

Ce site utilise et partage avec des tiers (partenaires ou prestataires) des cookies et autres traceurs à des fins de statistiques et de mesure d'audience, de partage de contenu sur les réseaux sociaux et d'utilisation d'outils de visualisation multimédia.

Le dépôt de ces cookies est soumis à l'obtention de votre consentement préalable à l'exception de certains cookies nécessaires au fonctionnement du site et des cookies de mesures d'audience pouvant être regardés comme exempts de consentement. Vous pouvez paramétrer votre choix, finalité par finalité, en cliquant sur « Paramétrer » et modifier votre choix à tout moment lors de votre navigation sur le site en cliquant sur l'onglet « Gérer les cookies » (accessible sur le site, en bas de page). Pour plus d'informations, [voir notre politique Cookies](#).

[ACCEPTER](#)

L'INFORMATION SUR LES PRIX : GÉNÉRALITÉS

Fiche pratique J 105 - 1ère partie

Date de publication : **03/06/2019** - Commerce/services



Les prix de vente des biens et des services sont par principe librement fixés par les professionnels. Le prix est un critère de choix parmi l'offre de marché, tout spécialement pour les achats sur Internet.

C'est pourquoi, pour pouvoir faire jouer la concurrence, choisir en toute connaissance de cause, vous devez être informé sur les prix avant d'acheter, de conclure un contrat.

Cette fiche pratique de l'INC vous informe sur les règles relatives à la fixation des prix, à l'information des consommateurs et au paiement, tout en vous donnant les clés pour faire valoir vos droits si ces derniers ne sont pas respectés.

<p>1 - LE NIVEAU DES PRIX <u>Les prix sont fixés librement</u> <u>Les prix peuvent être encadrés</u> <u>Les prix trop élevés peuvent-ils être contestés ?</u> <u>Et les prix (trop) bas ?</u> <u>Le prix peut être révisé</u></p> <p>2 - L'INFORMATION SUR LES PRIX <u>Quelles sont les obligations d'information sur le prix ?</u> <u>Par quels moyens le professionnel doit-il vous informer sur les prix ?</u> <u>Les annonces de réduction de prix sont-elles encadrées ?</u></p>	<p>3 - LE PAIEMENT DU PRIX <u>Le moment du paiement</u> <u>Les acomptes et les arrhes</u> <u>Les moyens de paiement</u> <u>Doit-on me délivrer une note, une facture ou un ticket ?</u> <u>Le non-respect du prix annoncé</u></p> <p>4 - LES SANCTIONS ET RECOURS</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

1 - LE NIVEAU DES PRIX

Les prix sont fixés librement

"Les prix des biens, produits et services [?] sont librement déterminés par le jeu de la concurrence" (article L. 410-2 du code de commerce).

Le principe de la liberté des prix s'applique à tous les biens, produits et services, aussi bien dans le domaine industriel, agricole ou artisanal ; que pour les activités de production, distribution et services.

Cette liberté des prix induit la nécessité pour le consommateur d'avoir une information claire et précise quant aux prix pratiqués par les professionnels.

Chaque professionnel fixe donc librement le prix de ses biens, produits et services. Le prix peut ainsi être différent pour des biens semblables, dans des enseignes commerciales différentes, voire identiques (supermarchés, magasins franchisés, etc.).

Notre conseil

Faites jouer la concurrence, comparez les prix et les tarifs des autres professionnels préalablement à tout achat, et informez-vous sur l'existence de services supplémentaires offerts avec le produit (frais de livraison gratuits, garantie commerciale offerte, etc.).

Puis-je demander le remboursement d'un produit que j'aurais trouvé moins cher ailleurs ?

Si vous achetez un produit et, qu'après, que vous le trouvez moins cher ailleurs, vous ne pouvez pas exiger du commerçant le remboursement de la différence. Si certains grands distributeurs adoptent une telle démarche commerciale, cela n'est pas une obligation légale.

Si une offre du type "si vous trouvez moins cher ailleurs, on vous rembourse la différence" vous est proposée, renseignez-vous sur son contenu. Les informations et conditions relatives à l'offre doivent vous être fournies par le professionnel.

Les prix peuvent être encadrés

L'Etat peut intervenir occasionnellement, par décret, dans la réglementation des prix dans deux cas bien précis (article L. 410-2 alinéas 2 et 3 du code de commerce) :

- Il peut ainsi intervenir dans des secteurs ou zones en cas d'**insuffisance ou d'absence de concurrence**, caractérisée soit par des difficultés durables d'approvisionnement, soit par une situation de monopole, ou par des dispositions législatives ou réglementaires (activités à *numerus clausus* telles que les taxis, les pharmacies, etc.). L'intervention de l'État ne peut se faire qu'après consultation de l'Autorité de la concurrence.
- Son intervention peut aussi être fondée sur une **hausse ou baisse excessive de prix** suite à une situation de crise, des circonstances exceptionnelles, une calamité publique (par exemple un ouragan) ou une situation manifestement anormale du marché dans un secteur déterminé. Après avis du Conseil National de la Consommation, l'État va mettre en place des mesures temporaires dont la durée ne peut être supérieure à six mois.

Exemple(s)

- les prix de l'**électricité** et du **gaz** ;
 - les tarifs des **officiers publics ministériels** (huissiers de justice, commissaires-priseurs judiciaires, notaires, etc.) ;
 - le prix des **livres**.
- > **Pour en savoir plus**, consultez la fiche de l'INC "[L'information sur les prix pour certains biens et services](#)".

Les prix trop élevés peuvent-ils être contestés ?

L'exagération du prix n'est pas, en elle-même, constitutive d'une faute. Le professionnel est en effet libre de pratiquer les prix qu'il souhaite. Bien qu'en principe les professionnels tiennent compte des lois (économiques) du marché dans la fixation du prix, si vous acceptez le prix annoncé, vous devez le payer, même s'il vous paraît élevé.

Il arrive, qu'outre le fait que le prix soit trop élevé, celui-ci le soit exagérément. Cette exagération du prix n'est pas en elle-même constitutive d'une tromperie (Cass. crim., 25 octobre 1990, n° 89-85668). Par exemple, le fait de vendre deux objets en pierre dure pour la somme de 50 000 F (7 600 €) et une statuette pour 25 000 F (3 800 €), alors que ces objets avaient été achetés au prix de 844,65 F (128 €) et 1 549 F (136 €), n'a pas été considéré comme constitutif d'un délit de fraude.

Mais une telle exagération peut constituer l'un des éléments de la tromperie. Il a en effet pu être établi que "l'affichage de prix exagérément élevés, sur lesquels des remises très importantes étaient effectuées, trompait les clients quant à la valeur réelle des meubles mis en vente" (Cass. crim., 7 février 2006, n° 05-82580). Ce qui caractérise la tromperie c'est donc l'élément intentionnel de tromper le client, qui, croyant faire une affaire, achète au prix réel un bien, ou pense avoir une remise plus importante qu'elle ne l'est réellement.

Et les prix (trop) bas ?

Dans certaines situations, les prix considérés comme "**abusivement bas**" entraînent des effets négatifs sur la concurrence, et sont, à terme, préjudiciables pour les consommateurs. En effet, ils peuvent avoir pour objet et/ou pour effet d'éliminer des concurrents du marché. C'est pourquoi ils sont interdits (article L. 420-5 du code de commerce). Pour être prohibé, le prix pratiqué doit être abusivement bas par rapport au coût de revient du produit (= coût de production, de transformation et de commercialisation) et avoir pour objet ou pour effet d'éliminer d'un marché ou d'empêcher d'accéder à un marché une entreprise ou l'un de ses produits. Le seul fait que le prix de vente soit inférieur au coût de revient ne suffit pas, il faut qu'il le soit de façon abusive.

Le prix peut être révisé : les conditions de validité d'une clause d'indexation

Le prix est en principe fixé au jour de la conclusion du contrat. Il est interdit au vendeur de le modifier unilatéralement. Mais, comme dans tous les contrats, les deux parties peuvent s'entendre pour en modifier les termes et notamment le prix à la hausse ou à la baisse ([article 1193 du code civil](#)).

Le prix peut évoluer uniquement si cela est prévu au contrat et que cette évolution se fait en fonction de critères extérieurs aux parties.

Il est possible, et courant, que le professionnel introduise dans le contrat une clause d'indexation prévoyant la révision automatique du prix du contrat en fonction de certains éléments. Pour être licites, ces clauses doivent prévoir une indexation fondée sur les prix des biens ou services ayant un rapport direct avec le contrat. Elles ne peuvent pas être fondées sur le niveau général des salaires, le niveau général des prix, ou sur les prix des biens ou services qui ne sont pas en rapport direct avec le contrat.

De plus, les clauses ne doivent pas être abusives. Sont considérées comme abusives "les clauses qui ont pour objet ou pour effet de créer, au détriment du consommateur, un déséquilibre significatif entre les droits et obligations des parties au contrat" (article L. 212-1 du code de la consommation). Le caractère abusif d'une clause va s'apprécier au regard des circonstances qui entourent la conclusion du contrat ainsi qu'à toutes les autres clauses du contrat. Il s'apprécie également au regard de celles présentes dans un autre contrat lorsque les deux contrats sont juridiquement liés dans leur conclusion ou leur exécution.

L'article R. 212-1 (3°) du même code énonce que sont de manière irréfutable présumées abusives (ce qui signifie qu'aucune contestation n'est possible sur le caractère abusif de la clause) les clauses qui réservent "au professionnel le droit de modifier unilatéralement les clauses du contrat relatives à sa durée, aux caractéristiques ou au prix du bien à livrer ou du service à rendre". Le professionnel n'a donc pas le droit de modifier unilatéralement le prix du bien ou du service vendu.

> **Pour en savoir plus sur les clauses abusives**, consultez le [site de la Commission des clauses abusives](#).

A noter

Ces dispositions sont également applicables aux non-professionnels ([article L. 212-2 du code de la consommation](#)).

2 - L'INFORMATION SUR LES PRIX

"Tout vendeur de produits ou tout prestataire de services informe le consommateur, par voie de marquage, d'étiquetage, d'affichage ou par tout autre procédé approprié, sur les prix et les conditions particulières de la vente et de l'exécution des services [?]" ([article L. 112-1 du code de la consommation](#)).

Publicité comparative

L'argument des prix est souvent mis en avant par les professionnels de la grande distribution qui pratiquent la publicité comparative.

> **Pour en savoir plus**, consultez la question-réponse de l'INC "[Comment puis-je comprendre une publicité comparative par les prix ?](#)".

Quelles sont les obligations d'information sur le prix ?

Vous devez exactement savoir, avant le paiement, ce que vous aurez effectivement à régler et ce que vous obtiendrez à ce prix, quel que soit le support utilisé pour transmettre l'information. Le prix doit être exprimé en euros, toutes taxes comprises (TTC).

Le prix annoncé doit correspondre à la somme totale à payer

- Le prix doit comprendre l'ensemble des frais. Ainsi, pour les produits qui ne sont pas usuellement emportés et ceux délivrés par correspondance, le prix doit inclure les frais de livraison, d'emballage et d'envoi, à moins que leur montant ne soit indiqué en supplément ([article 2 de l'arrêté du 3 décembre 1987 modifié](#)). Le vendeur doit vous informer de ce coût par écrit, tout comme celui d'une mise en service du bien s'il y a lieu ([article L. 217-19 du code de la consommation](#)). La mise en service comprend l'installation et la vérification du fonctionnement du bien ([article L. 217-18 du code de la consommation](#)). En l'absence d'information, ces montants sont inclus dans le prix affiché.

Dans le cas où le vendeur n'effectue pas la livraison (ou si uniquement certaines zones sont desservies), toute information sur les prix doit le préciser (lieu de vente, publicité, etc.).

Attention

Ne sont pas concernés les frais pouvant correspondre à des prestations supplémentaires exceptionnelles (rarement demandées) que vous aurez réclamées et ayant été préalablement acceptés par les parties. N'est pas considérée comme prestation exceptionnelle la livraison, dans un rayon limité, de meubles, d'articles ménagers qui, par leur encombrement et leur poids, ne peuvent être transportés par un acheteur seul (Cass. crim., 11 janvier 1982).

Si vous achetez à distance (téléachat, Internet, téléphone, voie postale, etc.) ou hors établissement (démarchage à domicile, etc.), le vendeur est également tenu de vous informer, avant la conclusion du contrat, du montant des frais de livraison. Il doit également vous préciser quels sont les frais d'installation éventuels (article L. 221-5 du code de la consommation).

- Vous devez bénéficier d'une information toute particulière lorsque le prix annoncé ne comprend pas "*un élément ou une prestation de services indispensables à l'emploi ou à la finalité du produit ou du service proposés*" (article 3 de l'arrêté du 3 décembre 1987 modifié), par exemple un jouet vendu sans pile ou lorsque le prix d'un appareil ménager ne comprend pas la fourniture d'un élément de branchement. Si cette information fait défaut, l'élément ou la prestation nécessaire doivent être fournis sans supplément de prix.

Notre conseil

Si le professionnel propose une prestation gratuite, pensez à le faire mentionner sur le bon de commande, car cela pourra servir de preuve dans le cas où le professionnel exigerait a posteriori le paiement de celle-ci.

- Le prix doit aussi comprendre les taxes telles que la TVA (différents taux applicables), la taxe d'aéroport pour un billet d'avion (article L. 224-66 du code de la consommation), la taxe de séjour pour un hébergement (articles D. 422-3 à D. 422-4 du code du tourisme), l'éco-contribution pour un équipement électrique ou électronique ménager (article L. 541-10-2 du code de l'environnement) ou pour un meuble (article R. 543-247 du code de l'environnement). Pour cette dernière, en pratique, le prix de vente est ainsi indiqué : "xx € dont yy € au titre de l'élimination des déchets" ou "au titre de l'éco-contribution".

Attention

Si vous effectuez un achat hors de l'Union européenne, il faudra ajouter au prix du produit le paiement de taxes et de droits de douane, réclamés au moment de la livraison du colis. La tarification douanière est complexe, elle varie en fonction de la nature du bien et du pays d'exportation, et est calculée en principe sur le prix de vente du produit. Pour obtenir des renseignements concernant ces tarifs, un numéro de téléphone est mis à votre disposition (*Infos Douane Service* : 0 811 20 44 44, 0, 0,06 €/min + prix d'appel). Vous pouvez également consulter les tableaux d'estimation de droits et taxes sur le site douane.gouv.fr.

Si vous effectuez un achat dans l'Union-Européenne, il n'y a pas de taxe autre ou droit de douane à payer.

- Si vous achetez un support d'enregistrement utilisable pour la reproduction à usage privé d'œuvres (CD, DVD, carte mémoire, baladeur, tablette, disque dur externe, etc.), vous devez être informé du montant de "la rémunération pour copie privée" correspondant à une fraction du prix prélevé pour rétribuer les auteurs (articles L. 311-4-1, R. 311-9 et suivants du code de la propriété intellectuelle). Cette somme doit être affichée en ligne ou en magasin, notamment par un affichage clair et lisible à proximité du support concerné. Une notice explicative doit être portée à votre connaissance, remise et/ou accessible sur Internet (arrêté du 24 janvier 2014, site du ministère de la culture).

Paiement supplémentaire : le vendeur doit obtenir votre accord

Le vendeur doit recueillir votre consentement exprès lorsque vient s'ajouter au prix de l'objet principal du contrat, un paiement supplémentaire. Ainsi, si votre consentement a été donné par défaut (case pré-cochée par exemple), vous pouvez prétendre au remboursement des sommes versées au titre de ce paiement supplémentaire (article L. 121-17 du code de la consommation). De plus, le vendeur est susceptible d'être sanctionné par une amende administrative de 3 000 € maximum pour une personne physique et de 15 000 € s'il s'agit d'une personne morale (article L. 132-22 du code de la consommation).

Le prix non déterminé à l'avance

Si le prix ne peut pas être calculé à l'avance en raison de la nature du bien ou du service, le vendeur doit vous fournir le mode de calcul de ce prix ou un **devis** suffisamment détaillé (article R. 111-3 du code de la consommation). Il doit aussi fournir le montant des frais supplémentaires éventuels (frais de transport, de livraison, d'affranchissement, etc.). Si ces frais ne peuvent pas être calculés à l'avance, il mentionne alors, qu'ils peuvent être exigibles (article L. 112-3 du code de la consommation).

).

> **Pour en savoir plus**, consultez la fiche de l'INC "[les devis](#)".

Par quels moyens le professionnel doit-il vous informer sur les prix ?

Pour aller plus loin : [Recommandation de l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité \(ARPP\) sur la publicité des prix](#)

Pour les biens

"Le prix de tout produit destiné à la vente au détail et exposé à la vue du public, de quelque façon que ce soit, notamment en vitrine, en étalage ou à l'intérieur du lieu de vente doit faire l'objet d'un marquage par écriteau ou d'un étiquetage » (article 4 de l'arrêté du 3 décembre 1987 modifié), c'est-à-dire par un procédé approprié qui permet au client de pouvoir connaître le prix sans entrer dans le lieu de vente, si le produit est visible de l'extérieur, et sans avoir à interroger le vendeur. Ces règles s'appliquent pour tous les lieux de vente : boutique, supermarché, lieu de vente en plein air, foire, salon, etc.

L'étiquette ou l'inscription du prix sur chaque produit ou emballage n'est pas obligatoire s'il y a un affichage lisible à proximité de celui-ci, par exemple sur un écriteau (articles 5 et 11 de l'arrêté du 3 décembre 1987 modifié).

D'autres produits sont dispensés d'étiquetage individuel, notamment ceux dont le prix est indiqué sur un spécimen exposé à la vue du public, les produits alimentaires périssables et les produits non périssables vendus en vrac faisant l'objet d'un affichage sur le lieu de vente (charbon, engrais, etc.).

> Quelques spécificités :

- Pour les **antiquités** et **œuvres d'art originales**, il est toléré que l'affichage soit plus discret. Il n'y a en revanche pas de dérogation pour les **produits d'occasion** et de **grande valeur** comme les bijoux.

- Pour certaines professions où il existe une telle **quantité d'articles** (exemple pour du matériel d'outillage), un étiquetage pour chacun d'eux créerait des problèmes de lisibilité. La mise à disposition de catalogues reprenant la liste complète des articles non étiquetés ou non affichés avec indication de leur prix est tolérée.

Le marquage par lettres codes ou code-barres est-il valable ?

Il est possible d'utiliser le système d'un marquage par lettre code, au moyen duquel vous allez vous reporter à une affiche apposée dans les rayons connaître le prix correspondant à la lettre mentionnée sur le produit.

Les codes-barres ou "codes EAN European Article Numbering", gérés par l'organisme GS1 France, ont une signification. Les premiers chiffres indiquent le pays de la société commercialisant le produit (30 à 37 pour la France). Cependant, ils n'ont pas vocation à afficher le prix des produits mais plutôt à définir l'identité du produit. Si dans un magasin des bornes de lecture sont mises à votre disposition, les prix affichés doivent correspondre aux prix en rayon.

Les codes QR ont la même fonction que les codes-barres mais peuvent comporter davantage d'informations. Ils sont représentés le plus souvent sous forme de carrés noircis par endroit et sont scannables grâce à des logiciels le plus souvent sur téléphone.

- Pour les produits qui ne sont **pas exposés à la vue du public** mais disponibles à la vente, comme ceux contenus dans des boîtes ou rangés dans des tiroirs (chaussures, articles de mercerie, etc.), ils doivent faire l'objet d'un étiquetage (article 10 de l'arrêté du 3 décembre 1987 modifié).

- Pour les ventes **hors établissement** (domicile, travail, etc.) et **à distance** (catalogues, téléachat, Internet, etc.), l'information sur le prix doit être donnée sur **papier** ou, avec votre accord, sur **tout autre support durable** (articles [L. 221-8](#) et [L. 221-11](#) du code de la consommation). Constitue un support durable "*tout instrument permettant au consommateur ou au professionnel de stocker des informations qui lui sont adressées personnellement afin de pouvoir s'y reporter ultérieurement pendant un laps de temps adapté aux fins auxquelles les informations sont*

destinées et qui permet la reproduction à l'identique des informations stockées" (article L. 221-1 (3°) du code de la consommation). Ainsi un papier, une clé USB, un CD-ROM, un DVD ou encore un courriel peuvent être utilisés par le professionnel pour transmettre l'information.

Pour les prestations de services

Le prix de toute prestation de services doit faire l'objet d'un affichage dans les lieux où la prestation est proposée au public (article 13 de l'arrêté du 3 décembre 1987 modifié). Cet affichage consiste en l'indication sur un document unique de la liste des prestations et de leur prix. Ce document doit être parfaitement lisible de l'endroit où la clientèle est habituellement reçue, en faisant une distinction, le cas échéant, avec des possibles majorations de prix correspondant à des prestations supplémentaires ou spécifiques.

Pour ce qui est des services à caractère variable (par exemple, des travaux d'installation et de réparation), les prix et les autres conditions de rémunération doivent être affichés sur le lieu de réception du public s'il y en a un, sinon le professionnel doit les communiquer aux clients avant la conclusion du contrat.

Il est toléré à titre exceptionnel que l'affichage soit remplacé par un catalogue mis à disposition du public sur les lieux d'accueil lorsqu'il y a un nombre important de prestations (par exemple, les agences de voyages).

Bon à savoir

L'obligation d'information des prestataires de services s'applique aussi aux prestations à caractère médical (CE 27 avril 1998, n° 184473 et 184557, Cornette de Saint Cyr). Cette obligation, "*instituée au premier alinéa de l'article (L. 112-1) est mise à la charge de tous les prestataires de services, sans considération du caractère commercial ou libéral de leur activité et concerne notamment les prestations à caractère médical*".

Les annonces de réduction de prix sont-elles encadrées ?

Le prix de référence sert de base de calcul de la réduction

Dans les points de vente, le professionnel-annonceur doit indiquer par étiquetage, marquage ou affichage le prix réduit et le prix à partir duquel est calculée la réduction appelé "**prix de référence**" (article 2 de l'arrêté du 11 mars 2015). Il détermine seul ce prix sous réserve de pouvoir le justifier en cas de contrôle (article 4 du même arrêté).

Lorsque l'annonce de réduction de prix est d'un taux uniforme et se rapporte à des produits ou services parfaitement identifiés, cette réduction peut être directement appliquée lors du paiement / passage en caisse. Dans ce cas, l'indication du prix réduit n'est pas obligatoire et la réduction s'entend par rapport au prix de référence (article 3 du même arrêté).

> **Pour en savoir plus**, consultez les articles de l'INC : "Plus de libertés pour les annonceurs de réduction de prix" et "Annonces de réduction de prix : vers une suppression de l'information sur le prix de référence".

L'annonce de réduction doit demeurer loyale

L'annonce de réduction de prix ne doit pas constituer une pratique commerciale déloyale au sens de l'article L. 121-1 du code de la consommation (article 1 du même arrêté).

Par exemple, le professionnel ne peut pas gonfler artificiellement ses prix avant de proposer une réduction pour vous laisser penser que vous avez fait une bonne affaire. Ce comportement est susceptible d'être sanctionné sous l'angle des pratiques commerciales trompeuses (articles L. 121-2 à L. 121-5 du code de la consommation). De même, il est interdit à un professionnel de proposer une réduction sur un produit afin d'attirer les consommateurs mais de ne disposer que d'un stock dérisoire, en vue de les rediriger vers d'autres produits plus chers : il s'agit d'une pratique dite de "prix d'appel".

> **Pour en savoir plus sur les pratiques commerciales trompeuses**, consultez la fiche de l'INC "Les pratiques commerciales déloyales".

Les réductions de prix pratiquées pendant les soldes

La période des soldes est soumise à un encadrement réglementaire strict. C'est le seul moment l'année où la revente à perte est autorisée.

> **Pour en savoir plus**, consultez les fiches de l'INC : "[Promotions et soldes : une différence ?](#)" et "[Les soldes : VRAI / FAUX](#)".

3 - LE PAIEMENT DU PRIX

Le moment du paiement

Pour les opérations de consommation courante, l'usage veut que le consommateur paie au moment de la livraison ou de l'exécution du service. Lorsque le contrat est à exécution successive, le paiement du prix peut être échelonné dans le temps.

Il arrive que le professionnel demande le versement d'un acompte ou le paiement total du prix avant qu'il exécute ses obligations (notamment pour les contrats de vente à distance, d'abonnement ou de transport). Quand cela est possible, évitez, car vous n'aurez plus de moyen de pression pour exiger du professionnel l'exécution (complète) de ses obligations.

Les acomptes et les arrhes

Il n'y a pas de règle particulière concernant leur montant maximum. Sachez toutefois que toute somme versée d'avance est productive d'intérêts au taux légal à l'expiration d'un délai de 3 mois à compter du versement. Les intérêts sont dus jusqu'à la livraison du bien ou jusqu'à l'exécution de la prestation ; ou, si celles-ci ne sont pas réalisées, jusqu'au remboursement des sommes versées d'avance. Ces intérêts sont déduits du solde à verser au moment de la réalisation ([article L. 214-2 du code de la consommation](#)).

Si vous avez versé un acompte, vous êtes totalement engagé et devez payer le solde du prix.

Si vous avez versé des arrhes et si vous vous désengagez, vous perdez la somme versée. Si c'est le professionnel qui se désengage, il devra vous restituer le double de la somme versée ([article L. 214-1 du code de la consommation](#)).

Attention

Ces règles ne s'appliquent pas aux commandes spéciales sur devis et aux ventes de produits dont la fabrication est entreprise sur commande spéciale de l'acheteur ([article L. 214-3 du code de la consommation](#)).

> **Pour en savoir plus**, consultez la fiche de l'INC "[Arrhes, acompte et avoir](#)".

Les moyens de paiement

Pour les personnes domiciliées fiscalement en France, si le montant est supérieur à 1 000 €, le paiement ne peut pas être fait en espèces. S'il est supérieur à 3 000 €, le paiement ne pourra pas se faire au moyen de monnaie électronique ([article D. 112-3 du code monétaire et financier](#)). Au-delà de ces montants, vous devez utiliser un autre moyen de paiement (chèque, carte bancaire, etc.).

Ces seuils ne s'appliquent pas aux paiements réalisés par des personnes qui ne disposent d'aucun autre moyen de paiement ou de compte de dépôt ; ou pour les paiements effectués entre personnes physiques n'agissant pas pour des besoins professionnels ([article L. 112-6 du code monétaire et financier](#)).

Notre conseil

Entre particuliers, un écrit est exigé pour toute transaction supérieure à 1 500 € ([article 1359 du code civil](#)). Pour les sommes inférieures, il n'y a pas d'obligation mais cela est vivement conseillé à titre de preuve des versements.

Attention

Si vous revendez des métaux précieux (bijoux en or, etc.), le professionnel qui vous les rachète doit vous régler par "*chèque barré ou par virement à un compte ouvert au nom du vendeur*" (article L. 112-6, alinéa 3 du code monétaire et financier).

Le paiement par chèque

Attention, le paiement par chèque n'est pas de droit. Le professionnel peut le refuser car il n'équivaut pas à une monnaie ayant cours légal. Dans ce cas, il doit clairement vous en informer.

Le professionnel doit cependant l'accepter s'il est membre d'un centre de gestion ou d'une association agréée, ce dont il doit aviser la clientèle, par exemple, par une affiche près de la caisse (article 1649 quater E bis du code général des impôts).

Attention

La remise d'un chèque ne vaut pas paiement, c'est l'encaissement de celui-ci qui finalisera la vente. Vous devez toutefois avoir la provision disponible sur votre compte lors de l'émission du chèque. Le fait de postdater le chèque ne constitue pas une obligation pour le vendeur de l'encaisser à la date indiquée.

> **Pour en savoir plus**, consultez la fiche de l'INC "[Le chèque](#)".

Le paiement par carte bancaire

Il n'existe pas de montant maximal légal pour l'utilisation de la carte bancaire chez les commerçants. Vous êtes simplement tenu par le plafond fixé conventionnellement avec votre banque.

Si le professionnel exige un montant minimal pour l'utilisation de la carte bancaire ou du chèque, il doit clairement et distinctement le faire apparaître avant le paiement. L'affichage se fait généralement par un petit écriteau devant la caisse ou devant la porte de l'établissement.

> **Pour en savoir plus**, consultez la fiche de l'INC "[La carte bancaire](#)".

Peut-on m'imposer un paiement par prélèvement automatique ?

Lors d'une souscription de fourniture d'accès à Internet, les clauses des contrats prévoyant que "*lors de l'inscription, le mode de paiement initial est automatiquement le prélèvement sur compte courant*" sont abusives (TGI Paris, 22 mars 2011, n° 09/18791).

La Commission des clauses abusives a considéré dans plusieurs recommandations (n° 99-02 sur les contrats de téléphonie mobile et n° 03-01 relative aux contrats de fourniture d'accès Internet) qu'est abusif le fait d'imposer au consommateur un mode de paiement unique, dès lors que la clause "*aurait pour objet ou pour effet de créer, au détriment du non-professionnel ou du consommateur, un déséquilibre significatif entre les droits et obligations des parties au contrat*".

Bon à savoir

Si vous payez comptant un produit dont l'achat est proposé avec un crédit gratuit d'une durée supérieure à trois mois et pour lequel ne sont pas requis d'intérêts ou d'autres frais, vous pouvez demander à bénéficier d'un escompte. Mais le professionnel n'est pas obligé de vous l'accorder, même si vous le demandez.

Toute publicité, quel qu'en soit le support, qui porte sur une telle opération "*indique le montant de l'escompte sur le prix d'achat éventuellement consenti en cas de paiement comptant et précise qui prend en charge le coût du crédit consenti gratuitement*" (article L. 312-41 du code de la consommation).

A noter

Si vous effectuez un achat sur Internet, le vendeur doit veiller à ce que vous reconnaissiez explicitement votre obligation de paiement. Ainsi, "la fonction utilisée (...) pour valider (votre) commande comporte la mention claire et lisible : commande avec obligation de paiement ou une formule analogue, dénuée de toute ambiguïté, indiquant que la passation d'une commande oblige à son paiement". Il doit aussi vous informer, au plus tard au début du processus de commande, des moyens de paiement acceptés (article L. 221-14 du code de la consommation).

Le non-respect de ces règles entraîne la nullité du contrat conclu par voie électronique (article L. 242-2 du code de la consommation).

Doit-on me délivrer une note, une facture ou un ticket ?

Pour les biens

La délivrance d'une note n'est **pas obligatoire lors de l'achat d'un bien**, sauf dans quelques cas, comme pour les bouchers et charcutiers (article 2 de l'arrêté du 18 mars 1993 modifié). Vous pouvez néanmoins en faire la demande auprès du professionnel.

> Cas particulier de la vente à distance :

- A l'occasion d'une vente à distance nationale, même si vous en faites la demande, sachez que le professionnel n'est pas obligé de répondre à votre demande. La confirmation de commande devant être obligatoirement fournie sur support durable et contenir un certain nombre d'informations (article L. 221-13 du code de la consommation), vaut facture.
- Pour une vente à distance transfrontière, le professionnel doit vous délivrer une facture, que vous en fassiez ou non la demande (article 289 du code général des impôts). Elle est émise dès la réalisation de la livraison, sous forme électronique ou papier, et doit contenir un certain nombre de mentions obligatoires (article 242 nonies A du code général des impôts).

Pour les prestations de services

Le prestataire doit, avant le paiement du prix, **délivrer une note lorsque la prestation est supérieure ou égale à 25 € TTC** (article 1 de l'arrêté du 3 octobre 1983 modifié), ou quel que soit le montant, si vous en faites la demande. Ces conditions doivent être rappelées par un affichage lisible au lieu où s'effectue le paiement (article 2 du même arrêté).

La note doit obligatoirement mentionner la date de son établissement, le nom et l'adresse du prestataire, la date et le lieu de l'exécution de la prestation, le nom du client sauf opposition de celui-ci, le décompte détaillé en quantité et prix de chaque produit ou prestation fournie ainsi que leur dénomination (facultatif en cas de devis descriptif et détaillé accepté par le client et conforme aux travaux exécutés, délivré préalablement à l'exécution de la prestation de services), la somme totale à payer HT et TTC (article 3 du même arrêté) et le taux de TVA.

La note émise par le professionnel doit l'être sur support durable. Il peut s'agir d'un document "papier", d'un courriel que vous pouvez conserver ou d'une facture électronique accessible sur votre compte "client" Internet, notamment dans le cadre de contrats conclus sous forme électronique (article 1127-1 du code civil).

L'émission d'une facture est un service. À ce titre, elle peut être payante, sauf à ce que la réglementation en prévoit la gratuité. En cas d'émission de facture payante, le professionnel doit vous informer par tout moyen approprié et de façon claire, du caractère payant de la facture et du coût exact de cette prestation (article L. 112-1 du code de la consommation).

La note peut être constituée par un ticket de caisse, une facture ou tout autre justificatif.

Attention

Un ticket de caisse n'est pas considéré comme une facture : il s'agit simplement d'une preuve d'achat. Celle-ci vous permettra d'échanger le bien acheté par exemple.

Bon à savoir

Dans certains secteurs, la délivrance d'une note ou d'une facture est expressément prévue :

- **déménagement** ([article 4 de l'arrêté du 27 avril 2010 modifié](#)),
- **dépannage, réparation, entretien** ([article 5 de l'arrêté du 27 janvier 2017 modifié](#)),
- **prestations de services à la personne** ([article 8 de l'arrêté du 17 mars 2015](#)),
- **courses de taxi** ([arrêté du 6 novembre 2015](#)),
- **travaux immobiliers** ([article 290 quinquies du code général des impôts](#)),
- **contrats de téléphone mobile ou d'accès Internet** ([article 3 de l'arrêté du 31 décembre 2013](#)) : si vous souhaitez recevoir gratuitement vos factures en version papier, à la place du support durable proposé par votre opérateur, vous pouvez en faire la demande "*par tout moyen et à tout moment, y compris lors de la souscription*".

Le non-respect du prix annoncé

La vente ou la fourniture d'une prestation de services est conclue aux conditions de l'information fournie, c'est-à-dire au prix annoncé.

En cas de différence entre deux étiquettes ou entre l'étiquette et le code-barres, il est usuel que l'on demande au client de payer le prix le plus faible lors du passage en caisse. Cependant, ce n'est pas une obligation légale, mais un **simple usage** : "*en présence d'un produit marqué ou étiqueté à deux prix différents, il est usuel que l'on demande au client le prix le plus faible, lorsque celui-ci est en rapport avec la valeur de l'article*" ([circulaire du 19 juillet 1988](#)). Cet usage ne s'applique pas en cas d'**erreur manifeste** (par exemple, un lave-linge dont le prix serait affiché à 20 €).

Cette solution pourrait également se fonder sur l'[article L. 211-1 du code de la consommation](#) énonçant qu'en cas de doute, une clause d'un contrat proposé par un professionnel doit s'interpréter dans le sens le plus favorable au consommateur.

Dans le cas où il y aurait une annonce intentionnelle simultanée de deux prix différents, le professionnel serait en infraction si cette anomalie repose sur une publicité inexacte ou si l'étiquetage n'est pas conforme aux textes réglementaires. Le professionnel pourra être passible de sanctions pénales pour délit de pratique commerciale trompeuse ([article L. 132-1 du code de la consommation](#)).

> **Pour en savoir plus sur les pratiques commerciales trompeuses**, consultez la fiche de l'INC "[Les pratiques commerciales déloyales](#)".

Lorsqu'une erreur matérielle d'étiquetage a entraîné la vente d'un produit à un prix sans rapport avec sa valeur réelle, le vendeur peut faire annuler la vente. Si celle-ci est consentie à un **prix dérisoire**, elle est dépourvue de contrepartie. Donc, si le vendeur veut obtenir la nullité d'une vente pour erreur d'étiquetage, il faut que vous ayez payé un prix dérisoire. Ce caractère est apprécié souverainement par les juges ([article 1169 du code civil](#)).

Par exemple, une personne avait acheté chez un grand bijoutier une bague affichée à 100 000 F (15 245 €), alors que pour le vendeur la valeur réelle du bijou était de 460 000 F (70 130 €). La vente n'a pas été annulée car les juges ont estimé que, pour le client, le prix affiché pouvait correspondre à la valeur réelle de la bague ([Cass. civ. I, 4 juillet 1995, n° 93-16198](#)).

Nos conseils

Si vous avez un doute sur le prix d'un produit avant de passer en caisse, utilisez les bornes de lecture optique mises à disposition. Constituez-vous une preuve de l'affichage erroné en prenant une photo qui appuiera votre demande.

Les pourboires sont-ils obligatoires ?

Pour certaines prestations courantes (restaurateurs, cafetiers, coiffeurs, etc.), la question de la rémunération supplémentaire, ou pourboire, peut se poser.

La circulaire du 19 juillet 1988 indique que le service ne peut être réclamé qu'à la condition d'être mentionné expressément sur les documents affichés à la vue du public ou mis à la disposition de la clientèle. Le taux de service (généralement exprimé en pourcentage) doit être précisé et les prix doivent être affichés avec indication du service compris. Si rien n'est inscrit, le client ne peut pas être obligé de payer un supplément pour le service.

Cependant, le client est libre de verser un supplément à titre de pourboire s'il est satisfait de la prestation fournie, mais ce n'est pas une obligation.

4 - LES SANCTIONS ET RECOURS

Les sanctions

Le non-respect par le professionnel de son obligation générale d'information sur les prix est passible d'une amende administrative pouvant atteindre 3 000 € pour une personne physique et 15 000 € pour une personne morale (article L. 131-5 du code de la consommation).

Si ce manquement est susceptible d'induire le consommateur en erreur, le professionnel peut être sanctionné pénalement au titre des pratiques commerciales trompeuses. Il s'agit d'un délit puni par une peine d'amende de 300 000 € (1 500 000 € pour les personnes morales) et de 2 années d'emprisonnement. *"Le montant de l'amende peut être porté, de manière proportionnée aux avantages tirés du délit, à 10 % du chiffre d'affaires moyen annuel, calculé sur les trois derniers chiffres d'affaires annuels connus à la date des faits, ou à 50 % des dépenses engagées pour la réalisation de la publicité ou de la pratique constituant ce délit"* (article L. 132-2 du code de la consommation).

Sur le plan civil, le manquement à l'obligation d'information ne peut à lui seul entraîner la nullité du contrat (Cass. civ. I, 15 décembre 1998, n° 96-19898).

Les recours

Chercher une solution amiable avec le professionnel

Si vous avez un différend avec le professionnel, recherchez d'abord une solution amiable avec lui. Un appel, un courriel suffisent parfois à régler le problème. Si celui-ci persiste, la lettre recommandée avec avis de réception s'impose. Gardez-en une copie.

> Pour obtenir des informations ou une aide, voire une intervention, vous pouvez prendre contact avec :

- une **organisation de consommateurs agréée** qui vous informera sur vos droits et pourra intervenir en vue d'un règlement amiable, voire vous aider dans vos démarches pour une éventuelle action judiciaire (moyennant le paiement d'une cotisation) ;
- les **chambres syndicales** ou les **fédérations** regroupant les professionnels de la branche visée, qui peuvent également intervenir dans certains cas ;
- le **médiateur de la consommation** qui a été désigné par le professionnel pour la recherche d'une solution amiable, ce dernier devant communiquer "les coordonnées du ou des médiateurs de la consommation dont il relève, en inscrivant ces informations de manière visible et lisible sur son site internet, sur ses conditions générales de vente ou de service, sur ses bons de commande ou, en l'absence de tels supports, par tout autre moyen approprié" (tel un affichage, par exemple). Il y mentionne également l'adresse du site internet du ou de ces médiateurs" (article R. 616-1 du code de la consommation). Le professionnel est également tenu de vous fournir cette même information, dès lors que votre litige n'a pas pu être réglé dans le cadre de la réclamation préalable faite par écrit auprès de ses services (article L. 616-1 du code de la consommation).

Alerter l'administration

Lorsque vous estimez être victime d'un manquement à la réglementation relative à l'information sur les prix, d'une pratique commerciale trompeuse ou agressive ou d'une tromperie, vous pouvez alerter les agents de la Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF) du département du siège social de l'entreprise (DDPP ou DDCSPP selon le département). Vous pourrez trouver leur adresse sur le site de la DGCCRF.

> Pour leur signaler un défaut d'information sur les prix, utilisez la lettre-type de l'INC "Un commerçant de votre quartier n'affiche pas les prix. Vous le signalez aux agents de la DDPP".

Les pouvoirs d'enquête des agents de la DGCCRF sont établis aux articles L. 512-1 et suivants du code de la consommation.

Agir en justice contre le professionnel

Vos démarches amiables ont échoué, vous souhaitez alors saisir un tribunal. Vous devez vous adresser :

- au **tribunal d'instance**, si la somme en jeu est inférieure ou égale à 10 000 €,
- au **tribunal de grande instance**, si la somme en jeu est supérieure à 10 000 €.

A noter

L'assistance d'un avocat n'est pas obligatoire devant le tribunal d'instance.

En votre qualité de consommateur personne physique, vous pouvez saisir le tribunal du lieu de votre achat (article R. 631-3 du code de la consommation), du lieu d'exécution de la prestation ou de la livraison effective de la chose (article 46 du code de procédure civile). Le lieu de "livraison effective" s'entend non seulement de celui où la livraison de la chose a été effectuée, mais aussi de celui où elle doit l'être en cas d'absence de livraison (Cass. civ. II, 18 janvier 2001, pourvoi n° 96-20912).

Le tribunal du lieu du siège social de l'entreprise est également compétent.

Bon à savoir

Vous pouvez obtenir des informations sur les procédures, notamment, auprès des points d'accès au droit (PAD) ou des maisons de justice et du droit (MJD). Un annuaire de ces lieux d'information et de nombreux autres renseignements figurent sur les sites : www.annuaires.justice.gouv.fr et www.vos-droits.justice.gouv.fr.

Vous pouvez porter plainte auprès du Procureur de la République près du tribunal de grande instance de votre domicile. Sachez cependant que le Procureur est seul maître de l'opportunité des poursuites, il peut décider de classer l'affaire sans suite. Vous aurez néanmoins la possibilité de faire une citation directe ou de vous constituer partie civile.

La plainte à transmettre se traduit par une simple lettre dans laquelle vous indiquez vos coordonnées et relatez objectivement les faits, en joignant, si possible, des pièces justificatives.

> **Pour vous aider**, utilisez la lettre type de l'INC "Vous portez plainte auprès du procureur de la République à la suite d'une infraction dont vous avez été victime".

Mis à jour par Camille Minaud,
Juriste à l'Institut national de la consommation (INC)

URL source: <https://www.inc-conso.fr/content/linformation-sur-les-prix-generalites>