des *ventes à perte* ( de l’encadrement juridique des soldes, ventes groupées et liquidations).

La synthèse présentée ci-dessous a pour ambition de donner à des lecteurs non-juristes un aperçu des limitations et protections qui chapeautent les différentes relations commerciales (achats, vente, publicité) qui existent entre agents économiques professionnels et/ou non-professionnels. Cette synthèse se décline en trois temps : des commentaires (en bleu) synthétisant les grandes lignes de la loi, un « digest » du texte légal reprenant les termes importants du texte original, et quelques exemples concrets de pratiques commerciales déloyales dénoncées, ayant abouti soit à un accord entre parties, soit à une condamnation..

[CHAPITRE 1](http://www.ejustice.just.fgov.be/cgi_loi/loi_a1.pl?language=fr&la=F&cn=2013022819&table_name=loi&&caller=list&F&fromtab=loi&tri=dd+AS+RANK&rech=1&numero=1&sql=%28text+contains+%28%27%27%29%29#LNKR0120) Pratiques commerciales déloyales à l'égard des consommateurs

**[Section 1.](http://www.ejustice.just.fgov.be/cgi_loi/loi_a1.pl?language=fr&la=F&cn=2013022819&table_name=loi&&caller=list&F&fromtab=loi&tri=dd+AS+RANK&rech=1&numero=1&sql=%28text+contains+%28%27%27%29%29" \l "LNKR0121) Champ d'application**

Les pratiques commerciales déloyales sont interdites avant, pendant et après l’offre ou la vente de produits.

Section 2. - Des pratiques commerciales déloyales

Une pratique commerciale *contraire aux exigences de la diligence professionnelle* et qui *altère le comportement économique du consommateur moyen**par rapport au produit concerné* est déloyale, de même qu’une pratique commerciale trompeuse ou agressive.

Section 3. - Des pratiques commerciales trompeuses

Une pratique commerciale est trompeuse si des informations fausses sont données au consommateur concernant le produit, l’entreprise qui met le produit en vente, ou les conditions de la vente, et que ces informations influencent le choix du consommateur. De même, si des informations essentielles sont omises (ne sont pas données aux consommateurs) et que ces omissions influencent le choix du consommateur, la pratique commerciale pourra être jugée déloyale.

La tromperie ou l’omission peuvent porter sur le produit, la société qui met le produit en vente, les conditions de la transaction commerciale, les conséquences de la réalisation de la transaction, la manière de présenter le produit. La tromperie peut également porter sur le caractère illégal du produit mis en vente ou de la structure économique de la société vendeuse.

L’exemple suivant illustre un litige portant sur l’interprétation de la section 3 (Pratiques commerciales trompeuses)

Source : magazine L’Echo daté du 06 Avril 2017[[2]](#footnote-2)

Test-Achats vient de perdre la première manche judiciaire qu’elle menait contre Apple à propos de la capacité de stockage des iPhone

Test-Achats avait décidé de poursuivre Apple Retail Belgium sur la base de la communication d’Apple quant à la différence entre la capacité annoncée de stockage des iPhone et la capacité réelle ou utile, c’est-à-dire la capacité de stockage utilisable une fois que le fabricant a installé le système d’exploitation et l’une ou l’autre application que l’on ne peut pas retirer. Pour Test-Achats, en ne communiquant pas sur ses capacités réelles de stockage, Apple se rendait coupable de pratique commerciale déloyale et de violation de l’obligation générale d’information prévues dans le code de droit économique. Ce que voulait l’association de défense des consommateurs, c’est que le consommateur soit correctement informé sur la capacité utile dont il pourrait réellement profiter en achetant son appareil. Test-Achats, défendu par Etienne Wéry et Hervé Jacquemin, demandait de faire cesser le mode actuel de communication d’Apple sous peine d’une astreinte de 10.000 euros par jour en cas d’infraction.

Le moins que l’on puisse écrire est que le juge des cessations n’a pas suivi Test-Achats et, sur le principe, il s’agit d’une belle victoire pour Apple Retail Belgium, défendu par Françoise Lefèvre et Florence Danis.

Au niveau de l’information disponible, notamment, le tribunal a souligné qu’Apple, en cours de procédure, avait quelque peu changé sa politique en la matière. En effet, sur le page internet de son site relative aux caractéristiques techniques de l’iPhone 6s, une mention précise que "l’espace disponible est moindre et varie en fonction de nombreux facteurs", ajoutant que, selon le modèle et les réglages choisis, une configuration standard nécessite entre 4 et 6 Go d’espace.

Les juges ont également estimé que lorsqu’il était amené à acquérir des produits chers, de luxe ou hautement technologiques, le consommateur moyen déployait un niveau d’attention élevée (…)

Et d’ajouter que le consommateur moyen devra recueillir les informations qui l’intéressent et poser les questions qu’il estimera utiles en cas d’achat d’un produit onéreux de haute technologie.(…)

les juges ont précisé que Test-Achats n’apportait pas la preuve que la mention de la mémoire totale pousserait le consommateur moyen à orienter son choix au moment de l’achat de son iPhone.(…)

Section 4. Des pratiques commerciales agressives

La section 4 donne les éléments permettant de qualifier une pratique commerciale harcelante ou contraignante d’agressive. Or, une pratique commerciale agressive dans un but de vente, de publicité, ou d’influence comportementale d’un consommateur est considérée comme une pratique commerciale déloyale, et est donc interdite.

L’exemple suivant illustre un différend, où des consommateurs se sentent lésés par un commerçant, en référence à la section 4 article 103 portant sur les pratiques commerciales agressives (Art.103/6°). Il est extrait du magazine Test-Achats N° 617 de mars 2017, page 67.

**« Monsieur et Madame Choir,** de Dour, reçoivent par la poste un DVD James Bond qu'ils n'ont jamais commandé, assorti d'une facture de 20 €. Ils le déposent immédiatement au bureau de poste pour renvoi à l'expéditeur, My Collections. Ils envoient également un mail à My Collections pour signaler la méprise. Plus de nouvelles ensuite de My Collections, jusqu'à ce que nos abonnés reçoivent un "second" rappel de paiement suivi, quelque temps plus tard, d'un "troisième" rappel; ces rappels sont bien sûrs assortis de frais administratifs de plus en plus élevés. Leurs protestations restant sans réponse, nos abonnés se tournent vers nous.

**Réponse de Test-Achats : Nous demandons à My Collections de con rmer qu'il s'agit bien d'une erreur de leur part, et leur signalons que persister à vouloir facturer la livraison d'un produit non désiré et non réceptionné enfreint le Code de droit économique. Ce premier courrier reste lettre morte mais, après un rappel de notre part, My Collections répond que la facture a été annulée et que nos abonnés ne recevront pas d'autre envoi. Cela dit, nos abonnés auraient aussi tout simplement pu conserver le DVD sans le payer, à charge pour My Collections de venir le récupérer à ses frais... »**

Test-Achats vient de perdre la première ma

[CHAPITRE 2](http://www.ejustice.just.fgov.be/cgi_loi/loi_a1.pl?language=fr&la=F&cn=2013022819&table_name=loi&&caller=list&F&fromtab=loi&tri=dd+AS+RANK&rech=1&numero=1&sql=%28text+contains+%28%27%27%29%29#LNKR0120) Pratiques commerciales déloyales à l'égard de personnes autres que les consommateurs

La loi interdit les pratiques commerciales qui portent atteintes aux intérêts des autres professionnels.

La Loi interdit les pratiques de marketing trompeuses, c'est-à-dire tout matériel publicitaire ou promotionnel qui induit en erreur son public ou lui dissimule des informations substantielles quant à la nature ou le prix du produit mis en vente ou quant à la société qui propose la vente.

Le dénigrement d’une entreprise concurrente par voie publicitaire est également interdit.

Une prospection commerciale devient illégale lorsqu’elle ne mentionne pas aux clients potentiels que le contrat a un prix et une durée.

Vendre un bien ou un service sans l’accord et la demande préalable du client est considéré comme une pratique déloyale SAUF si cette vente est de nature philanthropique.

La loi interdit de créer, exploiter ou promouvoir un système de promotion pyramidale, basé sur le nombre de nouveaux recrutements plutôt que sur les ventes.

[CHAPITRE 3.](http://www.ejustice.just.fgov.be/cgi_loi/loi_a1.pl?language=fr&la=F&cn=2013022819&table_name=loi&&caller=list&F&fromtab=loi&tri=dd+AS+RANK&rech=1&numero=1&sql=%28text+contains+%28%27%27%29%29#LNKR0120) Communications non souhaitées

La prospection téléphonique est strictement encadrée par le code du commerce, les opérateurs sont tenus d’obtenir le consentement du client et lui offrir la possibilité de bloquer ces appels.

**Exemple : La liste Ne m’appellez plus**

**Source : http://www.ne-m-appelez-plus.be/fr/la-liste**

**La liste « Ne m’appelez plus » vous permet de ne plus recevoir des appels téléphoniques publicitaires. Si vous vous êtes inscrits, les entreprises et organisations enlèvent votre numéro de téléphone et votre nom de leur liste et ne vous appelleront donc plus pour promouvoir leurs produits, services ou promotions spéciales.**

La liste « Ne m’appelez plus » concerne toute publicité par téléphone, même de la part d’entreprises dont vous êtes déjà client.

S’inscrire sur la liste « Ne m’appelez plus » est une décision importante. Vous demandez aux sociétés, même ceux dont vous êtes client, de ne plus vous téléphoner pour des offres commerciales.

S’inscrire sur le liste « Ne m’appelez plus » est général ce qui signifie que vous vous opposez à des appels de n’importe entreprise.

Des sociétés ou organisations qui désirent appeler pour de raisons de marketing direct sont obligées de consulter la liste.

La liste « Ne m’appelez plus » ne couvre pas l’envoi de SMS sur votre GSM. En effet, la loi impose déjà que l’entreprise qui souhaite vous envoyer des SMS publicitaires obtienne d’abord votre consentement explicite.

**La législation**

Les articles VI.111 à VI.114 et les articles XIV.78 et XIV.81 du Code de droit économique  imposent aux entreprises qui souhaitent effectuer des actions de marketing direct par téléphone d’utiliser la liste « Ne m’appelez Plus », afin de retirer préalablement de leur fichier les personnes ou les entreprises enregistrées sur cette liste.

L’association Do Not call Me, gestionnaire de la liste « Ne m’appelez plus » a été agréée en date du 28/06/2015 par arrêté Royal et est entrée en vigeur le 11/07/2015.

**Vos obligations**

En tant qu’annonceur ou organisation, la loi vous impose de supprimer de vos fichiers existants les personnes enregistrées dans la liste « Ne m’appelez plus », avant d’entamer une action de marketing direct par téléphone.

Attention, la liste « Ne m’appelez plus » s’applique à vos prospects comme à vos clients, en B2C comme en B2B

**Sanctions & amendes**

Le Service Publique Fédérale (SPF) Economie effectuera les contrôles pour s’assurer que les annonceurs respectent la législation. Le SPF Economie déterminera les sanctions et les amendes.

[CHAPITRE 4.](http://www.ejustice.just.fgov.be/cgi_loi/loi_a1.pl?language=fr&la=F&cn=2013022819&table_name=loi&&caller=list&F&fromtab=loi&tri=dd+AS+RANK&rech=1&numero=1&sql=%28text+contains+%28%27%27%29%29#LNKR0120) Vente à perte

Une vente à perte d’un produit est une vente à un prix inférieur à son cout d’achat ou de production, à l’exception d’une vente groupée ou dans certains circonstances bien précise  comme par exemple les soldes, les produits déclassé ou difficile à écouler, etc.

**Exemple : Ikea marche sur le ventre de l’Horeca**

**Source :** Article publié par Libre Belgique le 21/12/2011

Un steak-frites à 2,50 €, du waterzooi de poulet à 3,95 €, des moules à 5 € Les tarifs low-cost pratiqués par Ikea dans ses restaurants heurtent le secteur de l’Horeca.

En Belgique, les ventes à pertes ne sont autorisées que sous certaines conditions. Or, à 2,50 €, 3,95 € ou 5 €, il y a lieu de se poser des questions. Ikea ne tient-il pas ses clients par le ventre pour mieux les emmener ensuite dans les dédales du magasin où ils se laisseront tenter par une babiole ou l’autre ?

Lundi, la Fédération Horeca Bruxelles avait annoncé avoir mis en IKEA de dire la vérité aux consommateurs quant aux prix pratiqués" dans ses restaurants et " de se comporter loyalement à l’égard des restaurateurs qui ne peuvent acheter leurs aliments au prix où Ikea vend ses plats".

Mardi, Horeca Vlaanderen, en concertation avec le Boerenbond et Horeca Wallonie, a fait un pas de plus, assignant Ikea devant le tribunal pour pratiques commerciales déloyales et non-respect de la législation sur la concurrence.

Ikea est en premier lieu une grande surface d’ameublement, où du mobilier et des articles d’intérieur sont vendus. Nous n’avons absolument aucun problème avec le fait qu’Ikea exploite aussi un restaurant. Nous ne pouvons cependant tolérer qu’ils utilisent leur nourriture comme instrument de marketing pour attirer le consommateur", déclare Danny van Assche, administrateur délégué d’Horeca Vlaanderen. Selon celui-ci, Ikea achète la nourriture à perte, ce qui est interdit par la loi et entraîne une concurrence déloyale. "De plus, ils créent ainsi une perception des prix totalement fausse chez le consommateur."

Troisième partie partie : Questions à choix multiple

Un concessionnaire automobile vous vend une automobile sans vous préciser qu’elle est équipée d’un moteur « deux temps ». Il s’agit

* D’une vente normale
* D’une vente forcée
* D’une vente trompeuse (Bonne réponse : pratique commerciale déloyale en fonction de l’article 99§1)

Vous recevez dans votre boite aux lettres un lot des cartes postales peintes par des enfants handicapés, accompagné d’un formulaire de paiement adressé à une œuvre philanthropique. Il s’agit :

* D’une vente normale (Bonne réponse, Article 108)
* D’une vente forcée
* D’une vente trompeuse

Le système pyramidal est interdit parce qu’il dépend :

* du nombre de ventes
* du nombre de recrues (Bonne réponse, article 109)
* de l’état du marché

Une prospection commerciale devient illégale lorsque le contrat ne mentionne pas :

* le prix et la durée (Bonne réponse, article 107)
* les conditions et l’origine du bien ou service.
* les caractéristiques du bien ou service

1. **Transposition dans le droit Belge de la Directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil du 11 mai 2005 relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur** [↑](#footnote-ref-1)
2. <http://www.lecho.be/entreprises/general/Apple-gagne-face-a-Test-Achats-a-propos-de-la-capacite-de-stockage-des-iPhone/9880475> consulté le 20/05/2017 [↑](#footnote-ref-2)