

Liste noire des pratiques commerciales réputées trompeuses

1/ Faire comme si un code de conduite avait été signé alors que ce n'est pas le cas.

Exemple : le professionnel mentionne sur son site Internet qu'il est signataire d'un code de conduite relatif à la sécurité des paiements sur Internet, alors que ce n'est pas le cas.

Un code de conduite est un ensemble de droits et obligations auxquelles peuvent se soumettre des professionnels s'ils le veulent. Le code de conduite peut concerner un ou plusieurs secteurs d'activités.

2/ Afficher un certificat, un label de qualité, ou un équivalent alors que le professionnel n'en a pas reçu l'autorisation.

Exemple : le professionnel utilise sans autorisation le label Blue Angel (en matière d'environnement).

3/ Affirmer qu'un code de conduite a obtenu l'approbation d'un organisme public ou autre alors que ce n'est pas le cas.

Exemple : le professionnel prétend que le code de conduite de son entreprise est approuvé par un ministère alors que ce n'est pas vrai.

4/ Affirmer que le professionnel (y compris ses pratiques commerciales) ou le produit qu'il offre a été agréé, approuvé ou autorisé par un organisme public ou privé alors que ce n'est pas le cas, ou sans respecter les conditions de l'agrément, de l'approbation ou de l'autorisation reçue.

Exemple : le professionnel affirme que son produit a été agréé par une organisation de protection de l'environnement alors que ce n'est pas le cas.

5/ Le professionnel offre un produit à un certain prix sans indiquer les raisons qui pourraient l'empêcher de maintenir, ou faire fournir par un autre professionnel, le produit en question ou un produit équivalent au prix indiqué, pendant un certain temps et dans des quantités raisonnables.

- 6/ Proposer un produit à un prix indiqué, et ensuite dans le but de vendre un produit différent, ne pas présenter le produit, ne pas accepter de commande concernant ce produit ou de le livrer dans un délai raisonnable, ou présenter un échantillon défectueux.**
- 7/ Déclarer qu'un produit ne sera disponible ou qu'il ne sera proposé que sous des conditions très particulières que pendant une période très limitée alors que ce n'est pas vrai, dans le but d'obtenir une décision immédiate et priver les consommateurs d'un délai de réflexion.**
- 8/ Ne pas informer le consommateur que le service après-vente est fourni dans une autre langue que celle utilisée avant la conclusion de l'achat.**
- 9/ Déclarer ou donner l'impression que la vente d'un produit est licite alors qu'elle ne l'est pas.**
- Exemple :** offrir des drogues, des animaux exotiques protégés, des armes ou des médicaments sans autorisation.
- 10/ Présenter les droits conférés au consommateur par les lois et règlements comme étant une offre exclusive du professionnel.**
- Exemple :** présenter la garantie de conformité de 2 ans d'un ordinateur portable comme une garantie facultative donnée par le professionnel, alors les ordinateurs bénéficient de cette garantie de par la loi.
- 11/ Faire dans les médias comme si la promotion du produit était un réel article rédactionnel indépendant, alors que le professionnel a lui-même financé la promotion du produit. Il doit clairement indiquer qu'il s'agit de promotion et non d'un reportage indépendant.**
- 12/ Faire des affirmations factuellement inexactes en ce qui concerne la nature et l'ampleur des risques auxquels s'expose le consommateur sur le plan de sa sécurité personnelle ou de celle de sa famille s'il n'achète pas le produit**
- 13/ Promouvoir un produit similaire à celui d'un autre fabricant de manière à inciter délibérément le consommateur à penser que le produit provient de ce même fabricant alors que tel n'est pas le cas.**

14/ Créer, gérer ou promouvoir un système pyramidal dans lequel le consommateur verse une participation en échange de la possibilité d'obtenir une contrepartie venant des versements d'autres consommateurs entrant dans le système, plutôt que de la vente ou de la consommation de produits.

15/ Déclarer cesser ses activités ou de les établir ailleurs alors que ce n'est pas le cas.

Exemple : une indication "Liquidation pour fin de bail" alors que le bail continue normalement.

16/ Affirmer que le produit augmente les chances de gagner aux jeux de hasard.

17/ Affirmer faussement que le produit est de nature à guérir des maladies, des dysfonctionnements ou des malformations.

Exemple : dire d'un produit qu'il peut faire repousser les cheveux, dire qu'un aliment peut prévenir le cancer de l'estomac.

18/ Donner des informations fausses sur les conditions du marché ou sur les possibilités de trouver le produit, afin d'inciter le consommateur à acheter le produit à des conditions moins favorables que les conditions normales du marché.

19/ Déclarer qu'un concours est organisé ou qu'un prix peut être gagné, sans jamais attribuer les prix décrits ou un équivalent raisonnable.

20/ Déclarer le produit comme gratuit, à titre gracieux ou sans frais, etc., si le consommateur doit tout de même payer quoi que ce soit d'autre que les frais inévitables liés à la réponse à la pratique commerciale et au fait de prendre possession ou livraison de la chose.

Sont des frais relatifs à la réponse le timbre-poste ou l'appel téléphonique.

Le professionnel ne doit pas non plus facturer l'emballage, le traitement de la commande ou les frais d'administration. Il doit également indiquer clairement les frais éventuels que le consommateur doit payer.

Exemple de pratique interdite : le professionnel offre au consommateur un produit gratuit ou un cadeau, mais pour l'obtenir, le consommateur doit appeler un numéro de téléphone très cher.

Exemple de pratique autorisée : le professionnel distribue des échantillons dans la rue.

Le professionnel peut utiliser le mot “**gratuit**” lorsque les consommateurs doivent acheter d’autres articles (“**1 acheté = 1 gratuit**”), mais il faut que la qualité ou la composition des articles ne soit pas réduite, et que le prix des articles payés ne soit pas gonflé pour couvrir le prix de l’article gratuit. L’article gratuit doit donc réellement être gratuit.

Exemple de pratique interdite : “livraison gratuite pour les clients qui dépensent plus de 50 euros en produits alimentaires” est interdite si les clients qui achètent pour moins de 50 euros peuvent également bénéficier de la livraison gratuite.

Exemples de pratique autorisée :

- › “plus 25 % gratuits” sur une bouteille de shampoing est permis si la bouteille contient 25 % de shampoing de plus que d’habitude pour le même prix. ;
- › “2 livres achetés = 1 gratuit” est permis, si le prix est le même pour 2 livres que pour 3 livres.

21/ Inclure dans une publicité une facture ou un document similaire demandant paiement d’une somme, qui donne l’impression au consommateur qu’il a déjà commandé le produit alors que ce n’est pas le cas.

22/ Le professionnel affirme ou fait comme s’il n’était pas un professionnel, ou se présente comme étant lui-même un consommateur.

23/ Faire comme s’il y avait un service-après-vente dans un pays de l’Union européenne autre que le pays où le produit est vendu.

Liste noire des pratiques commerciales réputées agressives

1/ Donner au consommateur l'impression qu'il ne pourra pas quitter les lieux avant de conclure un contrat.

Exemple : attiré par une promesse de gagner un prix, le consommateur est harcelé dans un complexe hôtelier pendant plusieurs heures dans le but de signer un contrat de timeshare.

2/ Effectuer des visites au domicile du consommateur alors que celui-ci refuse d'être démarché ou sollicité ou en ignorant la demande du consommateur de quitter les lieux ou de ne pas revenir, sous réserve que ces sollicitations ne soient pas des obligations légales ou réglementaires en vue d'assurer une obligation contractuelle.

Exemple de pratique autorisée : se présenter au domicile du consommateur pour effectuer les travaux ou livrer le bien commandé.

3/ Le professionnel se livre à des sollicitations non souhaitées par téléphone, télécopieur, courrier électronique, SMS, imprimé ou tout autre outil de communication à distance pour obtenir une commande si le consommateur ne l'a pas souhaité, sous réserve que ces sollicitations ne soient pas des obligations légales ou réglementaires en vue d'assurer une obligation contractuelle.

Le consommateur doit avoir donné son accord avant d'être contacté de cette manière, par exemple dans un contrat par lequel il a autorisé le professionnel à le contacter par mail ou téléphone. Le professionnel ne doit pas appeler le consommateur pour lui demander s'il peut l'appeler.

4/ Obliger un consommateur qui souhaite être indemnisé par son assurance à remettre des documents qui ne sont pas importants pour établir la validité de sa demande, ou ne pas répondre aux courriers du consommateur pour l'empêcher d'exercer son droit à indemnité.

5/ Inciter dans une publicité directement les enfants à acheter ou à persuader leurs parents ou d'autres adultes de leur acheter le produit présenté dans la publicité.

6/ Exiger le paiement d'un produit que le consommateur n'a jamais commandé, ou demander que le consommateur renvoie ou conserve le produit.

Exemple : un consommateur est appelé par un marchand de vin. Le consommateur n'achète rien, et reçoit 8 jours plus tard une livraison de 4 caisses de vin.

7/ Informer expressément que si le consommateur n'achète pas le produit ou le service, la situation financière ou l'existence du professionnel seront en danger.

8/ Donner la fausse impression que le consommateur a déjà gagné ou gagnera un prix ou un autre avantage alors qu'en fait il n'y a rien à gagner ou que l'accomplissement de la démarche d'obtention du prix ou avantage est subordonnée à l'obligation pour le consommateur de verser de l'argent ou de supporter un coût.

Exemples de pratiques interdites :

- › le consommateur est informé qu'il a gagné un prix, mais il doit appeler une ligne téléphonique très chère pour l'obtenir ;
- › une brochure est distribuée par courrier et mentionne "Vous avez gagné un CD gratuit". Au bas de la page se trouve cependant une autre inscription "Commandez notre sélection de shampoings, indiquez votre adresse et vous recevrez ce prix".