



Les lois du 6 avril 2010 relatives aux pratiques du marché et à la protection du consommateur : deux lois pour le prix d'une ?

Daniel DESSARD et Diane ALLARD

Les nouvelles lois du 6 avril 2010, entrées en vigueur le 12 mai 2010 remplacent la célèbre loi sur les pratiques de commerce et sur l'information et la protection du consommateur, plus connue sous l'abréviation LPCC et dotent ainsi la Belgique d'une législation commerciale qui se veut plus moderne, en phase avec les autres Etats européens.

On remarquera tout d'abord la modification (révélatrice d'une extension des personnes concernées) de l'expression « pratiques du commerce » en « pratiques du marché ».

La nouvelle LPMC qui règle les relations entre entreprises (et non plus « vendeurs ») et les relations de celles-ci avec les consommateurs (personnes physiques uniquement) s'accompagne d'une autre **loi qui concerne le règlement de certaines procédures** (action en cessation, etc.) dans le cadre de la LPMC.

Les professions libérales restent exclues du champ d'application de la LPMC.

La **volonté du législateur** a été de procéder non pas à une énième modification ponctuelle de la LPCC (déjà modifiée à près de 30 reprises, tantôt pour de minimes adaptations tantôt pour d'importantes réformes), mais bien de procéder cette fois à une refonte en profondeur de la loi, totalement réécrite et rebaptisée à l'occasion.

Il s'agissait pour le législateur de permettre « *au cadre légal dans lequel nos entreprises offrent des biens et des services de mieux répondre aux circonstances modifiées du marché et aux besoins et souhaits actuels du consommateur* » (Doc. parl. 2340/001, p. 3).

Le nouveau titre préfère à la notion de « *pratiques du commerce* » définie de manière plus limitée par la Directive 2005/29/CE le terme plus général de « *pratiques du marché* ». Les vocables « *information du consommateur* » ont également disparu du titre de la nouvelle loi, le législateur estimant que l'une des principales protections du consommateur était justement son information correcte et qu'il n'y avait dès lors plus de raison de distinguer dans le titre de la loi la protection du consommateur de son information !

Cinq changements majeurs sont à observer dans la nouvelle LPMC :

(Il y a donc diverses modifications qui nous semblent moins importantes, mais qui impliquent de vérifier la loi avant de se fier aux comportements liés aux textes antérieurs)

- **Affichage des réductions de prix (art. 20 et s. LPMC)**

La LPMC prévoit que le nouveau prix affiché lors de promotions, braderies ou soldes doit également mentionner le prix le plus bas par rapport auquel l'offre est pratiquée ou en tout cas permettre au consommateur de le calculer rapidement et sans difficulté. Le prix non réduit à indiquer (et à prouver le cas échéant par l'entreprise) doit être le prix le plus bas pratiqué pour le même produit durant le mois avant la réduction dans le même point de vente ou selon la même technique de vente (par exemple par internet, ...).

Le législateur n'impose désormais plus aux entreprises d'afficher les réductions de prix selon 4 modalités, mais leur laisse la liberté d'annoncer la réduction d'une autre façon à condition de ne pas être trompeuse.

- **Soldes (art. 27 et s. LPMC)**

La période d'attente, qui interdit aux commerçants de pratiquer des réductions endéans une certaine période avant les soldes, est réduite par la nouvelle loi dans les secteurs de l'habillement, des chaussures et de la maroquinerie. Pour rappel, cette période démarrait jusqu'à présent le 15 mai (pour les soldes d'été) et le 15 novembre (pour les soldes d'hiver), soit un intervalle de 6 semaines avant le début des soldes. À l'avenir, ces périodes ne prendront cours dans les 3 secteurs concernés qu'à partir du 6 juin et du 6 décembre, les périodes de soldes étant maintenues en hiver du 3 au 31 janvier et en été du 1^{er} au 31 juillet.

Les soldes pourront dorénavant aussi porter sur tous les produits, même s'ils ne concernent pas la saison en cours. C'est un des indices de l'assouplissement de la nouvelle législation. D'autres nouveautés dans ce domaine sont encore à signaler, notamment la suppression de l'exigence d'un local de vente, laquelle était incompatible avec le commerce électronique.

- **Vente à distance (art. 45 et s. LPMC)**

La nouvelle loi permet maintenant aux entreprises dans le cadre d'une vente à distance (ne portant pas sur un service financier) d'exiger du consommateur un paiement immédiat sans attendre l'expiration du délai de réflexion, ce qui n'était pas permis sous l'empire de la LPPC. Pour contrebalancer la perte de cette protection du consommateur, le législateur a augmenté le délai de rétractation accordé aux consommateurs de 7 jours ouvrables à 14 jours calendrier minimum. L'entreprise dispose d'un délai de 30 jours pour rembourser les sommes perçues si le client change d'avis pendant le délai de réflexion.

- **Offre conjointe (art. 71-72 LPMC)**

Suivant en cela la jurisprudence européenne, le législateur belge passe de l'interdiction de principe de formuler des offres conjointes dans la LPPC à une autorisation de principe de celle-ci dans la LPMC, conformément au droit européen actuel. L'interdiction de vente couplée reste néanmoins d'application dans le secteur des services financiers.

L'autorisation de principe est conditionnée au fait que l'offre ne puisse pas constituer une pratique commerciale déloyale. Un des critères d'appréciation du juge pourra être le suivant : la durée du contrat signé par le consommateur n'est-elle pas excessive par rapport à la réduction de prix consentie ?

- **Vente à perte (art. 101-102 LPMC)**

Si la vente à perte reste interdite par la LPMC, la vente à très faible bénéfice (ou vente à perte assimilée) devient autorisée pour sa part ! Les entreprises pourront ainsi espérer se débarrasser de leurs éventuels biens démodés en pratiquant une marge extrêmement réduite et récupérer une partie de leur investissement.

En cas d'offre conjointe de plusieurs biens, l'interdiction de vente à perte s'applique sur l'offre dans son ensemble et non pas sur les biens individuellement pris.

En conclusion, ces nouvelles lois sont censées offrir plus de possibilités aux agents actifs sur le marché et plus de choix et de protection aux consommateurs... A vérifier à l'usage du temps et à l'épreuve de la conformité de certaines de ces dispositions par rapport à la Directive 2005/29 !