



05/11

## CHRONIQUES JURIDIQUES

Introduction d'un Code de la consommation  
dans le droit positif luxembourgeois : les mérites du code



# Introduction d'un Code de la consommation dans le droit positif luxembourgeois : les mérites du code

*Les nouvelles règles en matière d'application du droit de la consommation couvrent l'action en cessation et les nouveaux pouvoirs accordés à l'administration par le législateur. La codification à droit constant se veut un instrument de choix pour rendre la législation en la matière cohérente et lisible. Le code intègre les initiatives (proposition de directive relative aux droits des consommateurs) et les textes communautaires récents et s'est inspiré des techniques législatives générales de codification. Par le biais de la chronique juridique, le Département Avis et Affaires Juridiques vous propose une vue d'ensemble du Code et vous présente les dispositions de la directive sur les pratiques commerciales déloyales, suite à son entrée en vigueur. La chronique revient aussi sur l'entrée en vigueur des directives « Timeshare » et « les contrats de crédits aux consommateurs ».*

La loi du 8 avril 2011 portant introduction d'un Code de la consommation a été publiée le 12 avril 2011 et est entrée en vigueur le 15 avril 2011. Celle-ci se décompose en deux parties : une première partie législative qui, outre les dispositions abrogatoires et modificatives, contient les dispositions transposant la directive « Timeshare<sup>1</sup> » et celles transposant la directive sur les contrats de crédits aux consommateurs<sup>2</sup> et, une deuxième partie qui introduit sous forme d'une *Annexe*, l'ensemble des dispositions constituant le Code de la consommation proprement dit.

Concernant son champ d'application, le Code de la consommation se limite à énoncer les règles applicables à toutes les transactions des entreprises avec le consommateur (« B to C »). Il ne s'applique pas dans le cas de transactions entre entreprises (« B to B »).

Si l'initiative d'établir un Code de la consommation revient bien au Ministère de l'Economie luxembourgeois, pour autant, les différentes lois modifiées demeurent de la compétence des ministères concernés.

## **I. Vue d'ensemble du Code**

### **Définitions & non exclusions**

Afin de garantir une bonne compréhension de tous les utilisateurs - consommateurs et professionnels confondus- le Code de la consommation clarifie et harmonise au niveau de ses dispositions préliminaires<sup>3</sup>, certaines définitions qui sont d'application dans l'ensemble du code. En particulier, les notions de « consommateur », de « professionnel » et de « support durable ». Ses dispositions s'appliquent sans exclure pour autant les dispositions des lois spécifiques, en particulier celles mettant en œuvre le principe de l'égalité de traitement entre

<sup>1</sup> Directive 2008/48/CE du Parlement européen et du Conseil du 23 avril 2008 concernant les contrats de crédit aux consommateurs et abrogeant la directive 87/102/CEE du Conseil

<sup>2</sup> Directive 2008/48/CE du Parlement européen et du Conseil du 23 avril 2008 concernant les contrats de crédit aux consommateurs et abrogeant la directive 87/102/CEE du Conseil

<sup>3</sup> Article L.010-1

les personnes sans distinction de race ou d'origine ethnique, en matière d'emploi et de travail ou, entre hommes et femmes dans l'accès ou la fourniture de biens et services.

### **Information des consommateurs et pratiques commerciales déloyales**

Le code prévoit des règles d'information obligatoires à l'attention du consommateur et introduit pour ce faire, une obligation générale d'information à charge des professionnels<sup>4</sup>. Le consommateur doit effectivement être en mesure de connaître les caractéristiques essentielles des biens et services qui lui sont proposés. Ainsi, « *toute description des caractéristiques et qualités d'un bien ou d'un service faite dans les documents et moyens de publicité, de même que toute garantie commerciale y relative effectuée au moment de la publicité ou communiquée au consommateur sont réputées faire partie intégrante du contrat (...) même si la publicité est le fait du fabricant, du détenteur ou de l'exploitant de la marque ou de tout autre professionnel situé en amont du professionnel en cause* ».

## **II. L'entrée en vigueur de la directive sur les pratiques commerciales déloyales**

Il est rappelé que, pour les besoins de la mise en conformité avec la directive 2005/29/CE<sup>5</sup> (dite Directive « UCP »), la loi du 29 avril 2009 relative aux pratiques commerciales déloyales<sup>6</sup> avait fait l'objet d'un vote préalable à celui de la loi introduisant le Code de la consommation. Cette loi a été abrogée le 12 avril 2011 par le Code de la consommation et ses dispositions ont été incorporées sous au Livre I, Titre 2.

Le Code de la consommation pose le principe général de l'interdiction des pratiques commerciales déloyales et définit ensuite les « *pratiques commerciales des entreprises vis-à-vis des consommateurs* », comme toute action, omission, conduite, démarche ou communication commerciale, y compris la publicité et le marketing, de la part d'un professionnel, en relation directe avec la promotion, la vente ou la fourniture d'un produit aux consommateurs.

### **Pratiques commerciales déloyales, trompeuses, agressives - Définitions**

Ainsi, une *pratique commerciale* d'une entreprise vis-à-vis d'un consommateur sera réputée *déloyale* si « *a) elle est contraire aux exigences de la diligence professionnelle et b) elle altère ou est susceptible d'altérer de manière substantielle le comportement économique, par rapport au produit, du consommateur moyen qu'elle touche ou auquel elle s'adresse, ou du membre moyen du groupe lorsqu'une pratique commerciale est ciblée vers un groupe particulier de consommateurs* ». Ces pratiques sont censées influencer le choix du consommateur quant à sa décision d'acheter ou non un produit, ou de peser sur sa décision concernant l'exercice ou non d'un droit contractuel.

Le Code de la consommation introduit une notion, tout à fait nouvelle, d'altération substantielle d'un groupe de consommateurs, clairement identifiable, visant clairement des groupes « sensibles » de consommateurs qui méritent une protection particulière. Il s'agit de

---

<sup>4</sup> Article L.111-1 du Code

<sup>5</sup> Directive 2005/29/CE<sup>5</sup> du Parlement européen et du Conseil du 11 mai 2005 relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le Marché Intérieur.

<sup>6</sup> La loi du 29 avril 2009 relative aux pratiques commerciales déloyales et modifiant - la loi modifiée du 30 juillet 2002 réglementant certaines pratiques commerciales, sanctionnant la concurrence déloyale et transposant la directive 97/55/CE du Parlement européen et du Conseil modifiant la directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse afin d'y inclure la publicité comparative; - la loi modifiée du 28 décembre 1988 réglementant l'accès aux professions d'artisan, de commerçant, d'industriel ainsi qu'à certaines professions libérales et modifiant l'article 4 de la loi du 2 juillet 1935 portant réglementation des conditions

consommateurs spécifiques et plus vulnérables, en raison de leur âge (enfants), de leur crédulité ou d'une infirmité physique ou mentale.

Une *pratique commerciale* peut être considérée comme *trompeuse* soit par action, soit par omission. Une *pratique est trompeuse par omission* si elle ne fournit pas les renseignements minimums ou informations substantielles dont le consommateur moyen a besoin avant l'achat. Elle fixe aussi une liste avec les informations essentielles dont le consommateur a besoin avant l'achat; par exemple, les caractéristiques principales du produit, le prix (taxes comprises) les frais de livraison (si nécessaire) et le droit de rétractation.

Une *pratique commerciale est trompeuse par action* si elle contient des informations fausses ou si elle induit ou est susceptible d'induire en erreur le consommateur moyen, même si les informations présentées sont correctes.

Afin de définir si une *pratique commerciale* est ou non *agressive*, le Code fournit un certain nombre de critères, notamment si elle a recours au harcèlement, à la contrainte ou si elle utilise l'influence injustifiée. Enfin, le Code établit la liste complète de comportements commerciaux déloyaux interdits en toute circonstance, une sorte de «liste noire» des pratiques commerciales déloyales en visant par exemple, les systèmes pyramidaux de vente, la fourniture non demandée ou l'utilisation de la publicité-appât (quand le produit annoncé à bon prix n'est pas disponible) ou l'emploi de publi-reportages dissimulés.

### **Indication des prix**

Le code généralise le principe de l'affichage des prix qui impose au professionnel, une obligation générale d'information sur le prix des produits et des services qu'il offre. En pratique, cette obligation est double : elle se traduit par la communication écrite du prix « *par voie de marquage, d'étiquetage, ou par tout autre procédé approprié* »<sup>7</sup> ainsi que celle d'indiquer au consommateur, le prix de vente à l'unité de mesure, lorsque ce prix diffère du prix de vente du produit<sup>8</sup>. Conséquence de cette obligation, le code supprime en certains régimes dérogatoires existants et, en particulier celle dont bénéficiait jusqu'à présent le marché de l'art et des antiquités.

En cas d'infraction d'un professionnel à l'obligation d'affichage du prix des produits ou des services qu'il offre, sont prévues, des amendes administratives comprises entre 251 et 50.000 EUR<sup>9</sup>. Compte tenu de la sévérité de ces amendes qui s'apparentent à des sanctions pénales, les professionnels devront à l'avenir se montrer particulièrement vigilants lors de la mise en œuvre pratique de cette obligation d'affichage.

## **III. Dispositions générales aux contrats conclus avec les consommateurs**<sup>10</sup>

### **Clauses réputées abusives : l'exclusion du défaut de conformité**

Le Code de la consommation consacre à présent une définition élargie des clauses réputées abusives. La loi du 21 avril 2004 transposant la directive du 25 mai 1999 sur la garantie des biens de consommation qui portait en particulier sur la non-conformité du bien au contrat, avait déjà prévu dans la définition des clauses abusives à côté des clauses « *qui excluent ou limitent la garantie légale en cas de vice caché* », le cas du défaut de conformité.

---

<sup>7</sup> Article L.112-1 du Code

<sup>8</sup> Article L. 112-3 paragraphe 1 et L.112-4 paragraphe 1

<sup>9</sup> Article L.112-9 du Code

<sup>10</sup> Livre II du Code

Sont désormais visées, les clauses par lesquelles le professionnel tente d'exclure ou de limiter sa responsabilité. Ainsi, sont désormais réputées abusives, « *les clauses excluant ou limitant la garantie légale en cas de vice caché ou de défaut de conformité* »<sup>11</sup>

### **Garantie commerciale : extension des obligations à l'égard des réparateurs**

Jusqu'à présent, la loi du 21 avril 2004<sup>12</sup> se limitait à faire référence à l'obligation de délivrance conforme du bien, incombant au professionnel. Le Code de la consommation introduit désormais une véritable clause de responsabilité à l'égard du réparateur d'une chose ou de la personne qui effectue sur elle des travaux. Celui-ci sera tenu aux mêmes obligations et assumera les mêmes garanties que le professionnel qui a vendu la chose<sup>13</sup>.

### **Dispositions communes aux contrats particuliers<sup>14</sup>**

La valeur ajoutée du Code de la consommation réside véritablement en la réunion, sous un même titre d'un ensemble de dispositions communes qui s'appliqueront désormais aux contrats à distance, aux contrats d'utilisation de biens à temps partagé, de produits de vacances à long terme, aux contrats de vente et aux contrats de crédit à la consommation<sup>15</sup>.

### **Informations précontractuelles**

D'une manière générale, le Code de la consommation renforce sensiblement le volume des informations pré contractuelles à délivrer par le professionnel, au consommateur. Ainsi, avant la conclusion du contrat, le consommateur doit se faire délivrer au minimum

- l'identité et l'adresse géographique du professionnel ;
- les informations essentielles du bien ou du service ;
- le prix du bien ou du service toutes taxes comprises et, lorsque le prix exact ne peut être déterminé, la méthode de détermination du prix lui permettant de vérifier ce dernier ;
- les modalités de paiement, de livraison ou d'exécution;
- l'existence ou l'absence d'un droit de rétractation<sup>16</sup>.

le consommateur est en droit de se prévaloir de ces informations, avant d'être engagé contractuellement par sa signature. En outre, des informations pré contractuelles supplémentaires viennent compléter ces dispositions de base. Elles sont exigées dans le cadre de contrats spécifiques (contrats à distance hors services financiers)<sup>17</sup>, (contrats à distance pour les services financiers hors assurances)<sup>18</sup>, (contrats d'utilisation de biens à temps partagé, contrats de produits de vacances à long terme, contrats de vente et d'échange<sup>19</sup> ou contrats de crédit de consommation)<sup>20</sup>.

---

<sup>11</sup> Article L. 211-3 paragraphe 1<sup>er</sup> du Code

<sup>12</sup> Loi du 21 avril 2004 relative à la garantie de conformité due par le vendeur de biens corporels, abrogée par la loi du 23 avril 2008

<sup>13</sup> Article L. 212-12 alinéa 1<sup>er</sup> du Code

<sup>14</sup> Livre II, Titre 2 du Code

<sup>15</sup> Titre 2, Chapitre 1<sup>er</sup> du Code

<sup>16</sup> Article L.221-2 paragraphe 1<sup>er</sup> du Code

<sup>17</sup> Articles L.222-3 & L. 222-4 du Code

<sup>18</sup> Articles L.222-14 à L.222-17 du Code

<sup>19</sup> Articles L.223-4 et L.223-5 du Code

<sup>20</sup> Articles L.224-6 du Code

## **Charge de la preuve**

Il appartient au professionnel de prouver qu'il a bien exécuté ses obligations d'information<sup>21</sup>.

## **Droit de rétractation**

Alors que les contrats à distance autres que les contrats financiers demeurent soumis à un droit de rétractation de 7 jours, les contrats à distance financiers, les crédits à la consommation et les contrats relatifs à l'utilisation à temps partiel de biens immobiliers, bénéficient à présent d'une extension du droit de rétractation de 7 jours - tel que fixé auparavant - à 14 jours calendrier.

## **Contrats à distance financiers et non financiers : un régime unique quelque soit la technique de communication**

Du point de vue formel, le Code de la consommation réunit tout d'abord sous un même titre, les dispositions intéressant les contrats à distance relatifs d'une part, aux « *Contrats à distance hors services financiers* »<sup>22</sup> et celles applicables aux « *Contrats à distance portant sur des services financiers hors assurances* »,<sup>23</sup> d'autre part.

Sur le fond, s'agissant des contrats à distance, le Code de la consommation supprime ensuite la distinction opérée jusqu'à présent entre les contrats conclus par le biais de moyens de communication électroniques, d'une part, et les contrats à distance conclus par le biais d'autres moyens de communication, d'autre part. Il en découle une plus grande homogénéité qui contribue à simplifier les dispositions en vigueur pour le consommateur.

## **IV. L'entrée en vigueur de la directive « Timeshare »**

Afin de tenir compte des évolutions du marché des produits de vacances, la directive 2008/122/CE, dite « Directive Timeshare » a abrogé la directive 94/47/CE harmonisant du même coup, certains aspects de la commercialisation, de la vente et de la revente de produits de vacances à temps partagé<sup>24</sup>.

S'il est vrai que pour les consommateurs luxembourgeois, les sollicitations et engagements de 'Timeshare' s'effectuent essentiellement à l'étranger, il n'en reste pas moins vrai que la Directive « Timeshare » a le mérite de renforcer la protection des consommateurs à travers toute l'Europe en améliorant la protection juridique des consommateurs car elle les fait bénéficier d'une protection sur les lieux de vacances étrangers, comparable à celle dont ils bénéficient sur leur territoire.

## **Extension du champ d'application aux biens immobiliers à temps partagé et aux produits de vacances à long terme**

La directive s'étend dorénavant à de nouveaux produits comparables au 'Timeshare' classique. Elle abroge la loi modifiée du 18 décembre 1998<sup>25</sup> qui se limitait à l'utilisation de biens immobiliers, pour s'étendre aux contrats de vacances à temps partagé. Sont visés les contrats d'une durée de plus d'un an conclus avec des professionnels et portant soit sur un séjour, un hébergement, un droit de participation à un système d'échange, permettant à d'autres personnes de bénéficier temporairement des droits découlant de ce consommateur,

---

<sup>21</sup> Article L.221-2 paragraphe 3 du Code

<sup>22</sup> Titre 2 Chapitre 2 Section 1 du Code

<sup>23</sup> Titre 2 Chapitre 2 Section 2 du Code

<sup>24</sup> Dispositions introduites au Chapitre 3 du Titre 2 du Code de la consommation

<sup>25</sup> La loi modifiée du 18 décembre 1998<sup>25</sup> relative aux contrats portant sur l'acquisition d'un droit d'utilisation à temps partiel de biens immobiliers

soit sur une aide à la vente ou à l'achat d'un droit d'utilisation d'un bien ou d'un produit. **Un nouveau délai de rétractation de 14 jours au lieu de 10 jours**

La directive étend le droit de rétractation du consommateur de 10 à 14 jours calendrier. A titre de rappel, durant ce délai, le consommateur peut se rétracter sans motif et sans pénalité et sans qu'il donne lieu à aucune obligation de versement ou d'avances. Le délai est calculé à partir de la signature ou de la réception du contrat, ou de tout document contraignant<sup>26</sup>.

Cette possibilité est mentionnée dans un formulaire standard d'information précontractuelle. En cas de manquement à cette obligation, le délai de rétraction est étendu et porté à un an et 14 jours. Pour les cas où les professionnels n'ont pas fourni d'informations précontractuelles, le droit de rétractation peut être exercé pendant une durée de 3 mois et 14 jours.

### **Résiliation automatique des contrats accessoires**

Une autre innovation lorsque le consommateur exerce son droit de rétractation, tout contrat accessoire lié à la convention principale est automatiquement résilié<sup>27</sup>. Le consommateur n'est alors tenu à aucun frais de résiliation.

### **Sanctions**

En transposant la directive 2008/122/CE, le Code de la consommation reprend le principe de proportionnalité qui préside à la levée de sanctions pénales prévue à l'encontre des professionnels qui ne satisfont pas à leurs obligations d'information qui énonce que les sanctions *doivent être effectives, proportionnées et dissuasives*. En effet, des sanctions administratives et pécuniaires à hauteur d'un montant maximum de 25.000 EUR sont prévues pour sanctionner les professionnels défaillants. Ce montant peut être doublé, en cas de récidive, dans un délai de deux ans à partir du premier manquement.

## **V. L'entrée en vigueur de la directive sur les contrats de crédits aux consommateurs**

Adoptée le 23 avril 2008, la directive 2008/48/CE entend uniformiser et rendre plus transparent le crédit à la consommation en Europe. Les dispositions qui suivent sont réellement novatrices en la matière. Elles abrogent la loi modifiée du 9 août 1993 qui règlementait jusqu'à présent le crédit à la consommation.

### **Champ d'application**

Le chapitre 4 de la loi du 8 avril 2011 portant introduction d'un Code de la consommation et transposant la directive 2008/48/CE s'applique à tous les crédits à la consommation, et en particulier aux crédits aux consommateurs, pour autant qu'ils s'inscrivent dans une fourchette comprise entre 200 et 75.000 EUR.

Certains contrats de crédits sont cependant expressément exclus<sup>28</sup>. Il s'agit en particulier

- du crédit hypothécaire ;
- du crédit-bail,
- aux facilités de découvert autorisé, remboursable dans le délai d'un mois<sup>29</sup>;
- aux contrats de crédits conclus avec des établissements de crédit ou des sociétés d'investissement aux fins de permettre des investissements dans des instruments

---

<sup>26</sup> Article L.223 -6 à L. 223-8

<sup>27</sup> Article L.223-11 paragraphe 1<sup>er</sup>

<sup>29</sup> Article L. 224-3. du Code

financiers de type spéculatif, lorsque l'emprunteur qui accorde le crédit est lui-même associé à ce type de transactions (« Crédits lombard<sup>30</sup> ») ;

- des facilités de découvert lorsque le crédit est soumis à des conditions de remboursement à la demande ou endéans un délai de maximum de trois mois<sup>31</sup>.

Par ailleurs, les dispositions du Chapitre 4 ne s'appliquent pas aux contrats de crédit existants à la date de l'entrée en vigueur du Code de la consommation<sup>32</sup>.

### **Une information plus étendue et exigeante pour les professionnels**

D'une manière générale, la directive sur les contrats de crédit aux consommateurs étend le nombre d'informations pré contractuelles dues par le professionnel au consommateur. Le Code de la consommation définit quelles sont les informations obligatoires que le prêteur a l'obligation de fournir aux emprunteurs. Ces informations peuvent toutefois varier selon le type de contrat de crédit à la consommation. Ainsi, un régime allégé est prévu pour les découverts.<sup>33</sup>

Du côté des professionnels, il convient de relever une nouveauté significative : les établissements de crédit et, le cas échéant les intermédiaires de crédit sont, à l'avenir tenus de fournir au consommateur des explications personnalisées. Les informations ou explications doivent permettre au consommateur de comparer les différentes offres et de déterminer si le contrat de crédit qui lui est proposé est adapté à ses besoins et à sa situation financière.<sup>34</sup> Enfin, toutes les publicités pour des offres de crédits à la consommation devront comporter des informations standardisées comprenant :

- le taux effectif global annuel,
- les frais compris dans le coût total du crédit,
- en cas de crédit lié, le coût réel du bien et le montant de tout acompte,
- le coût de l'assurance, si celle-ci est obligatoire<sup>35</sup>.

Dernière nouveauté, les intermédiaires de crédit établis au Luxembourg devront s'immatriculer sur une liste d'enregistrement<sup>36</sup>, à établir par le ministre de l'Economie. Cette exigence se justifie par des considérations déontologiques visant à rendre plus transparentes l'identité et la qualité des prêteurs intervenant sur la place pour le consommateur et l'autorité de contrôle.

### **Contenu et contenant de l'information ...standardisée : un document standard**

Avant de s'engager dans un crédit à la consommation, l'emprunteur devra se voir remettre par le prêteur un document regroupant les informations signalées ci-dessus.

En outre, ce document comportera, des indications sur l'évolution du taux effectif global, en fonction des hypothèses envisagées par l'emprunteur (la durée et le montant du crédit), un échéancier de ses remboursements, l'obligation éventuelle de prendre une assurance, les frais de tenue de compte, ceux appliqués en cas d'incident de paiement ainsi que les modalités du remboursement anticipé.

Toutes ces informations peuvent être regroupées dans des documents normalisés prévus par voie de règlement grand-ducal. Il s'agit d'un formulaire standard intitulé «informations

---

<sup>30</sup> Article L. 224-3 (1) du Code

<sup>31</sup> Article L.224-3 (2) du Code

<sup>32</sup> Article L. 224-27 du Code

<sup>33</sup> Article L. 224-7 du Code

<sup>34</sup> Article L.224-7 du Code.

<sup>35</sup> Article L. 224-8 du Code

<sup>36</sup> Article L- 224-21 paragraphe 2



européennes en matière de crédit aux consommateurs» prévu par à l'annexe 2 de la directive 2008/48/CE.

### **Obligation de vérifier la solvabilité de l'emprunteur**

Préalablement à la signature d'un contrat de crédit, les organismes prêteurs ont l'obligation de vérifier la solvabilité de l'emprunteur. S'il le juge nécessaire, le prêteur pourra consulter le fichier national des incidents de paiement dans le pays de résidence du consommateur ou une base de données européenne accessible à tous les États membres<sup>37</sup>. Les emprunteurs devront quant à eux, soumettre aux prêteurs l'information concernant la totalité de leurs engagements financiers et de leurs revenus<sup>38</sup>.

### **Un nouveau délai de rétractation de 14 jours**

La modification la plus importante introduite par le Code de la consommation vise l'introduction pour tous les contrats de crédit, d'un délai de 14 jours **calendrier** offert au prêteur pour se rétracter, sans avoir de motif à invoquer. Ce délai commence à courir à partir de la signature des conditions générales du contrat ou de l'information obligatoire, si cette information lui est fournie après la signature du contrat de prêt. Cette disposition est significative puisqu'elle double le délai légal de rétraction qui était jusqu'à présent limité à 7 jours<sup>39</sup>. Si l'extension du délai de rétraction est évidemment avantageuse pour le consommateur et lui offre une plus large sécurité juridique, elle est plus contraignante pour les professionnels du secteur financier.

### **Remboursement anticipé**

Conformément à la directive 2008/48/CE sur les contrats de crédit aux consommateurs, la loi du 23 avril 2008 autorise désormais les emprunteurs à se décharger de leurs obligations avant le terme convenu dans le contrat de crédit, leur permettant par ailleurs de bénéficier d'une réduction du coût total du crédit<sup>40</sup>. En contrepartie, le prêteur a droit à une indemnité équitable et objectivement justifiée pour les coûts éventuels liés directement au remboursement anticipé du crédit, à condition cependant que le remboursement anticipé intervienne pendant une période à taux fixe. En outre, le prêteur ne peut réclamer l'indemnité qu'à la seule condition que le montant du remboursement anticipé dépasse 10.000 EUR au cours d'une période de 12 mois<sup>41</sup>.

La loi impose en outre que l'indemnité de remboursement ne dépasse pas 1% du montant du crédit. Ce plafond est réduit à 0,5% si le remboursement est effectué dans les 12 mois qui précèdent le terme du crédit. L'article L. 224-17 du Code définit à présent la procédure applicable aux remboursements anticipés ainsi que le mode de calcul du droit à indemnité en faveur du prêteur.

Enfin, dans le but de renforcer la transparence de l'information vis-à-vis des autorités de contrôle et des consommateurs, les intermédiaires de crédit se voient imposer de nouvelles obligations d'enregistrement et d'information<sup>42</sup>. Ainsi, ils devront indiquer tant dans les publicités que dans les documents destinés aux consommateurs, l'étendue de leurs pouvoirs, notamment s'ils travaillent à titre exclusif avec un ou plusieurs prêteurs ou en qualité de courtier indépendant.

---

<sup>37</sup> Article L.224-10 du Code

<sup>38</sup> Article L.224-10 du Code

<sup>39</sup> Article L. 224-15 du Code

<sup>40</sup> Article L- 224-17 du Code.

<sup>41</sup> Article L.224-21 paragraphe 2

<sup>42</sup> Articles L.224-21 à L.224-22 du Code.

Avant la conclusion du contrat de crédit, tous les frais éventuels dus par le consommateur à l'intermédiaire de crédit au titre de services rendus devront lui être communiqués, une fois sur support papier ou sur un autre support durable. En outre, l'intermédiaire de crédit devra communiquer tous les frais éventuels au prêteur aux fins du calcul du taux annuel effectif global (TAEG).

#### **VI. Mise en œuvre du droit de la consommation**<sup>43</sup>

Le Livre 3 du Code de la consommation définit les règles qui régissent la désignation des autorités compétentes ainsi que des procédures d'injonction afin de protéger droits des consommateurs.

#### **Champ d'application**

Ces règles s'appliquent lorsque l'acte ou l'omission est susceptible de porter atteinte aux intérêts de consommateurs résidant aux Luxembourg ou lorsque le professionnel responsable de cet acte ou de cette omission est établi sur le territoire du Luxembourg ou lorsque des preuves ou des actifs en rapport avec cet acte ou omission se trouvent sur le territoire luxembourgeois<sup>44</sup>.

Pour de plus amples informations, vous pouvez contacter :  
Département Avis et Affaires Juridiques  
Joëlle Benguigui  
Tél. : (+352) 42 39 39-337  
E-mail : [joelle.benguigui@cc.lu](mailto:joelle.benguigui@cc.lu)

---

<sup>43</sup> Livre 3

<sup>44</sup> Article L.311-1 du Code