

# Table des matières

## 1

### Les pratiques commerciales déloyales des entreprises à l'égard des consommateurs ..... 7

Cécile DELFORGE

*assistante à L'U.Lg.,*

*avocate*

Introduction ..... 8

#### SECTION 1

Les pratiques interdites dans la loi du 6 avril 2010  
relative aux pratiques du marché et à la protection  
du consommateur ..... 9

A. *Le cœur du régime* ..... 9

B. <i>Le test de loyauté en cascade</i> .....	10
1. Premier niveau – Les listes noires .....	10
a) <i>Les pratiques trompeuses</i> .....	11
b) <i>Les pratiques agressives</i> .....	21
2. Deuxième niveau – Les normes d’interdiction semi-générales .....	29
a) <i>Les pratiques commerciales trompeuses</i> .....	30
1° Les actions trompeuses .....	30
2° Les omissions trompeuses .....	32
b) <i>Les pratiques agressives</i> .....	33
3. Troisième niveau – La norme d’interdiction générale des pratiques commerciales déloyales .....	34
C. <i>La référence au consommateur</i> .....	36
1. Le consommateur moyen .....	36
2. Le consommateur moyen au sein d’un groupe de consommateurs déterminé .....	37
D. <i>Les sanctions civiles spécifiques</i> .....	38

## SECTION 2

La jurisprudence de la Cour de justice de l’Union européenne en matière de pratiques commerciales déloyales .....	40
A. <i>La directive 2005/29/CE : champ d’application et domaine de l’harmonisation totale</i> .....	40
B. <i>L’arrêt VTB-VAB du 23 avril 2009</i> .....	42
1. Les faits .....	43
2. La décision de la Cour .....	43
3. Conséquences .....	45
C. <i>Les suites de l’arrêt VTB-VAB : les arrêts Plus, Mediaprint et Telekomunikacja Polska</i> .....	46

1. L'arrêt <i>Plus</i> .....	46
2. L'arrêt <i>Mediaprint</i> .....	47
3. L'arrêt <i>Telekomunikacja Polska</i> .....	48
D. <i>Perspectives</i> .....	49

## 2

### Des pratiques du commerce aux pratiques du marché : la loi du 6 avril 2010 .....

53

Déborah GOL

*assistante et maître de conférences à l'U.Lg., avocate*

Introduction .....	54
--------------------	----

#### SECTION 1

Champ d'application .....	57
A. <i>Champ d'application quant aux personnes : l'entreprise</i> .....	58
1. Définition .....	58
2. Exclusions .....	62
B. <i>Champ d'application quant aux personnes : le consommateur</i> .....	63
C. <i>Champ d'application quant à l'objet : les produits</i> .....	64

#### SECTION 2

Les prix .....	66
A. <i>L'interdiction des ventes à perte</i> .....	66
1. Antécédents .....	66
2. La nouvelle réglementation des ventes à perte .....	68
B. <i>Les annonces de réduction de prix</i> .....	71

C. <i>Les ventes en liquidation</i> .....	74
D. <i>Les ventes en solde</i> .....	75
1. Le nouveau cadre légal des soldes .....	75
a) <i>Les modalités des ventes en solde</i> .....	75
b) <i>La nature des biens pouvant être soldés</i> .....	77
2. Les périodes d'attente .....	77
E. <i>Les titres donnant droit à un remboursement ou à une réduction de prix</i> .....	78
<b>SECTION 3</b>	
Autres dispositions en matière d'information du marché .....	79
A. <i>Obligation générale d'information</i> .....	79
B. <i>Emploi des langues pour l'étiquetage, les modes d'emploi et les garanties</i> .....	80
C. <i>Produits d'appel</i> .....	80
<b>SECTION 4</b>	
Les contrats conclus avec les consommateurs .....	81
A. <i>Options par défaut</i> .....	81
B. <i>Contrats à distance hors services financiers</i> .....	82
1. Le droit de rétractation .....	82
2. Retard de l'entreprise dans l'exécution du contrat .....	84
C. <i>Ventes publiques</i> .....	85
D. <i>Offres conjointes</i> .....	86
E. <i>Clauses abusives</i> .....	89
Conclusions .....	93
A. <i>Compatibilité de la loi du 6 avril 2010 avec la directive 2005/29/CE relative aux pratiques commerciales déloyales</i> .....	93

1. La directive 2005/29/CE et la jurisprudence de la Cour européenne de justice <i>VTB-VTA, Plus, Telekomunikacja Polska</i> et <i>Mediaprint</i> : « il est interdit d'interdire » .....	93
2. Les juridictions nationales peuvent-elles écarter l'application de dispositions légales à propos desquelles la Cour de justice de l'Union européenne ne s'est pas encore prononcée ? .....	105
B. <i>Perspectives : vers un renforcement de la protection des consommateurs dans l'Union européenne ?</i> .....	107

### 3

## Les pratiques du marché déloyales entre entreprises .....

113

Hervé JACQUEMIN

*Chargé d'enseignement aux F.U.N.D.P de Namur,  
chargé de cours invité à l'U.C.L.*

Introduction .....	114
--------------------	-----

#### SECTION 1

Interdiction des actes contraires aux pratiques honnêtes du marché .....	116
--	-----

A. <i>Portée de l'interdiction</i> .....	116
--	-----

B. <i>Panorama de la jurisprudence récente</i> .....	128
--	-----

#### SECTION 2

Interdiction de certaines publicités .....	139
--	-----

A. <i>Champ d'application des articles 96 et 97 de la L.P.M.C. et articulation avec d'autres dispositions légales ou réglementaires</i> .....	140
---	-----

B. <i>Interdiction des publicités trompeuses</i> .....	143
C. <i>Interdiction des autres sortes de publicités</i> .....	146
<b>SECTION 3</b>	
Interdiction des achats forcés et des ventes pyramidales .....	149
Conclusion .....	150

## 4

### L'action en cessation – Le point sur les aspects procéduraux de l'action comme en référé en matière de pratiques du marché et modifications introduites par les lois du 6 avril 2010.....

153

Marie-Claire ERNOTTE

*conseiller à la cour d'appel de Liège*

Introduction .....	154
--------------------	-----

#### SECTION 1

Nature de la compétence du président siégeant en cessation .....	155
A. <i>L'action en cessation de droit commun</i> .....	155
1. Compétence matérielle .....	155
2. Compétence exclusive .....	156
3. Compétence restrictive .....	168
4. Compétence territoriale .....	173
B. <i>L'action en cessation en matière de droits intellectuels</i> .....	175

**SECTION 2**

Procédure comme en référé ..... 182

A. *Questions de recevabilité* ..... 182

B. *Questions de procédure* ..... 189

**SECTION 3**

L'ordre de cessation ..... 200