

LETTRE D'INFORMATION

Numéro 6

JUIN 2022

11^{ème} année

Prescription

Source : Bruno Wattenbergh

Chaque type de prestation et donc de facturation à ce qu'on appelle une date de prescription.

Une facture n'est donc pas éternellement exigible ?

Non, effectivement.

La loi prévoit en effet un laps de temps au-delà duquel on ne peut plus exiger une somme, même si elle est due.

Pourquoi le législateur a-t-il prévu cette prescription ?

Pour vous éviter de devoir conserver ad vitam aeternam toutes les preuves de vos paiements.

Mais aussi pour éviter qu'une dette ne puisse devenir monstrueusement élevée et probablement impayable. Sans prescription, un commerçant ou une entreprise négligente pourrait se rendre compte des années plus tard que vous lui devez de l'argent et compter intérêts de retard et pénalités.

Quand une dette est-elle prescrite ?

Impossible de fournir une seule réponse.

Normalement, toutes les actions personnelles sont prescrites par dix ans, et toutes les actions réelles (comme le droit de propriété sur les biens immobiliers) sont prescrites par trente ans.

Mais il y a quelques **délais de prescription particuliers** :

- 1 an pour la vente de biens par un commerçant à un particulier
- 5 ans pour les décomptes périodiques de gaz, d'eau, d'électricité et de services de télécommunications
- 6 mois pour les factures d'hôtel et de restaurant
- 1 an pour les honoraires d'un huissier de justice
- 5 ans pour les honoraires d'un avocat ou d'experts
- 2 ans pour les créances de médecins et d'hôpitaux
- 5 ans pour les créances fiscales telles que TVA et contributions

Et puis, il y a des spécificités, par exemple, pour une facture relative à des soins de santé, la prescription est de **2 ans à partir du mois suivant celui où les soins ont été prodigués**, pas à partir du moment où la facture est réceptionnée.

Qu'est-ce qui peut interrompre ces prescriptions ?

- Une signification d'un huissier de justice ou une citation en justice.
- Une reconnaissance de dette du débiteur.

Mais pas une demande de délai de paiement.



TABLE DES MATIERES

Page 1

Prescription
Dates importantes
Indices
Fermeture de nos bureaux

Pages 2 et 3

Produits à base de tournesol

Pages 3 et 4

Simple avis ou message publicitaire ?

DATES IMPORTANTES

- Pour le 5 juin : paiement de la provision ONSS ;
- Pour le 20 juin : paiement de la TVA pour les assujettis mensuels et de l'éventuel acompte pour les assujettis trimestriels.

INDICE DE AVRIL 2022

BASE	INDICE SANTE
2013	120.25
2004	145.23
1996	165.22

FERMETURE DE NOS BUREAUX

Nos bureaux seront fermés le lundi 6 juin 2022 (lundi de Pentecôte).

Produits à base de tournesol

Source : SPF Economie

En tant que consommateur, comment savoir que la composition a été modifiée ?

Le conflit en Ukraine entraîne une pénurie de certaines matières premières, comme les produits à base de tournesol (huile de tournesol, graines de tournesol...).

En conséquence, certains producteurs de denrées alimentaires sont contraints de modifier la composition de leurs produits.

Ils doivent indiquer ces changements sur les étiquettes de ces denrées alimentaires. Mais dans de nombreux cas, les étiquettes sont imprimées longtemps à l'avance et ne sont donc pas adaptées à la nouvelle composition du produit.

Afin de garantir vos intérêts en tant que consommateur et la continuité d'une production sûre sur le plan alimentaire, le SPF Economie, en concertation avec le SPF Santé publique et l'Agence fédérale pour la sécurité de la chaîne alimentaire (AFSCA), a développé une **procédure d'exception temporaire**.

Cela s'applique à toutes les denrées alimentaires préemballées vendues sur le marché belge.

De quelles mesures d'exception s'agit-il ?

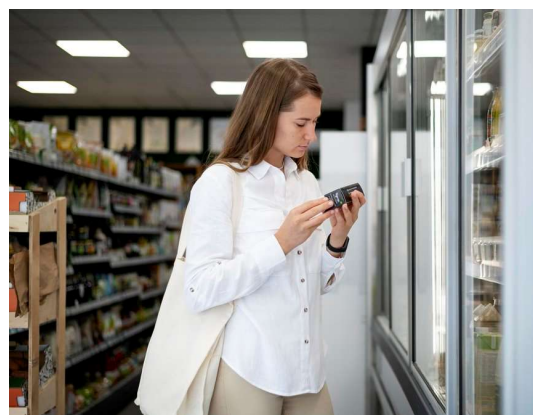
Il y a deux situations possibles.

- Un grand nombre de producteurs peuvent adapter immédiatement leurs étiquettes ou apposer des autocollants, des jets d'encre ou des tampons aux étiquettes pré-imprimées ou aux emballages déjà existants. L'indication clairement lisible est immédiatement visible, indélébile et non trompeuse.
- En revanche, de nombreuses entreprises ne sont pas en mesure de modifier immédiatement l'emballage ou les étiquettes de leurs produits. **Elles peuvent continuer à commercialiser ces produits, à condition d'informer les consommateurs d'une manière alternative.** Par conséquent, chaque entreprise qui remplace un produit à base de tournesol doit le déclarer au **SPF Economie via une plateforme dédiée**. Donc, dans un premier temps, elles ne changent rien sur l'étiquette.

Une affiche dans le magasin doit attirer l'attention du consommateur sur ces changements possibles. Vous y trouverez un code QR qui vous mènera directement au site web etiquette.economie.fgov.be.

Vous pouvez y consulter facilement la liste des produits concernés et les ingrédients qui ont été utilisés pour les remplacer. Vous pouvez également vérifier si ce remplacement est acceptable pour vous.

Cette exception ne s'applique toutefois pas aux ingrédients remplacés par des allergènes ni aux produits comportant des allégations de santé et de nutrition.



Produits à base de tournesol - suite

Source : SPF Economie

De quels ingrédients s'agit-il ?

Actuellement, l'assouplissement n'est autorisé que pour les **graines de tournesol et leurs dérivés tels que l'huile de tournesol.**

Qui peut bénéficier de ces mesures d'exception ?

Seules les entreprises qui, en raison du conflit en Ukraine, ont remplacé un de ces ingrédients par un autre dans un ou plusieurs de leurs produits alimentaires **ET** qui ne sont pas en mesure de modifier immédiatement l'emballage ou l'étiquetage de leur produit, peuvent bénéficier de cette mesure.

Ces mesures sont seulement d'application en Belgique, mais valent aussi pour des produits alimentaires en provenance d'autres états membres et de pays tiers et destinés au marché belge.

Qu'en est-il des allergies et des allégations de santé ?

Pour des raisons évidentes, les consommateurs souffrant d'allergies alimentaires ont intérêt à ce que l'étiquetage soit correct.

Par conséquent, **cette exception ne s'applique PAS si un ingrédient est remplacé par un allergène.** Dans ce cas, cela sera **toujours indiqué sur le produit même au moyen d'un autocollant bien visible,** à moins que l'étiquette puisse être adaptée immédiatement.

Actuellement, les ajouts possibles d'allergènes sont principalement **le soja** (lorsque la lécithine de soja est utilisée comme substitut) **et l'arachide** (lorsque l'huile d'arachide est utilisée comme substitut). D'autres allergènes pourront être ajoutés à l'avenir.

Durant combien de temps les mesures d'exception s'appliquent-elles ?

Les mesures d'exception s'appliquent **depuis le 26 avril pour une durée de 6 mois.** Une évaluation est prévue après 4 mois et la période peut être prolongée.

Simple avis ou message publicitaire ?

Source : SPF Economie

Les créateurs de contenu ou influenceurs sont de plus en plus sollicités par les entreprises pour promouvoir une marque, un produit ou un service auprès de leurs followers.

Mais pour ces derniers, il n'est pas toujours évident de réaliser qu'il s'agit d'un message publicitaire et que le créateur de contenu reçoit un avantage en contrepartie.



Pourquoi les créateurs de contenu doivent-ils indiquer clairement qu'ils font de la publicité ?

Il s'agit d'une obligation légale selon laquelle la publicité doit toujours être identifiable comme telle. Elle s'applique aux médias classiques, comme la télévision, la radio, les magazines, et ce principe vaut également pour les médias sociaux.

Les créateurs de contenu ont souvent une large audience et c'est la raison pour laquelle des marques ou des organisations les incitent à inclure des messages publicitaires dans leur contenu. Mais pour le follower moyen d'un créateur de contenu, il n'est pas toujours évident de faire la différence entre l'avis personnel du créateur de contenu et les informations provenant de partenariats commerciaux. En outre, ces messages commerciaux apparaissent entre de simples messages du créateur de contenu, ce qui complique la tâche du follower lorsqu'il doit distinguer les simples messages des publicités.

Simple avis ou message publicitaire ? - suite

Source : SPF Economie

À partir de quel moment est-ce de la publicité ?

Il est question de publicité dès qu'un créateur de contenu :

- met en avant un produit, un service ou une marque (oralement, visuellement ou textuellement) ;
- parle d'un produit, d'un service ou d'une marque ;
- partage avec ses followers un code de réduction reçu par la marque en question ;
- peut offrir des produits pour une marque ou organiser un concours ;
- partage un lien pour une marque

ET reçoit un avantage en contrepartie.

Cet avantage peut être de différentes natures :

- un produit gratuit ou à emprunter (même sans l'avoir demandé) ;
- un bon de réduction ;
- un paiement en espèces ;
- un ticket gratuit pour un festival, une nuit d'hôtel gratuite ou un repas gratuit dans un restaurant ;
- un pourcentage sur la vente des produits réalisée grâce au lien partagé par le créateur de contenu ;
- ...

Il n'est donc pas nécessaire qu'un contrat soit conclu, que la marque demande explicitement de publier un message ou qu'elle contrôle les publications du créateur de contenu.

Comment un créateur de contenu peut-il indiquer clairement qu'il s'agit de publicité ?

Un créateur de contenu est obligé de mentionner clairement qu'il s'agit de publicité, même si cela concerne une marque ou un produit personnel auquel il est lié (par ex. ligne de vêtements).

En principe, le caractère commercial doit ressortir clairement du contexte de la publication.

Cela signifie que les followers doivent reconnaître en un clin d'œil que le créateur de contenu poste une publicité.

La meilleure manière de l'indiquer pour le créateur de contenu est de taguer la publication avec un **mot explicite, clair pour tous, comme « réclame », « publicité » ou « annonce ».**

Ce tag doit être immédiatement visible pour les followers, sans qu'ils ne doivent cliquer dessus, et il ne peut donc pas être placé après le message entre différents hashtags ou comme dernier hashtag.

Le tag doit aussi être clair et ne peut pas disparaître en arrière-plan.

Le tag doit être dans la même langue que le message.

D'autres règles s'appliquent-elles aux créateurs de contenu qui s'adressent aux jeunes ou aux enfants ?

Le créateur de contenu ne peut pas encourager directement les enfants à acheter les produits ou les marques dont il fait la promotion.

Il ne peut pas non plus les inciter à convaincre leurs parents ou d'autres adultes d'acheter ces produits ou ces marques pour eux.

Les publications destinées aux enfants mentionnant « achetez-le maintenant », « dépêchez-vous d'aller en magasin... », « ainsi, tu seras le/la plus cool de la classe », « clique vite sur le code de réduction » ... sont dès lors interdites.

Que faire si un créateur de contenu fait de la publicité sans le mentionner clairement ?

Indiquez-lui d'abord en commentaire.

S'il continue, vous pouvez aussi le signaler à l'Inspection économique.

Cliquez sur « Publicité & démarchage » et ensuite sur « Publicité trompeuse/mensongère ».

