

- [Accueil](#) >
- [Nos conseils juridiques](#) >
- [2024](#) >
- Quelles sont les règles en matière d'affichage des prix ?

Quelles sont les règles en matière d'affichage des prix ?

Vous proposez des biens ou des services dans un magasin ou sur internet ? Vous hésitez quant à la manière d'afficher vos prix ? On vous explique tout !

Toute entreprise offrant des produits ou des services est tenue de communiquer ses prix par écrit, de façon claire, visible et sans ambiguïté.

Pour les produits exposés, tels que ceux en vitrine, en rayon ou sur un site web, les prix doivent être affichés de manière facilement lisible.

Qu'entend-on par « prix » ?

Il s'agit du montant total que le client devra déboursier pour acheter un produit ou un service. Pour les consommateurs, il s'agit du prix « tout compris », incluant la TVA et toutes les autres taxes applicables, ainsi que les frais supplémentaires que le consommateur doit obligatoirement payer. En Belgique, les prix doivent être affichés au minimum en euros.

Vous vendez vos produits à destination des consommateurs ?

Dans ce cas, une règle supplémentaire s'applique. En plus du prix unitaire, vous devez également indiquer le prix par unité de mesure (au litre, au kilo, au m², etc.) pour certaines catégories de produits. Cette obligation concerne la plupart des produits alimentaires, ainsi qu'un certain nombre de produits non-alimentaires. Pour les produits vendus en vrac, seul le prix par unité de mesure doit être spécifié.

Particularité pour les services

Il est nécessaire de faire une distinction entre les services homogènes et les services non homogènes. Pour les services homogènes, dont les caractéristiques et les modalités sont identiques ou similaires (par exemple : le remplacement de l'écran d'un smartphone, une formation, un massage, etc.), les prix doivent être indiqués de manière forfaitaire, via un tarif affiché, comme pour les biens. En revanche, pour les services non homogènes, qui sont fournis selon la demande spécifique du client, au cas par cas (par exemple : la pose d'une toiture, la rénovation d'un meuble, etc.), les prix doivent être établis sur devis.

Vous souhaitez faire des comparaisons de prix ?

Vous pouvez le faire à condition que cela ne soit pas trompeur pour le client et surtout pour le consommateur. C'est particulièrement important lorsque vous mentionnez des prix de lancement, qui offrent un avantage au client s'il achète un bien dès son lancement, ou lorsque vous comparez vos prix avec ceux de vos concurrents.

Dans ce dernier cas, il est crucial de respecter les règles relatives à la publicité comparative.

Vous souhaitez modifier vos prix ?

Veillez à le faire de manière simultanée en magasin (à la caisse et dans vos rayons), sur votre site web, ainsi que sur vos dépliants ou publicités. Cela garantit une cohérence et une transparence dans la communication des prix à travers tous les canaux disponibles pour vos clients.

Quelles sont les conséquences d'une erreur de prix ?

En cas de différence de prix entre vos différents supports ou en cas d'erreur de prix, vous êtes généralement tenu d'appliquer le prix le plus bas pour le consommateur. Cependant, une exception existe en cas d'erreur manifeste de prix, c'est-à-dire une erreur tellement évidente que le consommateur aurait pu ou aurait dû reconnaître qu'il s'agissait d'une erreur. Dans ce cas, vous pouvez corriger l'erreur et demander au consommateur s'il souhaite conclure un nouveau contrat au prix correct ou s'il préfère un remboursement des paiements effectués. Par ailleurs, en cas d'erreur de prix, un consommateur ne peut pas vous contraindre à vendre un bien ou un service à perte.

Pour plus d'informations, contactez votre conseiller juridique [UCM Mouvement](#).