

La vente en salon: quelques obligations légales

Qu'il s'agisse de règles spécifiques à la vente en salon ou du commerce en général, la loi impose des obligations strictes à l'exposant dont les principales sont détaillées ci-dessous.

QUELLES SONT LES RÈGLES À RESPECTER POUR AFFICHER UN PRIX ?

Le prix doit être marqué par écrit, de manière non équivoque, lisible et apparente. Il doit être affiché en euros, être global, et inclure les taxes.

COMMENT UNE RÉDUCTION DOIT-ELLE ÊTRE INDIQUÉE ?

Toute réduction doit être indiquée (en montant ou pourcentage) en référence au prix antérieur barré. Une autre solution consiste à accompagner les prix des mentions "nouveau prix" et "ancien prix". Attention : une réduction ne peut être présentée comme une offre gratuite (d'une quantité de produit ou d'une partie de service). De plus un prix ne peut être présenté comme une réduction s'il n'a jamais été appliqué.

COMMENT RÉALISER UN ÉTIQUETAGE CORRECT DES PRODUITS VENDUS ?

Les mentions de l'étiquetage doivent être apparentes, lisibles et distinctes de la publicité. La présentation de l'étiquetage ne peut être telle qu'on le confonde avec un certificat de qualité. L'appellation d'origine est aussi strictement réglementée. Modes d'emploi et bulletins de garantie doivent être libellés dans la langue de la région. Pour certains produits, l'étiquetage est obligatoire et doit être réalisé dans les formes.

POUR INCITER À L'ACHAT, LA PUBLICITÉ EST-ELLE AUTORISÉE ?

Oui, la publicité n'est pas illégale, en soi. Par contre, la publicité ne peut pas induire en erreur le consommateur, ni par des informations fausses, ni par omission. Elle ne peut être dénigrante. Elle ne peut créer de confusion avec d'autres vendeurs ou produits. La publicité comparative est soumise à de strictes conditions. Les concours et jeux de hasard nécessitent une autorisation. Les arguments environnementaux ne peuvent faire l'objet d'une utilisation abusive.

Faire référence à une obligation légale inexistante, tromper sur les caractéristiques du produit, affirmer qu'un produit imite un autre de marque connu, donner une information trompeuse ou erronée sont interdits.

En cas de contrôle des autorités publiques, l'annonceur peut être tenu de prouver l'exactitude des données vérifiables telles que l'identité du vendeur, la quantité et la composition du produit, le prix, l'origine, la date de fabrication ou de péremption, les conditions de vente, les possibilités d'utilisation, la disponibilité des produits...

LE CONSOMMATEUR PEUT-IL ANNULER UNE VENTE ?

Oui, en vertu du droit de renonciation et du délai de réflexion de 7 jours, le consommateur peut faire savoir par lettre recommandée au vendeur qu'il renonce à l'achat. Avant l'écoulement de ce délai, aucune prestation de service ne peut être effectuée. En cas de vente à l'essai, le délai de réflexion commence le jour de la livraison du produit pour finir à l'expiration de la période d'essai (minimum 7 jours ouvrables). Si le consommateur renonce à l'achat, aucun frais ne peut lui être réclamé.

RÉFÉRENCES LÉGALES :

La Loi du 14 juillet 1991 sur les Pratiques du Commerce.