

Guidelines

Obligations d'information dans le cadre du e-commerce

Table des matières

Introduction	3
1. Quelles informations dois-je fournir et à quel moment ?	4
1.1. Informations à fournir en permanence	4
1.1.1. Données d'entreprise	4
1.1.2. Litiges de consommation	5
1.1.3. Avis de clients.....	7
1.2. Informations à fournir lors de l'invitation à l'achat.....	7
1.2.1. Caractéristiques principales des produits.....	7
1.2.2. Droit de rétractation	8
1.2.3. Prix.....	8
1.3. Informations à fournir au plus tard lors du début du processus de commande.....	8
1.4. Informations à fournir au plus tard avant la conclusion du contrat	9
1.4.1. Étapes à suivre et informations juridiques	9
1.4.2. Prix.....	9
1.4.3. Paiement, livraison et exécution.....	10
1.4.4. Droit de rétractation	10
1.4.5. Garanties	11
1.5. Informations à fournir directement avant la conclusion du contrat	12
1.6. Informations à fournir après la conclusion du contrat.....	12
2. Quelles sont les sanctions en cas d'infraction ?.....	13

Introduction

Dans le contexte d'une entreprise ayant un emplacement physique, il est assez simple pour un consommateur de réaliser à quelle entreprise et à quels produits il a affaire. Le consommateur peut facilement poser des questions au vendeur, toucher le produit auprès duquel il voit son prix, essayer le vêtement offert en vente, etc.

Dans l'économie électronique, le consommateur ne sait pas toujours quelle entreprise s'invite dans son espace personnel, par l'intermédiaire de l'écran de son ordinateur, de sa tablette, de son smartphone. Il espère que tous les biens proposés sous forme de photos existent effectivement tels qu'ils sont présentés, que les services prestés sont de qualité, et attend de l'entreprise qu'elle dispose de toutes les compétences requises pour que le contrat se déroule au mieux.

Une offre de commerce électronique qui permet de fidéliser la clientèle est une offre qui inspire confiance et qui lui est proposée sans qu'elle n'ait l'impression d'être trompée ou agressée. Le consommateur sera d'autant plus enclin à accepter une offre s'il trouve facilement et rapidement toutes les informations clés dont il a besoin pour décider en connaissance de cause de poursuivre sa navigation, sélectionner les produits de son choix, et conclure électroniquement le contrat. On peut citer les informations concernant l'identité de l'entreprise, les caractéristiques du bien ou du service, la garantie légale ou encore le droit de rétractation.

La communication d'informations claires, au moment opportun, permet d'éviter les erreurs et les malentendus susceptibles de remettre en cause le contrat. Par ailleurs, de nombreuses dispositions légales imposent des obligations d'information, à différents stades de la connexion du consommateur à l'interface en ligne fournie par l'entreprise.

L'objectif de ces guidelines est de donner aux entreprises un outil didactique identifiant certaines obligations d'information importantes, découlant principalement du Code de droit économique (CDE), en mettant en évidence des bonnes pratiques concernant le moment et l'endroit les plus appropriés pour fournir ces informations. Plus précisément, elles s'adressent aux entreprises qui concluent des contrats en ligne – soumis au droit belge – avec des consommateurs, que ce soit via leur site, une application, un site plateforme ou un réseau social.

Notez que ces guidelines ne s'adressent pas à certaines activités professionnelles, en raison de leurs spécificités¹. Par ailleurs, il est possible que vous deviez respecter des obligations d'information qui ne sont pas mentionnées dans ces guidelines, en raison de législations spécifiques à votre activité par exemple, ou de dispositions légales telles que celles encadrant la protection des données personnelles².

Conseils : [Infoshopping](#) est un site e-commerce de démonstration, développé par le SPF Economie pour vous donner le meilleur exemple du respect de la législation et répondre à vos questions. Servez-vous-en comme modèle !

Les recommandations, positions et autres informations figurant dans ces guidelines sont communiquées sous réserve de l'appréciation souveraine des cours et tribunaux. Ceci signifie que les cours et tribunaux peuvent s'écarter du contenu de ces guidelines dans le cadre d'un litige.

Ces guidelines sont des textes évolutifs, nécessitant des mises à jour. Elles peuvent donc être adaptées à tout moment.

¹ Sont visés ici les services financiers, les conventions établies par un notaire ou un huissier de justice en leur qualité d'officier public, les conventions concernant l'aide juridique fournie par un avocat, et les activités de jeux d'argent.

² En matière de données personnelles, consultez le [site web de l'Autorité de protection des données](#).

1. Quelles informations dois-je fournir et à quel moment ?

Toute entreprise qui conclut un contrat à distance³ avec un consommateur a l'obligation de lui donner certaines informations, à des moments différents du processus de commande.

Cette obligation vaut :

- en cas de vente d'un bien (ex. : matériel électronique, vêtements, nourriture...), mais aussi de prestation de service (ex. : cours à distance, service de vidéos à la demande...), ou de fourniture d'un contenu numérique (ex. : vente d'un livre dématérialisé, téléchargement d'un jeu vidéo...);
- que ce soit depuis un webshop, une page sur une plateforme, une application ou une autre interface en ligne ;
- lorsque le consommateur paie ou s'engage à payer un prix⁴.

Important

- **Clarté de l'information** : les informations importantes qui sont listées ci-dessous ne peuvent pas être perdues dans des questions fréquemment posées (FAQ) ou noyées dans les conditions générales. Les consommateurs ne doivent pas être contraints de chercher où se trouvent certaines des informations légales les plus importantes qui doivent être facilement accessibles, et dans la langue du public visé.

Rappelons aussi que les conditions générales sont opposables au consommateur uniquement si celui-ci a été en mesure d'en prendre effectivement connaissance et de les accepter de manière certaine avant la conclusion du contrat⁵.

- **Si vous concluez des contrats via des réseaux sociaux, places de marché, plateformes de mise en relation, ou encore boutiques d'applications** : ces fournisseurs d'interfaces en ligne sont responsables des informations concernant leur propre identification et des conditions d'utilisation de leur interface, qui consiste principalement à faciliter la relation entre l'entreprise et le consommateur par l'intermédiaire d'une infrastructure technologique. En concevant leur infrastructure, ces fournisseurs doivent prévoir l'espace nécessaire pour vous permettre de respecter vos propres obligations d'information à l'égard des consommateurs.

1.1. Informations à fournir en permanence

1.1.1. Données d'entreprise

Présentez-vous immédiatement en affichant vos **données d'entreprise**. Le consommateur doit savoir tout de suite qui vous êtes afin d'analyser, selon ses propres critères d'achat, s'il est disposé à conclure un contrat avec vous. Par exemple, certains consommateurs préfèrent acheter auprès d'une entreprise belge ou à tout le moins européenne. Il convient par ailleurs d'éviter que des consommateurs belges soient surpris, après avoir acheté un bien sur un site web « .be », de devoir payer des frais de douane imprévus, l'entreprise exerçant en réalité son activité en-dehors de l'Union européenne.

Mentionnez la **dénomination** de votre entreprise, l'**adresse** du lieu où vous exercez votre activité, les différents **moyens de vous contacter** (au minimum une **adresse e-mail** et un **n° de téléphone**⁶

³ Ne sont pas visés ici les cas de simple réservation (ex. : lorsqu'un consommateur téléphone à un professionnel simplement pour prendre un rendez-vous). Sur la notion de contrat à distance, voyez les [orientations de la Commission européenne concernant l'interprétation et l'application de la directive 2011/83/UE](#), décembre 2021, pp. 42 et s.

⁴ Cette obligation vaut aussi, dans certains cas, lorsque le consommateur fournit ou s'engage à fournir des données personnelles. Pour plus d'information, voyez les [orientations de la Commission européenne concernant l'interprétation et l'application de la directive 2011/83/UE](#), décembre 2021, pp. 13-14.

⁵ Notez que les clauses abusives ne sont pas non plus opposables aux consommateurs. Pour plus d'information, vous pouvez consulter les [guidelines du SPF Economie sur les clauses contractuelles abusives dans le cadre de la vente en ligne](#).

⁶ Sachez que l'art. VI.40 CDE vous interdit de facturer des appels téléphoniques au consommateur, en plus du tarif d'appel, lorsque ces appels concernent l'exécution d'un contrat déjà conclu.

professionnels), votre **n° d'entreprise**, et les **codes de conduite** auxquels vous êtes éventuellement soumis, ainsi que la façon dont ces codes peuvent être consultés par voie électronique⁷.

Dans le cas où votre activité est soumise à un **régime d'autorisation** (ex. : entreprise de systèmes d'alarme), vous devez aussi communiquer les coordonnées de **l'autorité de surveillance compétente**. Si vous exercez une **profession réglementée** (ex. : avocat, architecte...), vous devez également fournir des informations complémentaires⁸.

Informations pratiques

- **Accessibilité des informations** : réunissez toutes ces informations dans une rubrique explicite de type « Qui sommes-nous ? », « Contact », ou encore « Mentions légales », que le consommateur peut consulter facilement durant tout le temps de sa connexion à votre interface, compte tenu de la technologie utilisée par votre entreprise. Veillez à ce que ces informations ne se trouvent pas uniquement dans vos conditions générales de vente.

Si vous préférez indiquer ces informations non pas dans une rubrique, mais les reprendre sur chaque page de votre site web, par exemple au bas de chaque page, n'oubliez pas de prendre en compte la résolution d'écran la plus communément utilisée par le consommateur. En effet, celui-ci ne doit pas être placé dans une situation où il peut penser que la page s'arrête en bas de son écran, alors qu'il faut encore faire défiler des lignes vides, sans contenu, pour atteindre l'information légale, par exemple.

- **N° d'entreprise** : la mention obligatoire du n° d'entreprise permet notamment au consommateur de vérifier rapidement, via l'application du SPF Economie [BCE Public Search](#), la nature de vos activités. Il est important que toutes les données de votre entreprise soient à jour. Par exemple, depuis le 01.09.2014, un code NACEBEL en 7 chiffres, spécifique pour l'activité de commerce électronique, est en vigueur : 4791003 - *Commerce de détail de tous types de produits par Internet (e-commerce)*. Si votre entreprise a été enregistrée à la Banque-Carrefour des Entreprises (BCE) avant cette date, il est important d'adapter vos données relatives à cette activité, par exemple via l'application [My enterprise](#) du SPF Economie⁹.
- **Autorisations** : afin de vous aider à identifier les diverses autorités de contrôle ainsi que les démarches administratives liées à la création ou au développement d'une activité économique, vous pouvez consulter le site <https://start.business.belgium.be>.
- **Activités interdites** : *a contrario*, certaines activités ne sont pas permises sur internet. Vous devez vous assurer que l'offre en ligne de biens ou services envisagés est autorisée. À titre d'exemple, la vente à distance de cigarettes électroniques et de flacons de recharge aux consommateurs est interdite¹⁰.

1.1.2. Litiges de consommation

Outre les données concernant votre entreprise, vous devez mentionner certaines informations relatives au **règlement extrajudiciaire des litiges de consommation (REL)**. Il s'agit de procédures visant à permettre au consommateur de régler à l'amiable ses litiges avec les entreprises.

Dans tous les cas, vous devez communiquer le **lien « ODR » (Online Dispute Resolution)**, c'est-à-dire l'hyperlien renvoyant vers la plateforme créée par la Commission européenne pour vous aider à

⁷ Art. XII.6, §1^{er} CDE. Afin d'avoir une idée des codes de conduite existant dans certains secteurs, vous en trouverez une liste sur la page [Accords d'autorégulation et de corégulation](#) du site web du SPF Economie.

⁸ Vous devez informer le consommateur sur l'association ou organisation professionnelle auprès de laquelle vous êtes inscrit, indiquer le titre professionnel et l'état dans lequel il a été octroyé, et communiquer une référence aux règles professionnelles applicables et aux moyens d'y avoir accès (art. XII.6, §1^{er}, 6^o CDE).

⁹ Art. III.49 et s. CDE.

¹⁰ Arrêté royal du 28 octobre 2016 relatif à la fabrication et à la mise dans le commerce des cigarettes électroniques.

régler vos litiges avec des consommateurs sans aller en justice¹¹, ainsi que l'adresse de courrier électronique où les notifications du système européen vous seront envoyées¹². Ces obligations valent même si vous ne souhaitez pas profiter de l'opportunité offerte par la plateforme.

Le lien « ODR » doit être rendu aisément accessible au consommateur (ex. : visible sur chaque page du site ou bien dans une rubrique adaptée : la rubrique « service clientèle » idéalement s'il y en a une, la rubrique « nous contacter » ou la rubrique « mentions légales »). La simple mention de ce lien dans des conditions générales n'est pas suffisante.

Pour la facilité, vous pouvez placer sur votre site web la bannière mise à disposition par la Commission européenne, contenant l'hyperlien vers la plateforme. Le code html est disponible sur [le site Your Europe](#). Sélectionnez d'abord la langue souhaitée et le code correspondant s'affichera automatiquement.



Si vous vous êtes engagé à recourir à une procédure de REL, ou si vous y êtes tenu par la loi (c'est le cas dans certains secteurs), la législation prévoit des **obligations d'information supplémentaires**¹³. En effet, vous devez alors :

- informer le consommateur concernant votre engagement et/ou obligation légale, et lui communiquer l'adresse du site web de l'entité de REL concernée et ses coordonnées (adresse physique, adresse e-mail et n° de téléphone) ;
- inclure le lien ODR sur votre site, mais aussi donner des informations complémentaires au consommateur sur l'existence de la plateforme ODR et sur la possibilité d'y recourir pour régler ses litiges ;
- veiller à ce que ces différentes informations figurent à la fois sur votre site web (dans une rubrique adaptée) **et** dans vos conditions générales.

Conseil : toutes ces informations peuvent être formulées de la manière suivante :

« Si vous n'avez pas trouvé de solution satisfaisante à votre litige en nous contactant, *nous nous engageons à/nous sommes tenus de tenter de dégager une solution via une entité qualifiée pour le règlement des litiges de consommation. Dans notre cas, l'entité compétente est « » (adresse physique de l'entité + téléphone + e-mail + adresse de son site web)*. Nous vous informons par ailleurs de l'existence de la plateforme « *Online Dispute Resolution* » de l'Union européenne. Si vous souhaitez introduire votre demande en ligne, vous pouvez introduire une demande de règlement extrajudiciaire de litige via <http://ec.europa.eu/odr>. Cette plateforme facilite le règlement du litige en ligne et vous met en contact avec l'entité qualifiée compétente. Cette voie est particulièrement intéressante lorsque vous ne résidez pas dans le même pays que l'entreprise concernée (soutien linguistique notamment). Les points de contact nationaux peuvent vous aider dans votre démarche. Pour le fonctionnement de la plateforme, l'adresse e-mail de notre entreprise est la suivante :@.... ».

Pour plus d'informations sur la plateforme de règlement en ligne des litiges de consommation, rendez-vous à la rubrique [« Obligations des professionnels » sur la plateforme de la Commission européenne](#).

¹¹ Cette plateforme « ODR » est un site web géré par la Commission européenne destiné aux consommateurs et aux entreprises effectuant des transactions en ligne dans l'UE (transactions transfrontalières ou purement nationales). Elle aide à régler les litiges relatifs à des achats en ligne, sans aller en justice, via l'intervention d'entités qualifiées de règlement amiable des litiges. Son utilisation est gratuite mais un organisme de règlement des litiges peut réclamer des frais s'il accepte de traiter un dossier. Toute entreprise concernée par une demande de règlement en ligne de litige via cette plateforme, ou qui souhaite introduire une telle demande, peut trouver assistance auprès du point de contact « ODR » renseigné sur la plateforme. Pour la Belgique, ce rôle a été attribué au [Centre Européen des Consommateurs Belgique](#).

¹² Art. 14 du Règlement européen 524/2013 du 21 mai 2013 relatif au règlement en ligne des litiges de consommation.

¹³ Art. XVI.4 CDE et art. 14.2 du Règlement européen 524/2013 du 21 mai 2013 relatif au règlement en ligne des litiges de consommation.

Pour plus d'information sur vos obligations en matière de traitement des plaintes de consommateurs et de règlement amiable des litiges, vous pouvez consulter nos [guidelines](#) dédiées à ce sujet.

1.1.3. Avis de clients

Si vous donnez accès à des avis en ligne sur votre site web, vous devez communiquer si des **processus** ont ou non été appliqués pour **garantir que les avis publiés proviennent bien de clients**. Si c'est le cas, vous devez aussi fournir des informations claires sur ces processus et sur la manière dont ces contrôles ont lieu¹⁴.

Les informations relatives à ces processus – ou à l'absence de ces processus – doivent être clairement visibles. Il est dès lors conseillé de rendre ces informations disponibles via la même interface où sont affichés les avis. Ces informations peuvent être fournies via des hyperliens, à condition que ces liens soient affichés de façon claire et visible¹⁵.

Si vous publiez seulement une **sélection d'avis**, informez le consommateur de façon claire et explicite sur cette sélection et aussi sur les (types d') avis qui ne sont pas publiés. Par ailleurs, si des **avis rémunérés/sponsorisés** sont publiés, il faut toujours le préciser. Vous pouvez par exemple ajouter un label « annonce », « publicité », « avis sur un produit offert », etc., à l'avis¹⁶.

Pour plus d'information, vous pouvez consulter les guidelines sur les avis en ligne dans la rubrique [Guidance du site web du SPF Economie](#).

1.2. Informations à fournir lors de l'invitation à l'achat

L'invitation à l'achat s'entend comme le moment où le consommateur arrive sur votre site et que vos produits et leur prix lui sont présentés.

1.2.1. Caractéristiques principales des produits

Affichez les **caractéristiques principales** des produits¹⁷. Ces informations doivent figurer directement dans les fiches produits.

Il existe des réglementations sectorielles définissant les caractéristiques à mentionner obligatoirement (par exemple pour les produits alimentaires, les produits d'hygiène, les médicaments, les jouets, etc.), mais ce n'est pas toujours le cas. Dans la négative, mettez-vous à la place du consommateur moyen en cherchant de la manière la plus complète possible de quelles caractéristiques vous auriez besoin pour pouvoir commander en connaissance de cause.

Ex. : pour des vêtements, indiquez au minimum la taille, la couleur et la matière, voire également les consignes de nettoyage. Pensez aussi à montrer des photos fidèles de vos produits.

Notez que des règles particulières s'appliquent à la fourniture de biens comportant des éléments numériques, de contenus numériques, et de services numériques : leurs fonctionnalités, les mesures de protection technique applicables et, le cas échéant, toute compatibilité et interopérabilité pertinentes

¹⁴ Art. VI.99, § 7 CDE. Voyez aussi le considérant 47 de la directive (UE) 2019/2161 du Parlement européen et du Conseil du 27 novembre 2019 modifiant la directive 93/13/CEE du Conseil et les directives 98/6/CE, 2005/29/CE et 2011/83/UE du Parlement européen et du Conseil en ce qui concerne une meilleure application et une modernisation des règles de l'Union en matière de protection des consommateurs.

¹⁵ Voyez à ce sujet les [orientations de la Commission européenne concernant l'interprétation et l'application de la directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur](#), décembre 2021, pp. 93. et s.

¹⁶ Art. VI.99, §§ 1^{er} et 2 CDE. Voyez aussi le considérant (47) de la directive (UE) 2019/2161 du Parlement européen et du Conseil du 27 novembre 2019 modifiant la directive 93/13/CEE du Conseil et les directives 98/6/CE, 2005/29/CE et 2011/83/UE du Parlement européen et du Conseil en ce qui concerne une meilleure application et une modernisation des règles de l'Union en matière de protection des consommateurs.

¹⁷ Art. VI.99, §4, 1^o CDE.

doivent être indiquées¹⁸. Il est fortement recommandé de mentionner ces informations dans la fiche produit.

1.2.2. Droit de rétractation

De manière générale, le consommateur dispose du **droit de rétractation**, c'est-à-dire la faculté de renoncer à son achat dans les 14 jours¹⁹. Si le produit concerné n'est pas repris dans les exceptions légales, vous devez informer le consommateur qu'il dispose de ce droit²⁰. Si le consommateur ne dispose pas du droit de rétractation pour le produit concerné (ex. : pour les biens susceptibles de se périmérer rapidement), il est fortement recommandé de l'en informer également dès l'invitation à l'achat.

Ces informations sont idéalement placées dans un onglet spécifique « droit de rétractation » qui renvoie vers une page dédiée du site, ou directement au bon article des conditions générales. Si vous reprenez l'information à différents endroits du site, veillez à éviter les contradictions !

1.2.3. Prix

Présentez le **prix toutes taxes comprises** directement à côté du produit. Si le prix ne peut être calculé à l'avance, indiquez la manière dont le prix est calculé, ainsi que tous les éventuels coûts supplémentaires de transport, de livraison et postaux²¹. Si ces coûts ne peuvent être calculés à l'avance, indiquez au minimum que ces frais peuvent être à la charge du consommateur. *A contrario*, vous ne pouvez par exemple pas ajouter des frais de dossier en fin de commande.

En cas de **vente transfrontalière**, veillez à informer correctement le consommateur du prix final qu'il devra payer, en fonction de la variation éventuelle du taux de TVA applicable. Si vous souhaitez approfondir le sujet, vous pouvez vous rendre sur la page [TVA transfrontalière du site de la Commission européenne](#) et sur la page [E-commerce du site du SPF Finances](#).

Si vous effectuez une **annonce de réduction de prix** (sous forme de prix barré, pourcentage, bannière promotion, ou autre), vous devez indiquer le prix de référence qui sert de base au calcul de la réduction. Ce dernier doit obligatoirement être le prix antérieur le plus bas pratiqué au cours d'une période de trente jours avant l'application de la réduction de prix²². Vous pouvez consulter à ce sujet nos [guidelines sur les annonces de réductions de prix](#).

1.3. Informations à fournir au plus tard lors du début du processus de commande

Au plus tard lors du début du processus de commande, prévenez le consommateur si des **restrictions de livraison**²³ s'appliquent, et communiquez les **moyens de paiement** que vous acceptez²⁴.

Ces informations doivent être accessibles directement durant le processus d'achat, par exemple sur la page produit. Elles ne peuvent pas être mentionnées uniquement dans les conditions générales ou sur des pages web distinctes qui ne sont pas clairement désignées et auxquelles les consommateurs ne sont donc pas susceptibles d'accéder pendant leur session d'achat²⁵.

¹⁸ Art. VI.45, §1^{er}, 18° et 19° CDE.

¹⁹ Référez-vous aux art. VI.47 et s. CDE, et non aux anciennes dispositions légales.

²⁰ Art. VI.99, §4, 5° CDE. Les exceptions au droit de rétractation figurent quant à elles à l'art. VI.53 CDE.

²¹ Art. VI.99, §4, 3° CDE.

²² Art. VI.18 et VI.19 CDE.

²³ Rappelons aussi que la pratique du « géoblocage » est interdite. Pour plus d'information, consultez la page [Géoblocage dans l'Union européenne](#) sur le site web du SPF Economie.

²⁴ Art. VI.46, §3 CDE.

²⁵ Voyez les [orientations de la Commission européenne concernant l'interprétation et l'application de la directive 2011/83/UE](#), décembre 2021, p. 44.

1.4. Informations à fournir au plus tard avant la conclusion du contrat

Conseil : afin de vous assurer de communiquer les informations précontractuelles qui suivent de façon suffisamment claire et en temps utile, veillez à fournir les divers éléments lorsqu'ils sont les plus pertinents au cours du processus de conclusion du contrat, tandis que le consommateur passe d'une page de l'interface en ligne à une autre. Si nécessaire, présentez les informations relatives à des sujets particuliers par couches, en mettant en évidence les éléments concernés et en permettant au consommateur, via un hyperlien, d'accéder à des informations plus détaillées sur le sujet concerné²⁶.

Vous pouvez aussi choisir de fournir certaines de ces informations précontractuelles dans vos conditions générales, approuvées de manière active par le consommateur en cochant une case, à **condition toutefois que ces informations soient portées à sa connaissance de manière claire et compréhensible**²⁷.

Attention : pour certaines informations que vous devez fournir avant la conclusion du contrat, il n'est pas suffisant de diriger le consommateur vers une page web distincte (reprenant par exemple vos conditions générales) via un hyperlien²⁸.

1.4.1. Étapes à suivre et informations juridiques

Avant la passation de commande, mettez à disposition du consommateur **un procédé pour lui permettre d'identifier et de corriger les erreurs commises dans la saisie des données**, et informez-le sur les **langues proposées** et les **étapes techniques** à suivre pour la conclusion du contrat.

Communiquez au consommateur vos **clauses contractuelles et conditions générales** (si vous en utilisez), d'une manière qui lui permette de les conserver et reproduire, et en mentionnant les langues dans lesquelles ces conditions générales peuvent être consultées. Indiquez également si le **contrat**, une fois conclu, est **archivé** ou non, et s'il est **accessible** ou non²⁹.

Informez aussi le consommateur, si cela n'est pas encore fait, des **principales caractéristiques de votre activité économique**, de la **forme juridique de votre entreprise**, et du **lieu de votre siège social** (s'il est différent du lieu d'exercice effectif de votre activité). Communiquez également vos conditions concernant notamment la **législation applicable** au contrat ou la **juridiction compétente**, et informez le consommateur sur les **assurances responsabilité professionnelles** ou autres formes de garanties obligatoires (notamment les coordonnées de l'assureur ou du garant et la couverture géographique)³⁰.

1.4.2. Prix

Informez le consommateur du **prix total** des biens ou services toutes taxes comprises. Si le prix total ne peut être raisonnablement calculé à l'avance, indiquez le mode de calcul du prix et, le cas échéant, tous les frais supplémentaires de transport, de livraison ou d'affranchissement, et tous les autres frais

²⁶ Voyez à ce sujet les [orientations de la Commission européenne concernant l'interprétation et l'application de la directive 2011/83/UE](#), décembre 2021, pp. 22-23.

²⁷ Voyez en ce sens l'arrêt de la Cour de justice de l'Union européenne du 24 février 2022, Tiketa, C-536/20.

²⁸ Voyez à ce sujet le point 1.5 de ces guidelines (« Informations à fournir directement avant la conclusion du contrat »).

²⁹ Art. III.74, XII.7 et XII.8 CDE.

³⁰ Art. III.74 CDE.

éventuels³¹. Lorsque ces frais supplémentaires ne peuvent être calculés à l'avance, mentionnez au minimum qu'ils peuvent être exigibles³².

Attention : si vous ne respectez pas les obligations d'information relatives aux frais supplémentaires et aux autres frais, le consommateur ne supporte pas ces frais³³ !

De plus, vous devez informer les consommateurs si vous appliquez un prix personnalisé sur la base d'une prise de décision automatisée, par exemple en se basant sur les cookies de leur navigateur internet³⁴. Il est fortement recommandé de fournir ces informations à proximité immédiate du prix affiché, soit directement, soit via un hyperlien.

Notez aussi que vous devez obtenir l'accord du consommateur pour **tout paiement supplémentaire** par rapport à l'objet principal du contrat. Par exemple, vous ne pouvez pas pré-cocher une assurance annulation ou une garantie commerciale. C'est au consommateur de faire une action positive pour rajouter des options payantes. Dans le cas contraire, il aura droit au remboursement des montants payés pour ces options par défaut que vous lui auriez imposées³⁵.

Si vous exigez une **caution ou d'autres garanties financières** à payer ou à fournir par le consommateur (ex. : dans le cadre d'une location de voiture), vous devez aussi en informer le consommateur et lui fournir les conditions applicables³⁶.

1.4.3. Paiement, livraison et exécution

Communiquez les **modalités de paiement, de livraison³⁷ et d'exécution du contrat**, ainsi que la date à laquelle vous vous engagez à livrer les biens ou à exécuter le service (ou un délai)³⁸. Le cas échéant, indiquez la durée du contrat ou, s'il s'agit d'un contrat à durée indéterminée ou à reconduction automatique, les conditions de résiliation du contrat. Le consommateur doit connaître la durée minimale de ses obligations au titre du contrat³⁹.

1.4.4. Droit de rétractation

Lorsque le **droit de rétractation** du consommateur existe, ce qui est le cas pour la majorité des contrats à distance, communiquez les conditions, les délais et les modalités légales d'exercice de ce droit, ainsi que le modèle de [formulaire de rétractation](#) (en version imprimable/téléchargeable).

En cas de contrat de vente, mentionnez aussi que le consommateur devra supporter les frais de renvoi du bien s'il se rétracte (sauf si vous décidez de supporter vous-même ces frais, ce que vous devez alors préciser).

³¹ Dans le cas d'un contrat à durée indéterminée ou d'un contrat assorti d'un abonnement, le prix total inclut le total des frais par période de facturation. Lorsque de tels contrats sont facturés à un tarif fixe, le prix total inclut aussi le total des coûts mensuels. Lorsque le coût total ne peut être raisonnablement calculé à l'avance, vous devez communiquer le mode de calcul du prix.

³² Art. VI.45, §1^{er}, 5^o CDE. Lorsque le contenu ou le service numérique inclut des achats supplémentaires facultatifs et intégrés (ex. : dans un jeu vidéo), le consommateur devrait être informé qu'il est susceptible de se voir offrir ces options d'achat supplémentaires, avant d'acquérir le produit numérique. Voyez à ce sujet les [orientations de la Commission européenne concernant l'interprétation et l'application de la directive 2011/83/UE](#), décembre 2021, p. 31.

³³ Art. VI.45, § 5 CDE.

³⁴ Art. VI.45, §1^{er}, 21^o CDE.

³⁵ Art. VI.41 CDE.

³⁶ Art. VI.45, §1^{er}, 17^o CDE.

³⁷ Notez que d'après l'art. VI.44 CDE, le risque de perte ou d'endommagement lors de la livraison du bien est supporté par l'entreprise et transféré au consommateur lorsque celui-ci en prend possession (ou lorsqu'un tiers qu'il a désigné – autre que le transporteur – en prend possession). En principe, prévoir un transfert des risques avant que le bien soit remis au consommateur est donc abusif. Il existe cependant une exception : si le consommateur choisit un transporteur qui n'a pas été proposé par l'entreprise, le risque est transféré au consommateur dès la remise du bien au transporteur.

³⁸ Art. VI.45, §1^{er}, 7^o CDE.

³⁹ Art. VI. 45, §1^{er}, 15^o et 16^o CDE.

En cas de contrat de service ou de contrat de vente impliquant un service (ex. : vente d'un bien avec installation par l'entreprise), précisez que le consommateur devra vous payer des frais raisonnables s'il se rétracte après que le service a commencé⁴⁰. De plus, si un consommateur veut qu'un service commence pendant le délai de rétractation, vous devez exiger qu'il en fasse la demande expresse et reconnaisse qu'il ne pourra plus se rétracter une fois le contrat entièrement exécuté⁴¹.

Enfin, dans tous les cas où le droit de rétractation est légalement exclu (ex. : pour les biens susceptibles de se périmer rapidement), informez le consommateur qu'il ne bénéficiera pas de ce droit ou, le cas échéant, les circonstances dans lesquelles il le perdra⁴².

Attention : veillez à communiquer toutes les informations obligatoires relatives au droit de rétractation ! Dans le cas contraire, les conséquences légales peuvent être importantes : prolongation du droit de rétractation jusqu'à 12 mois, le consommateur ne doit pas payer certains coûts⁴³...

Ces informations obligatoires peuvent être fournies au moyen des « informations standardisées sur la rétractation » figurant dans [l'annexe 1 du livre VI du Code de droit économique](#). Il est donc fortement conseillé de s'en servir comme modèle. Pour plus d'informations, vous pouvez aussi visiter la page [Droit de rétractation lors de l'achat à distance](#) du site du SPF Economie.

1.4.5. Garanties

Rappelez également l'existence d'une **garantie légale** de conformité pour les biens, les contenus numériques et les services numériques⁴⁴.

Des conseils utiles sont disponibles dans les [guidelines du SPF Economie concernant la garantie pour les biens](#). Voici un exemple de mention : « La garantie légale de conformité pour les biens de consommation de 2 ans est applicable (art. 1649bis et suivants de l'ancien Code civil) ». Si vous donnez plus de précisions sur la garantie légale dans vos conditions générales, veillez à ne pas la restreindre, car il s'agirait alors d'une clause abusive⁴⁵.

Attention : vous ne devez plus seulement rappeler l'existence d'une **garantie légale** de conformité pour les biens, mais aussi, si cela s'applique à votre activité, pour les **contenus et services numériques**⁴⁶.

⁴⁰ Par exemple, si le consommateur se rétracte d'un contrat pour des services de téléphonie mobile après avoir utilisé le service pendant 10 jours, il devrait payer à l'entreprise un tiers de son abonnement mensuel, majoré du prix de tout service supplémentaire reçu au cours de cette période ([orientations de la Commission européenne concernant l'interprétation et l'application de la directive 2011/83/UE](#), décembre 2021, p. 60).

⁴¹ Art. VI.46, § 8 CDE. Notez que l'obligation de demander au consommateur de reconnaître qu'il ne disposera plus du droit de rétractation une fois le contrat pleinement exécuté n'est pas pertinente dans le cas de services fournis dans le cadre de contrats de vente (ex. : le consommateur achète un bien à une entreprise qui vient ensuite l'installer). Cette obligation ne concerne que les contrats de service « purs » (ex. : services de téléphonie mobile, cours en ligne...). Voyez à ce sujet les [orientations de la Commission européenne concernant l'interprétation et l'application de la directive 2011/83/UE](#), décembre 2021, p. 61.

⁴² Art. VI.45, §1^{er}, 8° à 11° CDE. Les exceptions au droit de rétractation sont listées à l'art. VI.53 CDE. Cette liste est limitative, il n'est donc pas permis de créer de nouvelles exceptions du type « les produits soldés ne peuvent être retournés ».

⁴³ Art. VI.45, §5, VI.48 et VI.51, §4 CDE.

⁴⁴ Art. VI.45, §1^{er}, 12° CDE.

⁴⁵ Pour plus d'information sur les clauses abusives, vous pouvez consulter les [guidelines du SPF Economie sur les clauses contractuelles abusives dans le cadre de la vente en ligne](#).

⁴⁶ Vous pouvez trouver plus d'informations sur la page [Règles de garantie pour le contenu numérique et les services numériques](#) sur le site du SPF Economie.

Enfin, vous devez informer les consommateurs de l'existence éventuelle d'une **assistance** ou **service après-vente** et de **garanties commerciales**, ainsi que les conditions y afférentes⁴⁷.

1.5. Informations à fournir directement avant la conclusion du contrat

Vous devez **rappeler certaines informations** au consommateur directement avant qu'il ne passe sa commande et soit lié par le contrat. Il s'agit de répréciser les caractéristiques principales du bien ou service, le prix total et, le cas échéant, la durée du contrat (ou les conditions de résiliation du contrat s'il s'agit d'un contrat à durée indéterminée ou à reconduction automatique) et la durée minimale des obligations du consommateur au titre du contrat.

Concernant la présentation de ces informations précontractuelles spécifiques, des règles **plus strictes** sont applicables. Vous devez présenter ces informations d'une manière claire et apparente directement avant que le consommateur ne passe sa commande⁴⁸. Vous devez donc présenter ces informations de sorte que le consommateur puisse les voir et lire avant de passer sa commande. Important : vous devez présenter ces informations sans que le consommateur ne doive quitter la page web qu'il utilise pour passer sa commande. N'utilisez donc pas ici un hyperlien qui mènerait le consommateur à une autre page web⁴⁹.

Vous devez également mettre à disposition du consommateur un moyen simple de reconnaître explicitement que la **validation de la commande** implique une obligation de paiement. En ce sens, la loi exige que le dernier bouton sur lequel clique le consommateur et le lie au contrat à distance contienne la formule « commande avec obligation de paiement », ou une mention analogue dénuée d'ambiguïté⁵⁰. Ainsi, le SPF Economie pourra tolérer des mentions plus courtes comprenant les notions d'« achat » ou de « paiement ». *A contrario*, des mentions comme « commander » ou « valider » ne sont pas suffisantes.

1.6. Informations à fournir après la conclusion du contrat

Une fois le contrat conclu, vous devez permettre à votre client consommateur de pouvoir facilement retrouver le contrat et les informations précontractuelles qui lui ont été communiquées avant la passation de la commande.

Dans un premier temps, vous devez **accuser réception de la commande**, sans délai injustifié et par voie électronique⁵¹. Il s'agira la plupart du temps d'une page web qui s'affiche avec la confirmation de l'enregistrement de la commande (avec possibilité d'impression ou de téléchargement) et un récapitulatif de cette dernière.

Ensuite, **confirmez le contrat conclu à distance** via un support durable (par e-mail, soit dans le corps du texte, soit de préférence via un fichier PDF). Cette confirmation doit inclure les informations précontractuelles obligatoires mentionnées précédemment⁵², sauf si vous les avez déjà communiquées sur un support durable avant la conclusion du contrat. Vous devez la fournir au consommateur dans

⁴⁷ Art. VI.45, §1^{er}, 13^o CDE. En cas de garantie commerciale du fabricant, vous devez informer le consommateur sur celle-ci et ses conditions si le consommateur a un intérêt légitime à obtenir ces informations pour décider d'acheter ou non (c'est le cas, par exemple, si vous faites de la garantie du fabricant un élément décisif de votre offre). Les informations à fournir englobent alors tout élément d'information qui concerne les conditions d'application et de mise en œuvre d'une telle garantie, permettant au consommateur de prendre de manière éclairée sa décision de se lier contractuellement ou non. Voyez en ce sens l'arrêt de la Cour de justice de l'Union européenne du 5 mai 2022, *Victorinox*, C-179/21.

⁴⁸ Art. VI.46, §2 CDE.

⁴⁹ Voyez à ce sujet les [orientations de la Commission européenne concernant l'interprétation et l'application de la directive 2011/83/UE](#), décembre 2021, pp. 43-44.

⁵⁰ Art. VI.46, §2 CDE.

⁵¹ Art. XII.9 CDE.

⁵² Il s'agit plus précisément de toutes les informations visées à l'art. VI.45, § 1^{er} CDE. Concernant les contrats de fourniture de contenus numériques non fournis sur un support matériel (ex. : vente d'un jeu vidéo dématérialisé), voyez aussi l'obligation prévue à l'art. VI.46, §7, al. 2, b) CDE.

un délai raisonnable après la conclusion du contrat et, au plus tard, au moment de la livraison des biens ou avant le début d'exécution du service⁵³.

2. Quelles sont les sanctions en cas d'infraction ?

Les infractions sont sanctionnées au pénal par une amende⁵⁴.

L'Inspection économique peut procéder à des enquêtes à la suite d'un signalement reçu via le [Point de contact](#). Elle peut également réaliser des enquêtes de sa propre initiative ou dans le cadre d'une enquête générale de grande envergure dans le secteur. Des enquêtes peuvent aussi avoir lieu à la demande du ministre ou du parquet.

À la suite de la constatation d'une infraction, l'Inspection économique dispose principalement des possibilités suivantes :

- adresser un avertissement mettant en demeure de régulariser la situation ;
- transmettre ses constatations au procureur du Roi ;
- recourir à une transaction (proposition d'une somme dont le paiement volontaire et la cessation de l'infraction éteignent l'action publique) ;
- imposer une amende administrative.

Le Code de droit économique prévoit aussi des sanctions civiles. Par exemple, lorsqu'un contrat a été conclu à la suite d'une pratique commerciale déloyale, le juge peut ordonner à l'entreprise de rembourser au consommateur les sommes qu'il a payées, sans que le consommateur ne doive restituer le produit⁵⁵.

⁵³ Art. VI.46, §7 CDE.

⁵⁴ Les dispositions pertinentes relatives aux sanctions figurent dans les art. XV.70 et suivants du CDE.

⁵⁵ Art. VI.38 CDE.