

LES CENTRES DE FITNESS : DES PRATIQUES COMMERCIALES PAS TOUJOURS SAINES

CRIOC

Centre de Recherche et d'Information
des Organisations de Consommateurs



Fondation d'utilité publique

Boulevard Paepsem 20 – 1070 Bruxelles

[HealthCity](#): Boulevard du Triomphe 8, 1050 Bxl

[GO-FIT](#): Industrielaan 1A, 9620 Zottegem

[European Fitness Paradise](#): Rue du Calvaire, 7700 Mouscron

[Universal Fitness](#): Rue de Neuville 178, 7700 Mouscron

[Euro Gym](#): Vieux chemin d'Ath 70, 7548 Warchin

[Wow club](#): Chaussée de Tongres 370, 4000 Rocourt

[Energym](#): Rue de la Fontaine 1, 4000 Liège

[Fyzix](#): Chaussée de Tongres 200, 4000 Rocourt

[Passage Fitness First](#): Oudaan 15, 2000 Antwerpen.

[Fit Inn](#): Beddenstraat 2, 2000 Antwerpen.

[Healthcity](#): De Keyserlei 13-15, 2018 Antwerpen.

[The Escape Center](#): St. Pietersnieuwstraat 132, 9000 Gent.

[Passage Fitness First](#): Zuiderlaan 1-3 bus 5, 9000 Gent.

[Q-life](#): P. Debbautstraat 6, 8200 Sint-Michiels - Brugge.

[Fyzix](#): Ontmijnerslaan 44, 8200 Brugge.

[Paramount Sportcenter](#): Karel de Stoutelaan 170, 8000 Brugge.

[Fit For Fun](#): Chaussée de Bruxelles, 1470 Genappe

[Power Gym](#): Rue de Nimy 69, 7000 Mons

[Passage Fitness First](#): Rue Pieds d'Alouette 18, 5100 Namur

[Gold's Gym](#): Avenue Mascaux 172, 6001 Marcinelle

[World Gym](#): Chaussée de Bruxelles 378, 6040 Jumet

[Health City](#), Chaussée de Waterloo 71-75, 5000 Namur

Conditions générales/règlements d'ordre intérieur retrouvés sur Internet (26 février 2008):

[Sportvision](#): Koning Boudewijnplein 7, 3910 Neerpelt

[Fit and co](#): Sint-Jorislaan 111, 3540 Schulen - Herk-de-Stad

L'information du consommateur

LA LOI DIT

L'article 30 LPC établit qu' :*"Au plus tard au moment de la conclusion de la vente, le vendeur doit apporter de bonne foi au consommateur les informations correctes et utiles relatives aux caractéristiques du produit ou du service et aux conditions de vente, compte tenu du besoin d'information exprimé par le consommateur et compte tenu de l'usage déclaré par le consommateur ou raisonnablement prévisible"*.

LA PRATIQUE QUOTIDIENNE

Pour obtenir des renseignements utiles, le consommateur va d'abord surfer sur les sites web des clubs de fitness. Dans la plupart des cas, il y trouve des informations sur l'infrastructure, les services, les prix et les heures d'ouverture. Mais les conditions générales ne sont pas (toujours) disponibles sur les sites Internet. Pour les grandes chaînes de clubs de fitness (Passage Fitness, Healthcity, GO-FIT, ...) le consommateur doit se rendre sur place, où il est alors accueilli par un collaborateur qui tente de le convaincre de souscrire à un abonnement pour un an. Dans certains clubs (par ex. American Gym, Florida Gym et Health City), les conditions générales ne sont même pas (encore) présentées au consommateur à ce moment-là. Chez Health City, par exemple, les principales conditions ne sont communiquées qu'oralement. La demande des enquêteurs du CRIOC de pouvoir disposer de renseignements écrits, n'a d'ailleurs pas manqué d'étonner quelques centres de fitness.

Les conditions générales ou règlements d'ordre intérieur qui sont disponibles en ligne, diffèrent d'un club à l'autre au niveau du contenu. Certaines sont très détaillées et précises (comme chez Sportvision); d'autres sont très succinctes (comme chez Newfit, Powerzone) et d'autres encore contiennent pour l'essentiel des règles pratiques (comme chez Sportoase).

DÉCODAGE

Si la remise au consommateur de conditions générales écrites ne constitue pas une obligation légale, il n'en demeure pas moins que le consommateur doit recevoir une information adéquate et qu'en pratique, la plupart du temps, il reste sans réponse par rapport à différentes questions essentielles telles que : la nature du contrat, les modalités de résiliation, les cas de force majeure permettant de mettre fin à l'abonnement ...

Ce faisant, ces centres sont en totale contradiction avec l'article 30 de la loi sur les pratiques du commerce qui vise à permettre au consommateur de recevoir une information utile et correcte.

Chaque club de fitness devrait raisonnablement pouvoir soumettre à ses clients, un contrat d'abonnement où apparaissent de manière claire, lisible et compréhensible les conditions générales qui entourent ce contrat.

Par ailleurs et dans un souci de transparence, rien n'empêcherait les clubs de fitness de publier leurs conditions générales sur leur site internet.

Par ailleurs et de manière plus générale, le CRIOC déplore cette pratique de vente agressive qui ne laisse pas au consommateur, le temps de prendre une décision libre et éclairée.

LA REDUCTION DU PRIX

LA LOI DIT

L'article 2 §2 et l'article 5 LPC stipulent que : *"Tout vendeur qui offre au consommateur des services, doit en indiquer le tarif par écrit d'une manière lisible, apparente et non équivoque."*

"En aucun cas, une réduction de prix d'un produit ou d'un service ne peut être présentée au consommateur comme une offre gratuite d'une quantité du produit ou d'une partie du service".

LA PRATIQUE QUOTIDIENNE

Cette pratique ressemble pourtant à s'y méprendre à celle du Passage Fitness qui offre les 100 euros de frais d'entrée en cas de souscription immédiate à un abonnement de 12 mois.

HealthCity développe une pratique similaire en diffusant des publicités qui annoncent au consommateur une réduction de 100 euros s'il s'inscrit dans un de ses centres à une date précise (à savoir le mardi 19/2) entre 17h et 20 h.

DÉCODAGE

Les méthodes employées par ces centres témoignent d'un manque réel de transparence.

Ces offres promotionnelles et leurs conditions d'application devraient pouvoir se trouver sur un support écrit mis à la disposition du consommateur, ce qui n'est pas le cas pour le Passage fitness.

Du côté de HealthCity, la réduction offerte est disponible sur un support écrit, mais nulle part dans ce tract publicitaire, le consommateur ne trouve l'information quant à savoir sur quoi porte la réduction, quels sont les prix pratiqués et les conditions générales applicables au contrat.

Une fois de plus, tout est fait pour que le consommateur souscrive rapidement et aucune place n'est laissée à la réflexion.

LA DOMICILIATION BANCAIRE

LA LOI DIT

La liberté de choix du consommateur constitue le fondement de l'interdiction récente faite aux fournisseurs d'augmenter le prix annoncé d'un produit ou d'un service, suite au refus du consommateur de payer par domiciliation bancaire.

Cette interdiction fait d'ailleurs désormais partie des clauses abusives énumérées dans la loi sur les pratiques du commerce (article 32. 29°).

- *Qu'après la reconduction tacite du contrat à durée déterminée, le consommateur peut à tout moment mettre fin au contrat moyennant le respect du délai de préavis déterminé contractuellement, qui ne peut cependant être supérieur à un mois.*

Par ailleurs et concernant les contrats à durée indéterminée, l'article 32. 16° LPC impose à tout prestataire de services de prévoir un délai raisonnable de résiliation.

LA PRATIQUE QUOTIDIENNE

Les abonnements proposés dans les centres présentent une durée qui varie en général de 3 à 12 mois, voire nettement plus dans de rares cas. Dans les centres de fitness modestes, le consommateur a la possibilité d'accéder à des formules plus souples (1 mois par exemple).

Cependant, ce qui n'est pas dit clairement, c'est que ces abonnements sont généralement qualifiés de contrats à durée indéterminée et que les 3, 6 ou 12 mois sont des périodes minimales incompressibles dans lesquelles le consommateur s'engage.

Le chapitre des conditions générales du Da Vinci fitness club relatif à la domiciliation bancaire commence par la clause suivante :

Tout abonnement payé par domiciliation bancaire est un abonnement à durée indéterminée de min. 6 mois.

L'article 5.1 des conditions générales du Passage fitness dispose quant à lui, que :

Chaque membre choisit un type d'abonnement qui est conclu pour une durée indéterminée avec cependant une période d'affiliation minimum.

Si le consommateur veut mettre fin à son abonnement, il ne lui suffira donc pas de laisser s'écouler les 3, 6 ou 12 mois de période minimale à laquelle il a souscrit. Il devra envoyer, avant la fin de cette période minimum d'affiliation, un courrier signifiant expressément son désir de mettre fin à cet abonnement.

Ainsi, l'article 5 des conditions générales de Sportvision stipule:

C'est seulement moyennant un formulaire de résiliation dûment rempli qu'il peut être mis fin à l'abonnement, en respectant un délai de résiliation d'au moins 31 jours avant la fin de l'abonnement. Un tel formulaire de résiliation peut être obtenu auprès de la réception de Sportvision BV.³

Les articles 13.2 et 13.3 des conditions générales de Passage fitness stipulent que:

Si on souhaite mettre fin à son abonnement à la fin de la période d'affiliation minimum, on peut uniquement le faire au cours d'un interview fixé préalablement et exécuté par le Club General Manager au Home club, avant le 1er jour du dernier mois de la période d'affiliation minimum. Si on ne met pas fin à son affiliation de cette manière, on fait savoir sans équivoque qu'on prolonge son affiliation pour une période indéterminée.

Le règlement d'ordre intérieur de Fit o'Sfeer stipule:

La domiciliation est irrévocable et sera reconduite tacitement sauf avis contraire.⁴

³ Traduction littérale du néerlandais au français

Parmi ces clauses abusives, on retrouve la clause suivante (art .32. 16° LPC):

"Engager le consommateur pour une durée indéterminée, sans spécification d'un délai raisonnable de résiliation."

LA PRATIQUE QUOTIDIENNE

Comme nous avons déjà pu le préciser, la majorité des contrats des centres de fitness sont des contrats à durée "indéterminée".

Ainsi dans les conditions générales du Da Vinci fitness center, on peut lire:

En aucune manière le membre ne pourra résilier son abonnement avant terme.

L'article 13.1 des conditions générales de Passage fitness établit que :

Pendant la période d'affiliation minimum, on ne peut pas résilier son abonnement.

DÉCODAGE

Ceci est la conséquence du flou juridique qui repose sur la nature de ces contrats qui se disent à durée indéterminée mais présentent toutes les caractéristiques de contrats à durée déterminée.

Les clients abonnés aux centres ne pourront que très difficilement résilier leur abonnement avant terme alors que la résiliation unilatérale sera, à l'inverse, chose aisée pour certains centres. . .

LA LOI DIT

L'article 32. 9° LPC considère comme une clause abusive :

"Sans préjudice de l'article 1184 du Code Civil, autoriser le vendeur à rompre ou à modifier le contrat unilatéralement, sans dédommagement pour le consommateur, hormis le cas de force majeure."

LA PRATIQUE QUOTIDIENNE

Les conditions générales du Da Vinci fitness stipulent que :

Le centre pourra à tout moment résilier l'abonnement d'un membre en lui remboursant un montant calculé au prorata de la période à venir pour laquelle il serait en ordre de cotisation.

L'article 10 des conditions générales chez Sportvision dispose que :

Sportvision BV peut mettre fin à ce contrat sans qu'il doive motiver cette décision.⁶

⁶ Traduction littérale du néerlandais au français

Une procédure exceptionnelle de résiliation peut être accordée pour les cas de force majeure. Elle sera envisagée au cours d'une interview fixée préalablement et exécutée par le Club General Manager au Home club pendant lequel on reçoit l'accord du Club General Manager confirmé par écrit. Il sera demandé en plus des cotisations expirées et non payées une indemnité de 50% des cotisations encore à expirer de la période d'affiliation minimum calculée à partir du mois qui suit le mois de la remise du document de résiliation exceptionnelle. Cette indemnité de 50% doit être payée immédiatement lors de la signature.

DÉCODAGE

La procédure envisagée par Passage fitness est d'une part, d'une rare complexité (de quoi décourager le plus courageux) et est surtout abusive. Comment peut-on raisonnablement admettre qu'une personne tombée malade doive faire l'ensemble de ces démarches - sans qu'un certificat médical ne puisse être suffisant à prouver son état - et doive en plus payer des indemnités au club de fitness?

LA PROTECTION DE LA VIE PRIVEE

LA LOI DIT

La loi du 8 décembre 1992 relative à la protection de la vie privée à l'égard des traitements de données à caractère personnel stipule en ses articles 1^{er} § 8. 5 a) et 9 §1 c):

"L'utilisation de données à caractère personnel est soumise à la condition que l'abonné ou, le cas échéant l'utilisateur final, ait, préalablement au traitement, donné son consentement pour le traitement."

"On entend par consentement au sens du présent article, la manifestation de volonté libre, spécifique et basée sur des informations par laquelle l'intéressé ou son représentant légal accepte que des données relatives aux communications se rapportant à lui soient traitées. Toute personne peut s'opposer gratuitement et sans justification, au traitement de ses données à des fins de marketing direct."

"Le responsable du traitement ou son représentant doit fournir à la personne concernée auprès de laquelle il obtient les données la concernant et au plus tard au moment où ces données sont obtenues, au moins les informations énumérées ci-dessous, sauf si la personne concernée en est déjà informée: (...) l'existence d'un droit de s'opposer, sur demande et gratuitement, au traitement de données à caractère personnel la concernant envisagé à des fins de direct marketing."

LA PRATIQUE QUOTIDIENNE

L'article 17.2 des conditions générales du Passage fitness stipule:

Si vous nous transmettez vos données personnelles, elles seront introduites dans notre fichier client et traitées: pour la gestion du fichier clients, les produits et services offerts, pour faire une étude de marché, pour vous informer des nouveaux produits et services, pour la réalisation de campagnes informatives ou promotionnelles.

DÉCODAGE

La simple mention dans les conditions générales que le consommateur déclare accepter que ses données personnelles soient utilisées est illégale et à tout le moins contestable.

QUELQUES CLAUSES SOUS LA LOUPE	Non abusive	Abusive
La domiciliation est irrévocable et sera reconduite tacitement sauf avis contraire		X
C'est seulement moyennant un formulaire de résiliation dûment rempli qu'il peut être mis fin à l'abonnement, en respectant un délai de résiliation d'au moins 31 jours avant la fin de l'abonnement. Un tel formulaire de résiliation peut être obtenu auprès de la réception de Sportvision BV.		X
Cette convention sera renouvelée de manière tacite pour la même durée à moins que l'abonné n'y mette fin par lettre recommandée à la poste au moins 2 mois avant la fin de l'abonnement. Une fois que le renouvellement a pris cours, l'abonné peut mettre fin au contrat par lettre recommandée à la poste à tout moment, à condition qu'il tienne compte d'un préavis de 30 jours.	X	
Pendant la période d'affiliation minimum, on ne peut pas résilier son abonnement.		X
Sportvision BV peut mettre fin à ce contrat sans qu'il doive motiver cette décision.		X
Aucun remboursement ni transfert d'abonnement ne seront accordés pour quelque motif que se soit.		X
Une procédure exceptionnelle de résiliation peut être accordée pour les cas de force majeure. Elle sera envisagée au cours d'une interview fixée préalablement et exécutée par le Club General Manager au Home club pendant lequel on reçoit l'accord du Club General Manager confirmé par écrit. Il sera demandé en plus des cotisations expirées et non payées une indemnité de 50% des cotisations encore à expirer de la période d'affiliation minimum calculée à partir du mois qui suit le mois de la remise du document de résiliation exceptionnelle. Cette indemnité de 50% doit être payée immédiatement lors de la signature.		X
Dans le cas d'une grossesse ou d'une maladie chronique, attestée par écrit par un médecin et dont le centre a été informé immédiatement, la demande de domiciliation est annulée et aucune indemnisation ne sera demandée.	X	
Si vous nous transmettez vos données personnelles, elles seront introduites dans notre fichier client et traitées: pour la gestion du fichier clients, les produits et services offerts, pour faire une étude de marché, pour vous informer des nouveaux produits et services, pour la réalisation de campagnes informatives ou promotionnelles.		X
Sportvision BV n'est pas responsable pour des accidents et/ou blessures et/ou décès.		X
Toute affiliation, abonnement ou carte client est strictement personnel et non cessible.	X	

