



**Chambre
des Députés**
GRAND-DUCHÉ
DE LUXEMBOURG

Dossier consolidé

Date de création : 22-12-2025

Projet de loi 8648

Projet de loi portant transposition de la directive (UE) 2024/825 du Parlement européen et du Conseil du 28 février 2024 modifiant les directives 2005/29/CE et 2011/83/UE pour donner aux consommateurs les moyens d'agir en faveur de la transition verte grâce à une meilleure protection contre les pratiques déloyales et grâce à une meilleure information et modifiant le Code de la consommation

Date de dépôt : 29-10-2025
Auteur(s) : Madame Martine Hansen, Ministre de la Protection des consommateurs

Liste des documents

Date	Description	Nom du document	Page
29-10-2025	Déposé	20251029_Depot	<u>3</u>
22-12-2025	Avis : Union luxembourgeoise des consommateurs	20251222_Avis	<u>167</u>

20251029_Depot



Le Premier ministre,

Vu les articles 76 et 95, alinéa 1^{er}, de la Constitution ;

Vu l'article 10 du Règlement interne du Gouvernement ;

Vu l'article 58, paragraphe 1^{er}, du Règlement de la Chambre des Députés ;

Vu l'article 1^{er}, paragraphe 1^{er}, de la loi modifiée du 16 juin 2017 sur l'organisation du Conseil d'État ;

Considérant la décision du Gouvernement en conseil du 10 octobre 2025 approuvant sur proposition de la Ministre de la Protection des consommateurs le projet de loi ci-après ;

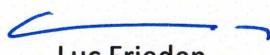
Arrête :

Art. 1^{er}. La Ministre de la Protection des consommateurs est autorisée à déposer au nom du Gouvernement à la Chambre des Députés le projet de loi portant transposition de la directive (UE) 2024/825 du Parlement européen et du Conseil du 28 février 2024 modifiant les directives 2005/29/CE et 2011/83/UE pour donner aux consommateurs les moyens d'agir en faveur de la transition verte grâce à une meilleure protection contre les pratiques déloyales et grâce à une meilleure information et modifiant le Code de la consommation et à demander l'avis y relatif au Conseil d'État.

Art. 2. La Ministre déléguée auprès du Premier ministre, chargée des Relations avec le Parlement est chargée, pour le compte du Premier ministre et de la Ministre de la Protection des consommateurs, de l'exécution du présent arrêté.

Luxembourg, le 28 octobre 2025

Le Premier ministre


Luc Frieden

**La Ministre de la Protection des
consommateurs**


Martine Hansen



Exposé des motifs

Le Gouvernement s'est engagé, à plusieurs égards, à protéger les consommateurs ainsi que l'environnement. L'accord de coalition affirme ainsi qu'au niveau européen, « le Gouvernement soutiendra les objectifs et initiatives climatiques et environnementaux ainsi que les paquets législatifs, tels que « Fit for 55 », « Green Deal » et « Zero Pollution ». »¹ Sous l'angle de la protection des consommateurs, la protection de l'environnement se décline entre autres par la promotion de la consommation responsable. Sont notamment concernées les initiatives portant sur l'économie circulaire² et le droit à réparation³ afin de favoriser la durabilité et la réparabilité des produits.

C'est pourquoi le Gouvernement a soutenu l'adoption de la directive (UE) 2024/825 du Parlement européen et du Conseil du 28 février 2024 modifiant les directives 2005/29/CE et 2011/83/UE pour donner aux consommateurs les moyens d'agir en faveur de la transition verte grâce à une meilleure protection contre les pratiques déloyales et grâce à une meilleure information (dite « ECGT » pour « *Empowering consumers for the green transition* »). Cette directive correspond à une des initiatives annoncées dans le nouvel agenda du consommateur de l'Union européenne (dont l'une des grandes priorités est la transition écologique) et s'inscrit dans le cadre du pacte vert pour l'Europe (adopté en décembre 2019) et du plan d'action pour une économie circulaire⁴.

La directive poursuit deux objectifs principaux. Le premier objectif est de renforcer l'information des consommateurs sur la durabilité des biens, autrement dit leur durée de vie (notamment par une information accrue sur la garantie commerciale de durabilité du producteur via un label harmonisé) et la réparabilité des biens, autrement dit leurs modalités de réparation (au moyen d'un indice de réparabilité fourni par le producteur ou par des informations quant aux pièces de rechange et aux instructions de réparation). Le second est de « lutter contre les pratiques commerciales déloyales qui induisent les consommateurs en erreur et les empêchent de poser des choix de consommation durables, en particulier les pratiques liées à l'obsolescence précoce des biens⁵ [à noter que l'obsolescence précoce n'est pas interdite en tant que telle], aux allégations environnementales trompeuses (ci-après dénommées « écoblanchiment »), aux informations trompeuses sur les caractéristiques sociales des produits ou des entreprises des professionnels ou aux labels de

¹ Accord de coalition 2023-2028, p. 51.

² *Op cit.*, p. 65.

³ *Op. cit.* p. 66.

⁴ Le plan d'action pour une économie circulaire englobe plusieurs initiatives telles que la proposition de règlement sur l'écoconception des produits durables (proposition de règlement du Parlement européen et du Conseil établissant un cadre pour la fixation d'exigences en matière d'écoconception applicables aux produits durables et abrogeant la directive 2009/125/CE publiée le 30 mars 2022), et la révision du règlement établissant des conditions harmonisées de commercialisation pour les produits de construction (proposition de règlement du Parlement européen et du Conseil établissant des conditions harmonisées de commercialisation pour les produits de construction, modifiant le règlement (UE) 2019/1020 et abrogeant le règlement (UE) 305/2011 publiée le 30 mars 2022), la proposition de directive sur les allégations écologiques (proposition de directive du Parlement européen et du Conseil relative à la justification et à la communication des allégations environnementales explicites publiée le 22 mars 2023) ainsi que la stratégie sur les textiles (stratégie de l'UE pour des textiles durables et circulaires publiée le 30 mars 2022, voir notamment : https://environment.ec.europa.eu/publications/textiles-strategy_en?prefLang=fr&etrans=fr – dernière consultation le 25 septembre 2025).

⁵ « Afin d'améliorer le bien-être des consommateurs, les modifications apportées à la directive 2005/29/CE devraient également porter sur plusieurs pratiques liées à l'obsolescence précoce, y compris l'obsolescence précoce programmée, une stratégie commerciale consistant à planifier ou à concevoir délibérément un produit avec une durée de vie limitée, de manière à ce qu'il devienne prématurément obsolète ou non fonctionnel après un certain temps ou une intensité prédéterminée d'utilisation. » (considérant 16).



développement durable non transparents et non crédibles »⁶. Pour atteindre ces objectifs, la directive modifie deux directives piliers du droit de la consommation : la directive 2005/29/CE sur les pratiques commerciales déloyales (dite directive « pratiques commerciales déloyales »)⁷ et la directive 2011/83/UE relative aux droits des consommateurs (dite directive « droits des consommateurs »)⁸.

Il convient de préciser que la directive pratiques commerciales déloyales et la directive droits des consommateurs ont été transposées en droit national dans le Code de la consommation⁹. À titre de rappel, la directive droits des consommateurs a un champ d'application large et transversal puisqu'elle « établit des règles relatives aux informations à fournir pour les contrats à distance, les contrats hors établissement et les contrats autres que les contrats à distance et hors établissement [...] [et] régit également le droit de rétractation pour les contrats à distance et hors établissement et harmonise certaines dispositions traitant de l'exécution et de certains autres aspects des contrats conclus entre entreprises et consommateurs. »¹⁰

En modifiant les deux directives précédentes, l'intention du législateur européen à travers la directive (UE) 2024/825 est de donner la possibilité aux consommateurs de prendre des décisions commerciales éclairées et d'adopter un mode de consommation plus durable afin de favoriser la transition verte et le bon fonctionnement du marché intérieur tout en assurant un niveau élevé de protection des consommateurs et de l'environnement¹¹.

1. Modifications de la directive 2005/29/CE relative aux pratiques commerciales déloyales

La directive (UE) 2024/825 introduit des règles ayant pour objectif de lutter contre les pratiques commerciales déloyales qui peuvent induire les consommateurs en erreur et les empêchent d'opter pour des choix de consommation durables. Elle vise en particulier plusieurs pratiques liées à l'obsolescence précoce des biens, aux allégations environnementales trompeuses, aux informations trompeuses sur les caractéristiques sociales des produits ou des entreprises des professionnels (telles que le niveau adéquat des salaires, la sécurité de l'environnement de travail, l'égalité des genres et le bien-être animal)¹² ou aux labels de développement durable non transparents et non crédibles. Les

⁶ Considérant 1.

⁷ Directive 2005/29/CE 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 et modifiant la directive 84/450/CEE du Conseil et les directives 97/7/CE, 98/27/CE et 2002/65/CE du Parlement européen et du Conseil et le règlement (CE) n° 2006/2004 du Parlement européen et du Conseil.

⁸ Directive 2011/83/UE du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2011 relative aux droits des consommateurs, modifiant la directive 93/13/CEE du Conseil et la directive 1999/44/CE du Parlement européen et du Conseil et abrogeant la directive 85/577/CEE du Conseil et la directive 97/7/CE du Parlement européen et du Conseil.

⁹ La directive pratiques commerciales déloyales a été transposée aux articles L. 121-1 et suivants du Code de la consommation qui constituent le Titre 2 « Pratiques commerciales déloyales » du Livre 1 du Code de la consommation, et à l'article R. 121-1 du Code de la consommation. La directive droits des consommateurs a quant à elle été transposée principalement au Chapitre 3 du Titre 1 du Livre 1 (article L. 113-1), au Chapitre 3 du Titre 1 du Livre 2 (articles L. 213-1 et suivants), au Chapitre 1 du Titre 2 du Livre 2 (articles L. 221-1 et suivants), et au Chapitre 2 du Titre 2 du Livre 2 (articles L. 222-1 et suivants).

¹⁰ Considérant 9.

¹¹ Voir en ce sens le considérant 1.

¹² Considérant 3.



organismes nationaux compétents¹³ pourront grâce à ces règles lutter plus efficacement contre ces pratiques. À titre d'exemples, il peut s'agir du ministre ayant la protection des consommateurs dans ses attributions ou des organisations visées par l'article L. 313-1 et suivant du Code de la consommation, telles que toute association agréée en vertu de l'article L. 313-1, la Commission de surveillance du secteur financier ou le Commissariat aux Assurances. Dans un marché où les allégations environnementales sont plus loyales, transparentes et fiables, les consommateurs seront en mesure de prendre des décisions d'achat qui sont véritablement meilleures pour l'environnement et les professionnels pourront bénéficier de conditions de concurrence plus équitables¹⁴. Cela favorisera, plus généralement, la production de produits plus durables sur le plan environnemental et réduira les incidences négatives sur l'environnement¹⁵.

Tout d'abord, la liste des caractéristiques des produits au sujet desquelles les pratiques des professionnels peuvent être considérées comme trompeuses si elles induisent le consommateur en erreur est actualisée et intègre désormais les « caractéristiques environnementales ou sociales », « les aspects liés à la circularité, tels que sa durabilité, sa réparabilité ou sa recyclabilité »¹⁶.

Ensuite, deux nouvelles pratiques sont incluses dans la liste des pratiques commerciales réputées trompeuses si elles amènent ou sont susceptibles d'amener le consommateur moyen à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement. Sont concernées d'une part, les pratiques commerciales qui impliquent une allégation environnementale relative aux performances environnementales futures sans engagements clairs, objectifs, accessibles au public et vérifiables¹⁷. En effet, les allégations environnementales qui évoquent « une transition vers la neutralité carbone, la neutralité climatique ou un objectif similaire, à un certain horizon »¹⁸ se multiplient. D'autre part, sont considérées les pratiques commerciales qui consistent à faire la publicité d'avantages pour les consommateurs qui ne sont pas pertinents et qui ne sont pas directement liés à une caractéristique du produit ou de l'entreprise¹⁹. C'est le cas par exemple lorsque le professionnel affirme « qu'une marque particulière d'eau en bouteille est exempte de gluten ou que des feuilles de papier ne contiennent pas de plastique »²⁰.

Puis, de nouvelles informations sont considérées comme substantielles et dont l'omission peut conduire à considérer qu'il s'agit d'une pratique commerciale trompeuse. Désormais lorsqu'un professionnel fournit un service de comparaison de produits informant le consommateur de caractéristiques environnementales, sociales ou d'aspects liés à sa circularité (comme sa durabilité, sa réparabilité ou sa recyclabilité), sont considérées comme essentielles les informations sur la méthode de comparaison, sur les produits faisant l'objet de la comparaison et sur les fournisseurs de ces produits, ainsi que sur les mesures mises en place pour tenir ces informations à jour²¹.

¹³ Les organismes nationaux concernés sont ceux visés par l'article 11, paragraphe 2 de la directive pratiques commerciales déloyales, et le point 37 de l'Annexe I de la directive (UE) 2020/1828 du 25 novembre 2020 relative aux actions représentatives visant à protéger les intérêts collectifs des consommateurs (anciennement par l'Annexe I de la directive 2009/22/CE du 23 avril 2009 relative aux actions en cessation). Ces organismes sont compétents pour introduire une action en cessation ou en interdiction sur le fondement de l'article L. 320-2 du Code de la consommation pour les pratiques commerciales déloyales, et des articles L. 320-4 et L. 320-7 du Code de la consommation pour les dispositions résultant de la transposition de la directive droits des consommateurs.

¹⁴ Voir en ce sens le considérant 1.

¹⁵ Ibid.

¹⁶ Article L. 122-2, paragraphe 1, lettre b) du Code de la consommation tel que modifiée par le présent projet de loi.

¹⁷ Article L. 122-2, paragraphe 2, lettre d) nouvelle.

¹⁸ Considérant 4.

¹⁹ Article L. 122-2, paragraphe 2, lettre e) nouvelle.

²⁰ Considérant 5.

²¹ Article L. 122-3, paragraphe 8 nouveau.



Enfin, le texte vient enrichir la liste des pratiques commerciales interdites et considérées déloyales en toutes circonstances, en y ajoutant douze pratiques²², certaines étant des pratiques relatives à l'écoblanchiment et d'autres étant des pratiques liées à l'obsolescence précoce. Seront ainsi interdites les allégations environnementales génériques²³ telles que « respectueux de l'environnement », « naturel », « biodégradable », « neutre pour le climat » ou « éco », sans la preuve d'une excellente performance environnementale reconnue qui justifie cette mention. Par exemple, « une allégation environnementale générique telle que « économie en énergie » pourrait être faite sur la base d'une performance environnementale excellente reconnue conformément au règlement (UE) 2017/1369 »²⁴ établissant un cadre pour l'étiquetage énergétique²⁵. De la même manière, seront interdites les incitations aux consommateurs à remplacer les consommables, tels que les cartouches d'encre d'imprimante, plus tôt que nécessaire.

À titre de rappel, les sanctions à ces interdictions sont celles figurant déjà dans le Code de la consommation. Le professionnel encourt notamment²⁶ une amende pénale de 251 à 120.000 euros²⁷, une demande de mise en conformité dans un délai raisonnable notifiée par le ministre ayant la Protection des consommateurs dans ses attributions²⁸ et une action en cessation ou en interdiction²⁹. De plus, le cas échéant, les consommateurs peuvent recourir aux remèdes offerts par le droit en vigueur pour obtenir réparation de leur préjudice.

En complément de l'interdiction de certaines pratiques commerciales déloyales liées à l'écoblanchiment et à l'obsolescence précoce, la directive entreprend de renforcer l'information des consommateurs quant à la durabilité et à la réparabilité des produits.

2. Modifications de la directive 2011/83/UE relative aux droits des consommateurs

Pour permettre aux consommateurs de prendre des décisions en meilleure connaissance de cause afin de stimuler la demande et l'offre de biens plus durables, la directive (UE) 2024/825 instaure également des informations spécifiques sur la durabilité et la réparabilité d'un produit qui devront être fournies pour tous les types de biens avant la conclusion du contrat³⁰.

Des éléments sont ainsi ajoutés au titre des informations précontractuelles à fournir aux consommateurs lors de la conclusion de contrats à distance³¹ et hors établissement³² ainsi que de contrats autres que les contrats à distance ou hors établissement³³. Ils concernent par exemple la durabilité (l'information est accrue par l'introduction d'un label harmonisé portant sur la garantie

²² Article L. 122-4, points 28 à 39 nouveaux.

²³ Sur l'articulation avec la proposition de directive sur les allégations écologiques, voir le commentaire de l'article 3 du présent projet de loi et plus spécifiquement la définition « *Les notions d'allégation environnementale et d'allégation environnementale générique* », page 20.

²⁴ Considérant 10.

²⁵ Règlement (UE) 2017/1369 du Parlement européen et du Conseil du 4 juillet 2017 établissant un cadre pour l'étiquetage énergétique et abrogeant la directive 2010/30/UE.

²⁶ Les sanctions sont prévues aux articles L. 122-8, L. 122-9 et L. 122-10 du Code de la consommation.

²⁷ Article L. 122-8, paragraphe 1 du Code de la consommation.

²⁸ Article L. 122-9, paragraphe 2 du Code de la consommation.

²⁹ Article L. 122-9, paragraphes 3 et 4 du Code de la consommation.

³⁰ Voir en ce sens le considérant 25.

³¹ Article L. 222-3, paragraphe 1, lettres k), u), v) et w) nouvelles.

³² Article L. 222-6, paragraphe 1, lettres l), v, w) et x) nouvelles.

³³ Article L. 113-1, paragraphe 1, lettres e), i), j) et k)) nouvelles.



commerciale de durabilité du producteur) et la réparabilité d'un bien (au moyen d'un indice de réparabilité s'il est fourni par le producteur ou par des informations relatives à la disponibilité et aux coûts des pièces de rechange), mais également la durée pendant laquelle les mises à jour seront disponibles pour les biens comportant des éléments numériques, les contenus et les services numériques. Il s'agira également pour le professionnel, avant la conclusion d'un contrat à distance³⁴ ou hors établissement³⁵, d'informer le consommateur des options de livraison respectueuses de l'environnement.

Le texte réforme également l'information relative aux garanties légales et commerciales attachées à un bien. Il introduit une notice harmonisée qui sera affichée, de manière bien visible, dans les magasins et sur les sites internet afin de fournir les informations clés relatives à la garantie légale de conformité. La directive met également en place un label harmonisé comportant des informations sur la garantie commerciale de durabilité que les producteurs proposent de manière gratuite, sur l'intégralité du bien et pour une durée supérieure à la durée de la garantie légale de conformité. La notice harmonisée et le label harmonisé sont adoptés avant le 27 septembre 2025³⁶ et sont obligatoires à partir du 27 septembre 2026.

Les sanctions sont celles déjà prévues par le Code de la consommation. En cas de non-respect de ses obligations, le professionnel encourt notamment une amende pénale de 251 à 15.000 euros³⁷, une demande de mise en conformité dans un délai raisonnable émise par le ministre ayant la Protection des consommateurs dans ses attributions³⁸ et une action en cessation ou en interdiction³⁹. De plus, le manquement par le professionnel portant sur une ou plusieurs obligations d'informations essentielles peut être sanctionné par la nullité du contrat⁴⁰. Enfin, le cas échéant, les consommateurs peuvent recourir aux remèdes offerts par le droit en vigueur pour obtenir réparation de leur préjudice.

³⁴ Article L. 222-3, paragraphe 1, lettre f) telle que modifiée par le présent projet de loi.

³⁵ Article L. 222-6, paragraphe 1, lettre g) telle que modifiée par le présent projet de loi.

³⁶ Règlement d'exécution (UE) 2025/1960 de la Commission du 25 septembre 2025 sur la maquette et le contenu de la notice harmonisée sur la garantie légale de conformité et du label harmonisé pour la garantie commerciale de durabilité.

³⁷ Article L. 113-1, paragraphe 7 et article L. 222-11, paragraphe 4 du Code de la consommation.

³⁸ Article L. 113-1, paragraphe 8, alinéa 2 et art L. 222-11, paragraphe 11, alinéa 2 du Code de la consommation.

³⁹ Article L. 113-1, paragraphe 8, alinéas 3 et 4 et article L. 222-11, paragraphe 11, alinéas 3 et 4 du Code de la consommation.

⁴⁰ Article L. 113-1, paragraphe 6 et article L. 222-11, paragraphe 3 du Code de la consommation.



Projet de loi portant transposition de la directive (UE) 2024/825 du Parlement européen et du Conseil du 28 février 2024 modifiant les directives 2005/29/CE et 2011/83/UE pour donner aux consommateurs les moyens d'agir en faveur de la transition verte grâce à une meilleure protection contre les pratiques déloyales et grâce à une meilleure information et modifiant le Code de la consommation

Texte du projet de loi

Nous Guillaume, Grand-Duc de Luxembourg, Duc de Nassau,

Vu la directive (UE) 2024/825 du Parlement européen et du Conseil du 28 février 2024 modifiant les directives 2005/29/CE et 2011/83/UE pour donner aux consommateurs les moyens d'agir en faveur de la transition verte grâce à une meilleure protection contre les pratiques déloyales et grâce à une meilleure information ;

Le Conseil d'État entendu ;

Vu l'adoption par la Chambre des Députés ;

Vu la décision de la Chambre des Députés du ... et celle du Conseil d'État du ... portant qu'il n'y a pas lieu à second vote ;

Avons ordonné et ordonnons :

Art. 1^{er}.

L'article L. 010-1, du Code de la consommation, est modifié comme suit :

1° Au point 14), le point final est remplacé par un point-virgule ;

2° Au point 16), le guillemet final est supprimé et le point final est remplacé par un point-virgule ;

3° À la suite du point 16), sont ajoutés les points 17) à 19) nouveaux, libellés comme suit :

« 17) « Garantie commerciale » : tout engagement du vendeur ou du producteur (le garant) à l'égard du consommateur, en plus des obligations légales du vendeur tenant à la garantie de conformité des biens meubles corporels des articles L. 212-1 à L. 212-11 du code, en vue :

a) du remboursement du prix d'achat ;

b) du remplacement ou de la réparation du bien ; ou

c) de la prestation de tout autre service en relation avec le bien si ce dernier ne répond pas aux spécifications ou à d'autres exigences éventuelles non liées à la conformité énoncées dans la déclaration de garantie ou dans la publicité correspondante faite au moment de la conclusion du contrat ou avant celle-ci ;

18) « Garantie commerciale de durabilité » : la garantie commerciale de durabilité du producteur visée à l'article L. 212-31 du code, en vertu de laquelle le producteur est directement responsable vis-à-vis du consommateur pendant toute la durée de la garantie



commerciale de durabilité en ce qui concerne la réparation ou le remplacement du bien, conformément à l'article L. 212-7 du code, dès lors que la durabilité de celui-ci est altérée ;
19) « indice de réparabilité » : une note exprimant la capacité d'un bien à être réparé, fondée sur des exigences harmonisées établies au niveau de l'Union. ».

Art. 2.

L'article L. 113-1, paragraphe 1^{er}, du même code, est modifié comme suit :

1° La lettre e) est remplacée comme suit :

« e) en ce qui concerne les garanties :

- un rappel de l'existence de la garantie légale de conformité pour les biens ainsi que de ses principaux éléments, dont sa durée minimale, de manière bien visible, au moyen de la notice harmonisée visée par le règlement d'exécution (UE) 2025/1960 de la Commission du 25 septembre 2025 sur la maquette et le contenu de la notice harmonisée sur la garantie légale de conformité et du label harmonisé pour la garantie commerciale de durabilité ;
- lorsque le producteur offre au consommateur une garantie commerciale de durabilité sans frais supplémentaires, s'appliquant à l'ensemble du bien et d'une durée de plus de deux ans, et met cette information à disposition du professionnel, une information indiquant que ledit bien bénéficie d'une telle garantie, et sa durée ainsi qu'un rappel de l'existence de la garantie légale de conformité, de manière bien visible au moyen du label harmonisé visé par le règlement d'exécution précité ;
- un rappel de l'existence de la garantie légale de conformité pour les contenus numériques et les services numériques ;
- le cas échéant, l'existence d'un service après-vente et de garanties commerciales, ainsi que les conditions y afférentes ; » ;

2° À la lettre h), le point final est remplacé par un point-virgule ;

3° À la suite de la lettre h), sont ajoutées les lettres i), j) et k) nouvelles, libellées comme suit :

« i) pour les biens comportant des éléments numériques, pour des contenus numériques et pour des services numériques, lorsque le producteur ou le fournisseur met les informations à disposition du professionnel, la durée minimale, exprimée par référence à une durée ou à une date, pendant laquelle le producteur ou le fournisseur fournit les mises à jour logicielles gratuites, y compris les mises à jour de sécurité, qui sont nécessaires pour maintenir la conformité desdits biens, contenus numériques et services numériques conformément aux dispositions des articles L. 212-1 à L. 212-29 du code ;

j) le cas échéant, l'indice de réparabilité des biens ;

k) lorsque le point j) n'est pas applicable et à condition que le producteur mette les informations à disposition du professionnel, des informations sur la disponibilité, le coût estimé et la procédure de commande des pièces de rechange nécessaires pour maintenir la conformité des biens, sur la disponibilité d'instructions de réparation et d'entretien ainsi que sur les restrictions en matière de réparation. ».

Art. 3.

L'article L. 121-2, du même code, est modifié comme suit :

1° Au point 10), le point est remplacé par un point-virgule ;

2° Au point 11), le point est remplacé par un point-virgule ;

3° À la suite du point 11), sont ajoutés les points 12) à 19) nouveaux, libellés comme suit :



« 12) « bien » : tout objet mobilier corporel y compris les biens comportant des éléments numériques ; l'eau, le gaz et l'électricité doivent être considérés comme des biens au sens du présent titre lorsqu'ils sont conditionnés dans un volume délimité ou en quantité déterminée ;

13) « allégation environnementale » : tout message ou toute déclaration non obligatoire en vertu du droit de l'Union ou du droit national, sous quelque forme que ce soit, notamment du texte, une image, une représentation graphique ou un symbole tels qu'un label, une marque, une dénomination sociale ou une dénomination de produit, dans le cadre d'une communication commerciale, et qui affirme ou suggère qu'un produit, une catégorie de produits, une marque ou un professionnel a une incidence positive ou nulle sur l'environnement, est moins préjudiciable pour l'environnement que d'autres produits, catégories de produits, marques ou professionnels, ou a amélioré son incidence environnementale au fil du temps ;

14) « allégation environnementale générique » : toute allégation environnementale formulée sous forme écrite ou orale, y compris dans les médias audiovisuels, qui ne fait pas partie d'un label de développement durable, et lorsque la spécification de l'allégation n'est pas fournie en des termes clairs et bien visibles sur le même support ;

15) « label de développement durable » : tout label de confiance volontaire, label de qualité ou équivalent, public ou privé, qui vise à distinguer et à promouvoir un produit, un procédé ou une entreprise pour ses caractéristiques environnementales ou sociales, ou les deux, et qui exclut tout label obligatoire requis en vertu du droit de l'Union ou du droit national ;

16) « système de certification » : un système de vérification par un tiers qui certifie qu'un produit, un processus ou une entreprise satisfait à certaines exigences, qui permet l'utilisation d'un label de développement durable correspondant et dont les dispositions, notamment les exigences qu'il définit, sont accessibles au public et répondent aux critères suivants :

- i) le système est ouvert, à des conditions transparentes, équitables et non discriminatoires, à tous les professionnels désireux et en mesure de se conformer aux exigences du système ;
- ii) les exigences définies par le système sont élaborées par le propriétaire de ce dernier en consultation avec les experts et les parties prenantes concernées ;
- iii) le système établit des procédures pour traiter les cas de non-conformité à ses exigences et prévoit le retrait ou la suspension de l'utilisation du label de développement durable par le professionnel en cas de non-respect des exigences définies par le système ; et
- iv) le contrôle du respect par le professionnel des exigences du système fait l'objet d'une procédure objective et est effectué par un tiers dont la compétence et l'indépendance par rapport au propriétaire du système comme au professionnel sont fondées sur des normes et procédures internationales, de l'Union ou nationales ;

17) « performance environnementale excellente reconnue » : performance environnementale conforme au règlement (CE) n° 66/2010 du Parlement européen et du Conseil du 25 novembre 2009 établissant le label écologique de l'UE ou aux systèmes nationaux ou régionaux EN ISO 14024 de label écologique de type I officiellement reconnus dans les États membres, ou aux meilleures performances environnementales en vertu d'autres dispositions applicables du droit de l'Union ;

18) « mise à jour logicielle » : une mise à jour qui est nécessaire pour maintenir la conformité des biens comportant des éléments numériques, du contenu numérique et des services numériques conformément aux articles L. 212-1 à L. 212-29 du code, y compris une mise à jour de sécurité, ou une mise à jour des fonctionnalités ;



19) « consommable » : tout composant d'un bien qui est utilisé de manière récurrente et qui doit être remplacé ou dont il est nécessaire de se réapprovisionner pour que le bien fonctionne comme prévu. ».

Art. 4.

L'article L. 122-2, du même code, est modifié comme suit :

1° Au paragraphe 1^{er}, point 2), lettre b), les termes « ses caractéristiques environnementale ou sociale, » sont insérés entre « sa composition, » et « ses accessoires, » et les termes « les aspects liés à la circularité, tels que sa durabilité, sa réparabilité ou sa recyclabilité, » sont insérés entre « ses accessoires, » et « le service après-vente et le traitement des réclamations, » ;

2° Au paragraphe 2, à la suite de la lettre c), sont ajoutées les lettres d) et e) nouvelles, libellées comme suit :

- « d) une allégation environnementale relative aux performances environnementales futures sans engagements clairs, objectifs, accessibles au public et vérifiables inscrits dans un plan de mise en œuvre détaillé et réaliste qui inclut des objectifs mesurables et assortis d'échéances ainsi que d'autres éléments pertinents requis à l'appui de sa réalisation, tels que l'affectation de ressources, et qui est régulièrement vérifié par un tiers expert indépendant, dont les conclusions sont mises à la disposition des consommateurs ;
- e) la publicité d'avantages pour les consommateurs qui ne sont pas pertinents et ne résultent d'aucune caractéristique du produit ou de l'entreprise. ».

Art. 5.

À la suite de l'article L. 122-3, paragraphe 7, du même code, il est inséré un paragraphe 8 nouveau, libellé comme suit :

« (8) Lorsqu'un professionnel fournit un service qui compare des produits et qui informe le consommateur de caractéristiques environnementales ou sociales ou d'aspects liés à la circularité, tels que la durabilité, la réparabilité ou la recyclabilité, associés à des produits ou aux fournisseurs de ces produits, les informations sur la méthode de comparaison, sur les produits faisant l'objet de la comparaison et sur les fournisseurs de ces produits, ainsi que sur les mesures mises en place pour tenir ces informations à jour, sont considérées comme des informations substantielles. ».

Art. 6.

À la suite de l'article L. 122-4, point 27), du même code, sont insérés les points 28 à 39 nouveaux, libellés comme suit :

« 28) Afficher un label de développement durable qui n'est pas fondé sur un système de certification ou qui n'a pas été mis en place par des autorités publiques.

29) Présenter une allégation environnementale générique au sujet de laquelle le professionnel n'est pas en mesure de démontrer l'excellente performance environnementale reconnue en rapport avec l'allégation.

30) Présenter une allégation environnementale concernant l'ensemble du produit ou de l'entreprise du professionnel, alors qu'elle ne concerne qu'un des aspects du produit ou une activité spécifique de l'entreprise du professionnel.



- 31) Affirmer, sur la base de la compensation des émissions de gaz à effet de serre, qu'un produit a un impact neutre, réduit ou positif sur l'environnement en termes d'émissions de gaz à effet de serre.
- 32) Présenter comme une caractéristique distinctive de l'offre du professionnel des exigences imposées par la loi pour tous les produits de la catégorie de produits concernée sur le marché de l'Union.
- 33) Dissimuler au consommateur le fait qu'une mise à jour logicielle aura une incidence négative sur le fonctionnement de biens comportant des éléments numériques ou sur l'utilisation de contenu numérique ou de services numériques.
- 34) Présenter une mise à jour logicielle comme étant nécessaire lorsqu'elle ne fait qu'améliorer des fonctionnalités.
- 35) Toute communication commerciale sur un bien doté d'une caractéristique introduite pour en limiter la durabilité, alors même que l'information de cette caractéristique et de ses effets sur la durabilité du bien se trouve à la disposition du professionnel.
- 36) Affirmer à tort qu'un bien présente une certaine durabilité, sur le plan du temps d'utilisation ou de l'intensité, dans des conditions normales d'utilisation.
- 37) Présenter un bien comme réparable alors qu'il ne l'est pas.
- 38) Inciter le consommateur à remplacer les consommables ou à se réapprovisionner en consommables d'un bien avant que des raisons techniques ne le justifient.
- 39) Dissimuler des informations sur la détérioration de la fonctionnalité d'un bien lorsque des consommables, des pièces de rechange ou des accessoires qui ne sont pas fournis par le producteur d'origine sont utilisés, ou affirmer à tort qu'une telle détérioration va se produire.».

Art. 7.

L'article L. 222-3, paragraphe 1^{er}, du même code, est modifié comme suit :

1° À la lettre f), les termes « les options de livraison respectueuses de l'environnement et » sont insérés entre « le cas échéant, » et « les modalités prévues par le professionnel pour le traitement des réclamations; » ;

2° La lettre k) est remplacée comme suit :

« concernant les garanties :

- un rappel de l'existence de la garantie légale de conformité pour les biens ainsi que de ses principaux éléments, dont sa durée, de manière bien visible, au moyen de la notice harmonisée visée par le règlement d'exécution (UE) 2025/1960 de la Commission du 25 septembre 2025 sur la maquette et le contenu de la notice harmonisée sur la garantie légale de conformité et du label harmonisé pour la garantie commerciale de durabilité ;

- lorsque le producteur offre au consommateur une garantie commerciale de durabilité sans frais supplémentaires, s'appliquant à l'ensemble du bien et d'une durée de plus de deux ans, et met cette information à disposition du professionnel, une information indiquant que ledit bien bénéficie d'une telle garantie, et sa durée ainsi qu'un rappel de l'existence de la garantie légale de conformité, de manière bien visible au moyen du label harmonisé visé par le règlement d'exécution précité ;

- un rappel de l'existence de la garantie légale de conformité pour les contenus numériques et les services numériques ; » ;

3° À la lettre s), le point est remplacé par un point-virgule ;

4° À la lettre t), le point est remplacé par un point-virgule ;

5° À la suite de la lettre t), sont ajoutées les lettres u), v) et w) nouvelles, libellées comme suit :



« u) pour les biens comportant des éléments numériques, pour des contenus numériques et pour des services numériques, lorsque le producteur ou le fournisseur met les informations à disposition du professionnel, la durée minimale, exprimée par référence à une durée ou à une date, pendant laquelle le producteur ou le fournisseur fournit les mises à jour logicielles gratuites, y compris les mises à jour de sécurité, qui sont nécessaires pour maintenir la conformité desdits biens, contenus numériques et services numériques conformément aux dispositions des articles L. 212-1 à L. 212-29 du code ;
v) le cas échéant, l'indice de réparabilité des biens ;
w) lorsque le point v) n'est pas applicable et à condition que le producteur mette les informations à disposition du professionnel, des informations sur la disponibilité, le coût estimé et la procédure de commande des pièces de rechange nécessaires pour maintenir la conformité des biens, sur la disponibilité d'instructions de réparation et d'entretien ainsi que sur les restrictions en matière de réparation. ».

Art. 8.

À l'article L. 222-4, paragraphe 2, du même code, les termes « k), deuxième tiret, » sont insérés entre « d), » et « n) ».

Art. 9.

L'article L. 222-6, paragraphe 1^{er}, du même code, est modifié comme suit :

1° À la lettre g), les termes « les options de livraison respectueuses de l'environnement et » sont insérés entre « le cas échéant, » et « les modalités prévues par le professionnel pour le traitement des réclamations; » ;

2° La lettre l) est remplacée comme suit :

« concernant les garanties :

- un rappel de l'existence de la garantie légale de conformité pour les biens ainsi que de ses principaux éléments, dont sa durée, de manière bien visible, au moyen de la notice harmonisée visée par le règlement d'exécution (UE) 2025/1960 de la Commission du 25 septembre 2025 sur la maquette et le contenu de la notice harmonisée sur la garantie légale de conformité et du label harmonisé pour la garantie commerciale de durabilité ;

- lorsque le producteur offre au consommateur une garantie commerciale de durabilité sans frais supplémentaires, s'appliquant à l'ensemble du bien et d'une durée de plus de deux ans, et met cette information à disposition du professionnel, une information indiquant que ledit bien bénéficie d'une telle garantie, et sa durée ainsi qu'un rappel de l'existence de la garantie légale de conformité, de manière bien visible au moyen du label harmonisé visé par le règlement d'exécution précité ;

- un rappel de l'existence de la garantie légale de conformité pour les contenus numériques et les services numériques ; » ;

3° À la lettre u), le point est remplacé par un point-virgule ;

4° À la suite de la lettre u), sont ajoutées les lettres v), w) et x) nouvelles, libellées comme suit :

« v) pour les biens comportant des éléments numériques, pour des contenus numériques et pour des services numériques, lorsque le producteur ou le fournisseur met les informations à disposition du professionnel, la durée minimale, exprimée par référence à une durée ou à une date, pendant laquelle le producteur ou le fournisseur fournit les mises à jour logicielles gratuites, y compris les mises à jour de sécurité, qui sont nécessaires pour maintenir la



conformité desdits biens, contenus numériques et services numériques conformément aux dispositions des articles L. 212-1 à L. 212-29 du code ;

w) le cas échéant, l'indice de réparabilité des biens ;

x) lorsque le point w) n'est pas applicable et à condition que le producteur mette les informations à disposition du professionnel, des informations sur la disponibilité, le coût estimé et la procédure de commande des pièces de rechange nécessaires pour maintenir la conformité des biens, sur la disponibilité d'instructions de réparation et d'entretien ainsi que sur les restrictions en matière de réparation. ».

Art. 10.

La présente loi entre en vigueur le 27 septembre 2026.



**RÈGLEMENT D'EXÉCUTION (UE) 2025/1960 DE LA COMMISSION
du 25 septembre 2025**

sur la maquette et le contenu de la notice harmonisée sur la garantie légale de conformité et du label harmonisé pour la garantie commerciale de durabilité

(Texte présentant de l'intérêt pour l'EEE)

LA COMMISSION EUROPÉENNE,

vu le traité sur le fonctionnement de l'Union européenne,

vu la directive 2011/83/UE du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2011 relative aux droits des consommateurs, modifiant la directive 93/13/CEE du Conseil et la directive 1999/44/CE du Parlement européen et du Conseil et abrogeant la directive 85/577/CEE du Conseil et la directive 97/7/CE du Parlement européen et du Conseil⁽¹⁾, et notamment son article 22 bis, paragraphes 2 et 4,

considérant ce qui suit:

- (1) La directive 2011/83/UE, telle que modifiée par la directive (UE) 2024/825 du Parlement européen et du Conseil⁽²⁾, vise, entre autres, à sensibiliser davantage les consommateurs à leurs droits afin qu'ils prennent des décisions d'achat plus durables et à stimuler à la fois la demande et l'offre de biens plus durables. A cette fin, la directive 2011/83/UE établit une notice harmonisée sur la garantie légale de conformité et un label harmonisé pour la garantie commerciale de durabilité, permettant aux consommateurs de prendre des décisions éclairées.
- (2) Alors que la garantie légale de conformité et la garantie commerciale de durabilité sont deux types indépendants de garanties, la notice harmonisée et le label harmonisé sont conçus pour se compléter et incluent des références croisées qui mettent en évidence les différences entre les deux types de garanties. La notice harmonisée est une notice obligatoire au point de vente, destinée à sensibiliser les consommateurs à leurs droits au titre de la garantie légale. À l'inverse, le label harmonisé représente une garantie commerciale volontaire de durabilité, offerte par les producteurs qui souhaitent garantir aux consommateurs la durabilité de leurs produits.
- (3) L'article 5, paragraphe 1, point e), et l'article 6, paragraphe 1, point l), de la directive 2011/83/UE exigent des professionnels qu'ils rappellent aux consommateurs, avant qu'ils ne soient liés par un contrat ou toute offre correspondante, l'existence de la garantie légale de conformité pour les biens. Ce rappel doit contenir les principaux éléments de la garantie, notamment sa durée minimale de deux ans et une référence générale à la possibilité que la durée de la garantie légale de conformité soit plus longue en vertu du droit national. Ces informations doivent être mises à la disposition du consommateur de manière bien visible, au moyen de la notice harmonisée visée à l'article 22 bis, paragraphes 1 et 3, de la directive 2011/83/UE.
- (4) Afin d'aider les consommateurs à mieux comprendre leurs droits en ce qui concerne les principaux éléments de la garantie légale de conformité, il convient que la notice harmonisée leur rappelle les situations fréquentes dans lesquelles ils peuvent invoquer ces droits.

⁽¹⁾ JO L 304 du 22.11.2011, p. 64, ELI: <http://data.europa.eu/eli/dir/2011/83/oj>.

⁽²⁾ Directive (UE) 2024/825 du Parlement européen et du Conseil du 28 février 2024 modifiant les directives 2005/29/CE et 2011/83/UE pour donner aux consommateurs les moyens d'agir en faveur de la transition verte grâce à une meilleure protection contre les pratiques déloyales et grâce à une meilleure information (JO L, 2024/825, 6.3.2024, ELI: <http://data.europa.eu/eli/dir/2024/825/oj>).

- (5) La notice harmonisée sur la garantie légale de conformité doit rappeler aux consommateurs les voies de recours dont ils disposent en cas de non-conformité des biens et expliquer que les vendeurs sont tenus de prévoir de tels recours sous certaines conditions. La notice doit également inclure une référence générale à la possibilité que la durée de la garantie légale de conformité soit plus longue en vertu du droit national. En outre, la notice doit contenir des informations pratiques sur les mesures que les consommateurs peuvent prendre lorsqu'ils ont reçu des biens non conformes et indiquer où ils peuvent trouver des informations supplémentaires.
- (6) Pour veiller à ce que les consommateurs comprennent parfaitement la différence entre la garantie légale de conformité et les garanties commerciales, la notice harmonisée sur la garantie légale de conformité doit également indiquer que les vendeurs et les producteurs peuvent en outre offrir des garanties commerciales, y compris une garantie commerciale de durabilité.
- (7) Un bon indicateur de durabilité d'un bien est la garantie commerciale de durabilité offerte par un producteur conformément à l'article 17 de la directive (UE) 2019/771 du Parlement européen et du Conseil⁽³⁾. Par cette garantie commerciale de durabilité, le producteur s'engage vis-à-vis du consommateur à ce que le bien garde ses fonctions et performances requises dans le cadre d'un usage normal pendant une période déterminée.
- (8) Lorsqu'un producteur offre une garantie commerciale de durabilité sans frais supplémentaires pour un bien donné, couvrant l'ensemble du bien et d'une durée de plus de deux ans, et met cette information à disposition du professionnel, l'article 5, paragraphe 1, point e bis), et l'article 6, paragraphe 1, point 1 bis), de la directive 2011/83/UE exigent du professionnel qui vend le bien qu'il informe les consommateurs de l'existence et de la durée de cette garantie commerciale, tout en rappelant aux consommateurs qu'ils bénéficient également de la garantie légale de conformité. Ces informations doivent être mises à la disposition du consommateur de manière bien visible, au moyen de la notice harmonisée visée à l'article 22 bis, paragraphe 1, de la directive 2011/83/UE.
- (9) L'article 22 bis, paragraphe 5, de la directive 2011/83/UE exige que la notice harmonisée sur la garantie légale de conformité et le label harmonisé pour la garantie commerciale de durabilité soient facilement reconnaissables et compréhensibles pour les consommateurs, tout en étant faciles à utiliser et à reproduire pour les professionnels. À cette fin, la Commission a consulté des groupes représentatifs de parties prenantes et réalisé un essai sur le terrain auprès de groupes représentatifs de consommateurs, qui ont contribué à la maquette et au contenu finals de la notice harmonisée et du label harmonisé.
- (10) La notice harmonisée sur la garantie légale de conformité et le label harmonisé pour la garantie commerciale de durabilité doivent comporter un code QR qui oriente les consommateurs vers des informations supplémentaires utiles sur le portail «Your Europe», conformément au règlement (UE) 2018/1724 du Parlement européen et du Conseil⁽⁴⁾.
- (11) Le code QR de la notice harmonisée doit orienter les consommateurs vers des informations plus détaillées sur leurs droits en vertu du droit de l'Union conférés par la garantie légale de conformité, telle qu'établie par la directive (UE) 2019/771. Étant donné qu'il est important que les consommateurs aient connaissance de leurs droits dans chaque pays sur la base de la garantie légale de conformité, le code QR doit donner accès aux portails des États membres où des informations plus détaillées sont disponibles.
- (12) Compte tenu de l'espace limité disponible sur le label harmonisé pour la garantie commerciale de durabilité, le code QR figurant sur ce label doit orienter les consommateurs vers des informations plus détaillées. Ces informations doivent expliquer que le label harmonisé représente une garantie commerciale de durabilité offerte par le producteur pour un bien particulier, sans frais supplémentaires pour le consommateur, et qu'il couvre l'ensemble du bien, et pas seulement l'un de ses composants, pour une durée de plus de deux ans.

⁽³⁾ Directive (UE) 2019/771 du Parlement européen et du Conseil du 20 mai 2019 relative à certains aspects concernant les contrats de vente de biens, modifiant le règlement (UE) 2017/2394 et la directive 2009/22/CE et abrogeant la directive 1999/44/CE (JO L 136 du 22.5.2019, p. 28, ELI: <http://data.europa.eu/eli/dir/2019/771/oj>).

⁽⁴⁾ Règlement (UE) 2018/1724 du Parlement européen et du Conseil du 2 octobre 2018 établissant un portail numérique unique pour donner accès à des informations, à des procédures et à des services d'assistance et de résolution de problèmes, et modifiant le règlement (UE) n° 1024/2012 (JO L 295 du 21.11.2018, p. 1, ELI: <http://data.europa.eu/eli/reg/2018/1724/oj>).

- (13) Pour que la notice harmonisée et le label harmonisé puissent être facilement utilisés et reproduits par les professionnels, ils peuvent être en couleur ou en noir et blanc lorsqu'ils sont présentés comme des informations précontractuelles dans le cadre de contrats, autres que des contrats à distance conclus par l'intermédiaire d'une interface en ligne.
- (14) Dans le même temps, si le contrat doit être conclu par l'intermédiaire d'une interface en ligne, il convient que tant la notice que le label soient en couleur. Pour les contrats à distance conclus au moyen d'une interface en ligne, le label peut être affiché dans un format imbriqué.
- (15) La maquette du label harmonisé est neutre sur le plan linguistique et assortie de traductions, ce qui permet aux professionnels et aux producteurs de toute l'Union de l'utiliser et de le reproduire facilement. Le label comporte l'intitulé «GARAN», qui fait référence au mot «garantie» dans plusieurs langues de l'Union; une coche indiquant que la durabilité du produit est garantie; un symbole de calendrier représentant la durée de la garantie commerciale de durabilité offerte; un rappel visuel de l'existence de la garantie légale de conformité; et un code QR donnant accès à des informations supplémentaires. Pour faciliter la compréhension par les consommateurs, la mention «Garantie du producteur en années» doit figurer au bas du label harmonisé, traduite dans toutes les langues officielles de l'Union. La Commission peut réexaminer et adapter le label harmonisé pour la garantie commerciale de durabilité si nécessaire, à la lumière de l'utilisation future du label, de la manière dont il est compris par les consommateurs et de la mise en œuvre d'autres instruments de l'Union.
- (16) Étant donné que les États membres sont tenus d'appliquer les mesures transposant la directive (UE) 2024/825 à partir du 27 septembre 2026, il convient que le présent règlement devienne également applicable à partir de cette même date.
- (17) Les mesures prévues par le présent règlement sont conformes à l'avis du comité relatif à la directive visant à donner aux consommateurs les moyens d'agir en faveur de la transition verte,

A ADOPTÉ LE PRÉSENT RÈGLEMENT:

Article premier

Notice harmonisée sur la garantie légale de conformité

La notice harmonisée visée à l'article 22 bis, paragraphe 1, de la directive 2011/83/UE est conforme à la maquette et au contenu définis à l'annexe I du présent règlement.

Article 2

Label harmonisé pour la garantie commerciale de durabilité

Le label harmonisé visé à l'article 22 bis, paragraphe 1, de la directive 2011/83/UE est conforme à la maquette et au contenu définis à l'annexe II du présent règlement.

*Article 3***Entrée en vigueur et application**

Le présent règlement entre en vigueur le vingtième jour suivant celui de sa publication au *Journal officiel de l'Union européenne*.

Il est applicable à partir du 27 septembre 2026.

Le présent règlement est obligatoire dans tous ses éléments et directement applicable dans tout État membre.

Fait à Bruxelles, le 25 septembre 2025.

Par la Commission

La présidente

Ursula VON DER LEYEN

ANNEXE I

NOTICE HARMONISÉE SUR LA GARANTIE LÉGALE DE CONFORMITÉ

La maquette et le contenu de la notice harmonisée visée à l'article 1^{er} sont établis comme suit:



Protection offerte par la garantie légale minimale de deux ans sur des biens vendus dans l'Union européenne.

Les consommateurs peuvent faire valoir leurs droits au titre de la garantie légale de conformité, par exemple si les biens:

- ne correspondent pas à la description;
- ne fonctionnent pas comme prévu.

Les vendeurs sont responsables de tout défaut de conformité qui existait au moment de la livraison des biens et qui apparaît pendant la période de garantie légale. Les vendeurs se trouvant dans une telle situation sont tenus de proposer:

- une **réparation gratuite** ou un **remplacement gratuit**;
- dans certains cas, une **réduction de prix** ou un **remboursement intégral**.

Dans certains pays, la période de garantie légale est plus longue. Pour les biens d'occasion, une période plus courte peut s'appliquer, mais elle ne peut être inférieure à un an.

Pour en savoir plus sur vos droits dans un pays donné, scannez le code QR ci-dessous ou consultez le vendeur.



europa.eu/youreurope/garanties

Que faire si vous recevez des biens non conformes:

- ①** contactez le vendeur dès que possible pour signaler le problème;
- ②** fournissez une preuve d'achat, telle qu'un reçu, une facture ou un relevé bancaire.

GARANe

Les vendeurs et les producteurs peuvent également offrir des garanties commerciales, qui s'appliquent indépendamment de la garantie légale. Par exemple, il se peut que votre bien affiche ce label GARAN, représentant une **garantie commerciale de durabilité** offerte par le producteur sans frais supplémentaires et s'appliquant à l'ensemble du bien.



GARANTIE LÉGALE

Protection offerte par la garantie légale minimale de deux ans sur des biens vendus dans l'Union européenne.

Les consommateurs peuvent faire valoir leurs droits au titre de la garantie légale de conformité, par exemple si les biens:

- ne correspondent pas à la description;
- ne fonctionnent pas comme prévu.

Les vendeurs sont responsables de tout défaut de conformité qui existait au moment de la livraison des biens et qui apparaît pendant la période de garantie légale. Les vendeurs se trouvant dans une telle situation sont tenus de proposer:

- une **réparation gratuite** ou un **remplacement gratuit**;
- dans certains cas, une **réduction de prix** ou un **remboursement intégral**.

Dans certains pays, la période de garantie légale est plus longue. Pour les biens d'occasion, une période plus courte peut s'appliquer, mais elle ne peut être inférieure à un an.

Pour en savoir plus sur vos droits dans un pays donné, scannez le code QR ci-dessous ou consultez le vendeur.



europa.eu/youreurope/garanties

Que faire si vous recevez des biens non conformes:

- ① contactez le vendeur dès que possible pour signaler le problème;
- ② fournissez une preuve d'achat, telle qu'un reçu, une facture ou un relevé bancaire.

GARAN✓

Les vendeurs et les producteurs peuvent également offrir des garanties commerciales, qui s'appliquent indépendamment de la garantie légale. Par exemple, il se peut que votre bien affiche ce label GARAN, représentant une **garantie commerciale de durabilité** offerte par le producteur sans frais supplémentaires et s'appliquant à l'ensemble du bien.

Remarques:

- (1) Aucun des éléments de la notice harmonisée ne peut être modifié.
- (2) Les couleurs de référence de la notice sont:
 - a. Bleu: Pantone Reflex Blue C, CMJN: C:100 % M:80 % J:0 % N:0 %, RVB: R:0 % V:51 % B:153 %, HEX: #003399;

- b. Jaune: Pantone Yellow C, CMJN: C:0 % M:0 % J:100 % N:0 %, RVB: R:255 % V:237 % B:0 %, HEX: #FFEDOO;
- c. Noir: Pantone Black 6 C, CMJN: Noir, RVB: R:0 % V:0 % B:0 %, HEX: #000000;
- d. Blanc: Pantone 000C, CMJN: Blanc, RVB: R:255 % V:255 % B:255 %, HEX: #FFFFFF.

- (3) Le code QR conduit à la section du portail «Your Europe» consacrée à la garantie légale de conformité, dans la langue concernée. Le code QR doit pouvoir être scanné dans des conditions normales d'éclairage au moyen d'un appareil mobile standard.
- (4) Pour les contrats autres que des contrats à distance conclus par l'intermédiaire d'une interface en ligne, la notice harmonisée peut être en couleur (CMJN) ou en noir et blanc. La taille minimale de la notice harmonisée est A4, mais elle peut être imprimée dans des formats plus grands (A3, A2, A1).
- (5) Pour les contrats à distance conclus par l'intermédiaire d'une interface en ligne, la notice harmonisée sur la garantie légale de conformité est en couleur (RVB).

ANNEXE II

LABEL HARMONISÉ POUR LA GARANTIE COMMERCIALE DE DURABILITÉ

La maquette et le contenu du label harmonisé visé à l'article 2 sont établis comme suit:



Remarques:



(1) Les éléments suivants ne peuvent pas être modifiés:

- I) l'intitulé du label;
- II) le rappel visuel de l'existence de la garantie légale de conformité;
- III) le code QR menant à la page suivante du portail «Your Europe»: <https://europa.eu/youreurope/commercial-guarantee-durability/index.htm>;
- IV) le symbole calendrier signifiant «ans»;
- V) la traduction de «Garantie du producteur en années» dans toutes les langues officielles de l'Union européenne.

Les éléments suivants peuvent être modifiés:

- VI) les lettres «XX» sont remplacées par la durée, en années, de la garantie commerciale de durabilité offerte par le producteur;
- VII) les mots «Brand/Trademark» sont remplacés par le nom du producteur qui offre la garantie commerciale de durabilité;
- VIII) les mots «Model identifier» sont remplacés par la référence du modèle pour lequel le producteur offre la garantie commerciale de durabilité.

(2) Les couleurs de référence du label sont:

- a) Bleu: Pantone Reflex Blue C, CMJN: C:100 % M:80 % J:0 % N:0 %, RVB: R:0 % V:51 % B:153 %, HEX: #003399;
- b) Jaune: Pantone Yellow C, CMJN: C:0 % M:0 % J:100 % N:0 %, RVB: R:255 % V:237 % B:0 %, HEX: #FFEDOO;

- c) Noir: Pantone Black 6 C, CMJN: Noir, RVB: R:0 % V:0 % B:0 %, HEX: #000000;
 - d) Blanc: Pantone 000C, CMJN: Blanc, RVB: R:255 % V:255 % B:255 %, HEX: #FFFFFF.
- (3) Pour les contrats autres que des contrats à distance conclus par l'intermédiaire d'une interface en ligne, la taille minimale du label est de 95 x 100 mm. Les tailles de police pour cette taille minimale du label sont de 7 pt pour les traductions, 9 pt pour les inscriptions «Brand/Trademark» et «Model identifier» et 80 pt pour l'inscription «XX», le nombre représentant la durée en années. Lorsque le label est affiché dans une plus grande taille, il apparaît dans son entiereté, sans distorsion, modification ou séparation de ses éléments constitutifs.
- (4) Pour les contrats autres que des contrats à distance conclus par l'intermédiaire d'une interface en ligne, le label harmonisé peut être en couleur ou en noir et blanc.
- (5) Pour les contrats à distance conclus par l'intermédiaire d'une interface en ligne, le label harmonisé pour la garantie commerciale de durabilité est en couleur.
- (6) La police de caractères, y compris pour les champs modifiables du label, est Inter (Regular, SemiBold et ExtraBold).
- (7) Le code QR doit pouvoir être scanné dans des conditions normales d'éclairage au moyen d'un appareil mobile standard.

Pour les contrats à distance conclus par l'intermédiaire d'une interface en ligne, le label harmonisé pour la garantie commerciale de durabilité peut être affiché sous la forme d'un affichage imbriqué, comme suit:



Remarques:

- (1) Les lettres «XX» sont remplacées par la durée, en années, de la garantie commerciale de durabilité offerte par le producteur.
- (2) Si un affichage imbriqué est utilisé, le label harmonisé apparaît dans son entiereté au premier clic de souris, au premier passage de la souris ou à la première expansion sur écran tactile.



Commentaire des articles

Commentaire préliminaire – Certains articles redressent des erreurs de ponctuation dans le Code de la consommation. D'ordre purement formel, ces modifications ne font pas l'objet d'un commentaire dédié.

Ad Article 1er. Modification de l'article L. 010-1

Ajout de nouvelles définitions – L'article 1^{er} transpose l'article 2 de la directive « droits des consommateurs » et ajoute la définition de garantie commerciale.

La notion de garantie commerciale – L'insertion du point 17) (garantie commerciale) dans l'article L. 010-1 a vocation à permettre l'application de cette notion à l'intégralité du Code de la consommation. Issue de la directive 2011/83/UE (article 2, point 14)), cette définition ne figurait jusqu'à maintenant qu'au titre de la section dédiée au régime juridique de cette garantie (article L. 212-30). Sa présence au sein des définitions transversales du Code de la consommation s'avère donc nécessaire pour que cette notion trouve à s'appliquer aux dispositions du Livre 1 (en particulier son Titre 1 pour les articles L. 111-1¹ et L. 113-1²), mais également au Livre 2 (en particulier son Titre 2 pour les articles L. 222-3³ et L. 222-6⁴).

La garantie commerciale est un contrat par lequel le vendeur ou le producteur s'engage à l'égard du consommateur à rembourser, remplacer ou réparer, ou fournir une prestation de tout autre service en relation avec un bien meuble corporel qui ne répondrait pas aux spécifications ou à d'autres exigences éventuelles non liées à la conformité énoncées dans la déclaration de garantie ou dans la publicité correspondante faite au moment de la conclusion du contrat ou avant celle-ci. Cette garantie commerciale est facultative et volontaire, elle peut être gratuite ou payante et l'engagement du garant (vendeur ou producteur) est autonome des obligations légales du vendeur relatives à la garantie légale de conformité. En termes de durée, elle peut être plus longue ou plus courte que la garantie légale de conformité.

Les notions de garantie commerciale de durabilité et d'indice de réparabilité – L'insertion des points 18) et 19) permet l'introduction des définitions de garantie commerciale de durabilité et d'indice de réparabilité en transposant l'article 2, points 14 bis et 14 quinques) de la directive 2011/83/UE telle que modifiée par la directive ECGT.

La notion de garantie commerciale de durabilité est apparue dans le paysage juridique européen dans la directive (UE) 2019/771 à l'article 17, paragraphe 1. L'article énonçait à cet égard que « dans les conditions prévues au présent article, et sans préjudice de toute autre disposition applicable du droit de l'Union ou du droit national, lorsqu'un producteur offre au consommateur une garantie commerciale de durabilité pour certains biens pendant une certaine période, le producteur est directement responsable vis-à-vis du consommateur, pendant toute la durée de la garantie commerciale de durabilité, en ce qui concerne la réparation ou le remplacement des biens conformément à l'article 14. Le producteur peut offrir au consommateur des conditions plus

¹ Relatif aux « Obligations générales d'information ».

² Relatif aux « Informations des consommateurs concernant les contrats autres que les contrats à distance ou hors établissement ».

³ Relatif aux « Informations précontractuelles concernant les contrats à distance ».

⁴ Relatif aux « Informations précontractuelles concernant les contrats hors établissement ».



favorables dans la déclaration de garantie commerciale de durabilité »⁵. Estimant que la notion de « garantie commerciale de durabilité » du producteur est d'une importance particulière en tant qu'« indicateur de durabilité »⁶ d'un bien, le législateur européen a estimé nécessaire de consacrer cette notion de manière autonome de celle de la garantie commerciale. La garantie commerciale de durabilité est un type de garantie commerciale fournie par le producteur en vertu de laquelle ce dernier est directement responsable à l'égard du consommateur en ce qui concerne la réparation ou le remplacement du bien conformément aux dispositions de l'article 14 de la directive (UE) 2019/771 (transposé à l'article L. 212-7 du Code de la consommation) lorsque la durabilité du bien est altérée. La garantie commerciale de durabilité se présente donc comme une garantie plus spécifique tant en ce qui concerne son étendue, ses remèdes que son garant. Elle constitue un « engagement quant à la capacité du bien à maintenir les fonctions et performances requises dans le cadre d'un usage normal »⁷.

L'indice de réparabilité se définit comme une note exprimant la capacité d'un bien à être réparé, fondée sur des exigences harmonisées établies au niveau de l'Union. Les réglementations au niveau de l'Union européenne en matière d'indice de réparabilité sont à ce jour encore peu nombreuses. À titre d'exemple, un tel indice de réparabilité sera mis en place à partir du 20 juin 2025 pour les smartphones et les tablettes⁸ et l'étude d'un tel indice est également évoqué dans le Règlement délégué (UE) 2023/2534 de la Commission du 13 juillet 2023 en ce qui concerne l'étiquetage énergétique des sèche-linge domestiques à tambour⁹. Ces deux règlements délégués complètent le règlement (UE) 2017/1369 du 4 juillet 2017 établissant un cadre pour l'étiquetage énergétique en vertu de son article 16, paragraphe 1^{er}¹⁰. Cette législation est également étayée par le règlement (UE) 2024/1781 du 13 juin 2024 relatif à l'écoconception des produits durables¹¹ dont les actes délégués précisent les exigences en matière d'information¹². Ceux-ci peuvent prévoir, le cas échéant, que les produits sont accompagnés d'un indice de réparabilité¹³.

⁵ Il peut dès à présent être mentionné que le consommateur doit être informé de l'existence et de la durée d'une garantie commerciale de durabilité, au moyen d'un label harmonisé, lorsque le producteur offre une telle garantie sans frais supplémentaire, s'appliquant à l'ensemble du bien et d'une durée de plus de deux ans. Pour plus de détails concernant le label harmonisé, voir le commentaire Ad Article 2, point 1°.

⁶ Considérant 26 de la directive ECGT.

⁷ Considérant 26 de la directive ECGT.

⁸ Règlement délégué (UE) 2023/1669 de la Commission du 16 juin 2023 complétant le règlement (UE) 2017/1369 du Parlement européen et du Conseil en ce qui concerne l'étiquetage énergétique des smartphones et des tablettes. Voir en particulier le point 5 de l'annexe IV.

⁹ Règlement délégué (UE) 2023/2534 de la Commission du 13 juillet 2023 complétant le règlement (UE) 2017/1369 du Parlement européen et du Conseil en ce qui concerne l'étiquetage énergétique des sèche-linge domestiques à tambour et abrogeant le règlement délégué (UE) n° 392/2012 de la Commission. Voir en particulier le considérant 11 : « [...] Un indice de réparabilité informant l'utilisateur de la facilité avec laquelle le sèche-linge domestique à tambour peut être réparé pourrait permettre de réduire l'utilisation de matériaux et la quantité de déchets produits en sensibilisant les consommateurs à la possibilité de réparer leur sèche-linge au lieu de s'en débarrasser, et en influençant la conception du produit. En outre, un indice de réparabilité applicable dans l'Union pourrait empêcher la prolifération de systèmes nationaux, qui risqueraient de nuire au marché intérieur. La Commission devrait donc analyser les possibilités de mise en œuvre d'un indice de réparabilité. »

¹⁰ Règlement (UE) 2017/1369 du Parlement européen et du Conseil du 4 juillet 2017 établissant un cadre pour l'étiquetage énergétique et abrogeant la directive 2010/30/UE.

¹¹ Règlement (UE) 2024/1781 du parlement européen et du conseil du 13 juin 2024 établissant un cadre pour la fixation d'exigences en matière d'écoconception pour des produits durables, modifiant la directive (UE) 2020/1828 et le règlement (UE) 2023/1542 et abrogeant la directive 2009/125/CE.

¹² Voir en ce sens l'article 7, paragraphe 1.

¹³ Voir en ce sens l'article 7, paragraphe 2, lettre b), point i).



Les notions résiduelles de l'article 2 de la directive 2011/83/UE – Les notions de durabilité (point 14 ter) et de producteur (14 quater) figurent déjà aux points 13) et 6) de l'article L. 010-1 depuis la transposition de la directive (UE) 2019/771 du Parlement européen et du Conseil du 20 mai 2019 relative à certains aspects concernant les contrats de vente de biens, modifiant le règlement (UE) 2017/2394 et la directive 2009/22/CE et abrogeant la directive 1999/44/CE¹⁴.

La notion de mise à jour logicielle (14 sexies)) a été intégrée dans le corps des articles substantiels (articles L. 113-1, L. 222-3 et L. 222-6). Cette intégration directement dans le corps des articles se justifie pour plusieurs raisons. Tout d'abord, en raison du fait que la définition proposée par la directive « droits des consommateurs » telle que modifiée par la présente directive objet de la transposition relève davantage de la détermination du champ d'application et du type de mise à jour visée que d'une définition à proprement dite. Elle énonce, en substance, qu'elle doit avoir un caractère gratuit, qu'elle est nécessaire pour le maintien en conformité des biens comportant des éléments numériques, des contenus et des services numériques et qu'elle peut être une mise à jour de sécurité. Par ailleurs, la définition retenue dans la directive « pratiques commerciales déloyales » telle que modifiée par la directive ECGT est différente de celle-ci. Les auteurs du présent projet ont donc jugé plus opportun d'intégrer cette définition directement dans le corps des articles faisant appel à la notion de mise à jour logicielle pour ce qui est de la transposition de l'article 2 de la directive « droits des consommateurs ».

Ad Article 2. Modification de l'article L. 113-1, paragraphe 1^{er}

Modification des dispositions relatives aux informations précontractuelles concernant les contrats autres que les contrats à distance ou hors établissement – L'article 2 du présent projet transpose l'article 5, paragraphe 1 de la directive « droits des consommateurs » telle que modifiée par la directive objet de la présente transposition. L'article 5 de la directive « droits des consommateurs » porte sur les obligations d'information précontractuelles en ce qui concerne les contrats autres que les contrats à distance ou hors établissement. Cet article a été transposé dans le Code de la consommation à l'article L. 113-1.

Point 1° : modification de la lettre e)

L'information précontractuelle en matière de garanties – La lettre e) de l'article L. 113-1 est entièrement réformée et réorganisée en 4 tirets pour transposer les lettres e), e bis), e ter), et e quater) de l'article 5, paragraphe 1 de la directive « droits des consommateurs ». Les deux premiers tirets e) et e bis)) réforment l'information précontractuelle concernant la garantie légale de conformité et la garantie commerciale de durabilité. Les troisième et quatrième tirets (e ter) et e quater)) contiennent les mêmes informations que le régime antérieur, à savoir un rappel de l'existence de la garantie légale de conformité pour les contenus numériques et les services numériques et l'information relative à l'existence d'un service après-vente et de garanties commerciales¹⁵. Le considérant 34 précise

¹⁴ Loi du 8 décembre 2021 portant modification du Code de la consommation aux fins de transposition de :
1° la directive (UE) 2019/770 du Parlement européen et du Conseil du 20 mai 2019 relative à certains aspects concernant les contrats de fourniture de contenus numériques et de services numériques ;

2° la directive (UE) 2019/771 du Parlement européen et du Conseil du 20 mai 2019 relative à certains aspects concernant les contrats de vente de biens, modifiant le règlement (UE) 2017/2394 et la directive 2009/22/CE et abrogeant la directive 1999/44/CE (<https://legilux.public.lu/eli/etat/leg/loi/2021/12/08/a844/lo> – dernière consultation le 25 septembre 2025).

¹⁵ Ces éléments étant inchangés par rapport au régime antérieur, ils ne seront pas commentés.



uniquement à cet égard que les services de réparation font partie des services proposés en termes de service après-vente.

Pour ce qui est des modifications opérées aux deux premiers tirets, elles visent à réformer en profondeur l'information précontractuelle en matière de garanties qu'elles soient légales ou contractuelles. Le considérant 27 de la directive ECGT met en évidence que des rapports récents montrent que les consommateurs ne connaissent souvent pas les droits légaux attachés à la garantie légale de conformité et qu'ils peuvent parfois les confondre avec les garanties commerciales offertes par les professionnels (vendeur ou producteur). Les deux premiers tirets instaurent, pour informer le consommateur, une notice harmonisée et un label harmonisé.

Elaboration des notice et label harmonisés – L'élaboration de la notice harmonisée ainsi que du label harmonisé est assurée par la Commission européenne¹⁶. Les compétences d'exécution lui sont conférées en ce qui concerne la conception et le contenu du label et de la notice harmonisés et ces compétences seront exercées conformément au règlement (UE) n°182/2011 du Parlement européen et du Conseil¹⁷. La Commission européenne a précisé, au moyen d'un acte d'exécution, la maquette et le contenu de la notice harmonisée et du label harmonisé¹⁸. Le paragraphe 5 du nouvel article 22 bis de la directive « droits des consommateurs » précise encore que tant la notice harmonisée que le label harmonisé seront « facilement reconnaissables et compréhensibles pour les consommateurs et faciles à utiliser et à reproduire pour les professionnels ».

L'information relative à la garantie légale de conformité via la notice harmonisée – Pour éviter un risque de confusion entre garantie légale et garantie commerciale, une notice harmonisée est introduite par la directive ECGT à l'article 22 bis de la directive « droits des consommateurs ». Cette notice devra contenir un rappel général à l'égard des consommateurs concernant la garantie légale de conformité. Elle rappellera notamment l'existence et les principaux éléments de la garantie légale de conformité (en particulier sa durée). À cet égard, il convient de rappeler que le droit luxembourgeois dispose d'une garantie légale de conformité qui se calque sur la durée minimale imposée par la directive (UE) 2019/771 : soit un délai de 2 ans pour les biens neufs et un délai de 1 an pour les biens d'occasion (voir en ce sens l'article L. 212-5)¹⁹. La notice harmonisée devrait être affichée de manière « bien visible », c'est-à-dire, comme le précise le considérant 28, qu'elle pourrait ainsi être située « sur une affiche placée de manière à attirer le regard sur un mur du magasin ou à côté de la caisse ou, si le produit est vendu en ligne, sous la forme d'un rappel général figurant sur le site internet du professionnel qui vend les biens ».

L'information relative à certaines garanties commerciales de durabilité via le label harmonisé – Un label harmonisé pour certaines garanties commerciales de durabilité est également créé par la directive ECGT à l'article 22 bis de la directive « droits des consommateurs ». Comme l'indique le considérant 26 de la directive ECGT, la garantie commerciale de durabilité du producteur constitue un « bon indicateur de durabilité » en ce qu'elle correspond à « un engagement du producteur envers le consommateur sur la durabilité d'un bien ». De sorte que ce type d'engagement est un bon moyen pour promouvoir la durabilité d'un bien. Ce label harmonisé ne sera applicable que dans le cas où la

¹⁶ Voir en ce sens le considérant 29.

¹⁷ Règlement (UE) n°182/2011 du Parlement européen et du Conseil du 16 février 2011 établissant les règles et principes généraux relatifs aux modalités de contrôle par les États membres de l'exercice des compétences d'exécution par la Commission.

¹⁸ Règlement d'exécution (UE) 2025/1960 de la Commission du 25 septembre 2025 sur la maquette et le contenu de la notice harmonisée sur la garantie légale de conformité et du label harmonisé pour la garantie commerciale de durabilité.

¹⁹ Le considérant 27 de la directive ECGT précise d'ailleurs qu'une référence générale à la possibilité que la durée de la garantie légale de conformité soit plus longue en vertu du droit national pourra figurer.



garantie commerciale de durabilité est gratuite, qu'elle porte sur l'intégralité du bien²⁰ et qu'elle est d'une durée supérieure à deux ans²¹. Le professionnel n'est tenu par cette obligation que dans l'hypothèse où le producteur a mis cette information à sa disposition²². Le label harmonisé devrait également faire un rappel aux consommateurs qu'ils bénéficient de la garantie légale de conformité²³ et ce, « afin d'éviter toute confusion du consommateur entre la garantie commerciale de durabilité et la garantie légale de conformité »²⁴. Il devra être bien visible, par exemple, en étant apposé directement sur l'emballage du produit, sur un rayonnage dédié aux biens couverts par une telle garantie ou à côté de l'image du produit en cas de vente sur internet²⁵. Il convient de préciser que les professionnels (producteurs ou vendeurs) ont toujours la possibilité de proposer des garanties commerciales ou des services après-vente différents de la garantie commerciale de durabilité. Néanmoins, les informations relatives à ces autres types de garanties ou services ne devront pas créer de confusion dans l'esprit du consommateur vis-à-vis de ce label harmonisé²⁶.

Point 3° : ajout des lettres i), j) et k)

L'information relative aux mises à jour logicielles – La lettre i) nouvelle transpose l'article 2, point 14 sexies) et l'article 5 paragraphe 1, lettre e quinquies) de la directive « droits des consommateurs » introduits par la directive ECGT. Cette lettre instaure des dispositions nouvelles en matière d'informations précontractuelles concernant les mises à jour des biens comportant des éléments numériques, des contenus numériques et des services numériques. Lorsque le producteur ou le fournisseur met cette information à disposition du professionnel²⁷, ce dernier sera tenu de fournir la durée minimale pendant laquelle certaines mises à jour logicielles sont fournies. Comme indiqué dans le commentaire de l'article 1^{er}, la directive 2011/83/UE modifiée par la directive ECGT introduit une définition restrictive de la notion de mise à jour logicielle. Seules certaines mises à jour sont couvertes par le texte de sorte qu'il a été jugé plus opportun d'insérer la définition dans le corps des articles eux-mêmes. Les mises à jour pour lesquelles le professionnel devra fournir l'information relative à la durée

²⁰ Le considérant 31 précise à cet égard que le label ne sera pas apposé pour des garanties commerciales de durabilité qui ne s'appliquerait qu'à des composants spécifiques de ce bien.

²¹ Le considérant 30 met ainsi en évidence que « compte tenu de la durée minimale de deux ans de la garantie légale de conformité prévue par la directive (UE) 2019/771 et du fait que de nombreux défauts surviennent après ce délai, l'obligation du professionnel d'informer les consommateurs de l'existence et de la durée de la garantie commerciale de durabilité du producteur au moyen d'un label harmonisé ne devrait s'appliquer qu'aux garanties commerciales de durabilité proposées pour une durée supérieure à deux ans. ».

²² Le considérant 36 indique à cet égard que « [...] le professionnel devrait transmettre aux consommateurs les informations que le producteur lui a fournies ou qu'il a eu l'intention de mettre d'une autre manière à la disposition du consommateur avant la conclusion du contrat, en les indiquant sur le produit lui-même, sur son emballage ou sur des étiquettes ou labels que le consommateur consulterait normalement avant de conclure le contrat. Le professionnel ne devrait pas être tenu de rechercher activement ces informations auprès du producteur, par exemple en recherchant sur les sites internet consacrés à des produits spécifiques. Dans le même temps, il serait dans l'intérêt des producteurs de fournir ces informations par anticipation pour bénéficier d'un avantage commercial. »

²³ Voir en ce sens les considérants 26 et 30.

²⁴ Considérant 26.

²⁵ Voir en ce sens le considérant 28

²⁶ Voir en ce sens le considérant 32.

²⁷ Le considérant 36 indique à cet égard que « [...] le professionnel devrait transmettre aux consommateurs les informations que le producteur lui a fournies ou qu'il a eu l'intention de mettre d'une autre manière à la disposition du consommateur avant la conclusion du contrat, en les indiquant sur le produit lui-même, sur son emballage ou sur des étiquettes ou labels que le consommateur consulterait normalement avant de conclure le contrat. Le professionnel ne devrait pas être tenu de rechercher activement ces informations auprès du producteur, par exemple en recherchant sur les sites internet consacrés à des produits spécifiques. Dans le même temps, il serait dans l'intérêt des producteurs de fournir ces informations par anticipation pour bénéficier d'un avantage commercial. »



sont celles qui sont gratuites et qui sont nécessaires pour maintenir la conformité des biens comportant des éléments numériques, du contenu numérique et des services numériques (conformément aux dispositions en matière de garantie légale de conformité), dont les mises à jour de sécurité. Le but de cette disposition est de permettre aux consommateurs de prendre des décisions plus éclairées mais également de promouvoir la concurrence entre les producteurs en termes de durabilité des biens²⁸. Ainsi, en fournissant ces informations de manière simple et claire, le consommateur pourra comparer différentes périodes minimales²⁹.

L'information relative à la réparabilité des biens – Les lettres j) et k) nouvelles transposent les lettres i) et j) de l'article 5, paragraphe 1. Comme pour les informations précédemment évoquées, le but de l'introduction de ces dispositions est de permettre aux consommateurs de prendre une décision commerciale plus éclairée et en pleine connaissance de cause et ce afin de choisir des biens plus facilement réparables³⁰. Ainsi, dans le cas où il est fourni par le producteur et établi au niveau de l'Union, le professionnel devra fournir l'indice de réparabilité du bien. Un tel indice consiste en une note qui exprime la capacité d'un bien à être réparé³¹. A défaut d'un tel indice de réparabilité, et lorsque le producteur met ces informations à disposition du professionnel³², ce dernier sera tenu de fournir les informations sur la disponibilité, le coût estimé et la procédure de commande des pièces de rechange qui sont nécessaires pour maintenir la conformité du bien, mais également la disponibilité d'instructions de réparation et d'entretien, et les restrictions en matière de réparation³³.

Ad Article 3. Modification de l'article L. 121-2

Ajout de nouvelles définitions – L'article 3 transpose l'article 2, alinéa 1^{er} de la directive « pratiques commerciales déloyales » tel que modifié par la directive ECGT en y ajoutant les définitions des lettres c bis), o), p), q), r), s), u) et v) nouvellement introduites. Il s'agit des définitions de « bien », « allégation environnementale », « allégation environnementale générique », « label de développement durable », « système de certification », « performance environnementale excellente reconnue », « mise à jour logicielle » et « consommable ». Les définitions de « durabilité » et de « fonctionnalité » des lettres t) et w) figurent déjà à l'article L. 010-1 aux points 13) et 11) depuis la transposition de la directive (UE) 2019/771³⁴.

²⁸ Voir en ce sens le considérant 33.

²⁹ *Idem*.

³⁰ Voir en ce sens le considérant 34.

³¹ Voir en ce sens les commentaires de l'article 1^{er} du projet de loi, en particulier à l'égard du point 19 nouveau de l'article L. 010-1.

³² Le considérant 36 indique à cet égard que « [...] le professionnel devrait transmettre aux consommateurs les informations que le producteur lui a fournies ou qu'il a eu l'intention de mettre d'une autre manière à la disposition du consommateur avant la conclusion du contrat, en les indiquant sur le produit lui-même, sur son emballage ou sur des étiquettes ou labels que le consommateur consulterait normalement avant de conclure le contrat. Le professionnel ne devrait pas être tenu de rechercher activement ces informations auprès du producteur, par exemple en recherchant sur les sites internet consacrés à des produits spécifiques. Dans le même temps, il serait dans l'intérêt des producteurs de fournir ces informations par anticipation pour bénéficier d'un avantage commercial. ».

³³ Voir en ce sens le considérant 35.

³⁴ Loi du 8 décembre 2021 portant modification du Code de la consommation aux fins de transposition de :

1° la directive (UE) 2019/770 du Parlement européen et du Conseil du 20 mai 2019 relative à certains aspects concernant les contrats de fourniture de contenus numériques et de services numériques ;

2° la directive (UE) 2019/771 du Parlement européen et du Conseil du 20 mai 2019 relative à certains aspects concernant les contrats de vente de biens, modifiant le règlement (UE) 2017/2394 et la directive 2009/22/CE et abrogeant la directive 1999/44/CE (<https://legilux.public.lu/eli/etat/leg/loi/2021/12/08/a844/lo> – dernière consultation le 25 septembre 2025).



La notion de bien – Le texte fait renvoi à la définition de « bien » telle que prévue à l'article 2, point 5, de la directive (UE) 2019/771 relative à certains aspects concernant les contrats de vente de biens, transposée à l'article L. 212-1, paragraphe 1^{er}, alinéa 1^{er} du Code de la consommation³⁵ relatif au champ d'application des garanties légales³⁶. Un bien y est défini comme étant tout objet mobilier corporel, y compris les biens comportant des éléments numériques. En particulier, un bien comportant des éléments numériques est celui qui « intègre un contenu numérique ou un service numérique ou est interconnecté avec un tel contenu ou un tel service d'une manière telle que l'absence de ce contenu numérique ou de ce service empêcherait ce bien de remplir ses fonctions »³⁷. Ceci décrit les biens « connectés » tels que les *smartphones*, les montres connectées, les tablettes numériques ou encore les téléviseurs connectés³⁸. Enfin, l'eau, le gaz et l'électricité doivent être considérés comme des biens lorsqu'ils sont conditionnés dans un volume délimité ou en quantité déterminée.

Les notions d'allégation environnementale et d'allégation environnementale générique – La notion d'allégation environnementale est une catégorie générale d'allégation qui recouvre tout message ou toute déclaration non obligatoire en vertu du droit de l'Union ou du droit national, sous quelque forme que ce soit (cela peut être du texte, une image, une représentation graphique ou un symbole tels qu'un label, une marque, une dénomination sociale ou une dénomination de produit) dans le cadre d'une communication commerciale, et qui affirme ou suggère qu'un produit, une catégorie de produits, une marque ou un professionnel a une incidence positive ou nulle sur l'environnement, est moins préjudiciable pour l'environnement que d'autres produits, catégories de produits, marques ou professionnels, ou qu'il a amélioré son incidence environnementale au fil du temps. L'allégation environnementale générique fait partie de cette grande catégorie d'allégation environnementale. Elle est explicite³⁹ car elle recouvre toute allégation environnementale formulée sous forme écrite ou orale. Il faut la distinguer d'un label de développement durable, même si ces notions peuvent parfois se recouper⁴⁰. Elle a un caractère générique car la spécification de l'allégation n'est pas fournie en des termes clairs et bien visibles sur le même support. Elle s'oppose ainsi à une allégation qui serait qualifiée de spécifique⁴¹. Des exemples de telles allégations environnementales génériques sont

³⁵ Projet de loi n° 7818 portant modification du Code de la consommation aux fins de transposition :

1. la directive (UE) 2019/770 du Parlement européen et du Conseil du 20 mai 2019 relative à certains aspects concernant les contrats de fourniture de contenus numériques et de services numériques ;
2. la directive (UE) 2019/771 du Parlement européen et du Conseil du 20 mai 2019 relative à certains aspects concernant les contrats de vente de biens, modifiant le règlement (UE) 2017/2394 et la directive 2009/22/CE et abrogeant la directive 1999/44/CE.

³⁶ Les auteurs du projet de loi n° 7818 transposant la directive (UE) 2019/771 expliquent que, pour des raisons de cohérence, certaines définitions (dont celle de « bien ») ne trouvaient pas leur place dans les définitions préliminaires de l'article L. 010-1 du Code de la consommation et ont donc été intégrées directement dans le corps du Livre 2, Titre 1, Chapitre 2 relatif aux garanties (voir le commentaire de l'article 1^{er} portant sur la modification de l'article L. 010-1 du Code de la consommation, page 25 du projet de loi n° 7818).

³⁷ Article 2, point 5, lettre b) de la directive (UE) 2019/771.

³⁸ Voir en ce sens le considérant 15 de la directive (UE) 2019/771.

³⁹ On peut le déduire de la lecture du considérant 9 ECGT : « En outre, une allégation écrite ou orale combinée à des allégations implicites telles que des couleurs ou des images pourrait constituer une allégation environnementale générique. »

⁴⁰ Sur ce point, voir le commentaire de l'article 6 et plus spécifiquement la « *Transparence et crédibilité des labels de développement durable* ».

⁴¹ Voir en ce sens le considérant 9 qui distingue les allégations génériques des allégations spécifiques : « Ainsi, l'allégation « emballage respectueux du climat » serait une allégation générique, tandis que l'affirmation selon laquelle « 100 % de l'énergie utilisée pour produire ces emballages provient de sources renouvelables » serait une allégation spécifique, qui ne relèverait pas de cette interdiction, sans préjudice d'autres dispositions de la directive 2005/29/CE qui restent applicables à ces allégations spécifiques. ». Il convient d'ajouter que les allégations explicites et les labels environnementaux constituent le



donnés au considérant 9 : « respectueux de l'environnement », « respectueux de la nature », « vert », « ami de la nature », « écologique », « bon pour l'environnement », « bon pour le climat », « favorable à l'environnement », « à faible intensité de carbone », « économe en énergie », « biodégradable », « biosourcé », etc.

La notion de label de développement durable – Le label de développement durable est un label de confiance volontaire, label de qualité ou équivalent, public ou privé, qui vise à distinguer et à promouvoir un produit, un procédé ou une entreprise pour ses caractéristiques environnementales ou sociales, ou les deux, et qui exclut tout label obligatoire requis en vertu du droit de l'Union ou du droit national. Sa portée est donc assez large puisque le label de développement durable n'est pas limité à promouvoir les caractéristiques environnementales d'un produit, procédé ou d'une entreprise mais également les caractéristiques sociales. Les labels de développement durable qui sont établis par les autorités publiques sont par exemple les logos attribués conformément aux exigences des règlements (CE) n°1221/2009⁴² ou (CE) n°66/2010⁴³ du Parlement européen et du Conseil. Il convient de relever également que certaines marques de certification, telles que définies à l'article 27 de la directive (UE) 2015/2436 du Parlement européen et du Conseil⁴⁴, peuvent également faire office de labels de développement durable si elles promeuvent un produit, un processus ou une entreprise pour ses caractéristiques environnementales ou sociales, ou pour les deux⁴⁵.

La notion de système de certification – Un système de certification est défini par la directive comme « un système de vérification par un tiers qui certifie qu'un produit, un processus ou une entreprise satisfait à certaines exigences, qui permet l'utilisation d'un label de développement durable

champ d'application principal de la directive en cours de négociation sur les allégations écologiques (proposition de directive du Parlement européen et du Conseil relative à la justification et à la communication des allégations environnementales explicites, accessible sous ce lien : <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=COM%3A2023%3A0166%3AFIN> – dernière consultation le 25 septembre 2025) : "[t]his Directive applies to explicit environmental claims made voluntarily by traders about products or about traders, [...], and to environmental labelling schemes that allow for the use of the corresponding environmental labels, in business-to-consumer commercial practices." (article 1, paragraphe 1^{er} de l'orientation générale du 17 juin 2024 (11312/24) qui est la dernière version disponible du texte lors de l'écriture de ces lignes, accessible sous ce lien : <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-11312-2024-INIT/en/pdf> – dernière consultation le 25 septembre 2025). En ce qui concerne les allégations environnementales, la proposition de directive sur les allégations écologiques réglemente surtout les allégations environnementales explicites spécifiques : « [t]he requirements set out in this Directive should apply to specific aspects of explicit environmental claims, environmental labelling schemes and the corresponding environmental labels, on top of the [...] requirements set out in Directive 2005/29/EC and will prevail over the requirements set out in Directive 2005/29/EC with regard to those aspects in case of conflict, pursuant to Article 3(4) of that Directive. » (considérant 14 de l'orientation générale du 17 juin 2024 (11312/24)). Enfin, les allégations environnementales implicites (couleurs ou images), sont réglementées par la directive pratiques commerciales déloyales (voir en ce sens le considérant 14a de l'orientation générale de la proposition de directive sur les allégations écologiques).

⁴² Règlement (CE) n°1221/2009 du Parlement européen et du Conseil du 25 novembre 2009 concernant la participation volontaire des organisations à un système communautaire de management environnemental et d'audit (EMAS), abrogeant le règlement (CE) no 761/2001 et les décisions de la Commission 2001/681/CE et 2006/193/CE.

⁴³ Règlement (CE) n°66/2010 du Parlement européen et du Conseil du 25 novembre 2009 établissant le label écologique de l'UE.

⁴⁴ Directive (UE) 2015/2436 du Parlement européen et du Conseil du 16 décembre 2015 rapprochant les législations des États membres sur les marques. L'article 27, lettre a) de la directive (UE) 2015/2436 définit une «marque de garantie ou de certification» comme « une marque ainsi désignée lors du dépôt de la demande et propre à distinguer les produits ou les services qui sont certifiés par le titulaire de la marque en ce qui concerne la matière, le mode de fabrication des produits ou de prestation des services, la qualité, la précision ou d'autres caractéristiques par rapport aux produits et aux services qui ne sont pas certifiés de la sorte; ». Ce type de marque s'applique à un cadre spécifique. En effet, l'article 28, paragraphe 2, alinéa 1 de la directive (UE) 2015/2436 précise que « Toute personne physique ou morale, y compris les institutions, autorités et organismes de droit public, peut déposer une marque de garantie ou de certification pourvu que cette personne n'exerce pas une activité ayant trait à la fourniture de produits ou de services du type certifié ».

⁴⁵ Voir en ce sens le considérant 7, second paragraphe.



correspondant et dont les dispositions, notamment les exigences qu'il définit, sont accessibles au public et répondent [à un certain nombre de] critères [...]. Ainsi, d'après le domaine de la normalisation et de la certification, la directive définit un système d'évaluation de la conformité par une tierce partie. Il doit en effet être ouvert à tous les professionnels désireux et en mesure de se conformer aux exigences du système, et ce à des conditions transparentes, équitables et non discriminatoires. Les exigences définies par le système de certification doivent être élaborées par le propriétaire de ce dernier en consultation avec les experts et les parties prenantes concernées. Le système doit établir des procédures pour traiter les cas de non-conformité à ses exigences et prévoir le retrait ou la suspension de l'utilisation du label de développement durable par le professionnel en cas de non-respect des exigences ainsi définies par le système. Enfin, le contrôle du respect par le professionnel des exigences du système doit faire l'objet d'une procédure objective et doit être effectué par un tiers dont la compétence et l'indépendance par rapport au propriétaire du système comme au professionnel sont fondées sur des normes et procédures internationales, de l'Union ou nationales. De telles exigences sont par exemples définies par la norme EN ISO/IEC 17065⁴⁶ « Évaluation de la conformité — Exigences pour les organismes certifiant les produits, les procédés et les services », qui est le référentiel d'accréditation pour la certification des produits, procédés et services, ou les mécanismes prévus par le règlement (CE) n°765/2008⁴⁷ du Parlement européen et du Conseil fixant les prescriptions relatives à l'accréditation⁴⁸. Ainsi, l'accréditation de l'organisme certificateur (par la norme EN ISO/IEC 17065) est une option mais n'est pas obligatoire. En effet, il suffit que le certificateur respecte les critères prévus par la norme ISO 17065 (sans être accrédité EN ISO/IEC 17065), une norme équivalente ou des critères similaires. Enfin, il reviendra au propriétaire du système de certification, qui est également le propriétaire du label associé au système de s'assurer que le système de certification qu'il a élaboré ainsi que le certificateur compétent (qui attribue les labels aux professionnels bénéficiaires du label) remplissent les critères prévus par la directive, notamment en terme d'ouverture et de transparence du système, et de compétence et d'indépendance⁴⁹ du tiers certificateur (la tierce partie). Cela vaut pour les labels de développement durable existant et pour les labels à venir.

La notion de performance environnementale excellente reconnue – La notion de performance environnementale excellente reconnue est définie comme une performance environnementale conforme au règlement (CE) n°66/2010 du Parlement européen et du Conseil⁵⁰ ou aux systèmes nationaux ou régionaux EN ISO 14024 de label écologique de type I officiellement reconnus dans les États membres, ou aux meilleures performances environnementales en vertu d'autres dispositions applicables du droit de l'Union, comme une classe A conformément au règlement (UE) 2017/1369 du Parlement européen et du Conseil⁵¹.

La notion de mise à jour logicielle – La notion de mise à jour logicielle dans le cadre des dispositions relatives aux pratiques commerciales déloyales est définie comme une mise à jour qui est nécessaire pour maintenir la conformité des biens comportant des éléments numériques, des contenus

⁴⁶ Citation conforme au système national.

⁴⁷ Règlement (CE) n°765/2008 du Parlement européen et du Conseil du 9 juillet 2008 fixant les prescriptions relatives à l'accréditation et abrogeant le règlement (CEE) n°339/93 du Conseil.

⁴⁸ Voir en ce sens le considérant 7, premier paragraphe.

⁴⁹ Par exemple, des exigences associées à l'impartialité sont déterminées par la norme ISO 17021-1 (ou ILNAS-EN ISO 17021-1), chapitre 4.2 et 5.2 et la norme ISO 17065 (ou ILNAS-EN ISO 17065), chapitre 4.2 et 5.2.

⁵⁰ Règlement (CE) n°66/2010 du Parlement européen et du Conseil du 25 novembre 2009 établissant le label écologique de l'UE.

⁵¹ Règlement (UE) 2017/1369 du Parlement européen et du Conseil du 4 juillet 2017 établissant un cadre pour l'étiquetage énergétique et abrogeant la directive 2010/30/UE. En ce sens voir le considérant 10 de ECGT.



numériques et des services numériques conformément aux articles L. 212-1 à L. 212-29 du Code de la consommation, y compris une mise à jour de sécurité, ou une mise à jour des fonctionnalités.

La notion de consommable – Enfin, la notion de consommable recouvre tout composant d'un bien qui est utilisé de manière récurrente et qui doit être remplacé ou dont il est nécessaire de se réapprovisionner pour que le bien fonctionne comme prévu. C'est le cas, par exemple, des cartouches d'encre pour imprimante⁵² ou des piles.

Ad Article 4. Modification de l'article L. 122-2

Modification des dispositions en matière d'actions trompeuses – L'article 4 transpose l'article 6 de la directive « pratiques commerciales déloyales » tel que modifié par la directive ECGT en modifiant les paragraphes 1 et 2 de l'article L. 122-2. L'article L. 122-2 pose ainsi les conditions pour caractériser une action trompeuse.

Point 1° : Modification du paragraphe 1^{er}, point 2), lettre b)

Ajout de nouvelles caractéristiques du produit – La lettre b) du paragraphe 1^{er}, point 2) de l'article L. 122-2 est modifiée afin de transposer les modifications opérées à la lettre b) de l'article 6, paragraphe 1 de la directive « pratiques commerciales déloyales ». Les « caractéristiques environnementale ou sociale, les aspects liés à la circularité, tels que sa durabilité, sa réparabilité ou sa recyclabilité » sont ajoutés au titre des caractéristiques d'un produit pour lequel la pratique litigieuse induirait ou serait susceptible d'induire en erreur le consommateur moyen, même si les informations présentées sont factuellement correctes et qu'elle l'amènerait ou serait susceptible de l'amener à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement, à la suite d'une évaluation au cas par cas⁵³. Le but de cet ajout est ainsi de permettre aux consommateurs de prendre des décisions en meilleure connaissance de cause, ce qui stimulera la demande et l'offre de biens plus durables⁵⁴. Le considérant 3 donne des exemples des informations fournies par les professionnels sur les caractéristiques sociales d'un produit tout au long de sa chaîne de valeur, il s'agit de « la qualité et l'équité des conditions de travail de la main-d'œuvre concernée, telles que le niveau adéquat des salaires, la protection sociale, la sécurité de l'environnement de travail et le dialogue social ». Elles peuvent également être relatives au respect des droits de l'homme, à l'égalité de traitement et l'égalité des chances pour tous, y compris l'égalité des genres, l'inclusion et la diversité, sur les contributions à des initiatives sociales ou à des engagements éthiques, tel que le bien-être animal. « Les caractéristiques environnementales et sociales d'un produit peuvent s'entendre au sens large et inclure les aspects, les incidences et les performances dans les domaines environnemental et social »⁵⁵.

Point 2° : Modification du paragraphe 2

Ajout de deux nouvelles actions trompeuses – La lettre d) nouvelle est ajoutée au paragraphe 2 de l'article L. 122-2 afin de transposer l'article 6, paragraphe 2, lettre d) de la directive « pratiques commerciales déloyales ». Est ainsi ajoutée en tant qu'action réputée trompeuse le fait pour un professionnel de formuler des allégations environnementales relatives aux performances

⁵² Voir en ce sens le considérant 23.

⁵³ Voir en ce sens le considérant 3.

⁵⁴ *Idem*.

⁵⁵ *Idem*.



environnementales futures qui ne sont pas étayées par des engagements et des objectifs clairs, objectifs, accessibles au public et vérifiables et qui soient présentés dans un plan de mise en œuvre détaillé et réaliste exposant les modalités de réalisation de ces engagements et de ces objectifs et allouant des ressources à cette fin⁵⁶. Les allégations environnementales, en particulier concernant le climat, « font de plus en plus référence à des performances futures, en évoquant une transition vers la neutralité carbone, la neutralité climatique ou un objectif similaire, à un certain horizon »⁵⁷. Cela donne ainsi l'impression aux consommateurs qu'ils « contribuent à l'émergence d'une économie à faible intensité de carbone en achetant leurs produits »⁵⁸. L'ajout de cette pratique trompeuse a ainsi pour ambition de garantir la loyauté et la crédibilité de pareilles allégations. Le plan de mise en œuvre qui est visé par le texte devra inclure tous les éléments pertinents nécessaires au respect des engagements comme les ressources budgétaires et l'évolution technologique, s'il y a lieu et conformément au droit de l'Union. Les allégations relatives aux performances environnementales futures devront également être validées par un tiers expert, qui soit « indépendant du professionnel, exempt de tout conflit d'intérêts, disposer d'une expérience et d'une compétence dans le domaine de l'environnement » et qui soit en mesure de « suivre régulièrement les progrès du professionnel en ce qui concerne les engagements et les objectifs, y compris les valeurs intermédiaires pour les atteindre »⁵⁹. Ainsi, le plan de mise en œuvre devrait régulièrement être vérifié par le tiers expert indépendant. Les conclusions régulières du tiers expert devraient être mises à la disposition des consommateurs par les professionnels⁶⁰. La directive prévoit ici la validation des déclarations environnementales relatives à des performances environnementales futures. Plus précisément, la validation évalue la plausibilité des hypothèses émises par le professionnel. Les organismes d'évaluation de la conformité accrédités dans ce domaine se basent sur la norme EN ISO/IEC 17029 « Évaluation de la conformité - Principes généraux et exigences pour les organismes de validation et de vérification »⁶¹. *A priori*, à l'heure actuelle, un tel organisme n'existe pas encore au Luxembourg. À noter que le Règlement n° 765/2008 du 9 juillet 2008⁶² prévoit la reconnaissance mutuelle⁶³ de ces organismes au sein de l'Union européenne. De ce fait, et à l'instar de ce qui se fait dans d'autres domaines, un organisme accrédité en Belgique, en France ou en Allemagne pourra intervenir au Luxembourg pour opérer des vérifications ou des validations quant aux allégations portant sur des performances futures sans formalité particulière. De la même manière, un organisme accrédité au Luxembourg pourra intervenir dans un autre pays de l'Union européenne. De plus, un organisme d'évaluation peut demander une accréditation dans un autre État membre lorsqu'il n'existe pas de tel organisme d'accréditation dans son propre État membre ou qu'il existe mais pas dans le domaine requis⁶⁴. Enfin, la reconnaissance mutuelle vaut également pour les certificats émis par ces organismes accrédités⁶⁵.

La lettre e) nouvelle est ajoutée au paragraphe 2 de l'article L. 122-2 afin de transposer l'article 6, paragraphe 2, lettre e) de la directive « pratiques commerciales déloyales ». Est ainsi ajouté en tant qu'action réputée trompeuse le fait pour un professionnel de faire de la publicité d'avantages pour les

⁵⁶ Voir en ce sens le considérant 4.

⁵⁷ Considérant 4.

⁵⁸ *Idem*.

⁵⁹ *Idem*.

⁶⁰ *Idem*.

⁶¹ <https://www.iso.org/obp/ui/fr/#iso:std:iso-iec:17029:ed-1:v1:fr>

⁶² Règlement (CE) n° 765/2008 du Parlement européen et du Conseil du 9 juillet 2008 fixant les prescriptions relatives à l'accréditation et à la surveillance du marché pour la commercialisation des produits et abrogeant le règlement (CEE) n° 339/93 du Conseil.

⁶³ Voir en ce sens le considérant 13.

⁶⁴ Voir en ce sens le considérant 20.

⁶⁵ Voir en ce sens le considérant 22.



consommateurs qui ne sont pas pertinents et ne résultent d'aucune caractéristique du produit ou de l'entreprise. Cela pourrait être le cas d'une marque particulière d'eau en bouteille qui se prévaudrait d'être sans gluten ou encore d'une marque de feuilles de papier qui mettrait en évidence qu'elles ne contiennent pas de plastique. Mettre en avant de telles caractéristiques non spécifiques et non pertinentes quant au produit ou à la marque pourrait conduire les consommateurs à penser, à tort, que ces produits ou marques sont meilleurs pour eux, pour l'environnement ou pour la société par rapport à d'autres produits ou entreprises de professionnels du même type⁶⁶.

Ad Article 5. Modification de l'article L. 122-3

Modification des dispositions en matière d'omissions trompeuses – L'article 5 transpose l'article 7 de la directive « pratiques commerciales déloyales » tel que modifié par la directive ECGT en ajoutant un nouveau paragraphe 8 à l'article L. 122-3. L'article L. 122-3 pose les conditions pour caractériser une omission trompeuse.

Ajout de certaines informations considérées comme substantielles – Une pratique commerciale est considérée comme une omission trompeuse, au sens du paragraphe 1, si, « dans son contexte factuel, compte tenu de toutes ses caractéristiques et des circonstances ainsi que des limites propres au moyen de communication utilisé, elle omet une information substantielle dont le consommateur moyen a besoin, compte tenu du contexte, pour prendre une décision commerciale en connaissance de cause et, par conséquent, l'amène ou est susceptible de l'amener à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement. » Le nouveau paragraphe 8 vient ajouter des éléments qui doivent être considérés comme des informations substantielles dans l'hypothèse où un professionnel fournit un service « qui compare des produits et qui informe le consommateur de caractéristiques environnementales ou sociales ou d'aspects liés à la circularité, tels que la durabilité, la réparabilité ou la recyclabilité, associés à des produits ou aux fournisseurs de ces produits »⁶⁷. Sont ainsi considérées comme substantielles les informations sur la méthode de comparaison, sur les produits faisant l'objet de la comparaison et sur les fournisseurs de ces produits, ainsi que sur les mesures mises en place pour tenir ces informations à jour. La comparaison de produits basée sur les caractéristiques environnementales ou sociales ou d'aspects liés à la circularité est, comme on peut le lire au considérant 6, une technique de commercialisation de plus en plus courante qui pourrait induire le consommateur en erreur. Ce dernier n'est en effet pas toujours en mesure d'évaluer la fiabilité de ces informations. C'est la raison pour laquelle il est nécessaire que ces comparaisons soient les plus objectives possibles et donc notamment qu'elles concernent des produits qui remplissent la même fonction, qu'elles utilisent une méthode et des hypothèses communes et qu'elles portent sur des caractéristiques matérielles et vérifiables des produits comparés. Lorsque les consommateurs seront confrontés à de telles comparaisons, leur plus grande fiabilité leur permettra de prendre des décisions commerciales en meilleure connaissance de cause⁶⁸.

⁶⁶ Voir en ce sens le considérant 5.

⁶⁷ Considérant 6.

⁶⁸ Voir en ce sens le considérant 6.



Ad Article 6. Modification de l'article L. 122-4

Modification de la liste noire des pratiques commerciales trompeuses en toutes circonstances – L'article 6 transpose les modifications opérées à l'annexe I de la directive « pratiques commerciales déloyales » par la directive ECGT en ajoutant douze nouvelles pratiques commerciales trompeuses réputées déloyales en toutes circonstances. Les points 2 bis), 4 bis), 4 ter), 4 quater), 10 bis) et 23 quinquies) à 23 undecies) de la directive « pratiques commerciales déloyales » sont ainsi transposés dans l'article L. 122-4 aux points 28) à 39) nouveaux. Les cinq premières pratiques sont liées à l'écoblanchiment (points 28 à 32), tandis que les sept suivantes sont des pratiques liées à l'obsolescence précoce (points 33 à 39).

Transparence et crédibilité des labels de développement durable – Le point 2 bis) nouveau de l'annexe I de la directive 2005/29/CE tel que créé par la directive ECGT est transposé à l'article L. 122-4, point 28) nouveau. Est désormais considérée déloyale en toute circonstance, la pratique commerciale trompeuse qui consiste à « [a]fficher un label de développement durable qui n'est pas fondé sur un système de certification ou qui n'a pas été mis en place par des autorités publiques ». Ainsi, le système de certification ou la mise en place par des autorités publiques garantissent des labels transparents et crédibles. Ceci est primordial dans la mesure où les labels peuvent porter sur plusieurs caractéristiques d'un produit, d'un processus ou d'une entreprise, éléments qui sont essentiels à la prise de décision par le consommateur. Les deux conditions énoncées par l'article sont indépendantes et alternatives. Autrement dit, un label de développement durable établi par une autorité publique (ou en cas d'utilisation des formes d'expression et de présentation complémentaires de la déclaration nutritionnelle conformément à l'article 35 du règlement (UE) n° 1169/2011 du Parlement européen et du Conseil⁶⁹)⁷⁰ n'a pas besoin d'être fondé sur un système de certification, et inversement, un label de développement durable fondé sur un système de certification n'a pas besoin d'être mis en place par des autorités publiques . Pour ce qui est du système de certification, il est mis en œuvre par un tiers compétent et indépendant⁷¹ et permet notamment de garantir l'existence d'un contrôle objectif du respect des exigences du système par le label avant son affichage. Quant au label établi par les autorités publiques, le paragraphe 2 du considérant 7 cite deux exemples. Tout d'abord, l'exemple du label écologique de l'UE établi par le règlement (CE) n° 66/2010⁷² qui est « une référence pour les consommateurs qui souhaitent contribuer à une réduction de l'impact environnemental par l'achat de produits et/ou services respectueux de l'environnement »⁷³. Le second exemple cité est le label EMAS

⁶⁹ Règlement (UE) n° 1169/2011 du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2011 concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires, modifiant les règlements (CE) n° 1924/2006 et (CE) n° 1925/2006 du Parlement européen et du Conseil et abrogeant la directive 87/250/CEE de la Commission, la directive 90/496/CEE du Conseil, la directive 1999/10/CE de la Commission, la directive 2000/13/CE du Parlement européen et du Conseil, les directives 2002/67/CE et 2008/5/CE de la Commission et le règlement (CE) n° 608/2004 de la Commission.

⁷⁰ Considérant 7, paragraphe 1.

⁷¹ À ce titre, le paragraphe 1^{er} du considérant 7 précise que « la compétence et l'indépendance vis-à-vis à la fois du propriétaire du système et du professionnel sont garanties sur la base de normes et procédures internationales, de l'Union ou nationales, par exemple en apportant la preuve qu'il respecte les normes internationales pertinentes, telles que la norme ISO 17065 «Évaluation de la conformité — Exigences pour les organismes certifiant les produits, les procédés et les services», ou au moyen des mécanismes prévus par le règlement (CE) n° 765/2008 du Parlement européen et du Conseil » (Règlement (CE) n° 765/2008 du Parlement européen et du Conseil du 9 juillet 2008 fixant les prescriptions relatives à l'accréditation et abrogeant le règlement (CEE) n° 339/93 du Conseil. Pour plus de détails, voir « La notion de système de certification » pages 22 et 23.

⁷² Règlement (CE) n° 66/2010 du Parlement européen et du Conseil du 25 novembre 2009 établissant le label écologique de l'UE.

⁷³ Emwelt.lu portail de l'environnement :



(« Système européen de management environnemental et d'audit ») établi par le règlement (CE) n° 1221/2009⁷⁴, qui est « un outil de gestion environnementale de prime volontaire pour tous les types d'organisations qui souhaitent évaluer, rendre compte et améliorer leurs performances environnementales »⁷⁵. Ces deux règlements prévoient que chaque État membre désigne l'organisme compétent pour délivrer les labels en question, tout en précisant qu'ils doivent présenter des qualités d'indépendance et de neutralité⁷⁶. Il est possible que certaines marques de certification puissent être considérées comme des labels de développement durable (lorsqu'elles promeuvent un produit, un processus ou une entreprise pour ses caractéristiques environnementales ou sociales, par exemple, ou les deux). Dans un tel cas, cela signifie alors que le professionnel ne pourra afficher ces marques de certification que si elles sont établies par des autorités publiques ou se fondent sur un système de certification⁷⁷. Enfin, le considérant 8 précise que « [I]orsque l'affichage d'un label de développement durable est accompagné d'une communication commerciale suggérant ou donnant l'impression qu'un produit a une incidence positive ou nulle sur l'environnement, ou est moins nocif pour l'environnement que des produits concurrents, ce label de développement durable devrait également être considéré comme une allégation environnementale ». De ce fait, il serait susceptible de constituer une pratique commerciale déloyale relative aux allégations environnementales si les conditions de l'infraction sont remplies, telles que celles prévues aux points 29 et 30 nouveaux de l'article L. 122-4.

Allégations environnementales génériques ne démontrant pas une performance environnementale excellente reconnue – Le point 4 bis) nouveau de l'annexe I de la directive 2005/29/CE tel qu'ajouté par la directive ECGT est transposé à l'article L. 122-4, point 29) nouveau. Est présumée trompeuse en toute circonstance la pratique qui consiste à « [p]résenter une allégation environnementale générique⁷⁸ au sujet de laquelle le professionnel n'est pas en mesure de démontrer l'excellente performance environnementale reconnue en rapport avec l'allégation ». Il s'agit d'affirmations environnementales qui indiquent par exemple « respectueux de l'environnement », « naturel », « biodégradable », « neutre pour le climat », « respectueux de la nature », « vert », « ami de la nature », « bon pour l'environnement », « à faible intensité de carbone », « biosourcé », « économe en énergie », « écologique », ou toutes « affirmations similaires qui suggèrent ou donnent l'impression d'une performance environnementale excellente »⁷⁹. L'emploi de telles allégations est autorisé si la performance environnementale excellente reconnue est démontrée et correspond à l'intégralité de l'allégation concernée⁸⁰. D'une part, le considérant 10 explique que la preuve de la performance est apportée « si [la performance environnementale] est conforme au règlement (CE) n° 66/2010, ou aux

https://environnement.public.lu/fr/emweltprozeduren/Aides/Label_ecologique.html - dernière consultation en date du 25 septembre 2025.

⁷⁴ Règlement (CE) n° 1221/2009 du Parlement européen et du Conseil du 25 novembre 2009 concernant la participation volontaire des organisations à un système communautaire de management environnemental et d'audit (EMAS), abrogeant le règlement (CE) n° 761/2001 et les décisions de la Commission 2001/681/CE et 2006/193/CE.

⁷⁵ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/LSU/?uri=CELEX:32009R1221> (dernière consultation en date du 25 septembre 2025).

⁷⁶ Article 4, paragraphes 1 et du règlement (CE) n° 66/2010 ; article 11, paragraphe 1, alinéa 1 et paragraphe 3 du règlement (CE) n° 1221/2009.

⁷⁷ Voir en ce sens considérant 7, paragraphe 2.

⁷⁸ Pour plus de détails sur la notion d'allégation environnementale générique, et sur l'articulation avec la proposition de directive sur les allégations écologiques, voir le commentaire de l'article 3 et plus particulièrement « *Les notions d'allégation environnementale et d'allégation environnementale générique* », page 20.

⁷⁹ Considérant 9.

⁸⁰ Voir en ce sens le considérant 10.



systèmes de label écologique EN ISO 14024 officiellement reconnus dans les États membres⁸¹, ou si elle correspond aux meilleures performances environnementales pour une caractéristique spécifique en vertu d'autres actes législatifs applicables de l'Union, telle qu'une classe A conformément au règlement (UE) 2017/1369 du Parlement européen et du Conseil⁸² » établissant un cadre pour l'étiquetage énergétique. D'autre part, la performance environnementale doit correspondre à l'intégralité de l'allégation concernée, autrement dit, « une allégation environnementale générique telle que « économie en énergie » pourrait être faite sur la base d'une performance environnementale excellente reconnue conformément au règlement (UE) 2017/1369⁸³ »⁸⁴. À l'inverse, le considérant 10 explique qu'« une allégation environnementale générique telle que « biodégradable » ne serait pas autorisée sur la base d'une performance environnementale excellente reconnue conformément au règlement (CE) n° 66/2010, dans la mesure où les critères spécifiques du label écologique de l'UE relatifs au produit en question ne comportent pas d'exigences en matière de biodégradabilité ». De même, un professionnel ne devrait pas utiliser une allégation générique telle que « respectueux », « durable » ou « responsable » en se fondant exclusivement sur des performances environnementales excellentes reconnues, car ces allégations ne portent pas uniquement sur les caractéristiques environnementales, mais aussi sur d'autres caractéristiques, notamment des caractéristiques sociales. ».

Extension d'une allégation portant sur un aspect spécifique à l'ensemble du produit – Le point 4 ter) nouveau de l'annexe I de la directive 2005/29/CE tel qu'ajouté par la directive ECGT est transposé à l'article L. 122-4, point 30) nouveau, et interdit au professionnel de « [p]résenter une allégation environnementale concernant l'ensemble du produit ou de l'entreprise du professionnel, alors qu'elle ne concerne qu'un des aspects du produit ou une activité spécifique de l'entreprise du professionnel. » Cette pratique est considérée comme trompeuse en toute circonstance car l'allégation ne reflète pas la réalité des caractéristiques du produit dans son entier ou de l'entreprise du professionnel⁸⁵. C'est le cas « lorsqu'un produit est commercialisé comme ayant été « fabriqué avec des matériaux recyclés », ce qui donne l'impression que l'ensemble du produit est fabriqué à partir de matériaux recyclés, alors qu'en fait, seul l'emballage l'est, ou lorsqu'un professionnel donne l'impression d'utiliser uniquement des sources d'énergie renouvelable alors qu'en fait plusieurs des sites de son entreprise continuent à utiliser des combustibles fossiles »⁸⁶. Il reviendra au professionnel de présenter des allégations « précises et vérifiables »⁸⁷ pour que le consommateur dispose d'informations véridiques afin de prendre une décision commerciale en connaissance de cause.

Interdiction d'affirmer sur base de compensation des émissions de gaz à effet de serre qu'un produit a une incidence neutre, réduite ou positive sur l'environnement – Le point 4 quater) nouveau de l'annexe I de la directive 2005/29/CE tel que créé par la directive ECGT est transposé à l'article L. 122-4, point 31 nouveau. « Affirmer, sur la base de la compensation des émissions de gaz à effet de serre, qu'un

⁸¹ Le système national ou régional EN ISO 14024 de label écologique de type I, autrement dit le label national ou régional, doit être reconnu dans l'État membre concerné. Ainsi, si un label luxembourgeois remplit les critères de la norme ISO 14024, les autorités luxembourgeoises peuvent le reconnaître officiellement. Cette reconnaissance garantit la conformité du label à la norme ISO. Cependant, s'il est nécessaire que le label soit reconnu officiellement, la directive n'exige pas qu'il soit certifié ISO 14024.

⁸² Règlement (UE) 2017/1369 du Parlement européen et du Conseil du 4 juillet 2017 établissant un cadre pour l'étiquetage énergétique et abrogeant la directive 2010/30/UE.

⁸³ *Idem.*

⁸⁴ Considérant 10.

⁸⁵ Voir en ce sens le considérant 11.

⁸⁶ Considérant 11.

⁸⁷ *Idem.*



produit a un impact neutre, réduit ou positif sur l'environnement en termes d'émissions de gaz à effet de serre » est désormais considérée comme pratique commerciale trompeuse en toutes circonstances. Elle fait croire aux consommateurs, à tort, que les allégations se rapportent au produit lui-même (ou à sa fourniture ou à sa production) ou que sa consommation n'a pas d'impact sur l'environnement⁸⁸. Les allégations telles que « neutre pour le climat », « certifié neutre en CO2 », « bilan carbone positif », « zéro net pour le climat », « climatiquement compensé », « impact réduit sur le climat » et « empreinte CO2 limitée » sont interdites lorsqu'elles sont fondées « sur la compensation des émissions de gaz à effet de serre en dehors de la chaîne de valeur du produit »⁸⁹. Cependant, elles sont autorisées lorsqu'elles sont fondées sur « les incidences réelles du cycle de vie du produit en question »⁹⁰.

Exigences supplémentaires en matière d'allégations environnementales – Le considérant 13 précise que des exigences supplémentaires en matière d'allégations environnementales seront fixées par des actes législatifs spécifiques au niveau de l'Union européenne, « afin de contribuer à l'objectif de la communication de la Commission du 11 décembre 2019 sur le pacte vert pour l'Europe qui est de permettre aux acheteurs de prendre des décisions plus durables et de réduire le risque d'écoblanchiment grâce à des informations fiables, comparables et vérifiables ».

Interdiction de présenter des exigences imposées par la loi comme une caractéristique distinctive – Le point 10 bis) nouveau de l'annexe I de la directive 2005/29/CE tel que créé par la directive ECGT est transposé à l'article L. 122-4, point 32) nouveau. Il est interdit au professionnel de « [p]résenter comme une caractéristique distinctive de l'offre du professionnel des exigences imposées par la loi pour tous les produits de la catégorie de produits concernée sur le marché de l'Union », y compris pour les produits importés⁹¹. C'est le cas lorsqu'une publicité déclare qu'un produit ne contient pas une substance chimique alors qu'elle est déjà interdite par la loi. L'emballage d'une teinture capillaire qui met en avant le fait de ne pas contenir d'antibiotique⁹² ou de chlore⁹³, ou encore un parfum promettant ne pas contenir de racine d'aunée⁹⁴, est une pratique commerciale trompeuse en toute circonstance car une telle interdiction est déjà prescrite par l'article 14, paragraphe 1^{er}, lettre a) du règlement (CE) n° 1223/2009 du Parlement et du Conseil du 30 novembre 2009 relatif aux produits cosmétiques. À l'inverse, cette interdiction n'a plus lieu d'être lorsque les exigences juridiques valent uniquement pour certains produits d'une même catégorie⁹⁵. Le considérant 15 illustre cette situation avec « les produits de la pêche élaborés selon des méthodes durables conformément au droit de l'Union, [pour lequel] il serait permis de promouvoir les caractéristiques de durabilité des produits qui satisfont aux exigences légales de l'Union, si les produits de la pêche originaires de pays tiers proposés sur le marché de l'Union n'ont pas à respecter ces exigences légales de l'Union ».

Ecoblanchiment et pratiques consistant à commercialiser des versions du même produit dans différents États membres en les présentant comme identiques alors qu'elles sont sensiblement différentes – Les

⁸⁸ Voir en ce sens le considérant 12.

⁸⁹ *Idem*. Quant à la publicité des entreprises de leurs investissements dans des initiatives environnementales, le considérant 11 précise que « [c]ette interdiction ne devrait pas empêcher les entreprises de faire la publicité de leurs investissements dans des initiatives environnementales, y compris des projets de crédit carbone, pour autant qu'elles fournissent ces informations d'une manière qui ne soit pas trompeuse et qui respecte les exigences fixées par le droit de l'Union. »

⁹⁰ *Idem*.

⁹¹ Voir en ce sens le considérant 15.

⁹² Annexe II du règlement (CE) n° 1223/2009 du Parlement et du Conseil du 30 novembre 2009 relatif aux produits cosmétiques, numéro d'ordre 39.

⁹³ *Ibid.*, numéro d'ordre 39.

⁹⁴ *Ibid.*, numéro d'ordre 423.

⁹⁵ Voir en ce sens le considérant 15.



dispositions de la présente directive sont également applicables aux pratiques consistant à commercialiser des versions du même produit dans différents États membres en les présentant comme identiques alors qu'elles sont sensiblement différentes comme l'indique l'article 6, paragraphe 2, point c), de la directive 2005/29/CE⁹⁶ transposé à l'article L. 122-2, paragraphe 2, lettre c) du Code de la consommation.

Les pratiques liées à l'obsolescence précoce – Il s'avère également nécessaire de réglementer certaines pratiques liées à l'obsolescence précoce des biens, y compris l'obsolescence précoce programmée. L'obsolescence précoce des biens consiste en des stratégies visant par exemple à limiter délibérément la durée de vie d'un bien, le rendant obsolète ou inutilisable de manière prématurée après une certaine durée ou intensité d'utilisation prédeterminé⁹⁷. Ces pratiques sont préjudiciables aux consommateurs et nuisibles pour l'environnement⁹⁸. L'objectif de cette réglementation est d'assurer une information vérifique et loyale envers le consommateur, afin de favoriser une consommation plus durable et de réduire les déchets et la consommation inutile d'énergie et de matériaux⁹⁹. À noter que l'obsolescence précoce n'est pas interdite par la directive qui ne règle pas les modalités de production des biens par les professionnels. La directive intervient en aval, au niveau de l'information faite au consommateur.

Dissimulation de l'incidence négative d'une mise à jour logicielle – Le point 23 quinque) nouveau de l'annexe I de la directive 2005/29/CE tel que créé par la directive ECGT est transposé à l'article L. 122-4, point 33) nouveau. Est réputée être une pratique commerciale déloyale en toutes circonstances, le fait, pour un professionnel, de dissimuler au consommateur qu'une mise à jour logicielle, y compris celle relative à la sécurité et aux fonctionnalités, aura une incidence négative sur le fonctionnement de biens comportant des éléments numériques ou sur l'utilisation de contenu numérique ou de services numériques. Ainsi, « lorsqu'un consommateur est invité à mettre à jour le système d'exploitation de son smartphone, le professionnel¹⁰⁰ ne devrait pas omettre de le prévenir que cette mise à jour est susceptible d'avoir une incidence négative sur le fonctionnement de l'une quelconque des fonctionnalités du smartphone comme la batterie, les performances de certaines applications ou un ralentissement général du smartphone »¹⁰¹.

Présentation d'une mise à jour logicielle améliorant les fonctionnalités comme nécessaire – Le point 23 sexies) nouveau de l'annexe I de la directive 2005/29/CE tel que créé par la directive ECGT est transposé à l'article L. 122-4, point 34) nouveau et interdit au professionnel de « [p]résenter une mise à jour logicielle comme étant nécessaire lorsqu'elle ne fait qu'améliorer des fonctionnalités ». À l'inverse, les mises à jour de sécurité sont nécessaires pour pouvoir utiliser le produit en toute sécurité¹⁰².

⁹⁶ Voir en ce sens le considérant 14. Il précise également que « [l]a Commission élaborera en 2024 une évaluation et un rapport sur l'application de la directive (UE) 2019/2161, dont l'article 6, paragraphe 2, point c), de la directive 2005/29/CE, et sur l'opportunité de soumettre ces pratiques à des exigences plus strictes, y compris une interdiction par l'inscription sur la liste figurant à l'annexe I. »

⁹⁷ Voir en ce sens le considérant 16.

⁹⁸ *Idem*.

⁹⁹ *Idem*.

¹⁰⁰ Le considérant 17 précise que, « [g]énéralement, les professionnels chargés du développement des mises à jour logicielles sont censés disposer de ces informations, tandis que les autres professionnels peuvent s'appuyer sur des informations fiables fournies, par exemple, par les développeurs de logiciels, les fournisseurs ou par les autorités nationales compétentes. »

¹⁰¹ Considérant 17. Il est rappelé que les mises à jour sont également soumises aux critères objectifs de conformité des directives (UE) 2019/770 et (UE) 2019/771 prévus respectivement à l'article 8 et à l'article 7.

¹⁰² Considérant 18.



Communication commerciale à l'égard d'un bien contenant une caractéristique limitant sa durabilité – Le point 23 septies) nouveau de l'annexe I de la directive 2005/29/CE tel que créé par la directive ECGT est transposé à l'article L. 122-4, point 35) nouveau. Est ainsi interdite toute communication commerciale qui promeut directement ou indirectement¹⁰³ un bien doté d'une caractéristique introduite pour en limiter la durabilité¹⁰⁴, alors même que l'information de cette caractéristique et de ses effets sur la durabilité du bien se trouve à la disposition¹⁰⁵ du professionnel¹⁰⁶. Ces communications commerciales¹⁰⁷ doivent être prohibées car « elles encouragent la vente de ces biens, ce qui entraîne des coûts plus élevés pour les consommateurs et une utilisation superflue des ressources, la production de déchets et des émissions de gaz à effet de serre. »¹⁰⁸ Le considérant 19, paragraphe 1^{er}, donne l'exemple « d'un logiciel conçu pour bloquer ou dégrader le fonctionnement d'un bien après un certain temps, ou d'un matériel conçu pour cesser de fonctionner après un certain temps. Il pourrait également s'agir d'un défaut de conception ou de fabrication qui, bien qu'il ne soit pas introduit en tant que caractéristique à cette fin, entraîne des défaillances prématurées du bien, s'il n'est pas corrigé une fois que le professionnel dispose d'informations sur l'existence et les effets de cette caractéristique. » Enfin, le considérant 19, paragraphe 2, rappelle que cette interdiction s'applique sans préjudice du droit pour les consommateurs de bénéficier de la garantie légale de conformité prévue par la directive (UE) 2019/771¹⁰⁹.

Affirmation fausse de la durabilité d'un bien – Le point 23 octies) nouveau de l'annexe I de la directive 2005/29/CE tel que créé par la directive ECGT est transposé à l'article L. 122-4, point 36) nouveau. « Affirmer à tort qu'un bien présente une certaine durabilité, sur le plan du temps d'utilisation ou de l'intensité, dans des conditions normales d'utilisation » est désormais une pratique commerciale déloyale en toutes circonstances. C'est le cas « si un professionnel¹¹⁰ informe les consommateurs qu'un lave-linge est censé durer un certain nombre de cycles de lavage, s'il est utilisé normalement et conformément aux instructions, alors que son utilisation réelle dans les conditions prévues montre que ce n'est pas le cas. »¹¹¹ Au-delà de cette pratique, le considérant 20 rappelle que « le défaut de conformité d'un bien résultant de défaillances occasionnelles dans sa fabrication continue d'être régi par les règles relatives à la conformité des biens énoncées dans la directive (UE) 2019/771 ».

¹⁰³ Voir en ce sens le considérant 19, paragraphe 1.

¹⁰⁴ La preuve que la caractéristique a été introduite pour limiter la durabilité du bien est suffisante. Dès lors, il n'est pas nécessaire de démontrer l'objectif de cette caractéristique, autrement dit le remplacement prématué du bien (voir en ce sens le considérant 19, paragraphe 2).

¹⁰⁵ N'est pas prise en compte l'information effective du professionnel. Autrement dit, il importe peu, pour qualifier la pratique de déloyale, que le professionnel ait effectivement eu connaissance ou non de la caractéristique limitant la durabilité du bien. Est seule prise en compte la disponibilité d'une telle information (voir en ce sens le considérant 19, paragraphe 2).

¹⁰⁶ A priori sont principalement concernés les producteurs car ils déterminent la durée de vie des biens qu'ils produisent. Cependant, d'autres professionnels peuvent être concernés, tels que les vendeurs, s'ils disposent d'informations fiables relatives à la caractéristique limitant la durabilité du bien, ce qui est le cas d'une information fournie par le producteur du bien ou d'une déclaration par les autorités nationales compétentes (voir en ce sens le considérant 19, paragraphe 1).

¹⁰⁷ Ne sont pas des communications commerciales la fabrication des biens et leur mise à disposition sur le marché (voir en ce sens le considérant 19, paragraphe 1).

¹⁰⁸ Idem.

¹⁰⁹ Cette directive régit également « les pratiques de fabrication utilisant des matériaux ou des procédés de mauvaise qualité générale, qui entraînent une durabilité limitée des produits » (considérant 19, paragraphe 2).

¹¹⁰ Ce type d'allégations sont principalement émises par les producteurs puisqu'ils déterminent la durabilité des biens. De ce fait, ils sont censés avoir connaissance des fausses allégations concernant leur durabilité. Les autres professionnels, comme les vendeurs, sont également concernés car ils peuvent disposer d'informations fiables, telles que les déclarations d'une autorité nationale compétente ou les informations fournies par le producteur. (voir en ce sens le considérant 20).

¹¹¹ Considérant 20.



Présentation fausse d'un bien comme réparable – Le point 23 nonies) nouveau de l'annexe I de la directive 2005/29/CE tel que créé par la directive ECGT est transposé à l'article L. 122-4, point 37) nouveau. Est désormais interdit le fait de présenter un bien comme réparable lorsqu'il ne l'est pas.

Mise en œuvre du droit – Le considérant 22 rappelle utilement que « [I]l'interdiction de ces pratiques en matière de durabilité et de réparabilité des biens dans la directive 2005/29/CE fournirait aux autorités chargées de la protection des consommateurs des États membres un outil supplémentaire de mise en œuvre pour mieux protéger les intérêts des consommateurs dans les cas où les professionnels ne respectent pas les exigences en matière de durabilité et de réparabilité des biens prévues par le droit de l'Union spécifique aux produits. »

Incitation au remplacement de consommables sans justifications techniques – Le point 23 decies) nouveau de l'annexe I de la directive 2005/29/CE tel que créé par la directive ECGT est transposé à l'article L. 122-4, point 38) nouveau. Les incitations aux consommateurs à remplacer les consommables ou à se réapprovisionner en consommables d'un bien, telles que les cartouches d'encre d'imprimante, avant que des raisons techniques ne le justifient, devraient être interdites car considérées comme une pratique commerciale déloyale en toutes circonstances. En effet, elles trompent le consommateur en lui faisant croire que le bien va cesser de fonctionner s'il ne remplace pas les consommables, l'incitant à consommer plus et plus tôt que nécessaire¹¹².

Dissimulation d'information sur la détérioration de la fonctionnalité d'un bien en cas d'utilisation de consommables ou autres pièces non fournies par le producteur d'origine – Le point 23 undecies) nouveau de l'annexe I de la directive 2005/29/CE tel que créé par la directive ECGT est transposé à l'article L. 122-4, point 39) nouveau. Il est interdit au professionnel¹¹³ de « dissimuler des informations sur la détérioration de la fonctionnalité d'un bien lorsque des consommables, des pièces de rechange ou des accessoires qui ne sont pas fournis par le producteur d'origine sont utilisés, ou affirmer à tort qu'une telle détérioration va se produire ». Au moment de l'achat, le consommateur doit être informé, par exemple, que l'utilisation de cartouches d'encre ou d'un chargeur non produit ou fourni par le producteur d'origine, entraîne une fonctionnalité limitée de l'imprimante ou de l'appareil intelligent¹¹⁴. Il est essentiel de prohiber ces pratiques qui aboutissent à des achats inutiles, qui créent un coût supplémentaire pour le consommateur et qui augmentent le flux de déchets. De la même manière, « [i]l devrait également être interdit d'inciter le consommateur à croire que l'utilisation de consommables, de pièces de rechange ou d'accessoires non fournis par le producteur d'origine nuira à la fonctionnalité d'un bien lorsque ce n'est pas le cas »¹¹⁵. Le consommateur doit pouvoir disposer d'informations véridiques et loyales afin de prendre des décisions commerciales en connaissance de cause.

¹¹² Voir en ce sens le considérant 23.

¹¹³ Ici encore il est précisé au considérant 24 que « les professionnels qui sont également les producteurs des biens sont censés disposer de ces informations, tandis que les autres professionnels, tels que les vendeurs, devraient s'appuyer sur les informations fiables à leur disposition, par exemple sur les déclarations d'une autorité nationale compétente ou les informations fournies par le producteur. »

¹¹⁴ Voir en ce sens le considérant 24.

¹¹⁵ *Idem*.



Ad Article 7. Modification de l'article L. 222-3, paragraphe 1

Modification des dispositions relatives aux informations précontractuelles concernant les contrats à distance – L'article 7 du présent projet transpose l'article 6, paragraphe 1 de la directive « droits des consommateurs » telle que modifiée par la directive objet de la présente transposition. L'article 6 de la directive « droits des consommateurs » porte sur les obligations d'information précontractuelles en ce qui concerne les contrats à distance et les contrats hors établissement. Cet article a été transposé dans le Code de la consommation à l'article L. 221-2 pour ce qui est des informations précontractuelles communes aux deux catégories de contrats, à l'article L. 222-3 pour ce qui est des contrats à distance et à l'article L. 222-6 pour ce qui est des contrats hors établissement. Les modifications opérées par la directive ECGT dans l'article 6 sont quasiment identiques à celles réalisées dans l'article 5 de la directive « droits des consommateurs ». Les commentaires ci-après feront donc renvoi aux commentaires formulés à l'égard de l'article L. 113-1 transposant l'article 5 (article 2 du projet de loi).

Point 1° : Modification de la lettre f)

Les options de livraison respectueuses de l'environnement – Les modifications apportées par la directive ECGT à la lettre g) de l'article 6, paragraphe 1 de la directive 2011/83/UE figurent à la lettre f) de l'article L. 222-3. Lorsqu'une telle option est proposée, le professionnel devra informer le consommateur des options de livraison respectueuses de l'environnement. De telles options peuvent ainsi être « la livraison par vélo-cargo ou véhicule électrique, ou de la possibilité de procéder à un envoi groupé »¹¹⁶. Le contenu résiduel de la lettre g) de l'article 6 paragraphe 1, relatif aux informations sur les modalités de paiement, de livraison ou d'exécution, se trouve à l'article L. 221-2, paragraphe 1, lettre d) du Chapitre 1 dédié aux dispositions communes aux contrats particuliers traités par le Titre 2 du Livre 2.

Point 2° : Modification de la lettre k)

L'information précontractuelle en matière de garanties – La lettre k) de l'article L. 222-3 est entièrement réformée et réorganisée en 3 tirets pour transposer les lettres l), l bis) et l ter) de l'article 6, paragraphe 1 de la directive « droits des consommateurs ». Les deux premiers tirets réforment l'information précontractuelle concernant la garantie légale de conformité et la garantie commerciale de durabilité. Le troisième tiret contient les mêmes informations que le régime antérieur, à savoir un rappel de l'existence de la garantie légale de conformité pour les contenus numériques et les services numériques. À noter que l'information relative à l'existence d'une assistance, d'un service après-vente et de garanties commerciales lorsque ces services ou contrats existent figurent toujours à la lettre l). Les deux premiers tirets, à l'image de l'article L. 113-1, paragraphe 1, lettre e), instaurent, d'une part, la notice harmonisée visée à l'article 22 bis¹¹⁷ pour informer le consommateur de l'existence de la garantie légale de conformité et d'autre part, le label harmonisé de l'article 22 bis pour informer le consommateur de la garantie commerciale de durabilité¹¹⁸.

¹¹⁶ Considérant 37.

¹¹⁷ L'acte d'exécution visé à l'article 22 bis, paragraphe 2 nouveau de la directive 2011/83/UE est le règlement d'exécution (UE) 2025/1960 de la Commission du 25 septembre 2025 sur la maquette et le contenu de la notice harmonisée sur la garantie légale de conformité et du label harmonisé pour la garantie commerciale de durabilité.

¹¹⁸ Il conviendra de se reporter aux commentaires de l'article 2 du projet de loi, point 1°.



Point 5° : ajout des lettres u), v) et w)

L'information relative aux mises à jour logicielles – La lettre u) nouvelle transpose l'article 2, point 14 sexies) et l'article 6, paragraphe 1, lettre l quater) de la directive « droits des consommateurs » introduits par la directive ECGT. À l'instar de l'ajout de la lettre i) dans l'article L. 113-1, paragraphe 1, cette lettre u) instaure des dispositions nouvelles en matière d'informations précontractuelles concernant les mises à jour des biens comportant des éléments numériques, des contenus numériques et des services numériques¹¹⁹.

L'information relative à la réparabilité des biens – Les lettres v) et w) nouvelles transposent les lettres u) et v) de l'article de l'article 6, paragraphe 1. À l'instar de l'ajout des lettres j) et k) de l'article L. 113-1, paragraphe 1, ces lettres instaurent l'obligation du professionnel de fournir, dans le cas où il est prévu par le producteur et établi au niveau de l'Union, l'indice de réparabilité du bien et à défaut, de fournir les informations sur la disponibilité, le coût estimé et la procédure de commande des pièces de rechange qui sont nécessaires pour maintenir la conformité du bien, mais également la disponibilité d'instructions de réparation et d'entretien, et les restrictions en matière de réparation¹²⁰.

Ad Article 8. Modification de l'article L. 222-4

Information supplémentaire relative à la garantie commerciale de durabilité dans les contrats à distance – L'article 8 du projet transpose l'article 8, paragraphe 2, alinéa 1^{er} de la directive « droits des consommateurs » tel que modifié par la directive ECGT. Il convient de relever que la rédaction de l'article 8, paragraphe 2, alinéa 1^{er} tel que modifié par la directive ECGT comporte des légères variations de forme par rapport à la version antérieure. En l'absence de modification substantielle, la version antérieure de l'article tel qu'il a été transposé dans le Code de la consommation est maintenue. Il est uniquement procédé à l'ajout de la référence supplémentaire à la lettre l bis) qui correspond à la référence à la lettre « k), deuxième tiret » au sein du paragraphe 2 de l'article L. 222-4.

L'article 8, paragraphe 2, alinéa 1^{er} porte sur les obligations formelles que doit remplir le professionnel pour les contrats à distance. En particulier, lorsqu'un contrat à distance devant être conclu par voie électronique oblige le consommateur à payer, le professionnel devra informer le consommateur d'une manière claire et apparente, et directement avant que le consommateur ne passe sa commande, d'un certain nombre d'informations¹²¹. Il y est ajouté l'information relative à la garantie commerciale de durabilité telle que prescrite par la lettre l bis) de l'article 6 paragraphe 1 de la directive « droits des consommateurs » (au moyen du label harmonisé vis à l'article 22 bis). Le considérant 38 explique ainsi que, dès lors qu'il est présent, et ce juste avant que le consommateur ne passe sa commande, le professionnel devrait l'informer du label harmonisé afin de s'assurer qu'il tienne compte de cette information.

¹¹⁹ Il conviendra de se reporter aux commentaires de l'article 2 du projet de loi, point 3°.

¹²⁰ *Idem*.

¹²¹ Il s'agit des principales caractéristiques du bien ou du service, dans la mesure appropriée au support de communication utilisé et au bien ou service concerné, du prix total des biens ou services toutes taxes comprises [...] (voir le point e) de l'article 6, paragraphe 1 de la directive 2011/83/UE), de la durée du contrat, s'il y a lieu, ou, s'il s'agit d'un contrat à durée indéterminée ou à reconduction automatique, des conditions de résiliation du contrat et de la durée minimale des obligations du consommateur au titre du contrat, s'il y a lieu.



Ad Article 9. Modification de l'article L. 222-6

Modification des dispositions relatives aux informations précontractuelles concernant les contrats hors établissement – L'article 9 du présent projet transpose l'article 6, paragraphe 1 de la directive « droits des consommateurs » telle que modifiée par la directive objet de la présente transposition. L'article 6 de la directive « droits des consommateurs » porte sur les obligations d'information précontractuelles en ce qui concerne les contrats à distance et les contrats hors établissement. Cet article a été transposé dans le Code de la consommation à l'article L. 221-2 pour ce qui est des informations précontractuelles communes aux deux catégories de contrats et à l'article L. 222-3 pour ce qui est des contrats à distance et à l'article L. 222-6 pour ce qui est des contrats hors établissement. Les modifications opérées par la directive ECGT dans l'article 6 sont quasiment identiques à celles réalisées dans l'article 5 de la directive « droits des consommateurs ». Les commentaires ci-après feront donc renvoi aux commentaires formulés à l'égard de l'article L. 113-1 transposant l'article 5 (article 2 du projet de loi)¹²².

Point 1° : Modification de la lettre g)

Les options de livraison respectueuses de l'environnement – Les modifications apportées par la directive ECGT à la lettre g) de l'article 6, paragraphe 1 de la directive 2011/83/UE figurent à la lettre g) de l'article L. 222-6. Lorsqu'une telle option est proposée, le professionnel devra informer le consommateur des options de livraison respectueuses de l'environnement. De telles options peuvent ainsi être « la livraison par vélo-cargo ou véhicule électrique, ou de la possibilité de procéder à un envoi groupé »¹²³. Le contenu résiduel de la lettre g) de l'article 6 paragraphe 1, relatif aux informations sur les modalités de paiement, de livraison ou d'exécution, se trouve à l'article L. 221-2, paragraphe 1, lettre d) du Chapitre 1 dédié aux dispositions communes aux contrats particuliers traités par le Titre 2 du Livre 2.

Point 2° : Modification de la lettre l)

L'information précontractuelle en matière de garanties – La lettre l) de l'article L. 222-6 est entièrement réformée et réorganisée en 3 tirets pour transposer les lettres l), l bis) et l ter) de l'article 6, paragraphe 1 de la directive « droits des consommateurs ». Les deux premiers tirets réforment l'information précontractuelle concernant la garantie légale de conformité et la garantie commerciale de durabilité. Le troisième tiret contient les mêmes informations que le régime antérieur, à savoir un rappel de l'existence de la garantie légale de conformité pour les contenus numériques et les services numériques. À noter que l'information relative à l'existence d'une assistance, d'un service après-vente et de garanties commerciales lorsque ces services ou contrats existent figurent toujours à la lettre m). Les deux premiers tirets, à l'image de l'article L. 113-1, paragraphe 1, lettre e) (et de l'article L. 222-3, paragraphe 1, lettre k)¹²⁴), instaurent, d'une part, la notice harmonisée visée à l'article 22 bis¹²⁵ pour informer le consommateur de l'existence de la garantie légale de conformité et d'autre part, le label

¹²² Il est fait application du même raisonnement que pour l'article 7 du projet (transposant l'article 6 de la directive 2011/83/UE pour ce qui est des contrats à distance).

¹²³ Considérant 37.

¹²⁴ Voir les commentaires formulés à l'article 7 du projet de loi.

¹²⁵ L'acte d'exécution visé à l'article 22 bis, paragraphe 2 nouveau de la directive 2011/83/UE est le règlement d'exécution (UE) 2025/1960 de la Commission du 25 septembre 2025 sur la maquette et le contenu de la notice harmonisée sur la garantie légale de conformité et du label harmonisé pour la garantie commerciale de durabilité.



harmonisé de l'article 22 bis pour informer le consommateur de la garantie commerciale de durabilité¹²⁶.

Point 4° : ajout des lettres v), w) et x)

L'information relative aux mises à jour logicielles – La lettre v) nouvelle transpose l'article 2, point 14 sexies) et l'article 6, paragraphe 1, lettre l quater) de la directive « droits des consommateurs » introduits par la directive ECGT. À l'instar de l'ajout de la lettre i) dans l'article L. 113-1, paragraphe 1 (et de la lettre u) de l'article L. 222-3), cette lettre v) instaure des dispositions nouvelles en matière d'informations précontractuelles concernant les mises à jour des biens comportant des éléments numériques, des contenus numériques et des services numériques¹²⁷.

L'information relative à la réparabilité des biens – Les lettres w) et x) nouvelles transposent les lettres u) et v) de l'article de l'article 6, paragraphe 1. À l'instar de l'ajout des lettres j) et k) de l'article L. 113-1, paragraphe 1, (et de l'ajout des lettres v) et w) de l'article L. 222-3) ces lettres instaurent l'obligation du professionnel de fournir, dans le cas où il est donné par le producteur et établi au niveau de l'Union, l'indice de réparabilité du bien et à défaut, de fournir les informations sur la disponibilité, le coût estimé et la procédure de commande des pièces de rechange qui sont nécessaires pour maintenir la conformité du bien, mais également la disponibilité d'instructions de réparation et d'entretien, et les restrictions en matière de réparation¹²⁸.

Ad Article 10. Date d'entrée en vigueur de la loi

L'article 10, comme le prescrit l'article 4, paragraphe 1, alinéa 1^{er} de la directive objet de la transposition, indique que les dispositions de la loi entreront en vigueur le 27 septembre 2026.

¹²⁶ Il conviendra de se reporter aux commentaires de l'article 2 du projet de loi, point 1°.

¹²⁷ Il conviendra de se reporter aux commentaires de l'article 2 du projet de loi, point 3°.

¹²⁸ *Idem*.



Texte coordonné

Code de la consommation

DISPOSITIONS PRÉLIMINAIRES - DÉFINITIONS DE PORTÉE GÉNÉRALE

Art. L. 010-1.

Pour l'application du présent Code, il faut entendre par :

- 1) «Consommateur»: toute personne physique qui agit à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale ;
- 2) «Professionnel»: toute personne physique ou morale, qu'elle soit publique ou privée, qui agit, y compris par l'intermédiaire d'une autre personne agissant en son nom ou pour son compte, à des fins qui entrent dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale ;
- 3) «Support durable»: tout instrument qui permet au consommateur ou au professionnel de stocker des informations qui lui sont adressées personnellement d'une manière permettant de s'y reporter ultérieurement pendant un laps de temps adapté aux fins auxquelles les informations sont destinées et qui permet la reproduction à l'identique des informations stockées ;
- 4) «Enchère publique»: une méthode de vente selon laquelle le professionnel propose aux consommateurs des biens ou services au moyen d'une procédure de mise en concurrence transparente dirigée par un notaire ou un huissier de justice, à laquelle les consommateurs assistent ou peuvent assister en personne, et au terme de laquelle l'adjudicataire est tenu d'acquérir ledit bien ou service ;
- 5) «Contenu numérique»: des données produites et fournies sous forme numérique ;
- 6) « producteur » : le fabricant d'un bien, l'importateur d'un bien dans l'Union européenne ou toute personne qui se présente comme producteur en apposant sur le bien son nom, sa marque ou un autre signe distinctif ;
- 7) « bien comportant des éléments numériques » : tout objet mobilier corporel qui intègre un contenu numérique ou un service numérique ou est interconnecté avec un tel contenu ou un tel service d'une manière telle que l'absence de ce contenu numérique ou de ce service numérique empêcherait ce bien de remplir ses fonctions ;
- 8) « service numérique » :
 - a) un service permettant au consommateur de créer, de traiter ou de stocker des données sous forme numérique, ou d'y accéder ; ou
 - b) un service permettant le partage de données sous forme numérique qui sont téléversées ou créées par le consommateur ou d'autres utilisateurs de ce service, ou permettant toute autre interaction avec ces données ;
- 9) « environnement numérique » : tout matériel informatique, logiciel et connexion réseau utilisés par le consommateur pour accéder à un contenu numérique ou à un service numérique ou en faire usage ;
- 10) « compatibilité » : la capacité d'un bien, contenu numérique ou service numérique à fonctionner avec du matériel informatique ou des logiciels avec lesquels des biens, contenus numériques ou services numériques de même type sont normalement utilisés, sans qu'il soit nécessaire de convertir le cas échéant, le bien, le matériel ou les logiciels, ou le contenu numérique ou le service numérique ;
- 11) « fonctionnalité » : la capacité d'un bien, contenu numérique ou service numérique à remplir leurs fonctions eu égard à leur finalité ;



12) « interopérabilité » : la capacité d'un bien, contenu numérique ou service numérique à fonctionner avec le cas échéant du matériel informatique ou des logiciels différents de ceux avec lesquels des biens, contenu ou service numérique de même type sont normalement utilisés ;

13) « durabilité » : la capacité des biens à maintenir les fonctions et performances requises dans le cadre d'un usage normal ;

14) « données à caractère personnel » : les données à caractère personnel au sens de l'article 4, point 1), du règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, et abrogeant la directive 95/46/CE (règlement général sur la protection des données).;

15) « Place de marché en ligne » : un service utilisant un logiciel, y compris un site internet, une partie de site internet ou une application, exploité par le professionnel ou pour son compte qui permet aux consommateurs de conclure des contrats à distance avec d'autres professionnels ou consommateurs ;

16) « Fournisseur de place de marché en ligne » : tout professionnel qui fournit une place de marché en ligne aux consommateurs. »;.

17) « Garantie commerciale » : tout engagement du vendeur ou du producteur (le garant) à l'égard du consommateur, en plus des obligations légales du vendeur tenant à la garantie de conformité des biens meubles corporels des articles L. 212-1 à L. 212-11 du code, en vue :

a) du remboursement du prix d'achat ;

b) du remplacement ou de la réparation du bien ; ou

c) de la prestation de tout autre service en relation avec le bien si ce dernier ne répond pas aux spécifications ou à d'autres exigences éventuelles non liées à la conformité énoncées dans la déclaration de garantie ou dans la publicité correspondante faite au moment de la conclusion du contrat ou avant celle-ci ;

18) « Garantie commerciale de durabilité » : la garantie commerciale de durabilité du producteur visée à l'article L. 212-31 du code, en vertu de laquelle le producteur est directement responsable vis-à-vis du consommateur pendant toute la durée de la garantie commerciale de durabilité en ce qui concerne la réparation ou le remplacement du bien, conformément à l'article L. 212-7 du code, dès lors que la durabilité de celui-ci est altérée ;

19) « indice de réparabilité » : une note exprimant la capacité d'un bien à être réparé, fondée sur des exigences harmonisées établies au niveau de l'Union.

LIVRE 1 - Information des consommateurs et pratiques commerciales déloyales

TITRE 1 - Information des consommateurs

Chapitre 1. - Obligations générales d'information

Art. L. 111-1.

(1) Avant la conclusion de tout contrat, le professionnel doit mettre, de façon claire et compréhensible, le consommateur en mesure de connaître les caractéristiques essentielles des biens ou services, y compris des contenus numériques et des services numériques, qu'il propose.



(2) Toute description des caractéristiques et qualités d'un bien ou service faite dans des documents et moyens de publicité, de même que toute déclaration de garantie commerciale y relative effectuée au moment de la publicité ou communiquée au consommateur, sont réputées faire partie intégrante du contrat relatif à ce bien ou à ce service, 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.

Lorsque le bien ou le service n'est pas conforme à cette description ou à cette déclaration, le consommateur peut demander la résolution du contrat.

Chapitre 2 - Indication des prix

[...]

Chapitre 3 - Information des consommateurs concernant les contrats autres que les contrats à distance ou hors établissement

Art. L. 113-1.

(1) Avant que le consommateur ne soit lié par un contrat autre qu'un contrat à distance ou hors établissement, ou par une offre du même type, le professionnel, qu'il soit public ou privé, doit fournir, de façon claire et compréhensible, au consommateur les informations suivantes, pour autant qu'elles ne ressortent pas du contexte :

- a) les caractéristiques essentielles des biens ou services qu'il propose, dans la mesure appropriée au support de communication utilisé et au bien ou service concerné;
- b) l'identité du professionnel, par exemple sa raison sociale, l'adresse géographique de son établissement et son numéro de téléphone ;
- c) le prix total du bien ou du service toutes taxes comprises ou, lorsque le prix ne peut raisonnablement être calculé à l'avance du fait de la nature du bien ou du service, le mode de calcul du prix et, s'il y a lieu; tous les frais supplémentaires de transport, de livraison ou d'affranchissement ou, lorsque ces frais ne peuvent être raisonnablement être calculés à l'avance, la mention que ces frais peuvent être exigibles ;
- d) le cas échéant, les modalités de paiement, de livraison et d'exécution, la date à laquelle le professionnel s'engage à livrer les biens ou à exécuter le service et les modalités prévues par le professionnel pour le traitement des réclamations ;
- e) ~~outre le rappel de l'existence d'une garantie légale de conformité pour les biens, les contenus numériques et les services numériques, l'existence d'un service après vente et de garanties commerciales telles que définies à l'article L. 212-30 du présent Code, le cas échéant, ainsi que les conditions y afférentes ;~~
- e) en ce qui concerne les garanties :
 - un rappel de l'existence de la garantie légale de conformité pour les biens ainsi que de ses principaux éléments, dont sa durée, de manière bien visible, au moyen de la notice harmonisée visée par le règlement d'exécution (UE) 2025/1960 de la Commission du 25 septembre 2025 sur la maquette et le contenu de la notice harmonisée sur la garantie légale de conformité et du label harmonisé pour la garantie commerciale de durabilité ;



- lorsque le producteur offre au consommateur une garantie commerciale de durabilité sans frais supplémentaires, s'appliquant à l'ensemble du bien et d'une durée de plus de deux ans, et met cette information à disposition du professionnel, une information indiquant que ledit bien bénéficie d'une telle garantie, et sa durée ainsi qu'un rappel de l'existence de la garantie légale de conformité, de manière bien visible au moyen du label harmonisé visé par le règlement d'exécution précité ;

- un rappel de l'existence de la garantie légale de conformité pour les contenus numériques et les services numériques ;

- le cas échéant, l'existence d'un service après-vente et de garanties commerciales, ainsi que les conditions y afférentes ;

f) la durée du contrat, s'il y a lieu, ou, s'il s'agit d'un contrat à durée indéterminée ou à reconduction automatique, les conditions de résiliation du contrat;

g) s'il y a lieu, la fonctionnalité des biens comportant des éléments numériques, des contenus numériques et des services numériques, y compris les mesures de protection technique applicables;

h) s'il y a lieu, toute compatibilité et interopérabilité pertinentes des biens comportant des éléments numériques, des contenus numériques et des services numériques dont le professionnel a ou devrait raisonnablement avoir connaissance.;

i) pour les biens comportant des éléments numériques, pour des contenus numériques et pour des services numériques, lorsque le producteur ou le fournisseur met les informations à disposition du professionnel, la durée minimale, exprimée par référence à une durée ou à une date, pendant laquelle le producteur ou le fournisseur fournit les mises à jour logicielles gratuites, y compris les mises à jour de sécurité, qui sont nécessaires pour maintenir la conformité desdits biens, contenus numériques et services numériques conformément aux dispositions des articles L. 212-1 à L. 212-29 du code ;

j) le cas échéant, l'indice de réparabilité des biens ;

k) lorsque le point j) n'est pas applicable et à condition que le producteur mette les informations à disposition du professionnel, des informations sur la disponibilité, le coût estimé et la procédure de commande des pièces de rechange nécessaires pour maintenir la conformité des biens, sur la disponibilité d'instructions de réparation et d'entretien ainsi que sur les restrictions en matière de réparation.

(2) Le paragraphe (1) s'applique également aux contrats portant sur la fourniture d'eau, de gaz, d'électricité ou de chauffage urbain, y compris par des fournisseurs publics, dans la mesure où ces biens sont fournis sur une base contractuelle.

Le paragraphe (1) s'applique également lorsque le professionnel fournit ou s'engage à fournir au consommateur un contenu numérique non fourni sur un support matériel ou un service numérique et que le consommateur fournit ou s'engage à fournir des données à caractère personnel au professionnel, sauf lorsque les données à caractère personnel fournies par le consommateur sont exclusivement traitées par le professionnel pour fournir le contenu numérique non fourni sur un support matériel ou le service numérique, ou de lui permettre de remplir les obligations légales qui lui incombent, pour autant qu'il ne traite pas ces données à une autre fin.

(3) Le paragraphe (1) ne s'applique pas aux contrats:

a) portant sur les services sociaux, y compris le logement social, l'aide à l'enfance et l'aide aux familles et aux personnes se trouvant de manière permanente ou temporaire dans une situation de besoin, y compris les soins de longue durée ;

b) portant sur des services de santé fournis par des professionnels de la santé aux patients pour évaluer, maintenir ou rétablir leur état de santé, y compris la prescription, la délivrance et la fourniture



de médicaments et de dispositifs médicaux, que ces services soient ou non assurés dans le cadre d'établissements de soins ;

c) portant sur les jeux d'argent, qui impliquent des mises ayant une valeur monétaire dans les jeux de hasard, y compris les loteries, les jeux de casino et les transactions portant sur des paris;

d) portant sur les services financiers tels que définis à l'article 222-1 ;

e) portant sur la création, l'acquisition ou le transfert de biens immobiliers ou de droits sur des biens immobiliers ;

f) portant sur la construction d'immeubles neufs, la transformation importante d'immeubles existants ou la location d'un logement à des fins résidentielles ;

g) qui relèvent du champ d'application du titre 2, livre 2, chapitre 5 concernant les voyages à forfait;

h) qui relèvent du champ d'application du titre 2, livre 2, chapitre 3 concernant les contrats d'utilisation de biens à temps partagé, contrats de produits de vacances à long terme et contrats de revente et d'échange ;

i) dont la loi exige qu'ils soient conclus par acte authentique devant un notaire, sans préjudice d'obligations d'information auxquelles sont soumis les notaires en conformité avec les règles spécifiques les régissant ;

j) portant sur la fourniture de denrées alimentaires, de boissons ou d'autres biens ménagers de consommation courante, qui sont livrés physiquement par un professionnel lors de tournées fréquentes et régulières au domicile, au lieu de résidence ou de travail du consommateur ;

k) portant sur les services de transport de passagers ;

l) conclus au moyen de distributeurs automatiques ou de sites commerciaux automatisés ;

m) conclus avec des opérateurs de télécommunications au moyen de téléphones publics payants aux fins de l'utilisation de ces derniers ou conclus aux fins de l'utilisation d'une connexion unique par téléphone, par internet ou par télécopie établie par le consommateur ;

n) portant sur des transactions intéressant la vie quotidienne et qui sont exécutés dès leur conclusion ;

o) portant sur des biens vendus sur saisie ou de quelque autre manière par autorité de justice.

(4)

a) Si le droit applicable au contrat est le droit d'un Etat membre, le consommateur ne peut renoncer aux droits qui lui sont conférés par le présent article.

b) Toute clause contraire au paragraphe qui précède est réputée nulle et non écrite.

(5) Le présent article s'applique sans préjudice d'exigences en matière d'information prévues par d'autres dispositions légales pouvant exister dans des secteurs spécifiques.

(6) Le non-respect d'une ou plusieurs obligations d'informations essentielles peut entraîner la nullité du contrat. Cette nullité ne peut toutefois être invoquée que par le consommateur.

(7) Les infractions au paragraphe (1) sont punies d'une amende de 251 à 15.000 euros.

L'imposition de la sanction prévue à l'alinéa 1er prend en considération les critères non exhaustifs et indicatifs suivants, le cas échéant :

a) la nature, la gravité, l'ampleur et la durée de l'infraction ;

b) toute mesure prise par le professionnel pour atténuer ou réparer les dommages subis par les consommateurs ;

c) les éventuelles infractions antérieures commises par le professionnel ;

d) les avantages financiers obtenus ou les pertes évitées par le professionnel du fait de l'infraction, si les données concernées sont disponibles ;



- e) les sanctions infligées au professionnel pour la même infraction dans d'autres États membres dans les affaires transfrontalières pour lesquelles les informations relatives à ces sanctions sont disponibles grâce au mécanisme établi par le règlement (UE) 2017/2394 précité ;
- f) toute autre circonstance aggravante ou atténuante applicable au cas concerné.

(8) Si le ministre ayant la Protection des consommateurs dans ses attributions prend connaissance du non-respect par un professionnel des dispositions du paragraphe (1), il peut inviter le professionnel à fournir des explications endéans un délai qui ne saurait être inférieur à quinze jours calendriers.

Au terme de ce délai, si le professionnel n'a fourni aucune explication ou si, à la suite des explications fournies, le ministre ayant la Protection des consommateurs dans ses attributions conclut que le professionnel enfreint les dispositions du présent chapitre, il peut notifier par lettre recommandée au professionnel le constat de cette violation et exiger la mise en conformité dans un délai raisonnable avec les dispositions applicables.

Si une violation constatée et notifiée persiste ou si la même violation survient à nouveau, et que l'acte ou l'omission du professionnel porte ou est susceptible de porter atteinte aux intérêts collectifs des consommateurs au sens de l'article L. 311-1, le ministre ayant la Protection des consommateurs dans ses attributions peut engager une action en cessation ou en interdiction telle qu'elle résulte des articles L. 320-1 et suivants.

Les alinéas 1er à 3 sont sans préjudice de l'action en cessation ou en interdiction des articles L. 320-1 et suivants.

(9) Par dérogation au paragraphe (7), alinéa 1er, lorsque des sanctions doivent être imposées conformément à l'article 21 du règlement (UE) 2017/2394 précité, le montant maximal de l'amende encourue par le professionnel correspond à 4 pour cent du chiffre d'affaires annuel du professionnel dans l'État membre ou les États membres concernés.

Dans les cas où une amende doit être imposée conformément à l'alinéa 1er, mais où les informations relatives au chiffre d'affaires annuel du professionnel ne sont pas disponibles, le montant maximal de l'amende est de 2.000.000 euros.

Titre 2 - Pratiques commerciales déloyales

Chapitre 1 - Dispositions générales

Art. L. 121-1.

(1) Le présent titre s'applique aux pratiques commerciales déloyales des professionnels vis-à-vis des consommateurs portant atteinte à leurs intérêts économiques et ce avant, pendant et après l'offre en vente et la vente de produits.

(2) Le présent titre s'applique sans préjudice :

- 1) du droit des contrats, en particulier des règles relatives à la validité, à la formation ou aux effets des contrats ;
- 2) des dispositions communautaires ou nationales relatives à la santé et à la sécurité des produits ;



- 3) des dispositions législatives, réglementaires et administratives en matière de certification et d'indication du titre des ouvrages en métal précieux ;
- 4) des conditions d'établissement ou des régimes d'autorisation ou des codes de déontologie ou de toute autre disposition spécifique régissant les professions réglementées ;
- 5) de la loi modifiée du 30 juillet 2002 réglementant certaines pratiques commerciales, sanctionnant la concurrence déloyale et transposant la directive 1997/55/CE du Parlement européen et du Conseil modifiant la directive 1984/450/CEE sur la publicité trompeuse afin d'y inclure la publicité comparative.

Art. L. 121-2.

Pour l'application du présent titre, il faut entendre par :

- 1) «produit»: tout bien ou tout service, y compris les biens immeubles, les services numériques et les contenus numériques, ainsi que les droits et les obligations ;
- 2) «pratiques commerciales des entreprises vis-à-vis des consommateurs» (ci-après également dénommées «pratiques commerciales»): 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 ;
- 3) «altération substantielle du comportement économique des consommateurs»: l'utilisation d'une pratique commerciale compromettant sensiblement l'aptitude du consommateur à prendre une décision en connaissance de cause et l'amenant par conséquent à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement ;
- 4) «code de conduite»: un accord ou un ensemble de règles qui ne sont pas imposées par les dispositions législatives, réglementaires ou administratives et qui définissent le comportement des professionnels qui s'engagent à être liés par lui en ce qui concerne une ou plusieurs pratiques commerciales ou un ou plusieurs secteurs d'activité ;
- 5) «responsable de code»: toute entité, y compris un professionnel ou groupe de professionnels, responsable de l'élaboration et de la révision d'un code de conduite et/ou de la surveillance du respect de ce code par ceux qui se sont engagés à être liés par lui ;
- 6) «diligence professionnelle»: le niveau de compétence spécialisée et de soins dont le professionnel est raisonnablement censé faire preuve vis-à-vis du consommateur, conformément aux usages honnêtes en matière commerciale, industrielle, artisanale ou libérale dans son domaine d'activité ;
- 7) «invitation à l'achat»: une communication commerciale indiquant les caractéristiques du produit et son prix de façon appropriée en fonction des moyens utilisés pour cette communication commerciale et permettant ainsi au consommateur de faire un achat ;
- 8) «influence injustifiée»: l'utilisation d'une position de force vis-à-vis du consommateur de manière à faire pression sur celui-ci, même sans avoir recours à la force physique ou menacer de le faire, de telle manière que son aptitude à prendre une décision en connaissance de cause soit limitée de manière significative ;
- 9) «décision commerciale»: toute décision prise par un consommateur concernant l'opportunité, les modalités et les conditions relatives au fait d'acheter, de faire un paiement intégral ou partiel pour un produit, de conserver ou de se défaire d'un produit ou d'exercer un droit contractuel en rapport avec le produit; une telle décision peut amener le consommateur, soit à agir, soit à s'abstenir d'agir ;
- 10) «profession réglementée»: une activité ou un ensemble d'activités professionnelles dont l'accès, l'exercice ou une des modalités d'exercice est subordonné directement ou indirectement à des dispositions législatives, réglementaires ou administratives relatives à la possession de qualifications professionnelles déterminées ;



11) « classement » : la priorité relative accordée aux produits, tels qu'ils sont présentés, organisés ou communiqués par le professionnel, quelle que soit la technologie utilisée pour une telle présentation, organisation ou communication ;

12) « bien »: tout objet mobilier corporel y compris les biens comportant des éléments numériques ; l'eau, le gaz et l'électricité doivent être considérés comme des biens au sens du présent titre lorsqu'ils sont conditionnés dans un volume délimité ou en quantité déterminée ;

13) « allégation environnementale » : tout message ou toute déclaration non obligatoire en vertu du droit de l'Union ou du droit national, sous quelque forme que ce soit, notamment du texte, une image, une représentation graphique ou un symbole tels qu'un label, une marque, une dénomination sociale ou une dénomination de produit, dans le cadre d'une communication commerciale, et qui affirme ou suggère qu'un produit, une catégorie de produits, une marque ou un professionnel a une incidence positive ou nulle sur l'environnement, est moins préjudiciable pour l'environnement que d'autres produits, catégories de produits, marques ou professionnels, ou a amélioré son incidence environnementale au fil du temps ;

14) « allégation environnementale générique » : toute allégation environnementale formulée sous forme écrite ou orale, y compris dans les médias audiovisuels, qui ne fait pas partie d'un label de développement durable, et lorsque la spécification de l'allégation n'est pas fournie en des termes clairs et bien visibles sur le même support ;

15) « label de développement durable » : tout label de confiance volontaire, label de qualité ou équivalent, public ou privé, qui vise à distinguer et à promouvoir un produit, un procédé ou une entreprise pour ses caractéristiques environnementales ou sociales, ou les deux, et qui exclut tout label obligatoire requis en vertu du droit de l'Union ou du droit national ;

16) « système de certification » : un système de vérification par un tiers qui certifie qu'un produit, un processus ou une entreprise satisfait à certaines exigences, qui permet l'utilisation d'un label de développement durable correspondant et dont les dispositions, notamment les exigences qu'il définit, sont accessibles au public et répondent aux critères suivants :

i) le système est ouvert, à des conditions transparentes, équitables et non discriminatoires, à tous les professionnels désireux et en mesure de se conformer aux exigences du système ;

ii) les exigences définies par le système sont élaborées par le propriétaire de ce dernier en consultation avec les experts et les parties prenantes concernées ;

iii) le système établit des procédures pour traiter les cas de non-conformité à ses exigences et prévoit le retrait ou la suspension de l'utilisation du label de développement durable par le professionnel en cas de non-respect des exigences définies par le système ; et

iv) le contrôle du respect par le professionnel des exigences du système fait l'objet d'une procédure objective et est effectué par un tiers dont la compétence et l'indépendance par rapport au propriétaire du système comme au professionnel sont fondées sur des normes et procédures internationales, de l'Union ou nationales ;

17) « performance environnementale excellente reconnue » : performance environnementale conforme au règlement (CE) n° 66/2010 du Parlement européen et du Conseil du 25 novembre 2009 établissant le label écologique de l'UE ou aux systèmes nationaux ou régionaux EN ISO 14024 de label écologique de type I officiellement reconnus dans les États membres, ou aux meilleures performances environnementales en vertu d'autres dispositions applicables du droit de l'Union ;

18) « mise à jour logicielle » : une mise à jour qui est nécessaire pour maintenir la conformité des biens comportant des éléments numériques, du contenu numérique et des services numériques conformément aux articles L. 212-1 à L. 212-29 du code, y compris une mise à jour de sécurité, ou une mise à jour des fonctionnalités ;



19) « consommable » : tout composant d'un bien qui est utilisé de manière récurrente et qui doit être remplacé ou dont il est nécessaire de se réapprovisionner pour que le bien fonctionne comme prévu.

Chapitre 2 - Pratiques commerciales déloyales

Art. L. 122-1.

(1) Les pratiques commerciales déloyales sont interdites.

(2) Une pratique commerciale est 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.

(3) Les pratiques commerciales qui sont susceptibles d'altérer de manière substantielle le comportement économique d'un groupe clairement identifiable de consommateurs parce que ceux-ci sont particulièrement vulnérables à la pratique utilisée ou au produit qu'elle concerne en raison d'une infirmité mentale ou physique, de leur âge ou de leur crédulité, alors que l'on pourrait raisonnablement attendre du professionnel qu'il prévoit cette conséquence, sont évaluées du point de vue du membre moyen de ce groupe. Cette disposition est sans préjudice de la pratique publicitaire courante et légitime consistant à formuler des déclarations exagérées ou des déclarations qui ne sont pas destinées à être comprises au sens littéral.

(4) En particulier, sont déloyales les pratiques commerciales qui sont trompeuses, au sens de la section 1, ou agressives, au sens de la section 2.

Section 1 - Pratiques commerciales trompeuses

Sous-section 1 - Actions trompeuses

Art. L. 122-2.

(1) Une pratique commerciale est réputée trompeuse :

- 1) si elle contient des informations fausses ;
ou
- 2) si, d'une manière quelconque, y compris par sa présentation générale, elle induit ou est susceptible d'induire en erreur le consommateur moyen, même si les informations présentées sont factuellement



correctes, en ce qui concerne un ou plusieurs des éléments ci-après et que, dans un cas comme dans l'autre, elle l'amène ou est susceptible de l'amener à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement. Ces éléments concernent :

- a) l'existence ou la nature du produit ;
- b) les caractéristiques principales du produit, telles que sa disponibilité, ses avantages, les risques qu'il présente, son exécution, sa composition, ses caractéristiques environnementale ou sociale, ses accessoires, les aspects liés à la circularité, tels que sa durabilité, sa réparabilité ou sa recyclabilité, le service après-vente et le traitement des réclamations, le mode et la date de fabrication ou de prestation, sa livraison, son aptitude à l'usage, son utilisation, sa quantité, ses spécifications, son origine géographique ou commerciale ou les résultats qui peuvent être attendus de son utilisation ou les résultats et les caractéristiques essentielles des tests ou contrôles effectués sur le produit ;
- c) l'étendue des engagements du professionnel, la motivation de la pratique commerciale et la nature du processus de vente, ainsi que toute affirmation ou tout symbole faisant croire que le professionnel ou le produit bénéficie d'un parrainage ou d'un appui direct ou indirect ;
- d) le prix ou le mode de calcul du prix, ou l'existence d'un avantage spécifique quant au prix ;
- e) la nécessité d'un service, d'une pièce détachée, d'un remplacement ou d'une réparation ;
- f) la nature, les qualités et les droits du professionnel ou de son représentant, tels que son identité et son patrimoine, ses qualifications, son statut, son agrément, son affiliation ou ses liens ou ses droits de propriété industrielle, commerciale ou intellectuelle ou les récompenses et distinctions qu'il a reçues ;
- g) les droits du consommateur, en particulier le droit de remplacement ou de remboursement selon l'article L. 212-5 du Code de la consommation en matière de garantie légale, ou les risques qu'il peut encourir.

(2) Est également réputée trompeuse une pratique commerciale si, dans son contexte factuel, compte tenu de toutes ses caractéristiques et des circonstances, elle amène ou est susceptible d'amener le consommateur moyen à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement, et qu'elle implique:

- a) toute activité de marketing concernant un produit, y compris la publicité comparative, créant une confusion avec un autre produit, marque, nom commercial ou autre signe distinctif d'un concurrent ;
- b) le non-respect par le professionnel d'engagements contenus dans un code de conduite par lequel il s'est engagé à être lié, dès lors que ces engagements sont fermes et vérifiables, et qu'il indique qu'il est lié par le code.
- c) toute activité de commercialisation présentant un bien, dans un État membre, comme identique à un bien commercialisé dans d'autres États membres, alors que ce bien a une composition ou des caractéristiques sensiblement différentes, à moins que cela ne soit justifié par des facteurs légitimes et objectifs.
- d) une allégation environnementale relative aux performances environnementales futures sans engagements clairs, objectifs, accessibles au public et vérifiables inscrits dans un plan de mise en œuvre détaillé et réaliste qui inclut des objectifs mesurables et assortis d'échéances ainsi que d'autres éléments pertinents requis à l'appui de sa réalisation, tels que l'affectation de ressources, et qui est régulièrement vérifié par un tiers expert indépendant, dont les conclusions sont mises à la disposition des consommateurs.**
- e) la publicité d'avantages pour les consommateurs qui ne sont pas pertinents et ne résultent d'aucune caractéristique du produit ou de l'entreprise.**



Sous-section 2 - Omissions trompeuses

Art. L. 122-3.

(1) Une pratique commerciale est considérée comme une omission trompeuse si, dans son contexte factuel, compte tenu de toutes ses caractéristiques et des circonstances ainsi que des limites propres au moyen de communication utilisé, elle omet une information substantielle dont le consommateur moyen a besoin, compte tenu du contexte, pour prendre une décision commerciale en connaissance de cause et, par conséquent, l'amène ou est susceptible de l'amener à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement.

(2) Est également considérée comme une omission trompeuse, une pratique commerciale par laquelle un professionnel, compte tenu des aspects mentionnés au (1), dissimule une information substantielle visée audit paragraphe ou la fournit de façon peu claire, inintelligible, ambiguë ou à contretemps ou lorsqu'il n'indique pas sa véritable intention commerciale dès lors que celle-ci ne ressort pas déjà du contexte et lorsque, dans l'un ou l'autre cas, le consommateur moyen est ainsi amené ou est susceptible d'être amené à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement.

(3) En vue de déterminer si des informations ont été omises lorsque le moyen de communication utilisé aux fins de la pratique commerciale impose des limites d'espace ou de temps, il doit être tenu compte de ces limites ainsi que de toute mesure prise par le professionnel pour mettre les informations à la disposition du consommateur par d'autres moyens.

(4) Lors d'une invitation à l'achat, sont considérées comme substantielles, dès lors qu'elles ne ressortent pas déjà du contexte, les informations suivantes :

- a) les caractéristiques principales du produit, dans la mesure appropriée eu égard au moyen de communication utilisé et au produit concerné ;
- b) l'adresse géographique et l'identité du professionnel, par exemple sa raison sociale et, le cas échéant, l'adresse géographique et l'identité du professionnel pour le compte duquel il agit ;
- c) le prix toutes taxes comprises, ou, lorsque la nature du produit signifie que le prix ne peut raisonnablement être calculé à l'avance, la manière dont le prix est calculé, ainsi que, le cas échéant, tous les coûts supplémentaires de transport, de livraison et postaux, ou, lorsque ces coûts ne peuvent raisonnablement être calculés à l'avance, la mention que ces coûts peuvent être à la charge du consommateur ;
- d) les modalités de paiement, de livraison et d'exécution si elles diffèrent des conditions de la diligence professionnelle ;
- e) le cas échéant, l'existence d'un droit de rétractation.
- f) pour les produits offerts sur les places de marché en ligne, si le tiers proposant les produits est un professionnel ou non, sur la base de la déclaration de ce tiers au fournisseur de la place de marché en ligne.

(5) Sont également réputées substantielles les informations à arrêter par règlement grand-ducal qui sont relatives aux communications commerciales, y compris la publicité ou le marketing.

(6) Lorsque la possibilité est donnée aux consommateurs de rechercher des produits offerts par différents professionnels ou par des consommateurs à partir d'une requête consistant en un mot clé,



une phrase ou la saisie d'autres données, indépendamment de l'endroit où ces transactions sont finalement conclues, les informations générales mises à disposition dans une section spécifique de l'interface en ligne, qui est directement et aisément accessible à partir de la page sur laquelle les résultats de la requête sont présentés, concernant les principaux paramètres qui déterminent le classement des produits présentés au consommateur en réponse à sa requête de recherche, et l'ordre d'importance de ces paramètres, par opposition à d'autres paramètres, sont réputées substantielles.

L'alinéa 1er ne s'applique pas aux fournisseurs de moteurs de recherche en ligne tels que définis à l'article 2, point 6), du règlement (UE) 2019/1150 du Parlement européen et du Conseil du 20 juin 2019 promouvant l'équité et la transparence pour les entreprises utilisatrices de services d'intermédiation en ligne.

(7) Lorsqu'un professionnel donne accès à des avis de consommateurs sur les produits, les informations permettant d'établir si et comment le professionnel garantit que les avis publiés émanent de consommateurs ayant effectivement utilisé ou acheté le produit sont réputées substantielles.

(8) Lorsqu'un professionnel fournit un service qui compare des produits et qui informe le consommateur de caractéristiques environnementales ou sociales ou d'aspects liés à la circularité, tels que la durabilité, la réparabilité ou la recyclabilité, associés à des produits ou aux fournisseurs de ces produits, les informations sur la méthode de comparaison, sur les produits faisant l'objet de la comparaison et sur les fournisseurs de ces produits, ainsi que sur les mesures mises en place pour tenir ces informations à jour, sont considérées comme des informations substantielles.

Sous-section 3 - Pratiques commerciales trompeuses en toutes circonstances

Art. L. 122-4.

Les pratiques commerciales trompeuses ci-après sont réputées déloyales en toutes circonstances :

- 1) Pour un professionnel, se prétendre signataire d'un code de conduite alors qu'il ne l'est pas.
- 2) Afficher un certificat, un label de qualité, ou un équivalent sans avoir obtenu l'autorisation nécessaire.
- 3) Affirmer qu'un code de conduite a reçu l'approbation d'un organisme public ou autre alors que ce n'est pas le cas.
- 4) Affirmer qu'un professionnel (y compris ses pratiques commerciales) ou qu'un produit a été agréé, approuvé ou autorisé par un organisme public ou privé alors que ce n'est pas le cas ou sans respecter les conditions de l'agrément, de l'approbation ou de l'autorisation reçue.
- 5) Proposer l'achat de produits à un prix indiqué sans révéler les raisons plausibles que pourrait avoir le professionnel de penser qu'il ne pourra pas le faire lui-même, ou faire fournir par un autre professionnel, les produits en question ou des produits équivalents au prix indiqué, pendant une période et dans des quantités qui soient raisonnables compte tenu du produit, de l'ampleur de la publicité faite pour le produit et du prix proposé (publicité appât).
- 6) Proposer l'achat de produits à un prix indiqué et ensuite, dans le but de faire la promotion d'un produit différent:
 - a) soit refuser de présenter aux consommateurs l'article ayant fait l'objet de la publicité,
 - b) soit refuser de prendre des commandes concernant cet article ou de le livrer dans un délai raisonnable,



c) soit en présenter un échantillon défectueux.

7) Déclarer faussement qu'un produit ne sera disponible que pendant une période très limitée ou qu'il ne sera disponible que sous des conditions particulières pendant une période très limitée afin d'obtenir une décision immédiate et priver les consommateurs d'une possibilité ou d'un délai suffisant pour opérer un choix en connaissance de cause.

8) S'engager à fournir un service après-vente aux consommateurs avec lesquels le professionnel a communiqué avant la transaction dans une langue qui n'est pas une langue officielle de l'Etat membre dans lequel il est établi et, ensuite, assurer ce service uniquement dans une autre langue sans clairement en informer le consommateur avant que celui-ci ne s'engage dans la transaction.

9) Déclarer ou donner l'impression que la vente d'un produit est licite alors qu'elle ne l'est pas.

10) Présenter les droits conférés au consommateur par les dispositions légales ou réglementaires comme constituant une caractéristique propre à la proposition faite par le professionnel.

11) Utiliser un contenu rédactionnel dans les médias pour faire la promotion d'un produit, alors que le professionnel a financé celle-ci lui-même, sans l'indiquer clairement dans le contenu ou à l'aide d'images ou de sons clairement identifiables par le consommateur (publireportage).

12) Formuler des affirmations factuellement inexactes en ce qui concerne la nature et l'ampleur des risques auxquels s'expose le consommateur sur le plan de sa sécurité personnelle ou de celle de sa famille s'il n'achète pas le produit.

13) Promouvoir un produit similaire à celui d'un fabricant particulier de manière à inciter délibérément le consommateur à penser que le produit provient de ce même fabricant alors que tel n'est pas le cas.

14) Créer, exploiter ou promouvoir un système de promotion pyramidale dans lequel un consommateur verse une participation en échange de la possibilité de percevoir une contrepartie provenant essentiellement de l'entrée d'autres consommateurs dans le système plutôt que de la vente ou de la consommation de produits.

15) Déclarer que le professionnel est sur le point de cesser ses activités ou de les établir ailleurs alors que tel n'est pas le cas.

16) Affirmer d'un produit qu'il augmente les chances de gagner aux jeux de hasard.

17) Affirmer faussement qu'un produit est de nature à guérir des maladies, des dysfonctionnements ou des malformations.

18) Communiquer des informations factuellement inexactes sur les conditions de marché ou sur les possibilités de trouver le produit, dans le but d'inciter le consommateur à acquérir celui-ci à des conditions moins favorables que les conditions normales de marché.

19) Affirmer, dans le cadre d'une pratique commerciale, qu'un concours est organisé ou qu'un prix peut être gagné sans attribuer les prix décrits ou un équivalent raisonnable.

20) Décrire un produit comme étant «gratuit», «à titre gracieux», «sans frais» ou autres termes similaires si le consommateur doit payer quoi que ce soit d'autre que les coûts inévitables liés à la réponse à la pratique commerciale et au fait de prendre possession ou livraison de l'article.

21) Inclure dans le matériel promotionnel une facture ou un document similaire demandant paiement qui donne au consommateur l'impression qu'il a déjà commandé le produit commercialisé alors que ce n'est pas le cas.

22) Affirmer faussement ou donner l'impression que le professionnel agit à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale, ou se présenter faussement comme un consommateur.

23) Créer faussement l'impression que le service après-vente en rapport avec un produit est disponible dans un Etat membre autre que celui dans lequel le produit est vendu.

24) Revendre des billets pour des manifestations à des consommateurs si le professionnel les a acquis en utilisant un moyen automatisé de contourner toute limite imposée au nombre de billets qu'une personne peut acheter ou toute autre règle applicable à l'achat de billets.



25) Affirmer que des avis sur un produit sont envoyés par des consommateurs qui ont effectivement utilisé ou acheté le produit, sans prendre de mesures raisonnables et proportionnées pour vérifier qu'ils émanent de tels consommateurs.

26) Envoyer ou charger une autre personne morale ou physique d'envoyer de faux avis ou de fausses recommandations de consommateurs, ou déformer des avis de consommateurs ou des recommandations sociales afin de promouvoir des produits.

27) Fournir des résultats de recherche en réponse à une requête de recherche en ligne d'un consommateur sans l'informer clairement de toute publicité payante ou tout paiement effectué spécifiquement pour obtenir un meilleur classement des produits dans les résultats de recherche.

28) Afficher un label de développement durable qui n'est pas fondé sur un système de certification ou qui n'a pas été mis en place par des autorités publiques.

29) Présenter une allégation environnementale générique au sujet de laquelle le professionnel n'est pas en mesure de démontrer l'excellente performance environnementale reconnue en rapport avec l'allégation.

30) Présenter une allégation environnementale concernant l'ensemble du produit ou de l'entreprise du professionnel, alors qu'elle ne concerne qu'un des aspects du produit ou une activité spécifique de l'entreprise du professionnel.

31) Affirmer, sur la base de la compensation des émissions de gaz à effet de serre, qu'un produit a un impact neutre, réduit ou positif sur l'environnement en termes d'émissions de gaz à effet de serre.

32) Présenter comme une caractéristique distinctive de l'offre du professionnel des exigences imposées par la loi pour tous les produits de la catégorie de produits concernée sur le marché de l'Union.

33) Dissimuler au consommateur le fait qu'une mise à jour logicielle aura une incidence négative sur le fonctionnement de biens comportant des éléments numériques ou sur l'utilisation de contenu numérique ou de services numériques.

34) Présenter une mise à jour logicielle comme étant nécessaire lorsqu'elle ne fait qu'améliorer des fonctionnalités.

35) Toute communication commerciale sur un bien doté d'une caractéristique introduite pour en limiter la durabilité, alors même que l'information de cette caractéristique et de ses effets sur la durabilité du bien se trouve à la disposition du professionnel.

36) Affirmer à tort qu'un bien présente une certaine durabilité, sur le plan du temps d'utilisation ou de l'intensité, dans des conditions normales d'utilisation.

37) Présenter un bien comme réparable alors qu'il ne l'est pas.

38) Inciter le consommateur à remplacer les consommables ou à se réapprovisionner en consommables d'un bien avant que des raisons techniques ne le justifient.

39) Dissimuler des informations sur la détérioration de la fonctionnalité d'un bien lorsque des consommables, des pièces de rechange ou des accessoires qui ne sont pas fournis par le producteur d'origine sont utilisés, ou affirmer à tort qu'une telle détérioration va se produire.

Section 2 - Pratiques commerciales agressives

Art. L. 122-5.

Une pratique commerciale est réputée agressive si, dans son contexte factuel, compte tenu de toutes ses caractéristiques et des circonstances, elle altère ou est susceptible d'altérer de manière



significative, du fait du harcèlement, de la contrainte, y compris le recours à la force physique, ou d'une influence injustifiée, la liberté de choix ou de conduite du consommateur moyen à l'égard d'un produit, et, par conséquent, l'amène ou est susceptible de l'amener à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement.

Art. L. 122-6.

Afin de déterminer si une pratique commerciale recourt au harcèlement, à la contrainte, y compris la force physique, ou à une influence injustifiée, les éléments suivants sont pris en considération :

- a) le moment et l'endroit où la pratique est mise en œuvre, sa nature et sa persistance ;
- b) le recours à la menace physique ou verbale ;
- c) l'exploitation en connaissance de cause par le professionnel de tout malheur ou circonstance particulière d'une gravité propre à altérer le jugement du consommateur, dans le but d'influencer la décision du consommateur à l'égard du produit ;
- d) tout obstacle non contractuel important ou disproportionné imposé par le professionnel lorsque le consommateur souhaite faire valoir ses droits contractuels, et notamment celui de mettre fin au contrat ou de changer de produit ou de fournisseur ;
- e) toute menace d'action alors que cette action n'est pas légalement possible.

Art. L. 122-7.

Les pratiques commerciales agressives ci-après sont réputées déloyales en toutes circonstances :

- 1) Donner au consommateur l'impression qu'il ne pourra quitter les lieux avant qu'un contrat n'ait été conclu.
- 2) Effectuer des visites personnelles au domicile du consommateur, sans tenir compte du refus du consommateur d'être démarché ou sollicité ou en ignorant sa demande de voir le professionnel quitter les lieux ou de ne pas y revenir, sans préjudice de dispositions légales ou réglementaires en vue d'assurer l'exécution d'une obligation contractuelle.
- 3) Se livrer à des sollicitations non souhaitées par téléphone, télécopieur, courrier électronique ou tout autre outil de communication à distance, sans préjudice de dispositions légales ou réglementaires l'autorisant en vue d'assurer l'exécution d'une obligation contractuelle. Cette disposition s'entend sans préjudice de la loi modifiée du 2 août 2002 relative à la protection des personnes à l'égard du traitement des données à caractère personnel et de l'article 11 de la loi «modifiée» du 30 mai 2005 concernant la protection de la vie privée dans le secteur des communications électroniques.
- 4) Obliger un consommateur qui souhaite demander une indemnité au titre d'une police d'assurance à produire des documents qui ne peuvent raisonnablement être considérés comme pertinents pour établir la validité de la demande ou s'abstenir systématiquement de répondre à des correspondances pertinentes, dans le but de dissuader ce consommateur d'exercer ses droits contractuels.
- 5) Inciter dans une publicité directement les enfants à acheter ou à persuader leurs parents ou d'autres adultes de leur acheter le produit faisant l'objet de la publicité. Cette disposition ne porte pas atteinte à la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques.
- 6) Exiger le paiement immédiat ou différé de produits fournis par le professionnel sans que le consommateur les ait demandés, ou exiger leur renvoi ou leur conservation.
- 7) Informer explicitement le consommateur que s'il n'achète pas le produit ou le service, l'emploi ou les moyens d'existence du professionnel seront menacés.



- 8) Donner la fausse impression que le consommateur a déjà gagné ou gagnera, moyennant ou non l'accomplissement d'une ou plusieurs formalités, un prix ou un autre avantage équivalent, alors que, en fait,
- soit il n'existe pas de prix ou autre avantage équivalent,
 - soit l'accomplissement d'une ou de plusieurs formalités en rapport avec la demande du prix ou d'un autre avantage équivalent est subordonné à l'obligation pour le consommateur de verser de l'argent ou de supporter un coût.

Section 3 - Des sanctions

Art. L. 122-8.

- (1) Sont punis d'une amende de 251 à 120.000 euros ceux qui contreviennent aux dispositions
- des articles L. 122-1 à L. 122-5 ;
 - de l'article L. 122-7.

L'imposition de la sanction prévue à l'alinéa 1er prend en considération les critères non exhaustifs et indicatifs suivants, le cas échéant :

- a) la nature, la gravité, l'ampleur et la durée de l'infraction ;
- b) toute mesure prise par le professionnel pour atténuer ou réparer les dommages subis par les consommateurs ;
- c) les éventuelles infractions antérieures commises par le professionnel ;
- d) les avantages financiers obtenus ou les pertes évitées par le professionnel du fait de l'infraction, si les données concernées sont disponibles ;
- e) les sanctions infligées au professionnel pour la même infraction dans d'autres États membres dans les affaires transfrontalières pour lesquelles les informations relatives à ces sanctions sont disponibles grâce au mécanisme établi par le règlement (UE) 2017/2394 précité ;
- f) toute autre circonstance aggravante ou atténuante applicable au cas concerné.

(2) Toute clause ou toute combinaison de clauses d'un contrat, conclue en violation du présent titre, est réputée nulle et non écrite. Cette nullité ne peut toutefois être invoquée que par le consommateur.

(3) Le professionnel qui fait naître par la conception ou la présentation de la communication, l'impression que le consommateur a gagné un lot, doit fournir ce lot au consommateur.

(4) Sans préjudice des sanctions prévues par le présent article et de toute autre mesure de réparation qui lui est reconnue par la loi, le consommateur victime d'une pratique commerciale déloyale visée au chapitre 2 du présent titre peut exercer tout recours visant à l'obtention de la réparation des dommages subis et à une réduction du prix ou la fin du contrat dans les conditions prévues par la loi.

Art. L. 122-9.

- (1) Si le ministre ayant la Protection des consommateurs dans ses attributions prend connaissance du non-respect par un professionnel des dispositions des articles L. 122-1 à L. 122-5 ou de l'article L. 122-7, il peut inviter le professionnel à fournir des explications endéans un délai qui ne saurait être inférieur à quinze jours calendriers.



(2) Au terme de ce délai, si le professionnel n'a fourni aucune explication ou si, à la suite des explications fournies, le ministre ayant la Protection des consommateurs dans ses attributions conclut que le professionnel enfreint les dispositions visées au paragraphe (1), il peut notifier par lettre recommandée au professionnel le constat de cette violation et exiger la mise en conformité dans un délai raisonnable avec les dispositions applicables.

(3) Si une violation constatée et notifiée persiste ou si la même violation survient à nouveau, et que l'acte ou l'omission du professionnel porte ou est susceptible de porter atteinte aux intérêts collectifs des consommateurs au sens de l'article L. 311-1, le ministre ayant la Protection des consommateurs dans ses attributions peut engager une action en cessation ou en interdiction telle qu'elle résulte des articles L. 320-1 et suivants.

(4) Les paragraphes (1) à (3) sont sans préjudice de l'action en cessation ou en interdiction des articles L. 320-1 et suivants.

Art. L. 122-10.

Par dérogation à l'article L. 122-8, paragraphe (1), alinéa 1er, lorsque des sanctions doivent être imposées conformément à l'article 21 du règlement (UE) 2017/2394 précité, le montant maximal de l'amende encourue par le professionnel correspond à 4 pour cent du chiffre d'affaires annuel du professionnel dans l'État membre ou les États membres concernés.

Dans les cas où une amende doit être imposée conformément à l'alinéa 1er, mais où les informations relatives au chiffre d'affaires annuel du professionnel ne sont pas disponibles, le montant maximal de l'amende est de 2.000.000 euros. ».

LIVRE 2 - Contrats conclus avec les consommateurs

Titre 1 - Dispositions générales

[...]

Titre 2 - Contrats particuliers

Chapitre 1 - Dispositions communes

Art. L. 221-1.

Sans préjudice de dispositions spécifiques des chapitres 2 à 4, le présent chapitre s'applique aux contrats à distance et hors établissement, aux contrats d'utilisation de biens à temps partagé, aux



contrats de produits de vacances à long terme, aux contrats de revente et d'échange et aux contrats de crédit à la consommation.

Section 1 - Informations précontractuelles

Art. L. 221-2.

(1) En temps utile avant la conclusion d'un contrat visé par les chapitres 2 à 4, le consommateur doit recevoir les informations suivantes :

- a) l'identité du professionnel, l'adresse géographique à laquelle le professionnel est établi;
- b) les caractéristiques essentielles du bien ou service ;
- c) le prix du bien ou du service, toutes taxes comprises ou, lorsqu'un prix exact ne peut être déterminé, la méthode de détermination du prix, permettant au consommateur de vérifier ce dernier;
- d) les modalités de paiement, de livraison ou d'exécution ;
- e) l'existence ou l'absence d'un droit de rétractation.

(2) Les informations visées au paragraphe (1) doivent être fournies de manière claire et compréhensible.

(3) La preuve de l'exécution des obligations mentionnées au présent article est à charge du professionnel.

Section 2 - Droit de rétractation

Art. L. 221-3.

(1) Pour tout contrat visé par les chapitres 2 à 4 du présent titre, le consommateur a le droit de se rétracter par écrit ou sur tout autre support durable, sans indication de motif et sans pénalité, dans un délai de quatorze jours calendrier. Si le dernier jour du délai n'est pas un jour ouvrable, le délai est prorogé jusqu'au premier jour ouvrable suivant.

Par dérogation à l'alinéa premier, pour les contrats visés à la première section du chapitre 2, le consommateur a le droit de se rétracter oralement.

(2) Ces délais prennent cours:

- pour la livraison de biens, le jour de la réception;
- pour les prestations de services, le jour de la conclusion du contrat.

(3) Les délais de rétractation sont censés être respectés dès lors que le consommateur a adressé sa rétractation auprès du professionnel avant l'expiration de celui-ci.



Chapitre 2 - Contrats à distance et hors établissement

Art. L. 222-1.

Au sens du présent chapitre, on entend par:

- 1) «contrat à distance»: tout contrat conclu entre un professionnel et un consommateur dans le cadre d'un système organisé de vente ou de prestation de service à distance, sans la présence physique simultanée du professionnel et du consommateur, par le recours exclusif à une ou plusieurs techniques de communication à distance, jusqu'au moment, et y compris, au moment où le contrat est conclu;
- 2) «contrat hors établissement»: tout contrat conclu entre un professionnel et un consommateur:
 - conclu en la présence physique simultanée du professionnel et du consommateur, dans un lieu qui n'est pas l'établissement commercial du professionnel; ou
 - ayant fait l'objet d'une offre du consommateur dans les mêmes circonstances, comme indiqué au premier tiret; ou
 - conclu dans l'établissement commercial du professionnel ou au moyen d'une technique de communication à distance immédiatement après que le consommateur a été sollicité personnellement et individuellement dans un lieu qui n'est pas l'établissement commercial du professionnel, en la présence physique simultanée du professionnel et du consommateur; ou
 - conclu pendant une excursion organisée par le professionnel ayant pour but ou pour effet de promouvoir et de vendre des biens ou des services au consommateur;
- 3) «établissement commercial»:
 - a) tout site commercial immeuble où le professionnel exerce son activité en permanence; ou
 - b) tout site commercial meuble où le professionnel exerce son activité de manière habituelle;
- 4) «bien»: tout objet mobilier corporel, sauf les objets vendus sur saisie ou de quelque autre manière par autorité de justice; l'eau, le gaz et l'électricité sont considérés comme des «biens» au sens du présent chapitre lorsqu'ils sont conditionnés dans un volume délimité ou en quantité déterminée;
- 5) «bien fabriqué d'après les spécifications du consommateur»: bien non préfabriqué réalisé sur la base d'un choix individuel ou d'une décision du consommateur;
- 6) «technique de communication à distance»: tout moyen qui, sans présence physique et simultanée du professionnel et du consommateur, peut être utilisé pour la conclusion du contrat entre ces parties;
- 7) «opérateur de technique de communication»: toute personne physique ou morale, publique ou privée, dont l'activité professionnelle consiste à mettre à la disposition des professionnels une ou plusieurs techniques de communication à distance;
- 8) «service financier»: tout service ayant trait à la banque, au crédit, à l'assurance, aux retraites individuelles, aux investissements et aux paiements;
- 9) «services de la société de l'information»: tout service presté, normalement contre rémunération, à distance par voie électronique et à la demande individuelle d'un destinataire de services;
- 10) «contrat accessoire»: un contrat en vertu duquel le consommateur acquiert des biens ou services afférents à un contrat à distance ou à un contrat hors établissement, ces biens ou services étant fournis par le professionnel ou un tiers sur la base d'un accord conclu entre ce dernier et le professionnel.



Section 1-Contrats à distance et hors établissement hors services financiers

Sous-section 1 - Champ d'application

Art. L. 222-2.

(1) La présente section s'applique aux contrats à distance et hors établissement, à l'exception des contrats visés à l'article L. 113-1, paragraphe (3).

La présente section ne s'applique pas aux contrats conclus hors établissement pour lesquels le paiement à charge du consommateur ne dépasse pas 50 euros, à l'exception des contrats visés à l'article L. 222-8.

(2) Par dérogation au premier paragraphe, la présente section s'applique aux contrats visés au point n) de l'article L. 113-1, paragraphe (3).

Sous-section 2 - Informations précontractuelles concernant les contrats à distance

Art. L. 222-3.

(1) En plus des informations mentionnées à l'article L. 221-2, le professionnel doit fournir au consommateur, avant que ce dernier ne soit lié par le contrat ou par une offre du même type, sous une forme claire et compréhensible, les informations suivantes qui engagent contractuellement le professionnel:

- a) les principales caractéristiques du bien ou du service, dans la mesure appropriée au support de communication utilisé et au bien ou service concerné;
- b) l'adresse géographique de l'établissement du professionnel ainsi que son numéro de téléphone et son adresse électronique, en outre, lorsque le professionnel fournit d'autres moyens de communication en ligne qui garantissent au consommateur d'être en mesure de conserver tous les échanges écrits avec le professionnel sur un support durable, y compris la date et l'heure desdits échanges, les informations contiennent également des indications détaillées concernant ces autres moyens ; tous ces moyens de communication fournis par le professionnel permettent au consommateur de le contacter rapidement et de communiquer avec lui efficacement et, le cas échéant, l'adresse géographique et l'identité du professionnel pour le compte duquel il agit;
- c) si elle diffère de l'adresse fournie conformément au point b), l'adresse géographique du siège commercial du professionnel et, s'il y a lieu, celle du professionnel pour le compte duquel il agit, à laquelle le consommateur peut adresser une éventuelle réclamation;
- d) s'il y a lieu, tous les frais supplémentaires de transport, de livraison ou d'affranchissement qui s'additionnent au prix, et tous les autres frais éventuels ou, lorsque de tels frais supplémentaires ne peuvent raisonnablement être calculés à l'avance, la mention qu'ils peuvent être exigibles. 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 également le total des coûts mensuels. Lorsque le coût total ne peut être raisonnablement calculé à l'avance, le mode de calcul du prix est communiqué;

e) le coût de l'utilisation de la technique de communication à distance pour la conclusion du contrat, lorsqu'il est calculé sur une base autre que le tarif de base;

f) la date à laquelle le professionnel s'engage à livrer les biens ou à exécuter les services et, le cas échéant, les options de livraison respectueuses de l'environnement et les modalités prévues par le professionnel pour le traitement des réclamations;

g) lorsque le droit de rétractation existe, les conditions, le délai et les modalités d'exercice de ce droit conformément à l'article 222-9, paragraphe (5), ainsi que le modèle de formulaire de rétractation repris dans un règlement grand-ducal;

h) le cas échéant, le fait que le consommateur devra supporter les frais de renvoi en cas d'exercice du droit de rétractation et si le bien, en raison de sa nature, ne peut normalement pas être renvoyé par la poste, le coût de renvoi du bien;

i) au cas où le consommateur exercerait le droit de rétractation après avoir présenté une demande conformément à l'article L. 222-4, paragraphe (7), l'information selon laquelle le consommateur est tenu de payer des frais raisonnables au professionnel conformément à l'article L. 222-10, paragraphe (6);

j) lorsque le droit de rétractation n'est pas prévu conformément à l'article L. 222-9, paragraphe (7), l'information selon laquelle le consommateur ne bénéficiera pas de ce droit ou, le cas échéant, les circonstances dans lesquelles le consommateur perd son droit de rétractation;

~~k) le rappel de l'existence d'une garantie légale de conformité pour les biens, les contenus numériques et les services numériques;~~

k) concernant les garanties :

- un rappel de l'existence de la garantie légale de conformité pour les biens ainsi que de ses principaux éléments, dont sa durée, de manière bien visible, au moyen de la notice harmonisée visée par le règlement d'exécution (UE) 2025/1960 de la Commission du 25 septembre 2025 sur la maquette et le contenu de la notice harmonisée sur la garantie légale de conformité et du label harmonisé pour la garantie commerciale de durabilité ;

- lorsque le producteur offre au consommateur une garantie commerciale de durabilité sans frais supplémentaires, s'appliquant à l'ensemble du bien et d'une durée de plus de deux ans, et met cette information à disposition du professionnel, une information indiquant que ledit bien bénéficie d'une telle garantie, et sa durée ainsi qu'un rappel de l'existence de la garantie légale de conformité, de manière bien visible au moyen du label harmonisé visé par le règlement d'exécution précité ;

- un rappel de l'existence de la garantie légale de conformité pour les contenus numériques et les services numériques ;

I) le cas échéant, l'existence d'une assistance après-vente, d'un service après-vente et de garanties commerciales, ainsi que les conditions y afférentes;

m) l'existence de codes de conduite applicables, tels que définis à l'article 121-2, point 4 et comment en obtenir une copie, le cas échéant;

n) la durée du contrat, s'il y a lieu, ou, s'il s'agit d'un contrat à durée indéterminée ou à reconduction automatique, les conditions de résiliation du contrat;

o) s'il a lieu, la durée minimale des obligations du consommateur au titre du contrat;

p) le cas échéant, l'existence d'une caution ou d'autres garanties financières à payer ou à fournir par le consommateur à la demande du professionnel, ainsi que les conditions y afférentes;

q) s'il y a lieu, la fonctionnalité des biens comportant des éléments numériques, des contenus numériques et des services numériques, y compris les mesures de protection technique applicables;



- r) s'il y a lieu, toute compatibilité et interopérabilité pertinentes des biens comportant des éléments numériques, des contenus numériques et des services numériques dont le professionnel a ou devrait raisonnablement avoir connaissance;
- s) le cas échéant, la possibilité de recourir à une procédure extrajudiciaire de réclamation et de réparation à laquelle le professionnel est soumis et les modalités d'accès à celle-ci ;
- t) s'il y a lieu, l'application d'un prix personnalisé sur la base d'une prise de décision automatisée ;
- u) pour les biens comportant des éléments numériques, pour des contenus numériques et pour des services numériques, lorsque le producteur ou le fournisseur met les informations à disposition du professionnel, la durée minimale, exprimée par référence à une durée ou à une date, pendant laquelle le producteur ou le fournisseur fournit les mises à jour logicielles gratuites, y compris les mises à jour de sécurité, qui sont nécessaires pour maintenir la conformité desdits biens, contenus numériques et services numériques conformément aux dispositions des articles L. 212-1 à L. 212-29 du code ;**
- v) le cas échéant, l'indice de réparabilité des biens ;**
- w) lorsque le point v) n'est pas applicable et à condition que le producteur mette les informations à disposition du professionnel, des informations sur la disponibilité, le coût estimé et la procédure de commande des pièces de rechange nécessaires pour maintenir la conformité des biens, sur la disponibilité d'instructions de réparation et d'entretien ainsi que sur les restrictions en matière de réparation.**

(2) Le paragraphe (1) s'applique également aux contrats portant sur la fourniture d'eau, de gaz ou d'électricité lorsqu'ils ne sont pas conditionnés dans un volume délimité ou en quantité déterminée, ainsi que de chauffage urbain et de contenu numérique non fourni sur un support matériel.

(3) Dans le cas d'une enchère publique, les informations visées à l'article L. 221-2, paragraphe (1), point a) et au paragraphe (1), points b) et c) du présent article peuvent être remplacées par des renseignements équivalents concernant le notaire ou l'huissier de justice.

(4) Les informations visées à l'article L. 221-2, paragraphe (1), point e) et au paragraphe (1), points g), h) et i), peuvent être fournies au moyen des informations standardisées sur la rétractation reprises dans un règlement grand-ducal. Le professionnel a respecté les obligations d'information énoncées à l'article L. 221-2, paragraphe (1), point e) et au paragraphe (1), points g), h) et i), s'il a fourni lesdites informations au consommateur, correctement complétées.

(5) Les informations visées à l'article L. 221-2, paragraphe (1) et au paragraphe (1) font partie intégrante du contrat à distance et ne peuvent être modifiées, à moins que les parties contractantes n'en décident autrement de manière expresse.

(6) Si le professionnel n'a pas respecté les obligations d'information relatives aux frais supplémentaires et aux autres frais visées au paragraphe (1), point d), ou aux frais de renvoi du bien, visées au paragraphe (1), point h), le consommateur ne supporte pas ces frais.

(7) Les exigences en matière d'information prévues par la présente sous-section et la sous-section 3 s'appliquent sans préjudice d'exigences supplémentaires prévues par la loi modifiée du 14 août 2000 sur le commerce électronique et par la loi modifiée du 24 mai 2011 relative aux services dans le marché intérieur.



(8) Si une disposition de la loi de la loi modifiée du 14 août 2000 sur le commerce électronique ou de la loi modifiée du 24 mai 2011 relative aux services dans le marché intérieur concernant le contenu de l'information ou ses modalités de fourniture est contraire à une disposition de la présente sous-section et de la sous-section 3, la disposition de ces sous-sections prime.

(9) Avant que le consommateur ne soit lié par un contrat à distance, ou par une offre du même type, sur une place de marché en ligne, le fournisseur de cette dernière fournit au consommateur, sans préjudice des articles L. 122-1 à L. 122-7, les informations suivantes de manière claire et compréhensible et sous une forme adaptée à la technique de communication à distance :

- a) les informations générales, mises à disposition dans une section spécifique de l'interface en ligne qui est directement et aisément accessible à partir de la page sur laquelle les offres sont présentées, concernant les principaux paramètres de classement, au sens des articles L. 121-2, point 11), et L. 122-3, paragraphe (6), des offres présentées au consommateur en réponse à la requête de recherche ainsi que l'ordre d'importance de ces paramètres, par opposition à d'autres paramètres ;
- b) si le tiers proposant les biens, les services ou les contenus numériques est un professionnel ou non, sur la base de la déclaration de ce tiers au fournisseur de place de marché en ligne ;
- c) lorsque le tiers proposant les biens, les services ou les contenus numériques n'est pas un professionnel, le fait que les droits des consommateurs provenant du droit de l'Union européenne en matière de protection des consommateurs ne s'appliquent pas au contrat ;
- d) s'il y a lieu, le mode de répartition des obligations liées au contrat entre le tiers proposant les biens, les services ou les contenus numériques et le fournisseur de place de marché en ligne, cette information étant sans préjudice de la responsabilité que le fournisseur de place de marché en ligne ou le professionnel tiers peut avoir en lien avec le contrat en vertu du droit de l'Union européenne ou du droit national.

Sous-section 3 - Obligations formelles concernant les contrats à distance

Art. L. 222-4.

(1) Les informations visées à l'article L. 222-3, paragraphe (1), doivent être fournies par le professionnel au consommateur, ou mises à sa disposition par le professionnel sous une forme adaptée à la technique de communication à distance utilisée, dans un langage clair et compréhensible. Dans la mesure où ces informations sont fournies sur un support durable, elles doivent être lisibles.

(2) Si un contrat à distance devant être conclu par voie électronique oblige le consommateur à payer, le professionnel informe le consommateur d'une manière claire et apparente, et directement avant que le consommateur ne passe sa commande, des informations prévues à l'article L. 221-2, paragraphe (1), points a) et c) et à l'article L. 222-3, paragraphe (1), points a), d), **k)**, **deuxième tiret**, n) et o).

Le professionnel veille à ce que le consommateur, lorsqu'il passe sa commande, reconnaît explicitement que celle-ci implique une obligation de payer. Si, pour passer une commande, il faut activer un bouton ou une fonction similaire, le bouton ou la fonction similaire porte uniquement la mention facilement lisible «commande avec obligation de payer» ou une formule analogue, dénuée d'ambiguïté, indiquant que passer la commande oblige à payer le professionnel. Tout contrat conclu en violation du présent alinéa est nul de plein droit. Cette nullité ne peut toutefois être invoquée que par le consommateur.



Par dérogation à l'article L. 222-2, paragraphe (1), le présent paragraphe s'applique aux contrats portant sur les services de transport de passagers.

(3) Les sites de commerce en ligne indiquent clairement et lisiblement, au plus tard lors du début du processus de commande, si des restrictions de livraison s'appliquent et quels moyens de paiement sont acceptés.

(4) Si le contrat est conclu selon une technique de communication à distance qui impose des contraintes d'espace ou de temps pour la présentation des informations, le professionnel fournit, sur la technique en question et avant la conclusion du contrat, au minimum les informations précontractuelles concernant les principales caractéristiques des biens ou des services, l'identité du professionnel, le prix total, le droit de rétractation, la durée du contrat et, dans le cas des contrats à durée indéterminée, les modalités pour mettre fin au contrat, telles qu'énoncées à l'article L. 221-2, paragraphe (1), points a), b), c) et e) et à l'article L. 222-3, paragraphe (1), points a), d), g) et n) à l'exception du modèle de formulaire de rétractation visé à l'article L. 222-9, paragraphe (5), lettre a). Le professionnel fournit au consommateur les autres informations visées à l'article L. 221-2, paragraphe (1) et à l'article L. 222-3, paragraphe (1), sous une forme adaptée conformément au paragraphe (1).

(5) Sans préjudice du paragraphe (4) et de l'article L. 222-11, paragraphe (1), dans le cas où le professionnel contacte le consommateur par téléphone en vue de conclure un contrat à distance, le professionnel indique explicitement au début de toute conversation avec le consommateur son identité et, le cas échéant, l'identité de la personne au nom de laquelle il effectue cet appel téléphonique, et précise la nature commerciale de l'appel.

(6) Lorsqu'un contrat à distance est conclu par téléphone, le professionnel doit confirmer l'offre auprès du consommateur sur un support durable. Le consommateur n'est lié par l'offre qu'après l'avoir signée ou l'avoir acceptée par écrit.

(7) Lorsqu'un consommateur veut que la prestation d'un service ou la fourniture d'eau, de gaz ou d'électricité, lorsqu'ils ne sont pas conditionnés dans un volume délimité ou en quantité déterminée, ou de chauffage urbain commence pendant le délai de rétractation prévu à l'article L. 222-9, paragraphe (2), et que le contrat soumet le consommateur à une obligation de payer⁶¹, le professionnel exige du consommateur qu'il en fasse la demande expresse et il demande au consommateur de reconnaître qu'après que le contrat aura été entièrement exécuté par le professionnel, le consommateur ne disposera plus du droit de rétractation⁶².

(8) Le présent article s'applique sans préjudice des dispositions relatives à la conclusion de contrats et à la passation de commandes par voie électronique telles qu'elles figurent aux articles 50 et 52 de la loi modifiée du 14 août 2000 sur le commerce électronique.

(9) La charge de la preuve concernant le respect des exigences conformément au présent article incombe au professionnel.



Art. L. 222-5.

(1) Le professionnel doit fournir au consommateur, sur un support durable¹, confirmation du contrat conclu, comprenant toutes les informations mentionnées à l'article L. 221-2, paragraphe (1) et à l'article L. 222-3 paragraphe (1), dans un délai raisonnable après la conclusion du contrat à distance et au plus tard lors de la livraison du bien ou avant le début de l'exécution de la prestation de service à moins que ces informations ne lui aient déjà été fournies préalablement à la conclusion du contrat à distance sur un support durable.

(2) Le cas échéant, le consommateur doit recevoir également, dans les conditions du paragraphe (1), la confirmation de l'accord préalable exprès et la reconnaissance par le consommateur conformément à l'article L. 222-9, paragraphe (7), point m.

Sous-section 4 - Informations précontractuelles concernant les contrats hors établissement

Art. L. 222-6.

(1) En plus des informations mentionnées à l'article L. 221-2, le professionnel doit fournir au consommateur, avant que ce dernier ne soit lié par le contrat ou par une offre du même type, sous une forme claire et compréhensible, les informations suivantes qui engagent contractuellement le professionnel:

- a) les principales caractéristiques du bien ou du service, dans la mesure appropriée au support de communication utilisé et au bien ou service concerné;
- b)
- c) l'adresse géographique du professionnel, son numéro de téléphone et son adresse électronique, en outre, lorsque le professionnel fournit d'autres moyens de communication en ligne qui garantissent au consommateur d'être en mesure de conserver tous les échanges écrits avec le professionnel sur un support durable, y compris la date et l'heure desdits échanges, les informations contiennent également des indications détaillées concernant ces autres moyens ; tous ces moyens de communication fournis par le professionnel permettent au consommateur de le contacter rapidement et efficacement et, le cas échéant, l'adresse géographique et l'identité du professionnel pour le compte duquel il agit;
- d) si elle diffère de l'adresse fournie conformément au point c), l'adresse géographique du siège commercial et le cas échéant du siège social de l'entreprise et, s'il y a lieu, celle(s) du professionnel pour le compte duquel il agit, à laquelle le consommateur peut adresser une éventuelle réclamation;
- e) s'il y a lieu, tous les frais supplémentaires de transport, de livraison ou d'affranchissement qui s'additionnent au prix et tous les autres frais éventuels ou, lorsque de tels frais supplémentaires ne peuvent raisonnablement être calculés à l'avance, la mention qu'ils peuvent être exigibles. 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 également le total des coûts mensuels. Lorsque le coût total ne peut être raisonnablement calculé à l'avance, le mode de calcul du prix doit être communiqué;
- f) le coût de l'utilisation de la technique de communication à distance pour la conclusion du contrat, lorsque ce coût est calculé sur une base autre que le tarif de base;



- g) la date à laquelle le professionnel s'engage à livrer les biens ou à exécuter les services et, le cas échéant, les options de livraison respectueuses de l'environnement et les modalités prévues par le professionnel pour le traitement des réclamations;
- h) lorsque le droit de rétractation existe, les conditions, le délai et les modalités d'exercice de ce droit conformément à l'article L. 222-9, paragraphe (5), ainsi que le modèle de formulaire de rétractation repris dans un règlement grand-ducal;
- i) le cas échéant, le fait que le consommateur devra supporter les frais de renvoi du bien en cas de rétractation;
- j) au cas où le consommateur exercerait le droit de rétractation après avoir présenté une demande conformément à l'article L. 222-7, paragraphe (3), l'information selon laquelle le consommateur est tenu de payer des frais raisonnables au professionnel conformément à l'article L. 222-10, paragraphe (6);
- k) lorsque le droit de rétractation n'est pas prévu conformément à l'article L. 222-9, paragraphe (7), l'information selon laquelle le consommateur ne bénéficiera pas de ce droit ou, le cas échéant, les circonstances dans lesquelles le consommateur perd son droit de rétractation;
- ~~l) le rappel de l'existence d'une garantie légale de conformité pour les biens, les contenus numériques et les services numériques;~~
- I) concernant les garanties :
- un rappel de l'existence de la garantie légale de conformité pour les biens ainsi que de ses principaux éléments, dont sa durée, de manière bien visible, au moyen de la notice harmonisée visée par le règlement d'exécution (UE) 2025/1960 de la Commission du 25 septembre 2025 sur la maquette et le contenu de la notice harmonisée sur la garantie légale de conformité et du label harmonisé pour la garantie commerciale de durabilité ;
 - lorsque le producteur offre au consommateur une garantie commerciale de durabilité sans frais supplémentaires, s'appliquant à l'ensemble du bien et d'une durée de plus de deux ans, et met cette information à disposition du professionnel, une information indiquant que ledit bien bénéficie d'une telle garantie, et sa durée ainsi qu'un rappel de l'existence de la garantie légale de conformité, de manière bien visible au moyen du label harmonisé visé par le règlement d'exécution précité ;
 - un rappel de l'existence de la garantie légale de conformité pour les contenus numériques et les services numériques ;
- m) le cas échéant, l'existence d'une assistance après-vente au consommateur, d'un service après-vente et de garanties commerciales, ainsi que les conditions y afférentes;
- n) l'existence de codes de conduite applicables, tels que définis à l'article 121-2, point 4 et comment en obtenir une copie, le cas échéant;
- o) la durée du contrat, s'il y a lieu, ou, s'il s'agit d'un contrat à durée indéterminée ou à reconduction automatique, les conditions de résiliation du contrat;
- p) s'il y a lieu, la durée minimale des obligations du consommateur au titre du contrat;
- q) le cas échéant, l'existence d'une caution ou d'autres garanties financières à payer ou à fournir par le consommateur à la demande du professionnel, ainsi que les conditions y afférentes;
- r) s'il y a lieu, les fonctionnalités des biens comportant des éléments numériques, des contenus numériques et des services numériques, y compris les mesures de protection technique applicables;
- s) s'il y a lieu, toute compatibilité et interopérabilité pertinentes des biens comportant des éléments numériques, des contenus numériques et des services numériques⁶⁸ dont le professionnel a ou devrait raisonnablement avoir connaissance;
- t) le cas échéant, la possibilité de recourir à une procédure extrajudiciaire de réclamation et de réparation à laquelle le professionnel est soumis et les modalités d'accès à celle-ci.
- u) s'il y a lieu, l'application d'un prix personnalisé sur la base d'une prise de décision automatisée.;



v) pour les biens comportant des éléments numériques, pour des contenus numériques et pour des services numériques, lorsque le producteur ou le fournisseur met les informations à disposition du professionnel, la durée minimale, exprimée par référence à une durée ou à une date, pendant laquelle le producteur ou le fournisseur fournit les mises à jour logicielles gratuites, y compris les mises à jour de sécurité, qui sont nécessaires pour maintenir la conformité desdits biens, contenus numériques et services numériques conformément aux dispositions des articles L. 212-1 à L. 212-29 du code ;

w) le cas échéant, l'indice de réparabilité des biens ;

x) lorsque le point w) n'est pas applicable et à condition que le producteur mette les informations à disposition du professionnel, des informations sur la disponibilité, le coût estimé et la procédure de commande des pièces de rechange nécessaires pour maintenir la conformité des biens, sur la disponibilité d'instructions de réparation et d'entretien ainsi que sur les restrictions en matière de réparation.

(2) Le paragraphe (1) s'applique également aux contrats portant sur la fourniture d'eau, de gaz ou d'électricité lorsqu'ils ne sont pas conditionnés dans un volume délimité ou en quantité déterminée, ainsi que de chauffage urbain et de contenu numérique non fourni sur un support matériel.

(3) Dans le cas d'une enchère publique, les informations visées à l'article L. 221-2, paragraphe (1), point a) et au paragraphe (1), points b), c) et d) du présent article, peuvent être remplacées par des renseignements équivalents concernant le notaire ou l'huissier de justice.

(4) Les informations visées à l'article L. 221-2, paragraphe (1), point e) et au paragraphe (1), points h), i) et j), peuvent être fournies au moyen des informations standardisées sur la rétractation reprises dans un règlement grand-ducal. Le professionnel a respecté les obligations d'information énoncées à l'article L. 221-2, paragraphe (1), point e) et au paragraphe (1), points h), i) et j), s'il a fourni lesdites informations au consommateur, correctement complétées.

(5) Les informations visées à l'article L. 221-2, paragraphe (1) et au paragraphe (1) font partie intégrante du contrat hors établissement et ne peuvent être modifiées, à moins que les parties contractantes n'en décident autrement de manière expresse.

(6) Si le professionnel n'a pas respecté les obligations d'information relatives aux frais supplémentaires et aux autres frais visées au paragraphe (1), point e), ou aux frais de renvoi du bien, visées au paragraphe (1), point i), le consommateur ne supporte pas ces frais.

(7) Les exigences en matière d'information prévues par la présente sous-section et de la sous-section 5 s'appliquent sans préjudice d'exigences supplémentaires prévues par la loi modifiée du 24 mai 2011 relative aux services dans le marché intérieur.

(8) Si une disposition de la loi de la loi modifiée du 24 mai 2011 relative aux services dans le marché intérieur concernant le contenu de l'information ou ses modalités de fourniture est contraire à une disposition de la présente sous-section ou de la sous-section 5, la disposition de ces sous-sections prime.



Sous-section 5 - Obligations formelles concernant les contrats hors établissement

Art. L. 222-7.

(1) Le professionnel fournit les informations prévues à l'article L. 222-6, paragraphe (1) au consommateur sur papier ou, moyennant accord du consommateur, sur un autre support durable. Ces informations sont lisibles et rédigées dans un langage clair et compréhensible.

(2) Le professionnel fournit au consommateur une copie du contrat signé ou la confirmation du contrat sur papier ou, moyennant accord du consommateur, sur un autre support durable, y compris, le cas échéant, la confirmation de l'accord exprès préalable et de la reconnaissance par le consommateur conformément à l'article L. 222-9, paragraphe (7), point m, dans un délai raisonnable après la conclusion du contrat hors établissement et au plus tard lors de la livraison du bien ou avant le début de l'exécution de la prestation de service.

(3) Lorsqu'un consommateur veut que la prestation d'un service ou la fourniture d'eau, de gaz ou d'électricité, lorsqu'ils ne sont pas conditionnés dans un volume délimité ou en quantité déterminée, ou de chauffage urbain commence pendant le délai de rétractation prévu à l'article L. 222-9, paragraphe (2), et que le contrat soumet le consommateur à une obligation de payer⁷⁰, le professionnel est tenu d'exiger du consommateur qu'il en fasse la demande expresse sur un support durable et il demande au consommateur de reconnaître qu'après que le contrat aura été entièrement exécuté par le professionnel, le consommateur ne disposera plus du droit de rétractation⁷¹.

(4) En ce qui concerne les contrats hors établissement par lesquels le consommateur a explicitement fait appel aux services du professionnel pour effectuer des travaux de réparation ou de maintenance et en vertu desquels le professionnel et le consommateur exécutent immédiatement leurs obligations contractuelles et le paiement à effectuer par le consommateur ne dépasse pas 200,- EUR:

a) le professionnel fournit au consommateur les informations visées à l'article L. 221-2, paragraphe (1), point a) et à l'article L. 222-6, paragraphe (1), points b) et c), et les informations sur le prix ou le mode de calcul du prix ainsi qu'une estimation du prix total, sur papier ou, moyennant accord du consommateur, sur un autre support durable; le professionnel fournit les informations visées à l'article L. 222-6, paragraphe (1), points a), h) et k), mais il peut choisir de ne pas les fournir sur papier ou sur un autre support durable, moyennant accord exprès du consommateur;

b) la confirmation du contrat fournie conformément au paragraphe (2) du présent article contient les informations prévues à l'article L. 221-2, paragraphe (1) et à l'article L. 222-6, paragraphe (1).

(5) La charge de la preuve concernant le respect des exigences conformément au présent article incombe au professionnel.

Sous-section 6 - Vente de porte en porte

Art. L. 222-8.

(1) Tout contrat conclu en dehors d'un établissement commercial suite à un démarchage, ou à une sollicitation de commandes lors d'une visite ou suite à une visite (non autorisée) par ou pour un professionnel au domicile d'un consommateur ayant manifesté son refus d'être démarché ou sollicité



en apposant un autocollant, une vignette ou toute autre indication ad hoc sur la porte d'entrée de sa maison, de son appartement ou de l'entrée principale de l'immeuble dans lequel est sis son appartement ou ayant adhéré à une liste de consommateurs refusant tout démarchage ou sollicitation de commandes est nul de plein droit. Cette nullité ne peut toutefois être invoquée que par le consommateur.

(2) Ceux qui ne respectent pas le refus du consommateur d'être démarché et/ou sollicité tel que prévu au paragraphe (1) sont punis d'une amende de 251 euros à 120.000 euros.

La confiscation des biens faisant l'objet du démarchage ou de la sollicitation de commandes tels que décrits au paragraphe (1) et celle des véhicules qui ont servi à transporter le matériel et la main d'œuvre nécessaires à l'offre de vente ou à la vente ou à l'offre de prestation de services ou à la prestation de services au domicile du consommateur dans le cadre de l'offre de contrat ou de contrat en dehors d'un établissement commercial suite à un démarchage, ou à une sollicitation de commandes lors d'une visite ou suite à une visite (non autorisée) par ou pour un professionnel au domicile d'un consommateur sans tenir compte de son refus d'être démarché ou sollicité ou en ignorant sa demande de voir le professionnel quitter les lieux ou de ne pas y revenir pourra être ordonnée aux frais du contrevenant, même s'ils ne sont pas la propriété de l'auteur de l'infraction. S'ils n'ont pas été saisis, le contrevenant peut être condamné à en payer la valeur.

En cas de récidive dans l'année, la confiscation ou la condamnation à la valeur des biens et véhicules non saisis est obligatoire.

Sous-section 7 - Droit de rétractation dans les contrats à distance et hors établissement

Art. L. 222-9.

(1) En dehors des cas où les exceptions prévues au paragraphe (7) du présent article s'appliquent, le consommateur dispose d'un délai de quatorze jours calendrier pour se rétracter d'un contrat à distance ou d'un contrat hors établissement sans avoir à motiver sa décision et sans encourir d'autres coûts que ceux prévus à l'article L. 222-10.

(2) Sans préjudice du paragraphe (3) du présent article, le délai de rétractation visé au paragraphe (1) expire après une période de quatorze jours à compter:

- a) en ce qui concerne les contrats de service, du jour de la conclusion du contrat;
- b) en ce qui concerne les contrats de vente, du jour où le consommateur ou un tiers autre que le transporteur et désigné par le consommateur prend physiquement possession du bien ou:
 - i. dans le cas de biens multiples commandés par le consommateur dans une seule commande et livrés séparément, du jour où le consommateur ou un tiers autre que le transporteur et désigné par le consommateur prend physiquement possession du dernier bien;
 - ii. dans le cas de la livraison d'un bien composé de lots ou de pièces multiples, du jour où le consommateur ou un tiers autre que le transporteur et désigné par le consommateur prend physiquement possession du dernier lot ou de la dernière pièce;
 - iii. dans le cas des contrats portant sur la livraison régulière de biens pendant une période de temps définie, du jour où le consommateur ou un tiers autre que le transporteur et désigné par le consommateur prend physiquement possession du premier bien;



c) en ce qui concerne les contrats portant sur la fourniture d'eau, de gaz et d'électricité lorsqu'ils ne sont pas conditionnés dans un volume délimité ou en quantité déterminée, ainsi que de chauffage urbain et de contenu numérique non fourni sur un support matériel, du jour de la conclusion du contrat.

(3) Si le professionnel omet d'informer le consommateur de son droit de rétractation comme l'exige (...) l'article L. 222-3 paragraphe (1) point g) et l'article L. 222-6, paragraphe (1), point h), le délai de rétractation expire au terme d'une période de douze mois et prend cours à la fin du délai de rétractation initial, déterminé conformément au paragraphe (2) du présent article.

(4) Si le professionnel a communiqué au consommateur les informations visées au paragraphe (3) du présent article dans un délai de douze mois à compter du jour visé au paragraphe (2) du présent article, le délai de rétractation expire au terme d'une période de quatorze jours à compter du jour de la réception de ces informations par le consommateur.

(5) Le consommateur informe le professionnel, avant l'expiration du délai de rétractation, de sa décision de se rétracter du contrat. Pour ce faire, le consommateur peut soit:
a) utiliser le modèle de formulaire de rétractation repris dans un règlement grand-ducal; ou
b) faire une autre déclaration dénuée d'ambiguïté exposant sa décision de se rétracter du contrat.

Le professionnel peut donner au consommateur, en plus des possibilités visées au premier alinéa du présent paragraphe, la faculté de remplir et de transmettre en ligne, sur le site internet du professionnel, soit le modèle de formulaire de rétractation visé audit alinéa et repris dans un règlement grand-ducal, soit une autre déclaration dénuée d'ambiguïté. Dans ces cas, le professionnel est tenu de communiquer sans délai au consommateur un accusé de réception de la rétractation sur un support durable.

La charge de la preuve concernant l'exercice du droit de rétractation conformément au présent article incombe au consommateur

(6) L'exercice du droit de rétractation a pour effet d'éteindre l'obligation des parties:
a) d'exécuter le contrat à distance ou le contrat hors établissement; ou
b) de conclure le contrat à distance ou hors établissement, dans les cas où le consommateur a fait une offre.

Lorsque le prix d'un bien ou d'un service est entièrement ou partiellement couvert par un crédit accordé au consommateur par le professionnel ou par un tiers, sur la base d'un accord conclu entre ce dernier et le professionnel, l'exercice par le consommateur de son droit de rétractation entraîne la résiliation, sans pénalité, du contrat de crédit.

Sans préjudice du paragraphe précédent et de l'article L. 224-16 du présent Code, l'exercice par le consommateur de son droit de rétractation d'un contrat à distance ou hors établissement conformément au présent article entraîne la résiliation de tout contrat accessoire, sans frais pour le consommateur, à l'exception des frais prévus à l'article L. 222-10.

(7) Sauf convention contraire, le consommateur ne peut exercer le droit de rétractation pour les contrats:



- a) de fourniture de services après que le service a été pleinement exécuté mais, si le contrat soumet le consommateur à une obligation de payer, seulement si l'exécution a commencé avec l'accord préalable exprès du consommateur, et à condition qu'il ait également reconnu qu'il perdra son droit de rétractation une fois que le contrat aura été pleinement exécuté par le professionnel;
- b) de fourniture de biens ou de services dont le prix est fonction des fluctuations sur le marché financier, échappant au contrôle du professionnel et susceptibles de se produire pendant le délai de rétractation;
- c) de fourniture de biens confectionnés selon les spécifications du consommateur ou nettement personnalisés;
- d) de fourniture de biens qui sont susceptibles de se détériorer ou de se périmer rapidement;
- e) de fourniture de biens scellés ne pouvant être renvoyés pour des raisons de protection de la santé ou d'hygiène et qui ont été descellés par le consommateur après la livraison;
- f) de fourniture de biens qui, après avoir été livrés, et de par leur nature, sont mélangés de manière indissociable avec d'autres articles;
- g) de fourniture de boissons alcoolisées dont le prix a été convenu au moment de la conclusion du contrat de vente, dont la livraison ne peut être effectuée qu'après trente jours et dont la valeur réelle dépend de fluctuations sur le marché échappant au contrôle du professionnel;
- h) dans lesquels le consommateur a expressément demandé au professionnel de lui rendre visite afin d'effectuer des travaux urgents d'entretien ou de réparation. Si, toutefois, à l'occasion de cette visite, le professionnel fournit des services venant s'ajouter à ceux spécifiquement requis par le consommateur ou des biens autres que les pièces de rechange indispensables aux travaux d'entretien ou de réparation, le droit de rétractation s'applique à ces services ou biens supplémentaires;
- i) de fourniture d'enregistrements audio ou vidéo scellés ou de logiciels informatiques scellés et qui ont été descellés par le consommateur après la livraison;
- j) de fourniture de journaux, de périodiques et de magazines sauf pour les contrats d'abonnement à ces publications;
- k) de ventes conclus lors d'enchères publiques;
- l) de fourniture de services d'hébergement (autres qu'à des fins résidentielles), de transport de biens, de location de voitures, de restauration, ou liés à des activités de loisirs, si le contrat prévoit une date ou une période d'exécution spécifique;
- m) de fourniture d'un contenu numérique non fourni sur un support matériel si l'exécution a commencé avec l'accord préalable exprès du consommateur, et à condition que le contrat soumet le consommateur à une obligation de payer, si :
 - (i) le consommateur a donné son consentement préalable exprès pour que l'exécution commence pendant le délai de rétractation ;
 - (ii) le consommateur a reconnu qu'il perdra ainsi son droit de rétractation ; et
 - (iii) le professionnel a fourni une confirmation conformément à l'article L. 222-7, paragraphe (2), ou à l'article L. 222-5. ».

Art. L. 222-10.

(1) En cas d'exercice du droit de rétractation relatif à un contrat à distance ou hors établissement, le professionnel est tenu au remboursement des paiements reçus de la part du consommateur, y compris, le cas échéant, les frais de livraison. Les seuls frais qui peuvent être imputés au consommateur en raison de l'exercice de son droit de rétractation sont les frais directs de renvoi des marchandises tels que visés au paragraphe (4) du présent article.



Ce remboursement doit être effectué sans retard excessif et, en tout cas, dans un délai de quatorze jours suivant celui où il est informé de la décision du consommateur de se rétracter du contrat conformément à l'article L. 222-9. La somme due est de plein droit majorée du taux de l'intérêt légal en vigueur à compter du premier jour suivant l'expiration de ce délai.

Le professionnel effectue le remboursement visé aux deux premiers alinéas du présent paragraphe en utilisant le même moyen de paiement que celui utilisé par le consommateur pour la transaction initiale, sauf accord exprès du consommateur pour un autre moyen de paiement et pour autant que le remboursement n'occasionne pas de frais pour le consommateur.

(2) Nonobstant le paragraphe (1) du présent article, le professionnel n'est pas tenu de rembourser les frais supplémentaires si le consommateur a expressément choisi un mode de livraison autre que le mode moins coûteux de livraison standard proposé par le professionnel.

(3) S'agissant des contrats de vente, à moins qu'il ne propose de récupérer lui-même les biens, le professionnel peut différer le remboursement jusqu'à récupération des biens, ou jusqu'à ce que le consommateur ait fourni une preuve d'expédition des biens, la date retenue étant celle du premier de ces faits.

(4) A moins que le professionnel ne propose de récupérer lui-même ces biens, le consommateur renvoie ou rend les biens au professionnel ou à une personne habilitée par ce dernier à recevoir les biens.

Ce renvoi doit être effectué sans retard excessif et, en tout état de cause, au plus tard quatorze jours suivant la communication de sa décision de se rétracter du contrat au professionnel conformément à l'article L. 222-9, paragraphe (5). Ce délai est respecté si le consommateur renvoie les biens avant l'expiration du délai de quatorze jours.

Le consommateur supporte uniquement les coûts directs engendrés par le renvoi des biens, sauf si le professionnel accepte de les prendre à sa charge ou s'il a omis d'informer le consommateur qu'il doit les prendre en charge.

En ce qui concerne les contrats hors établissement, lorsque les biens ont été livrés au domicile du consommateur au moment de la conclusion du contrat, le professionnel récupère les biens à ses frais s'ils ne peuvent pas être renvoyés normalement par la poste en raison de leur nature.

(5) La responsabilité du consommateur n'est engagée qu'à l'égard de la dépréciation des biens résultant de manipulations des biens autres que celles nécessaires pour établir la nature, les caractéristiques et le bon fonctionnement de ces biens. Le consommateur n'est pas responsable, en tout état de cause, de la dépréciation des biens lorsque le professionnel a omis de l'informer de son droit de rétractation conformément à l'article L. 222-3, paragraphe (1), point g) et à l'article L. 222-6, paragraphe (1), point h).

(6) Lorsque le consommateur exerce son droit de rétractation après avoir présenté une demande conformément à l'article L. 222-4, paragraphe (7) ou à l'article L. 222-7, paragraphe (3), il paie au professionnel un montant qui est proportionnel à ce qui a été fourni jusqu'au moment où il a informé le professionnel de l'exercice du droit de rétractation par rapport à l'ensemble des prestations prévues par le contrat. Le montant proportionnel à payer par le consommateur au professionnel est calculé sur



la base du prix total convenu dans le contrat. Si le prix total est excessif, le montant approprié est calculé sur la base de la valeur marchande de ce qui a été fourni.

(7) Le consommateur n'est redevable d'aucun coût:

- a) pour la prestation de services ou pour la fourniture d'eau, de gaz ou d'électricité, lorsqu'ils ne sont pas conditionnés dans un volume délimité ou en quantité déterminée, ou de chauffage urbain, en tout ou partie, pendant le délai de rétractation, lorsque:
 - i. le professionnel a omis de fournir les informations visées à l'article L. 222-3, paragraphe (1), points g) ou i) ou à l'article L. 222-6, paragraphe (1), points h) ou j); ou
 - ii. lorsque le consommateur n'a pas expressément demandé que l'exécution commence pendant le délai de rétractation en application de l'article L. 222-4, paragraphe (7) ou de l'article L. 222-7, paragraphe (3); ou
- b) pour la fourniture, en tout ou partie, d'un contenu numérique qui n'est pas fourni sur un support matériel, lorsque:
 - i. le consommateur n'a pas donné son accord préalable exprès pour que l'exécution commence avant la fin du délai de quatorze jours visé à l'article L. 222-9; ou
 - ii. le consommateur n'a pas reconnu perdre son droit de rétractation en donnant son accord; ou
 - iii. le professionnel a omis de fournir une confirmation conformément à l'article L. 222-5, paragraphes 1 et 2 ou à l'article L. 222-7, paragraphe (2).

(8) Sauf disposition contraire du présent article, le consommateur n'encourt aucune responsabilité du fait de l'exercice du droit de rétractation.

(9) En cas de rétractation du contrat, le consommateur s'abstient d'utiliser le contenu numérique ou le service numérique et de le rendre accessible à des tiers.

Art. L. 222-10-1.

(1) En ce qui concerne les données à caractère personnel du consommateur, le professionnel respecte les obligations applicables en vertu du règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, et abrogeant la directive 95/46/CE (règlement général sur la protection des données).

(2) Le professionnel s'abstient d'utiliser tout contenu autre que les données à caractère personnel, qui a été fourni ou créé par le consommateur lors de l'utilisation du contenu numérique ou du service numérique fourni par le professionnel, sauf lorsque ce contenu :

- a) n'est d'aucune utilité en dehors du contexte du contenu numérique ou du service numérique fourni par le professionnel ;
- b) n'a trait qu'à l'activité du consommateur lorsqu'il utilise le contenu numérique ou le service numérique fourni par le professionnel ;
- c) a été agrégé avec d'autres données par le professionnel et ne peut être désagrégé, ou ne peut l'être que moyennant des efforts disproportionnés ; ou
- d) a été généré conjointement par le consommateur et d'autres personnes, et d'autres consommateurs peuvent continuer à en faire usage.



(3) Sauf dans les situations visées au paragraphe (2), lettres a), b) ou c), le professionnel met à la disposition du consommateur, à la demande de ce dernier, tout contenu autre que les données à caractère personnel, qui a été fourni ou créé par le consommateur lors de l'utilisation du contenu numérique ou du service numérique fourni par le professionnel.

(4) Le consommateur a le droit de récupérer ce contenu numérique sans frais, sans que le professionnel y fasse obstacle, dans un délai raisonnable et dans un format couramment utilisé et lisible par machine.

(5) En cas de rétractation du contrat, le professionnel peut empêcher toute utilisation ultérieure du contenu numérique ou du service numérique par le consommateur, notamment en faisant en sorte que le contenu numérique ou le service numérique soit inaccessible au consommateur ou en désactivant le compte d'utilisateur du consommateur, sans préjudice du paragraphe (3). ».

Sous - section 8-Dispositions spécifiques et sanctions

Art. L. 222-11.

(1) L'utilisation par un professionnel des techniques de communication à distance suivantes nécessite le consentement préalable du consommateur:

- a) système automatisé d'appel sans intervention humaine (automate d'appel);
- b) télécopie;
- c) téléphone;
- d) courrier électronique.

Les techniques de communication à distance autres que celles visées à l'alinéa précédent, lorsqu'elles permettent une communication individualisée, ne peuvent être utilisées qu'en l'absence d'opposition manifeste du consommateur.

(2) La preuve

- de l'existence et du contenu d'une information précontractuelle,
- d'une confirmation du contrat,
- du respect des délais et du consentement du consommateur,
incombe au professionnel. Toute clause contraire est considérée comme abusive au sens de l'article L. 211-2.

(3) Le non-respect d'une ou plusieurs obligations d'information essentielles dans les contrats conclus à distance ou hors établissement peut entraîner la nullité du contrat. Cette nullité ne peut toutefois être invoquée que par le consommateur.

(4) Sera puni d'une amende de 251 à 15.000 euros celui qui n'aura pas respecté les obligations d'information des articles L. 221-2, paragraphes 1er et 2, L. 222-3, paragraphe 1er, L. 222-4, L. 222-6, paragraphe 1er et L. 222-7, paragraphes 1er, 3 et 4.

(5) Sera puni de la même peine celui qui ne fournit pas au consommateur la confirmation du contrat conclu à distance ou la confirmation de l'accord préalable exprès et la reconnaissance par le



consommateur pour la fourniture d'un contenu numérique non fourni sur un support matériel dans les conditions prévues à l'article L. 222-5.

(6) Sera puni de la même peine celui qui ne fournit pas au consommateur le formulaire de rétractation d'un contrat conclu à distance prévu à l'article L. 222-3, paragraphe 1er, point g) ou celui qui lui fournit un formulaire non conforme à ces dispositions.

(7) Sera puni d'une amende de 500 à 75.000 euros celui qui ne fournit pas au consommateur une copie du contrat conclu hors établissement signé, la confirmation du contrat ou la confirmation de l'accord préalable exprès et la reconnaissance par le consommateur pour la fourniture d'un contenu numérique non fourni sur un support matériel dans les conditions prévues à l'article L. 222-7, paragraphe 2.

(8) Sera puni de la même peine celui qui ne fournit pas au consommateur le formulaire de rétractation prévu à l'article L. 222-6, paragraphe 1er, point h) ou celui qui lui fournit un formulaire non conforme à ces dispositions.

(9) Tout manquement aux dispositions des articles L. 221-3, L. 222-9 et L. 222-10 encadrant les conditions d'exercice du droit de rétractation reconnu au consommateur, ainsi que ses effets, sera puni d'une amende de 500 à 50.000 euros.

(10) L'imposition d'une sanction prévue aux paragraphes (4) à (9) prend en considération les critères non exhaustifs et indicatifs suivants, le cas échéant :

- a) la nature, la gravité, l'ampleur et la durée de l'infraction ;
- b) toute mesure prise par le professionnel pour atténuer ou réparer les dommages subis par les consommateurs ;
- c) les éventuelles infractions antérieures commises par le professionnel ;
- d) les avantages financiers obtenus ou les pertes évitées par le professionnel du fait de l'infraction, si les données concernées sont disponibles ;
- e) les sanctions infligées au professionnel pour la même infraction dans d'autres États membres dans les affaires transfrontalières pour lesquelles les informations relatives à ces sanctions sont disponibles grâce au mécanisme établi par le règlement (UE) 2017/2394 précité ;
- f) toute autre circonstance aggravante ou atténuante applicable au cas concerné.

(11) Si le ministre ayant la Protection des consommateurs dans ses attributions prend connaissance du non-respect par un professionnel des dispositions des paragraphes (4) à (9), il peut inviter le professionnel à fournir des explications endéans un délai qui ne saurait être inférieur à quinze jours calendriers.

Au terme de ce délai, si le professionnel n'a fourni aucune explication ou si, à la suite des explications fournies, le ministre ayant la Protection des consommateurs dans ses attributions conclut que le professionnel enfreint les dispositions visées par les paragraphes (4) à (9), il peut notifier par lettre recommandée au professionnel le constat de cette violation et exiger la mise en conformité dans un délai raisonnable avec les dispositions applicables.

Si une violation constatée et notifiée persiste ou si la même violation survient à nouveau, et que l'acte ou l'omission du professionnel porte ou est susceptible de porter atteinte aux intérêts collectifs des consommateurs au sens de l'article L. 311-1, le ministre ayant la Protection des consommateurs dans



ses attributions peut engager une action en cessation ou en interdiction telle qu'elle résulte des articles L. 320-1 et suivants.

Les alinéas 1er à 3 sont sans préjudice de l'action en cessation ou en interdiction des articles L. 320-1 et suivants.

(12) Par dérogation aux paragraphes (4) à (9), lorsque des sanctions doivent être imposées conformément à l'article 21 du règlement (UE) 2017/2394 précité, le montant maximal de l'amende encourue par le professionnel correspond à 4 pour cent du chiffre d'affaires annuel du professionnel dans l'État membre ou les États membres concernés.

Dans les cas où une amende doit être imposée conformément à l'alinéa 1er, mais où les informations relatives au chiffre d'affaires annuel du professionnel ne sont pas disponibles, le montant maximal de l'amende est de 2.000.000 euros.

Section 2 - Contrats à distance portant sur des services financiers hors assurances

Sous-section 1 - Champ d'application

Art. L. 222-12.

(1) Aux fins de la présente section, on entend par «communication commerciale»: toutes les formes de communication destinées à promouvoir, directement ou indirectement, des biens, des services, ou l'image d'un professionnel.

(2) Ne constituent pas en tant que telles des communications commerciales:

- les coordonnées permettant l'accès direct à ce professionnel, notamment un nom de domaine ou une adresse de courrier électronique;
- les communications relatives aux biens, aux services ou à l'image de ce professionnel élaborées d'une manière indépendante de ce dernier, en particulier lorsqu'elles sont fournies sans contrepartie financière.

Art. L. 222-13.

(1) La présente section s'applique aux contrats à distance portant sur des services financiers entre un professionnel et un consommateur, à l'exclusion des services ayant trait à l'assurance ainsi qu'aux retraites individuelles constituées sous forme de contrat d'assurance.

Les règles relatives à la commercialisation à distance des contrats d'assurance conclus avec des consommateurs sont fixées par la loi modifiée du 27 juillet 1997 sur le contrat d'assurance.

(2) Pour les contrats à distance comportant une première convention de service suivie d'opérations successives ou d'une série d'opérations distinctes de même nature échelonnées dans le temps, les dispositions de la présente section ne s'appliquent qu'à la première convention. Les contrats à distance



qui emportent novation ou modification d'un élément essentiel de la première convention de services sont soumis aux dispositions de la présente section au même titre que la première convention de services.

(3) Au cas où il n'y a pas de convention de services financiers, mais où des opérations successives ou distinctes de même nature échelonnées dans le temps sont exécutées entre les mêmes parties au contrat, les obligations imposées en vertu des articles L. 222-14, L. 222-15 et L. 222-16 sont applicables uniquement lorsque la première opération est exécutée. Toutefois, dans les cas où aucune opération de même nature n'est effectuée pendant plus d'un an, l'opération suivante est considérée comme étant la première d'une nouvelle série d'opérations, et est soumise au respect des dispositions prévues aux articles L. 222-14, L. 222-15 et L. 222-16.

Sous-section 2 - Informations précontractuelles

Art. L. 222-14.

(1) En plus des informations mentionnées à l'article L. 221-2 du présent Code, le consommateur reçoit, en temps utile avant qu'il ne soit lié par un contrat à distance ou par une offre, les informations suivantes sur:

1) le professionnel:

- a) l'activité principale du professionnel et toute autre adresse géographique à prendre en compte pour les relations entre le consommateur et le professionnel;
- b) l'identité du représentant du professionnel établi dans l'Etat membre de résidence du consommateur et l'adresse géographique à prendre en compte pour les relations entre le consommateur et le représentant, lorsqu'un tel représentant existe;
- c) si le consommateur a des relations commerciales avec un tiers autre que le professionnel, l'identité de ce tiers, le titre auquel il agit à l'égard du consommateur et l'adresse géographique à prendre en compte dans les relations entre le consommateur et le tiers;
- d) lorsque le professionnel est inscrit sur un registre commercial ou sur un registre public similaire, le registre du commerce sur lequel le professionnel est inscrit et son numéro d'enregistrement ou un moyen équivalent d'identification dans ce registre;
- e) dans le cas où l'activité est soumise à un régime d'autorisation, les coordonnées de l'autorité de surveillance compétente;

2) le service financier:

- a) Pour l'application du présent chapitre, l'information sur le prix au sens de l'article L. 221-2, paragraphe (1) point c) du présent Code doit également comprendre:
 - le prix total dû par le consommateur au professionnel pour le service financier, y compris l'ensemble des commissions, charges et dépenses y afférentes et toutes les taxes acquittées par l'intermédiaire du professionnel ou, lorsqu'un prix exact ne peut être indiqué, la base de calcul du prix, permettant au consommateur de vérifier ce dernier;
 - l'indication de l'existence éventuelle d'autres taxes et/ou frais qui ne sont pas acquittés par l'intermédiaire du professionnel ou facturés par lui;
 - tout coût supplémentaire spécifique pour le consommateur afférent à l'utilisation de la technique de communication à distance, lorsque ce coût supplémentaire est facturé;
- b) le cas échéant une notification indiquant que le service financier est lié à des instruments qui impliquent des risques particuliers du fait de leurs spécificités ou des opérations à exécuter ou dont le



prix dépend de fluctuations des marchés financiers sur lesquelles le professionnel n'a aucune influence et que les performances passées ne laissent pas présager les performances futures;

c) toute limitation de la durée pendant laquelle les informations fournies sont valables;

3) le contrat à distance:

a) s'il existe un droit de rétractation tel que prévu aux articles L. 221-3 et L. 222-18 du présent Code, sa durée et les modalités de son exercice, y compris des informations sur le montant que le consommateur peut être tenu de payer sur la base de l'article L. 222-19, ainsi que sur les conséquences découlant de l'absence d'exercice de ce droit;

b) pour l'application du présent chapitre, l'information sur les modalités de paiement, de livraison ou d'exécution au sens de l'article L. 221-2, paragraphe (1) point d) du présent Code doit également comprendre:

- la durée minimale du contrat à distance, en cas de contrat de prestation de services financiers permanente ou périodique;

- les informations relatives aux droits que peuvent avoir les parties de résilier le contrat à distance par anticipation ou unilatéralement en vertu des termes du contrat à distance, y compris les éventuelles pénalités imposées par le contrat dans ce cas;

- des instructions pratiques pour l'exercice du droit de rétractation indiquant, entre autres, l'adresse à laquelle la notification doit être envoyée;

c) le ou les Etats sur la législation duquel/desquels le professionnel se fonde pour établir les relations avec le consommateur avant la conclusion du contrat à distance;

d) toute clause contractuelle concernant la législation applicable au contrat à distance ou concernant la juridiction compétente;

e) la langue ou les langues dans laquelle/lesquelles sont communiquées les conditions contractuelles ainsi que les informations précontractuelles visées dans le présent article et, en outre, la langue ou les langues dans laquelle/lesquelles le professionnel s'engage, en accord avec le consommateur, à communiquer pendant la durée du contrat;

4) d'autres informations:

a) l'existence ou l'absence de procédures extrajudiciaires de réclamation et de recours accessibles au consommateur qui est partie au contrat à distance et, si de telles procédures existent, les modalités d'accès à ces dernières;

b) l'existence de fonds de garantie ou de mécanismes d'indemnisation similaires, autres que les systèmes de garantie de dépôts et les systèmes d'indemnisation des investisseurs régis par la loi modifiée du 5 avril 1993 relative au secteur financier.

(2) Les informations visées au paragraphe (1), dont le but commercial doit apparaître sans équivoque, doivent être délivrées conformément à l'article L. 221-2, paragraphe (2), par tout moyen adapté à la technique de communication à distance utilisée, en tenant dûment compte, notamment, du principe de bonne foi dans les transactions commerciales et des principes qui régissent la protection des incapables.

(3) Les obligations qui découlent du contrat doivent être fidèles aux informations fournies par le professionnel au cours de la phase précontractuelle.



Art. L. 222-15.

(1) En cas de communication par téléphonie vocale sur l'initiative du professionnel, celui-ci indiquera explicitement et sans équivoque au début de la conversation avec le consommateur son identité et le but commercial de l'appel.

(2) A condition d'avoir obtenu l'accord explicite du consommateur, le professionnel n'est tenu de fournir que les informations suivantes:

- a) l'identité de la personne en contact avec le consommateur et le lien de cette personne avec le professionnel;
- b) une description des principales caractéristiques du service financier;
- c) le prix total dû par le consommateur au professionnel pour le service financier, qui comprend toutes les taxes acquittées par l'intermédiaire du professionnel ou, lorsqu'un prix exact ne peut être indiqué, la base de calcul du prix, permettant au consommateur de vérifier ce dernier;
- d) l'indication de l'existence éventuelle d'autres taxes ou frais qui ne sont pas acquittés ou mis en compte par l'intermédiaire du professionnel;
- e) l'existence ou l'absence du droit de rétractation prévu aux articles L. 221-3 et L. 222-18 du présent Code et, si ce droit existe, sa durée et les modalités de son exercice, y compris des informations sur le montant que le consommateur peut être tenu de payer sur la base de l'article L. 222-19.

(3) Le professionnel informe le consommateur sur, d'une part, le fait que d'autres informations peuvent être fournies sur demande et, d'autre part, la nature de ces informations. En tout état de cause, le professionnel fournit des informations complètes lorsqu'il remplit ses obligations en vertu de l'article L. 222-17.

Art. L. 222-16.

(1) Lorsqu'une loi régissant des services financiers contient des dispositions en matière d'information préalable s'ajoutant à celles qui sont prévues aux articles L. 222-14 et L. 222-15 du présent chapitre, ces dispositions continuent à s'appliquer à la commercialisation à distance de services financiers auprès des consommateurs.

(2) Lorsque la loi du 10 novembre 2009 relative aux services de paiement est également applicable, les dispositions en matière d'information de l'article L. 222-14, paragraphe (1) du présent Code, à l'exception des deux derniers sous-points du point 2) a), du point 2) b) et c), du point 3) a), du dernier sous-point du point 3) b), des points 3) c) et 4) b), sont remplacées par les articles 65, 66, 70, 71 de la loi du 10 novembre 2009 relative aux services de paiement. Sont en outre à indiquer les modalités de paiement et d'exécution au titre de l'article L.221-2, paragraphe (1) d) du présent Code.

Art. L. 222-17.

(1) Le professionnel communique au consommateur toutes les conditions contractuelles ainsi que les informations visées aux articles L. 222-14, L. 222-15 et L. 222-16 sur un support papier ou sur un autre



support durable, mis à la disposition du consommateur et auquel celui-ci a accès en temps utile avant d'être lié par un contrat à distance ou par une offre.

(2) Si un contrat à distance a été conclu à la demande du consommateur en utilisant une technique de communication à distance ne permettant pas de transmettre les conditions contractuelles et les informations conformément au paragraphe (1), le professionnel remplit l'obligation lui incombeant en vertu du paragraphe (1) immédiatement après la conclusion du contrat à distance. Dans ce cas l'article 1135-1 du Code civil n'est pas applicable.

(3) A tout moment au cours de la relation contractuelle, le consommateur a le droit, s'il en fait la demande, de recevoir les conditions contractuelles sur un support papier. En outre, le consommateur a le droit de changer les techniques de communication à distance utilisées, à moins que cela ne soit incompatible avec le contrat à distance conclu ou avec la nature du service financier fourni.

Sous-section 3 - Droit de rétractation

Art. L. 222-18.

(1) Le délai de rétractation commence à courir conformément à l'article L. 221-3 ou à compter du jour où le consommateur reçoit les conditions contractuelles et les informations, conformément à l'article L. 222-17, paragraphe (1) ou (2), si cette dernière date est postérieure à visée à l'article L. 221-3.

Toutefois, ce délai est porté à trente jours calendrier pour les opérations portant sur les retraites individuelles.

(2) Le droit de rétractation prévu aux articles L. 221-3 et L. 222-18, paragraphe (1) ne s'applique pas:

a) aux services financiers dont le prix dépend de fluctuations du marché financier sur lesquelles le professionnel n'a aucune influence, qui sont susceptibles de se produire pendant le délai de rétractation, par exemple les services liés aux:

- opérations de change,
- instruments du marché monétaire,
- titres négociables,
- parts dans les organismes de placement collectif,
- contrats financiers à terme (futures) y compris les instruments équivalents donnant lieu à un règlement en espèces,
- contrats à terme sur taux d'intérêt (FRA),
- contrats d'échange (swaps) sur taux d'intérêt ou sur devises ou contrats d'échange sur des flux liés à des actions ou à des indices d'actions (equity swaps),
- options visant à acheter ou à vendre tout instrument visé par le présent point, y compris les instruments équivalents donnant lieu à un règlement en espèces. Sont comprises en particulier dans cette catégorie les options sur devises et sur taux d'intérêt;
- b) aux contrats exécutés intégralement par les deux parties à la demande expresse du consommateur avant que ce dernier n'exerce son droit de rétractation;
- c) à tout crédit destiné principalement à permettre l'acquisition ou le maintien de droits de propriété d'un terrain ou d'un immeuble existant ou à construire;



d) à tout crédit garanti par une hypothèque sur un bien immobilier ou par un droit lié à un bien immobilier;

e) aux déclarations de consommateurs faites en utilisant les services d'un officier public, à condition que l'officier public atteste que les droits du consommateur prévus à l'article L. 222-17, paragraphe (1), ont été respectés.

(3) Si le consommateur exerce son droit de rétractation, il le notifie avant l'expiration du délai en suivant les instructions pratiques qui lui ont été données conformément à l'article L. 222-14, paragraphe (1), point 3 b), 3ème point. Le délai est réputé respecté si la notification, à condition d'avoir été faite sur un support papier ou sur un autre support durable qui est à la disposition du destinataire et auquel il a accès, a été envoyée avant l'expiration du délai.

(4) Le présent article n'est pas applicable aux contrats de crédit résiliés en vertu de l'article L. 222-9, paragraphe (6), alinéa 21 ou de l'article L. 223-11.

(5) Si un autre contrat à distance relatif à des services financiers prestés par un professionnel ou un tiers sur la base d'un accord entre le tiers et le professionnel a été adjoint à un contrat à distance portant sur un service financier donné, ce contrat additionnel est résilié, sans pénalité, si le consommateur exerce son droit de rétractation selon les modalités fixées aux articles L. 221-3, paragraphe (1) et L. 222-18, paragraphe (1).

Art. L. 222-19.

(1) Lorsque le consommateur exerce le droit de rétractation qui lui est conféré par les articles L. 221-3 et L. 222-18 paragraphe (1), il ne peut être tenu qu'au paiement, dans les meilleurs délais, du service financier effectivement fourni par le professionnel en vertu du contrat à distance. L'exécution du contrat ne peut commencer qu'après l'accord du consommateur. Le montant à payer ne peut excéder un montant proportionnel à l'importance du service déjà fourni par rapport à l'ensemble des prestations prévues par le contrat à distance.

(2) Le professionnel ne peut exiger du consommateur un paiement sur base du paragraphe (1) que s'il peut prouver que le consommateur a été dûment informé du montant dû, conformément aux articles L. 221-2 paragraphe (1), point e) et L. 222-14, paragraphe (1), point 3 a). Toutefois, il ne peut, en aucun cas, exiger ce paiement s'il a commencé à exécuter le contrat avant l'expiration du délai de rétractation prévu aux articles L. 221-3 et L. 222-18, paragraphe (1), sans demande préalable du consommateur.

(3) Le professionnel est tenu de rembourser au consommateur, dans les meilleurs délais et au plus tard dans les trente jours calendrier, toutes les sommes qu'il a perçues de celui-ci conformément au contrat à distance, à l'exception du montant visé au paragraphe (1). Ce délai commence à courir le jour où le professionnel reçoit la notification de la rétractation. Si le remboursement ne s'opère pas dans un délai de trente jours calendrier, la somme due est majorée de plein droit au taux de l'intérêt légal en vigueur à compter du premier jour après l'expiration du délai.

(4) Le consommateur restitue au professionnel, dans les meilleurs délais et au plus tard dans les trente jours calendrier, toute somme et/ou tout bien qu'il a reçus de ce dernier dans le cadre d'un contrat à distance. Ce délai commence à courir à compter du jour où le consommateur envoie la notification de rétractation. Si le remboursement ne s'opère pas dans un délai de trente jours calendrier, la somme



due est majorée de plein droit au taux de l'intérêt légal en vigueur à compter du premier jour après l'expiration du délai.

Sous-section 4 - Exécution du contrat

Art. L. 222-20.

(1) L'envoi de communications commerciales par courrier électronique, par un système automatisé d'appel sans intervention humaine, par téléphone ou par télécopieur par un professionnel à un consommateur n'est permis qu'en cas de consentement préalable de ce dernier.

(2) Les techniques de communication à distance autres que celles visées au paragraphe (1), lorsqu'elles permettent une communication individualisée, ne peuvent être utilisées qu'en l'absence d'opposition manifeste du consommateur.

(3) Les mesures prises en vertu des paragraphes (1) et (2) ne doivent pas entraîner de frais pour les consommateurs.

Art. L. 222-21.

La règle suivante est applicable en cas de prestations de services non demandés:

En cas de fourniture non demandée de services financiers à un consommateur, ce dernier est dispensé de toute contrestitution, l'absence de réponse ne valant pas consentement.

La disposition qui précède ne déroge pas aux règles applicables en matière de reconduction tacite des contrats.

Art. L. 222-22.

Toute clause contractuelle prévoyant que la charge de la preuve du respect par le professionnel de tout ou partie des obligations que lui imposent la présente section incombe au consommateur est abusive et réputée nulle et non écrite.

Art. L. 222-23.

Les dispositions de la présente section sont sanctionnées conformément à l'article 63 de la loi modifiée du 5 avril 1993 sur le secteur financier.



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG

Ministère de l'Agriculture,
de l'Alimentation et de la Viticulture

DIRECTION DE LA PROTECTION DES
CONSOMMATEURS

Chapitre 3 - Contrats d'utilisation de biens à temps partagé, contrats de produits de vacances à long terme et contrats de revente et d'échange

[...]

Chapitre 4 - Contrats de crédit à la consommation

[...]

Chapitre 5 - Voyages à forfait et prestations de voyage liées

[...]

Chapitre 6 - Contrats de crédit immobilier

[...]

LIVRE 3. - Mise en œuvre du droit de la consommation

[...]

LIVRE 4 - Règlement extrajudiciaire des litiges de consommation

[...]



Texte consolidé

Code de la consommation

DISPOSITIONS PRÉLIMINAIRES - DÉFINITIONS DE PORTÉE GÉNÉRALE

Art. L. 010-1.

Pour l'application du présent Code, il faut entendre par :

- 1) «Consommateur»: toute personne physique qui agit à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale ;
- 2) «Professionnel»: toute personne physique ou morale, qu'elle soit publique ou privée, qui agit, y compris par l'intermédiaire d'une autre personne agissant en son nom ou pour son compte, à des fins qui entrent dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale ;
- 3) «Support durable»: tout instrument qui permet au consommateur ou au professionnel de stocker des informations qui lui sont adressées personnellement d'une manière permettant de s'y reporter ultérieurement pendant un laps de temps adapté aux fins auxquelles les informations sont destinées et qui permet la reproduction à l'identique des informations stockées ;
- 4) «Enchère publique»: une méthode de vente selon laquelle le professionnel propose aux consommateurs des biens ou services au moyen d'une procédure de mise en concurrence transparente dirigée par un notaire ou un huissier de justice, à laquelle les consommateurs assistent ou peuvent assister en personne, et au terme de laquelle l'adjudicataire est tenu d'acquérir ledit bien ou service ;
- 5) «Contenu numérique»: des données produites et fournies sous forme numérique ;
- 6) « producteur » : le fabricant d'un bien, l'importateur d'un bien dans l'Union européenne ou toute personne qui se présente comme producteur en apposant sur le bien son nom, sa marque ou un autre signe distinctif ;
- 7) « bien comportant des éléments numériques » : tout objet mobilier corporel qui intègre un contenu numérique ou un service numérique ou est interconnecté avec un tel contenu ou un tel service d'une manière telle que l'absence de ce contenu numérique ou de ce service numérique empêcherait ce bien de remplir ses fonctions ;
- 8) « service numérique » :
 - a) un service permettant au consommateur de créer, de traiter ou de stocker des données sous forme numérique, ou d'y accéder ; ou
 - b) un service permettant le partage de données sous forme numérique qui sont téléversées ou créées par le consommateur ou d'autres utilisateurs de ce service, ou permettant toute autre interaction avec ces données ;
- 9) « environnement numérique » : tout matériel informatique, logiciel et connexion réseau utilisés par le consommateur pour accéder à un contenu numérique ou à un service numérique ou en faire usage ;
- 10) « compatibilité » : la capacité d'un bien, contenu numérique ou service numérique à fonctionner avec du matériel informatique ou des logiciels avec lesquels des biens, contenus numériques ou services numériques de même type sont normalement utilisés, sans qu'il soit nécessaire de convertir le cas échéant, le bien, le matériel ou les logiciels, ou le contenu numérique ou le service numérique ;
- 11) « fonctionnalité » : la capacité d'un bien, contenu numérique ou service numérique à remplir leurs fonctions eu égard à leur finalité ;



- 12) « interopérabilité » : la capacité d'un bien, contenu numérique ou service numérique à fonctionner avec le cas échéant du matériel informatique ou des logiciels différents de ceux avec lesquels des biens, contenu ou service numérique de même type sont normalement utilisés ;
- 13) « durabilité » : la capacité des biens à maintenir les fonctions et performances requises dans le cadre d'un usage normal ;
- 14) « données à caractère personnel » : les données à caractère personnel au sens de l'article 4, point 1), du règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, et abrogeant la directive 95/46/CE (règlement général sur la protection des données). ;
- 15) « Place de marché en ligne » : un service utilisant un logiciel, y compris un site internet, une partie de site internet ou une application, exploité par le professionnel ou pour son compte qui permet aux consommateurs de conclure des contrats à distance avec d'autres professionnels ou consommateurs ;
- 16) « Fournisseur de place de marché en ligne » : tout professionnel qui fournit une place de marché en ligne aux consommateurs ;
- 17) « Garantie commerciale » : tout engagement du vendeur ou du producteur (le garant) à l'égard du consommateur, en plus des obligations légales du vendeur tenant à la garantie de conformité des biens meubles corporels des articles L. 212-1 à L. 212-11 du code, en vue :
- a) du remboursement du prix d'achat ;
 - b) du remplacement ou de la réparation du bien ; ou
 - c) de la prestation de tout autre service en relation avec le bien si ce dernier ne répond pas aux spécifications ou à d'autres exigences éventuelles non liées à la conformité énoncées dans la déclaration de garantie ou dans la publicité correspondante faite au moment de la conclusion du contrat ou avant celle-ci ;
- 18) « Garantie commerciale de durabilité » : la garantie commerciale de durabilité du producteur visée à l'article L. 212-31 du code, en vertu de laquelle le producteur est directement responsable vis-à-vis du consommateur pendant toute la durée de la garantie commerciale de durabilité en ce qui concerne la réparation ou le remplacement du bien, conformément à l'article L. 212-7 du code, dès lors que la durabilité de celui-ci est altérée ;
- 19) « indice de réparabilité » : une note exprimant la capacité d'un bien à être réparé, fondée sur des exigences harmonisées établies au niveau de l'Union.

LIVRE 1 - Information des consommateurs et pratiques commerciales déloyales

TITRE 1 - Information des consommateurs

Chapitre 1. - Obligations générales d'information

Art. L. 111-1.

(1) Avant la conclusion de tout contrat, le professionnel doit mettre, de façon claire et compréhensible, le consommateur en mesure de connaître les caractéristiques essentielles des biens ou services, y compris des contenus numériques et des services numériques, qu'il propose.



(2) Toute description des caractéristiques et qualités d'un bien ou service faite dans des documents et moyens de publicité, de même que toute déclaration de garantie commerciale y relative effectuée au moment de la publicité ou communiquée au consommateur, sont réputées faire partie intégrante du contrat relatif à ce bien ou à ce service, 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.

Lorsque le bien ou le service n'est pas conforme à cette description ou à cette déclaration, le consommateur peut demander la résolution du contrat.

Chapitre 2 - Indication des prix

[...]

Chapitre 3 - Information des consommateurs concernant les contrats autres que les contrats à distance ou hors établissement

Art. L. 113-1.

(1) Avant que le consommateur ne soit lié par un contrat autre qu'un contrat à distance ou hors établissement, ou par une offre du même type, le professionnel, qu'il soit public ou privé, doit fournir, de façon claire et compréhensible, au consommateur les informations suivantes, pour autant qu'elles ne ressortent pas du contexte :

- a) les caractéristiques essentielles des biens ou services qu'il propose, dans la mesure appropriée au support de communication utilisé et au bien ou service concerné;
- b) l'identité du professionnel, par exemple sa raison sociale, l'adresse géographique de son établissement et son numéro de téléphone ;
- c) le prix total du bien ou du service toutes taxes comprises ou, lorsque le prix ne peut raisonnablement être calculé à l'avance du fait de la nature du bien ou du service, le mode de calcul du prix et, s'il y a lieu; tous les frais supplémentaires de transport, de livraison ou d'affranchissement ou, lorsque ces frais ne peuvent être raisonnablement être calculés à l'avance, la mention que ces frais peuvent être exigibles ;
- d) le cas échéant, les modalités de paiement, de livraison et d'exécution, la date à laquelle le professionnel s'engage à livrer les biens ou à exécuter le service et les modalités prévues par le professionnel pour le traitement des réclamations ;
- e) en ce qui concerne les garanties :
 - un rappel de l'existence de la garantie légale de conformité pour les biens ainsi que de ses principaux éléments, dont sa durée, de manière bien visible, au moyen de la notice harmonisée visée par le règlement d'exécution (UE) 2025/1960 de la Commission du 25 septembre 2025 sur la maquette et le contenu de la notice harmonisée sur la garantie légale de conformité et du label harmonisé pour la garantie commerciale de durabilité ;
 - lorsque le producteur offre au consommateur une garantie commerciale de durabilité sans frais supplémentaires, s'appliquant à l'ensemble du bien et d'une durée de plus de deux ans, et met cette information à disposition du professionnel, une information indiquant que ledit bien bénéficie d'une



telle garantie, et sa durée ainsi qu'un rappel de l'existence de la garantie légale de conformité, de manière bien visible au moyen du label harmonisé visé par le règlement d'exécution précité ;

- un rappel de l'existence de la garantie légale de conformité pour les contenus numériques et les services numériques ;

- le cas échéant, l'existence d'un service après-vente et de garanties commerciales, ainsi que les conditions y afférentes ;

f) la durée du contrat, s'il y a lieu, ou, s'il s'agit d'un contrat à durée indéterminée ou à reconduction automatique, les conditions de résiliation du contrat ;

g) s'il y a lieu, la fonctionnalité des biens comportant des éléments numériques, des contenus numériques et des services numériques, y compris les mesures de protection technique applicables ;

h) s'il y a lieu, toute compatibilité et interopérabilité pertinentes des biens comportant des éléments numériques, des contenus numériques et des services numériques dont le professionnel a ou devrait raisonnablement avoir connaissance ;

i) pour les biens comportant des éléments numériques, pour des contenus numériques et pour des services numériques, lorsque le producteur ou le fournisseur met les informations à disposition du professionnel, la durée minimale, exprimée par référence à une durée ou à une date, pendant laquelle le producteur ou le fournisseur fournit les mises à jour logicielles gratuites, y compris les mises à jour de sécurité, qui sont nécessaires pour maintenir la conformité desdits biens, contenus numériques et services numériques conformément aux dispositions des articles L. 212-1 à L. 212-29 du code ;

j) le cas échéant, l'indice de réparabilité des biens ;

k) lorsque le point j) n'est pas applicable et à condition que le producteur mette les informations à disposition du professionnel, des informations sur la disponibilité, le coût estimé et la procédure de commande des pièces de rechange nécessaires pour maintenir la conformité des biens, sur la disponibilité d'instructions de réparation et d'entretien ainsi que sur les restrictions en matière de réparation.

(2) Le paragraphe (1) s'applique également aux contrats portant sur la fourniture d'eau, de gaz, d'électricité ou de chauffage urbain, y compris par des fournisseurs publics, dans la mesure où ces biens sont fournis sur une base contractuelle.

Le paragraphe (1) s'applique également lorsque le professionnel fournit ou s'engage à fournir au consommateur un contenu numérique non fourni sur un support matériel ou un service numérique et que le consommateur fournit ou s'engage à fournir des données à caractère personnel au professionnel, sauf lorsque les données à caractère personnel fournies par le consommateur sont exclusivement traitées par le professionnel pour fournir le contenu numérique non fourni sur un support matériel ou le service numérique, ou de lui permettre de remplir les obligations légales qui lui incombent, pour autant qu'il ne traite pas ces données à une autre fin.

(3) Le paragraphe (1) ne s'applique pas aux contrats :

a) portant sur les services sociaux, y compris le logement social, l'aide à l'enfance et l'aide aux familles et aux personnes se trouvant de manière permanente ou temporaire dans une situation de besoin, y compris les soins de longue durée ;

b) portant sur des services de santé fournis par des professionnels de la santé aux patients pour évaluer, maintenir ou rétablir leur état de santé, y compris la prescription, la délivrance et la fourniture de médicaments et de dispositifs médicaux, que ces services soient ou non assurés dans le cadre d'établissements de soins ;

c) portant sur les jeux d'argent, qui impliquent des mises ayant une valeur monétaire dans les jeux de hasard, y compris les loteries, les jeux de casino et les transactions portant sur des paris ;



- d) portant sur les services financiers tels que définis à l'article 222-1 ;
- e) portant sur la création, l'acquisition ou le transfert de biens immobiliers ou de droits sur des biens immobiliers ;
- f) portant sur la construction d'immeubles neufs, la transformation importante d'immeubles existants ou la location d'un logement à des fins résidentielles ;
- g) qui relèvent du champ d'application du titre 2, livre 2, chapitre 5 concernant les voyages à forfait ;
- h) qui relèvent du champ d'application du titre 2, livre 2, chapitre 3 concernant les contrats d'utilisation de biens à temps partagé, contrats de produits de vacances à long terme et contrats de revente et d'échange ;
- i) dont la loi exige qu'ils soient conclus par acte authentique devant un notaire, sans préjudice d'obligations d'information auxquelles sont soumis les notaires en conformité avec les règles spécifiques les régissant ;
- j) portant sur la fourniture de denrées alimentaires, de boissons ou d'autres biens ménagers de consommation courante, qui sont livrés physiquement par un professionnel lors de tournées fréquentes et régulières au domicile, au lieu de résidence ou de travail du consommateur ;
- k) portant sur les services de transport de passagers ;
- l) conclus au moyen de distributeurs automatiques ou de sites commerciaux automatisés ;
- m) conclus avec des opérateurs de télécommunications au moyen de téléphones publics payants aux fins de l'utilisation de ces derniers ou conclus aux fins de l'utilisation d'une connexion unique par téléphone, par internet ou par télécopie établie par le consommateur ;
- n) portant sur des transactions intéressant la vie quotidienne et qui sont exécutés dès leur conclusion ;
- o) portant sur des biens vendus sur saisie ou de quelque autre manière par autorité de justice.

(4)

- a) Si le droit applicable au contrat est le droit d'un Etat membre, le consommateur ne peut renoncer aux droits qui lui sont conférés par le présent article.
- b) Toute clause contraire au paragraphe qui précède est réputée nulle et non écrite.

(5) Le présent article s'applique sans préjudice d'exigences en matière d'information prévues par d'autres dispositions légales pouvant exister dans des secteurs spécifiques.

(6) Le non-respect d'une ou plusieurs obligations d'informations essentielles peut entraîner la nullité du contrat. Cette nullité ne peut toutefois être invoquée que par le consommateur.

(7) Les infractions au paragraphe (1) sont punies d'une amende de 251 à 15.000 euros.

L'imposition de la sanction prévue à l'alinéa 1er prend en considération les critères non exhaustifs et indicatifs suivants, le cas échéant :

- a) la nature, la gravité, l'ampleur et la durée de l'infraction ;
- b) toute mesure prise par le professionnel pour atténuer ou réparer les dommages subis par les consommateurs ;
- c) les éventuelles infractions antérieures commises par le professionnel ;
- d) les avantages financiers obtenus ou les pertes évitées par le professionnel du fait de l'infraction, si les données concernées sont disponibles ;
- e) les sanctions infligées au professionnel pour la même infraction dans d'autres États membres dans les affaires transfrontalières pour lesquelles les informations relatives à ces sanctions sont disponibles grâce au mécanisme établi par le règlement (UE) 2017/2394 précité ;
- f) toute autre circonstance aggravante ou atténuante applicable au cas concerné.



(8) Si le ministre ayant la Protection des consommateurs dans ses attributions prend connaissance du non-respect par un professionnel des dispositions du paragraphe (1), il peut inviter le professionnel à fournir des explications endéans un délai qui ne saurait être inférieur à quinze jours calendriers.

Au terme de ce délai, si le professionnel n'a fourni aucune explication ou si, à la suite des explications fournies, le ministre ayant la Protection des consommateurs dans ses attributions conclut que le professionnel enfreint les dispositions du présent chapitre, il peut notifier par lettre recommandée au professionnel le constat de cette violation et exiger la mise en conformité dans un délai raisonnable avec les dispositions applicables.

Si une violation constatée et notifiée persiste ou si la même violation survient à nouveau, et que l'acte ou l'omission du professionnel porte ou est susceptible de porter atteinte aux intérêts collectifs des consommateurs au sens de l'article L. 311-1, le ministre ayant la Protection des consommateurs dans ses attributions peut engager une action en cessation ou en interdiction telle qu'elle résulte des articles L. 320-1 et suivants.

Les alinéas 1er à 3 sont sans préjudice de l'action en cessation ou en interdiction des articles L. 320-1 et suivants.

(9) Par dérogation au paragraphe (7), alinéa 1er, lorsque des sanctions doivent être imposées conformément à l'article 21 du règlement (UE) 2017/2394 précité, le montant maximal de l'amende encourue par le professionnel correspond à 4 pour cent du chiffre d'affaires annuel du professionnel dans l'État membre ou les États membres concernés.

Dans les cas où une amende doit être imposée conformément à l'alinéa 1er, mais où les informations relatives au chiffre d'affaires annuel du professionnel ne sont pas disponibles, le montant maximal de l'amende est de 2.000.000 euros.

Titre 2 - Pratiques commerciales déloyales

Chapitre 1 - Dispositions générales

Art. L. 121-1.

(1) Le présent titre s'applique aux pratiques commerciales déloyales des professionnels vis-à-vis des consommateurs portant atteinte à leurs intérêts économiques et ce avant, pendant et après l'offre en vente et la vente de produits.

(2) Le présent titre s'applique sans préjudice :

- 1) du droit des contrats, en particulier des règles relatives à la validité, à la formation ou aux effets des contrats ;
- 2) des dispositions communautaires ou nationales relatives à la santé et à la sécurité des produits ;
- 3) des dispositions législatives, réglementaires et administratives en matière de certification et d'indication du titre des ouvrages en métal précieux ;
- 4) des conditions d'établissement ou des régimes d'autorisation ou des codes de déontologie ou de toute autre disposition spécifique régissant les professions réglementées ;
- 5) de la loi modifiée du 30 juillet 2002 réglementant certaines pratiques commerciales, sanctionnant la concurrence déloyale et transposant la directive 1997/55/CE du Parlement européen et du Conseil



modifiant la directive 1984/450/CEE sur la publicité trompeuse afin d'y inclure la publicité comparative.

Art. L. 121-2.

Pour l'application du présent titre, il faut entendre par :

- 1) «produit»: tout bien ou tout service, y compris les biens immeubles, les services numériques et les contenus numériques, ainsi que les droits et les obligations ;
- 2) «pratiques commerciales des entreprises vis-à-vis des consommateurs» (ci-après également dénommées «pratiques commerciales»): 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 ;
- 3) «altération substantielle du comportement économique des consommateurs»: l'utilisation d'une pratique commerciale compromettant sensiblement l'aptitude du consommateur à prendre une décision en connaissance de cause et l'amenant par conséquent à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement ;
- 4) «code de conduite»: un accord ou un ensemble de règles qui ne sont pas imposées par les dispositions législatives, réglementaires ou administratives et qui définissent le comportement des professionnels qui s'engagent à être liés par lui en ce qui concerne une ou plusieurs pratiques commerciales ou un ou plusieurs secteurs d'activité ;
- 5) «responsable de code»: toute entité, y compris un professionnel ou groupe de professionnels, responsable de l'élaboration et de la révision d'un code de conduite et/ou de la surveillance du respect de ce code par ceux qui se sont engagés à être liés par lui ;
- 6) «diligence professionnelle»: le niveau de compétence spécialisée et de soins dont le professionnel est raisonnablement censé faire preuve vis-à-vis du consommateur, conformément aux usages honnêtes en matière commerciale, industrielle, artisanale ou libérale dans son domaine d'activité ;
- 7) «invitation à l'achat»: une communication commerciale indiquant les caractéristiques du produit et son prix de façon appropriée en fonction des moyens utilisés pour cette communication commerciale et permettant ainsi au consommateur de faire un achat ;
- 8) «influence injustifiée»: l'utilisation d'une position de force vis-à-vis du consommateur de manière à faire pression sur celui-ci, même sans avoir recours à la force physique ou menacer de le faire, de telle manière que son aptitude à prendre une décision en connaissance de cause soit limitée de manière significative ;
- 9) «décision commerciale»: toute décision prise par un consommateur concernant l'opportunité, les modalités et les conditions relatives au fait d'acheter, de faire un paiement intégral ou partiel pour un produit, de conserver ou de se défaire d'un produit ou d'exercer un droit contractuel en rapport avec le produit; une telle décision peut amener le consommateur, soit à agir, soit à s'abstenir d'agir ;
- 10) «profession réglementée»: une activité ou un ensemble d'activités professionnelles dont l'accès, l'exercice ou une des modalités d'exercice est subordonné directement ou indirectement à des dispositions législatives, réglementaires ou administratives relatives à la possession de qualifications professionnelles déterminées ;
- 11) «classement» : la priorité relative accordée aux produits, tels qu'ils sont présentés, organisés ou communiqués par le professionnel, quelle que soit la technologie utilisée pour une telle présentation, organisation ou communication ;
- 12) «bien»: tout objet mobilier corporel y compris les biens comportant des éléments numériques ; l'eau, le gaz et l'électricité doivent être considérés comme des biens au sens du présent titre lorsqu'ils sont conditionnés dans un volume délimité ou en quantité déterminée ;



13) « allégation environnementale » : tout message ou toute déclaration non obligatoire en vertu du droit de l'Union ou du droit national, sous quelque forme que ce soit, notamment du texte, une image, une représentation graphique ou un symbole tels qu'un label, une marque, une dénomination sociale ou une dénomination de produit, dans le cadre d'une communication commerciale, et qui affirme ou suggère qu'un produit, une catégorie de produits, une marque ou un professionnel a une incidence positive ou nulle sur l'environnement, est moins préjudiciable pour l'environnement que d'autres produits, catégories de produits, marques ou professionnels, ou a amélioré son incidence environnementale au fil du temps ;

14) « allégation environnementale générique » : toute allégation environnementale formulée sous forme écrite ou orale, y compris dans les médias audiovisuels, qui ne fait pas partie d'un label de développement durable, et lorsque la spécification de l'allégation n'est pas fournie en des termes clairs et bien visibles sur le même support ;

15) « label de développement durable » : tout label de confiance volontaire, label de qualité ou équivalent, public ou privé, qui vise à distinguer et à promouvoir un produit, un procédé ou une entreprise pour ses caractéristiques environnementales ou sociales, ou les deux, et qui exclut tout label obligatoire requis en vertu du droit de l'Union ou du droit national ;

16) « système de certification » : un système de vérification par un tiers qui certifie qu'un produit, un processus ou une entreprise satisfait à certaines exigences, qui permet l'utilisation d'un label de développement durable correspondant et dont les dispositions, notamment les exigences qu'il définit, sont accessibles au public et répondent aux critères suivants :

i) le système est ouvert, à des conditions transparentes, équitables et non discriminatoires, à tous les professionnels désireux et en mesure de se conformer aux exigences du système ;

ii) les exigences définies par le système sont élaborées par le propriétaire de ce dernier en consultation avec les experts et les parties prenantes concernées ;

iii) le système établit des procédures pour traiter les cas de non-conformité à ses exigences et prévoit le retrait ou la suspension de l'utilisation du label de développement durable par le professionnel en cas de non-respect des exigences définies par le système ; et

iv) le contrôle du respect par le professionnel des exigences du système fait l'objet d'une procédure objective et est effectué par un tiers dont la compétence et l'indépendance par rapport au propriétaire du système comme au professionnel sont fondées sur des normes et procédures internationales, de l'Union ou nationales ;

17) « performance environnementale excellente reconnue » : performance environnementale conforme au règlement (CE) n° 66/2010 du Parlement européen et du Conseil du 25 novembre 2009 établissant le label écologique de l'UE ou aux systèmes nationaux ou régionaux EN ISO 14024 de label écologique de type I officiellement reconnus dans les États membres, ou aux meilleures performances environnementales en vertu d'autres dispositions applicables du droit de l'Union ;

18) « mise à jour logicielle » : une mise à jour qui est nécessaire pour maintenir la conformité des biens comportant des éléments numériques, du contenu numérique et des services numériques conformément aux articles L. 212-1 à L. 212-29 du code, y compris une mise à jour de sécurité, ou une mise à jour des fonctionnalités ;

19) « consommable » : tout composant d'un bien qui est utilisé de manière récurrente et qui doit être remplacé ou dont il est nécessaire de se réapprovisionner pour que le bien fonctionne comme prévu.



Chapitre 2 - Pratiques commerciales déloyales

Art. L. 122-1.

(1) Les pratiques commerciales déloyales sont interdites.

(2) Une pratique commerciale est 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.

(3) Les pratiques commerciales qui sont susceptibles d'altérer de manière substantielle le comportement économique d'un groupe clairement identifiable de consommateurs parce que ceux-ci sont particulièrement vulnérables à la pratique utilisée ou au produit qu'elle concerne en raison d'une infirmité mentale ou physique, de leur âge ou de leur crédulité, alors que l'on pourrait raisonnablement attendre du professionnel qu'il prévoie cette conséquence, sont évaluées du point de vue du membre moyen de ce groupe. Cette disposition est sans préjudice de la pratique publicitaire courante et légitime consistant à formuler des déclarations exagérées ou des déclarations qui ne sont pas destinées à être comprises au sens littéral.

(4) En particulier, sont déloyales les pratiques commerciales qui sont trompeuses, au sens de la section 1, ou agressives, au sens de la section 2.

Section 1 - Pratiques commerciales trompeuses

Sous-section 1 - Actions trompeuses

Art. L. 122-2.

(1) Une pratique commerciale est réputée trompeuse :

- 1) si elle contient des informations fausses ; ou
- 2) si, d'une manière quelconque, y compris par sa présentation générale, elle induit ou est susceptible d'induire en erreur le consommateur moyen, même si les informations présentées sont factuellement correctes, en ce qui concerne un ou plusieurs des éléments ci-après et que, dans un cas comme dans l'autre, elle l'amène ou est susceptible de l'amener à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement. Ces éléments concernent :
 - a) l'existence ou la nature du produit ;
 - b) les caractéristiques principales du produit, telles que sa disponibilité, ses avantages, les risques qu'il présente, son exécution, sa composition, ses caractéristiques environnementale ou sociale, ses



accessoires, les aspects liés à la circularité, tels que sa durabilité, sa réparabilité ou sa recyclabilité, le service après-vente et le traitement des réclamations, le mode et la date de fabrication ou de prestation, sa livraison, son aptitude à l'usage, son utilisation, sa quantité, ses spécifications, son origine géographique ou commerciale ou les résultats qui peuvent être attendus de son utilisation ou les résultats et les caractéristiques essentielles des tests ou contrôles effectués sur le produit ;
c) l'étendue des engagements du professionnel, la motivation de la pratique commerciale et la nature du processus de vente, ainsi que toute affirmation ou tout symbole faisant croire que le professionnel ou le produit bénéficie d'un parrainage ou d'un appui direct ou indirect ;
d) le prix ou le mode de calcul du prix, ou l'existence d'un avantage spécifique quant au prix ;
e) la nécessité d'un service, d'une pièce détachée, d'un remplacement ou d'une réparation ;
f) la nature, les qualités et les droits du professionnel ou de son représentant, tels que son identité et son patrimoine, ses qualifications, son statut, son agrément, son affiliation ou ses liens ou ses droits de propriété industrielle, commerciale ou intellectuelle ou les récompenses et distinctions qu'il a reçues ;
g) les droits du consommateur, en particulier le droit de remplacement ou de remboursement selon l'article L. 212-5 du Code de la consommation en matière de garantie légale, ou les risques qu'il peut encourir.

(2) Est également réputée trompeuse une pratique commerciale si, dans son contexte factuel, compte tenu de toutes ses caractéristiques et des circonstances, elle amène ou est susceptible d'amener le consommateur moyen à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement, et qu'elle implique :

- a) toute activité de marketing concernant un produit, y compris la publicité comparative, créant une confusion avec un autre produit, marque, nom commercial ou autre signe distinctif d'un concurrent ;
- b) le non-respect par le professionnel d'engagements contenus dans un code de conduite par lequel il s'est engagé à être lié, dès lors que ces engagements sont fermes et vérifiables, et qu'il indique qu'il est lié par le code.
- c) toute activité de commercialisation présentant un bien, dans un État membre, comme identique à un bien commercialisé dans d'autres États membres, alors que ce bien a une composition ou des caractéristiques sensiblement différentes, à moins que cela ne soit justifié par des facteurs légitimes et objectifs.
- d) une allégation environnementale relative aux performances environnementales futures sans engagements clairs, objectifs, accessibles au public et vérifiables inscrits dans un plan de mise en œuvre détaillé et réaliste qui inclut des objectifs mesurables et assortis d'échéances ainsi que d'autres éléments pertinents requis à l'appui de sa réalisation, tels que l'affectation de ressources, et qui est régulièrement vérifié par un tiers expert indépendant, dont les conclusions sont mises à la disposition des consommateurs.
- e) la publicité d'avantages pour les consommateurs qui ne sont pas pertinents et ne résultent d'aucune caractéristique du produit ou de l'entreprise.



Sous-section 2 - Omissions trompeuses

Art. L. 122-3.

(1) Une pratique commerciale est considérée comme une omission trompeuse si, dans son contexte factuel, compte tenu de toutes ses caractéristiques et des circonstances ainsi que des limites propres au moyen de communication utilisé, elle omet une information substantielle dont le consommateur moyen a besoin, compte tenu du contexte, pour prendre une décision commerciale en connaissance de cause et, par conséquent, l'amène ou est susceptible de l'amener à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement.

(2) Est également considérée comme une omission trompeuse, une pratique commerciale par laquelle un professionnel, compte tenu des aspects mentionnés au (1), dissimule une information substantielle visée audit paragraphe ou la fournit de façon peu claire, inintelligible, ambiguë ou à contretemps ou lorsqu'il n'indique pas sa véritable intention commerciale dès lors que celle-ci ne ressort pas déjà du contexte et lorsque, dans l'un ou l'autre cas, le consommateur moyen est ainsi amené ou est susceptible d'être amené à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement.

(3) En vue de déterminer si des informations ont été omises lorsque le moyen de communication utilisé aux fins de la pratique commerciale impose des limites d'espace ou de temps, il doit être tenu compte de ces limites ainsi que de toute mesure prise par le professionnel pour mettre les informations à la disposition du consommateur par d'autres moyens.

(4) Lors d'une invitation à l'achat, sont considérées comme substantielles, dès lors qu'elles ne ressortent pas déjà du contexte, les informations suivantes :

- a) les caractéristiques principales du produit, dans la mesure appropriée eu égard au moyen de communication utilisé et au produit concerné ;
- b) l'adresse géographique et l'identité du professionnel, par exemple sa raison sociale et, le cas échéant, l'adresse géographique et l'identité du professionnel pour le compte duquel il agit ;
- c) le prix toutes taxes comprises, ou, lorsque la nature du produit signifie que le prix ne peut raisonnablement être calculé à l'avance, la manière dont le prix est calculé, ainsi que, le cas échéant, tous les coûts supplémentaires de transport, de livraison et postaux, ou, lorsque ces coûts ne peuvent raisonnablement être calculés à l'avance, la mention que ces coûts peuvent être à la charge du consommateur ;
- d) les modalités de paiement, de livraison et d'exécution si elles diffèrent des conditions de la diligence professionnelle ;
- e) le cas échéant, l'existence d'un droit de rétractation.
- f) pour les produits offerts sur les places de marché en ligne, si le tiers proposant les produits est un professionnel ou non, sur la base de la déclaration de ce tiers au fournisseur de la place de marché en ligne.

(5) Sont également réputées substantielles les informations à arrêter par règlement grand-ducal qui sont relatives aux communications commerciales, y compris la publicité ou le marketing.

(6) Lorsque la possibilité est donnée aux consommateurs de rechercher des produits offerts par différents professionnels ou par des consommateurs à partir d'une requête consistant en un mot clé,



une phrase ou la saisie d'autres données, indépendamment de l'endroit où ces transactions sont finalement conclues, les informations générales mises à disposition dans une section spécifique de l'interface en ligne, qui est directement et aisément accessible à partir de la page sur laquelle les résultats de la requête sont présentés, concernant les principaux paramètres qui déterminent le classement des produits présentés au consommateur en réponse à sa requête de recherche, et l'ordre d'importance de ces paramètres, par opposition à d'autres paramètres, sont réputées substantielles.

L'alinéa 1er ne s'applique pas aux fournisseurs de moteurs de recherche en ligne tels que définis à l'article 2, point 6), du règlement (UE) 2019/1150 du Parlement européen et du Conseil du 20 juin 2019 promouvant l'équité et la transparence pour les entreprises utilisatrices de services d'intermédiation en ligne.

(7) Lorsqu'un professionnel donne accès à des avis de consommateurs sur les produits, les informations permettant d'établir si et comment le professionnel garantit que les avis publiés émanent de consommateurs ayant effectivement utilisé ou acheté le produit sont réputées substantielles.

(8) Lorsqu'un professionnel fournit un service qui compare des produits et qui informe le consommateur de caractéristiques environnementales ou sociales ou d'aspects liés à la circularité, tels que la durabilité, la réparabilité ou la recyclabilité, associés à des produits ou aux fournisseurs de ces produits, les informations sur la méthode de comparaison, sur les produits faisant l'objet de la comparaison et sur les fournisseurs de ces produits, ainsi que sur les mesures mises en place pour tenir ces informations à jour, sont considérées comme des informations substantielles.

Sous-section 3 - Pratiques commerciales trompeuses en toutes circonstances

Art. L. 122-4.

Les pratiques commerciales trompeuses ci-après sont réputées déloyales en toutes circonstances :

- 1) Pour un professionnel, se prétendre signataire d'un code de conduite alors qu'il ne l'est pas.
- 2) Afficher un certificat, un label de qualité, ou un équivalent sans avoir obtenu l'autorisation nécessaire.
- 3) Affirmer qu'un code de conduite a reçu l'approbation d'un organisme public ou autre alors que ce n'est pas le cas.
- 4) Affirmer qu'un professionnel (y compris ses pratiques commerciales) ou qu'un produit a été agréé, approuvé ou autorisé par un organisme public ou privé alors que ce n'est pas le cas ou sans respecter les conditions de l'agrément, de l'approbation ou de l'autorisation reçue.
- 5) Proposer l'achat de produits à un prix indiqué sans révéler les raisons plausibles que pourrait avoir le professionnel de penser qu'il ne pourra pas le faire lui-même, ou faire fournir par un autre professionnel, les produits en question ou des produits équivalents au prix indiqué, pendant une période et dans des quantités qui soient raisonnables compte tenu du produit, de l'ampleur de la publicité faite pour le produit et du prix proposé (publicité appât).
- 6) Proposer l'achat de produits à un prix indiqué et ensuite, dans le but de faire la promotion d'un produit différent:
 - a) soit refuser de présenter aux consommateurs l'article ayant fait l'objet de la publicité,
 - b) soit refuser de prendre des commandes concernant cet article ou de le livrer dans un délai raisonnable,



c) soit en présenter un échantillon défectueux.

7) Déclarer faussement qu'un produit ne sera disponible que pendant une période très limitée ou qu'il ne sera disponible que sous des conditions particulières pendant une période très limitée afin d'obtenir une décision immédiate et priver les consommateurs d'une possibilité ou d'un délai suffisant pour opérer un choix en connaissance de cause.

8) S'engager à fournir un service après-vente aux consommateurs avec lesquels le professionnel a communiqué avant la transaction dans une langue qui n'est pas une langue officielle de l'Etat membre dans lequel il est établi et, ensuite, assurer ce service uniquement dans une autre langue sans clairement en informer le consommateur avant que celui-ci ne s'engage dans la transaction.

9) Déclarer ou donner l'impression que la vente d'un produit est licite alors qu'elle ne l'est pas.

10) Présenter les droits conférés au consommateur par les dispositions légales ou réglementaires comme constituant une caractéristique propre à la proposition faite par le professionnel.

11) Utiliser un contenu rédactionnel dans les médias pour faire la promotion d'un produit, alors que le professionnel a financé celle-ci lui-même, sans l'indiquer clairement dans le contenu ou à l'aide d'images ou de sons clairement identifiables par le consommateur (publireportage).

12) Formuler des affirmations factuellement inexactes en ce qui concerne la nature et l'ampleur des risques auxquels s'expose le consommateur sur le plan de sa sécurité personnelle ou de celle de sa famille s'il n'achète pas le produit.

13) Promouvoir un produit similaire à celui d'un fabricant particulier de manière à inciter délibérément le consommateur à penser que le produit provient de ce même fabricant alors que tel n'est pas le cas.

14) Créer, exploiter ou promouvoir un système de promotion pyramidale dans lequel un consommateur verse une participation en échange de la possibilité de percevoir une contrepartie provenant essentiellement de l'entrée d'autres consommateurs dans le système plutôt que de la vente ou de la consommation de produits.

15) Déclarer que le professionnel est sur le point de cesser ses activités ou de les établir ailleurs alors que tel n'est pas le cas.

16) Affirmer d'un produit qu'il augmente les chances de gagner aux jeux de hasard.

17) Affirmer faussement qu'un produit est de nature à guérir des maladies, des dysfonctionnements ou des malformations.

18) Communiquer des informations factuellement inexactes sur les conditions de marché ou sur les possibilités de trouver le produit, dans le but d'inciter le consommateur à acquérir celui-ci à des conditions moins favorables que les conditions normales de marché.

19) Affirmer, dans le cadre d'une pratique commerciale, qu'un concours est organisé ou qu'un prix peut être gagné sans attribuer les prix décrits ou un équivalent raisonnable.

20) Décrire un produit comme étant «gratuit», «à titre gracieux», «sans frais» ou autres termes similaires si le consommateur doit payer quoi que ce soit d'autre que les coûts inévitables liés à la réponse à la pratique commerciale et au fait de prendre possession ou livraison de l'article.

21) Inclure dans le matériel promotionnel une facture ou un document similaire demandant paiement qui donne au consommateur l'impression qu'il a déjà commandé le produit commercialisé alors que ce n'est pas le cas.

22) Affirmer faussement ou donner l'impression que le professionnel agit à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale, ou se présenter faussement comme un consommateur.

23) Créer faussement l'impression que le service après-vente en rapport avec un produit est disponible dans un Etat membre autre que celui dans lequel le produit est vendu.

24) Revendre des billets pour des manifestations à des consommateurs si le professionnel les a acquis en utilisant un moyen automatisé de contourner toute limite imposée au nombre de billets qu'une personne peut acheter ou toute autre règle applicable à l'achat de billets.



- 25) Affirmer que des avis sur un produit sont envoyés par des consommateurs qui ont effectivement utilisé ou acheté le produit, sans prendre de mesures raisonnables et proportionnées pour vérifier qu'ils émanent de tels consommateurs.
- 26) Envoyer ou charger une autre personne morale ou physique d'envoyer de faux avis ou de fausses recommandations de consommateurs, ou déformer des avis de consommateurs ou des recommandations sociales afin de promouvoir des produits.
- 27) Fournir des résultats de recherche en réponse à une requête de recherche en ligne d'un consommateur sans l'informer clairement de toute publicité payante ou tout paiement effectué spécifiquement pour obtenir un meilleur classement des produits dans les résultats de recherche.
- 28) Afficher un label de développement durable qui n'est pas fondé sur un système de certification ou qui n'a pas été mis en place par des autorités publiques.
- 29) Présenter une allégation environnementale générique au sujet de laquelle le professionnel n'est pas en mesure de démontrer l'excellente performance environnementale reconnue en rapport avec l'allégation.
- 30) Présenter une allégation environnementale concernant l'ensemble du produit ou de l'entreprise du professionnel, alors qu'elle ne concerne qu'un des aspects du produit ou une activité spécifique de l'entreprise du professionnel.
- 31) Affirmer, sur la base de la compensation des émissions de gaz à effet de serre, qu'un produit a un impact neutre, réduit ou positif sur l'environnement en termes d'émissions de gaz à effet de serre.
- 32) Présenter comme une caractéristique distinctive de l'offre du professionnel des exigences imposées par la loi pour tous les produits de la catégorie de produits concernée sur le marché de l'Union.
- 33) Dissimuler au consommateur le fait qu'une mise à jour logicielle aura une incidence négative sur le fonctionnement de biens comportant des éléments numériques ou sur l'utilisation de contenu numérique ou de services numériques.
- 34) Présenter une mise à jour logicielle comme étant nécessaire lorsqu'elle ne fait qu'améliorer des fonctionnalités.
- 35) Toute communication commerciale sur un bien doté d'une caractéristique introduite pour en limiter la durabilité, alors même que l'information de cette caractéristique et de ses effets sur la durabilité du bien se trouve à la disposition du professionnel.
- 36) Affirmer à tort qu'un bien présente une certaine durabilité, sur le plan du temps d'utilisation ou de l'intensité, dans des conditions normales d'utilisation.
- 37) Présenter un bien comme réparable alors qu'il ne l'est pas.
- 38) Inciter le consommateur à remplacer les consommables ou à se réapprovisionner en consommables d'un bien avant que des raisons techniques ne le justifient.
- 39) Dissimuler des informations sur la détérioration de la fonctionnalité d'un bien lorsque des consommables, des pièces de rechange ou des accessoires qui ne sont pas fournis par le producteur d'origine sont utilisés, ou affirmer à tort qu'une telle détérioration va se produire.

Section 2 - Pratiques commerciales agressives

Art. L. 122-5.

Une pratique commerciale est réputée agressive si, dans son contexte factuel, compte tenu de toutes ses caractéristiques et des circonstances, elle altère ou est susceptible d'altérer de manière significative, du fait du harcèlement, de la contrainte, y compris le recours à la force physique, ou d'une



influence injustifiée, la liberté de choix ou de conduite du consommateur moyen à l'égard d'un produit, et, par conséquent, l'amène ou est susceptible de l'amener à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement.

Art. L. 122-6.

Afin de déterminer si une pratique commerciale recourt au harcèlement, à la contrainte, y compris la force physique, ou à une influence injustifiée, les éléments suivants sont pris en considération :

- a) le moment et l'endroit où la pratique est mise en œuvre, sa nature et sa persistance ;
- b) le recours à la menace physique ou verbale ;
- c) l'exploitation en connaissance de cause par le professionnel de tout malheur ou circonstance particulière d'une gravité propre à altérer le jugement du consommateur, dans le but d'influencer la décision du consommateur à l'égard du produit ;
- d) tout obstacle non contractuel important ou disproportionné imposé par le professionnel lorsque le consommateur souhaite faire valoir ses droits contractuels, et notamment celui de mettre fin au contrat ou de changer de produit ou de fournisseur ;
- e) toute menace d'action alors que cette action n'est pas légalement possible.

Art. L. 122-7.

Les pratiques commerciales agressives ci-après sont réputées déloyales en toutes circonstances :

- 1) Donner au consommateur l'impression qu'il ne pourra quitter les lieux avant qu'un contrat n'ait été conclu.
- 2) Effectuer des visites personnelles au domicile du consommateur, sans tenir compte du refus du consommateur d'être démarché ou sollicité ou en ignorant sa demande de voir le professionnel quitter les lieux ou de ne pas y revenir, sans préjudice de dispositions légales ou réglementaires en vue d'assurer l'exécution d'une obligation contractuelle.
- 3) Se livrer à des sollicitations non souhaitées par téléphone, télécopieur, courrier électronique ou tout autre outil de communication à distance, sans préjudice de dispositions légales ou réglementaires l'autorisant en vue d'assurer l'exécution d'une obligation contractuelle. Cette disposition s'entend sans préjudice de la loi modifiée du 2 août 2002 relative à la protection des personnes à l'égard du traitement des données à caractère personnel et de l'article 11 de la loi «modifiée» du 30 mai 2005 concernant la protection de la vie privée dans le secteur des communications électroniques.
- 4) Obliger un consommateur qui souhaite demander une indemnité au titre d'une police d'assurance à produire des documents qui ne peuvent raisonnablement être considérés comme pertinents pour établir la validité de la demande ou s'abstenir systématiquement de répondre à des correspondances pertinentes, dans le but de dissuader ce consommateur d'exercer ses droits contractuels.
- 5) Inciter dans une publicité directement les enfants à acheter ou à persuader leurs parents ou d'autres adultes de leur acheter le produit faisant l'objet de la publicité. Cette disposition ne porte pas atteinte à la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques.
- 6) Exiger le paiement immédiat ou différé de produits fournis par le professionnel sans que le consommateur les ait demandés, ou exiger leur renvoi ou leur conservation.
- 7) Informer explicitement le consommateur que s'il n'achète pas le produit ou le service, l'emploi ou les moyens d'existence du professionnel seront menacés.



- 8) Donner la fausse impression que le consommateur a déjà gagné ou gagnera, moyennant ou non l'accomplissement d'une ou plusieurs formalités, un prix ou un autre avantage équivalent, alors que, en fait,
- soit il n'existe pas de prix ou autre avantage équivalent,
 - soit l'accomplissement d'une ou de plusieurs formalités en rapport avec la demande du prix ou d'un autre avantage équivalent est subordonné à l'obligation pour le consommateur de verser de l'argent ou de supporter un coût.

Section 3 - Des sanctions

Art. L. 122-8.

(1) Sont punis d'une amende de 251 à 120.000 euros ceux qui contreviennent aux dispositions

- des articles L. 122-1 à L. 122-5 ;
- de l'article L. 122-7.

L'imposition de la sanction prévue à l'alinéa 1er prend en considération les critères non exhaustifs et indicatifs suivants, le cas échéant :

- la nature, la gravité, l'ampleur et la durée de l'infraction ;
- toute mesure prise par le professionnel pour atténuer ou réparer les dommages subis par les consommateurs ;
- les éventuelles infractions antérieures commises par le professionnel ;
- les avantages financiers obtenus ou les pertes évitées par le professionnel du fait de l'infraction, si les données concernées sont disponibles ;
- les sanctions infligées au professionnel pour la même infraction dans d'autres États membres dans les affaires transfrontalières pour lesquelles les informations relatives à ces sanctions sont disponibles grâce au mécanisme établi par le règlement (UE) 2017/2394 précité ;
- toute autre circonstance aggravante ou atténuante applicable au cas concerné.

(2) Toute clause ou toute combinaison de clauses d'un contrat, conclue en violation du présent titre, est réputée nulle et non écrite. Cette nullité ne peut toutefois être invoquée que par le consommateur.

(3) Le professionnel qui fait naître par la conception ou la présentation de la communication, l'impression que le consommateur a gagné un lot, doit fournir ce lot au consommateur.

(4) Sans préjudice des sanctions prévues par le présent article et de toute autre mesure de réparation qui lui est reconnue par la loi, le consommateur victime d'une pratique commerciale déloyale visée au chapitre 2 du présent titre peut exercer tout recours visant à l'obtention de la réparation des dommages subis et à une réduction du prix ou la fin du contrat dans les conditions prévues par la loi.

Art. L. 122-9.

(1) Si le ministre ayant la Protection des consommateurs dans ses attributions prend connaissance du non-respect par un professionnel des dispositions des articles L. 122-1 à L. 122-5 ou de l'article L. 122-7, il peut inviter le professionnel à fournir des explications endéans un délai qui ne saurait être inférieur à quinze jours calendriers.



(2) Au terme de ce délai, si le professionnel n'a fourni aucune explication ou si, à la suite des explications fournies, le ministre ayant la Protection des consommateurs dans ses attributions conclut que le professionnel enfreint les dispositions visées au paragraphe (1), il peut notifier par lettre recommandée au professionnel le constat de cette violation et exiger la mise en conformité dans un délai raisonnable avec les dispositions applicables.

(3) Si une violation constatée et notifiée persiste ou si la même violation survient à nouveau, et que l'acte ou l'omission du professionnel porte ou est susceptible de porter atteinte aux intérêts collectifs des consommateurs au sens de l'article L. 311-1, le ministre ayant la Protection des consommateurs dans ses attributions peut engager une action en cessation ou en interdiction telle qu'elle résulte des articles L. 320-1 et suivants.

(4) Les paragraphes (1) à (3) sont sans préjudice de l'action en cessation ou en interdiction des articles L. 320-1 et suivants.

Art. L. 122-10.

Par dérogation à l'article L. 122-8, paragraphe (1), alinéa 1er, lorsque des sanctions doivent être imposées conformément à l'article 21 du règlement (UE) 2017/2394 précité, le montant maximal de l'amende encourue par le professionnel correspond à 4 pour cent du chiffre d'affaires annuel du professionnel dans l'État membre ou les États membres concernés.

Dans les cas où une amende doit être imposée conformément à l'alinéa 1er, mais où les informations relatives au chiffre d'affaires annuel du professionnel ne sont pas disponibles, le montant maximal de l'amende est de 2.000.000 euros. ».

LIVRE 2 - Contrats conclus avec les consommateurs

Titre 1 - Dispositions générales

[...]

Titre 2 - Contrats particuliers

Chapitre 1 - Dispositions communes

Art. L. 221-1.

Sans préjudice de dispositions spécifiques des chapitres 2 à 4, le présent chapitre s'applique aux contrats à distance et hors établissement, aux contrats d'utilisation de biens à temps partagé, aux



contrats de produits de vacances à long terme, aux contrats de revente et d'échange et aux contrats de crédit à la consommation.

Section 1 - Informations précontractuelles

Art. L. 221-2.

(1) En temps utile avant la conclusion d'un contrat visé par les chapitres 2 à 4, le consommateur doit recevoir les informations suivantes :

- a) l'identité du professionnel, l'adresse géographique à laquelle le professionnel est établi;
- b) les caractéristiques essentielles du bien ou service ;
- c) le prix du bien ou du service, toutes taxes comprises ou, lorsqu'un prix exact ne peut être déterminé, la méthode de détermination du prix, permettant au consommateur de vérifier ce dernier;
- d) les modalités de paiement, de livraison ou d'exécution ;
- e) l'existence ou l'absence d'un droit de rétractation.

(2) Les informations visées au paragraphe (1) doivent être fournies de manière claire et compréhensible.

(3) La preuve de l'exécution des obligations mentionnées au présent article est à charge du professionnel.

Section 2 - Droit de rétractation

Art. L. 221-3.

(1) Pour tout contrat visé par les chapitres 2 à 4 du présent titre, le consommateur a le droit de se rétracter par écrit ou sur tout autre support durable, sans indication de motif et sans pénalité, dans un délai de quatorze jours calendrier. Si le dernier jour du délai n'est pas un jour ouvrable, le délai est prorogé jusqu'au premier jour ouvrable suivant.

Par dérogation à l'alinéa premier, pour les contrats visés à la première section du chapitre 2, le consommateur a le droit de se rétracter oralement.

(2) Ces délais prennent cours:

- pour la livraison de biens, le jour de la réception;
- pour les prestations de services, le jour de la conclusion du contrat.

(3) Les délais de rétractation sont censés être respectés dès lors que le consommateur a adressé sa rétractation auprès du professionnel avant l'expiration de celui-ci.



Chapitre 2 - Contrats à distance et hors établissement

Art. L. 222-1.

Au sens du présent chapitre, on entend par:

- 1) «contrat à distance»: tout contrat conclu entre un professionnel et un consommateur dans le cadre d'un système organisé de vente ou de prestation de service à distance, sans la présence physique simultanée du professionnel et du consommateur, par le recours exclusif à une ou plusieurs techniques de communication à distance, jusqu'au moment, et y compris, au moment où le contrat est conclu;
- 2) «contrat hors établissement»: tout contrat conclu entre un professionnel et un consommateur:
 - conclu en la présence physique simultanée du professionnel et du consommateur, dans un lieu qui n'est pas l'établissement commercial du professionnel; ou
 - ayant fait l'objet d'une offre du consommateur dans les mêmes circonstances, comme indiqué au premier tiret; ou
 - conclu dans l'établissement commercial du professionnel ou au moyen d'une technique de communication à distance immédiatement après que le consommateur a été sollicité personnellement et individuellement dans un lieu qui n'est pas l'établissement commercial du professionnel, en la présence physique simultanée du professionnel et du consommateur; ou
 - conclu pendant une excursion organisée par le professionnel ayant pour but ou pour effet de promouvoir et de vendre des biens ou des services au consommateur;
- 3) «établissement commercial»:
 - a) tout site commercial immeuble où le professionnel exerce son activité en permanence; ou
 - b) tout site commercial meuble où le professionnel exerce son activité de manière habituelle;
- 4) «bien»: tout objet mobilier corporel, sauf les objets vendus sur saisie ou de quelque autre manière par autorité de justice; l'eau, le gaz et l'électricité sont considérés comme des «biens» au sens du présent chapitre lorsqu'ils sont conditionnés dans un volume délimité ou en quantité déterminée;
- 5) «bien fabriqué d'après les spécifications du consommateur»: bien non préfabriqué réalisé sur la base d'un choix individuel ou d'une décision du consommateur;
- 6) «technique de communication à distance»: tout moyen qui, sans présence physique et simultanée du professionnel et du consommateur, peut être utilisé pour la conclusion du contrat entre ces parties;
- 7) «opérateur de technique de communication»: toute personne physique ou morale, publique ou privée, dont l'activité professionnelle consiste à mettre à la disposition des professionnels une ou plusieurs techniques de communication à distance;
- 8) «service financier»: tout service ayant trait à la banque, au crédit, à l'assurance, aux retraites individuelles, aux investissements et aux paiements;
- 9) «services de la société de l'information»: tout service presté, normalement contre rémunération, à distance par voie électronique et à la demande individuelle d'un destinataire de services;
- 10) «contrat accessoire»: un contrat en vertu duquel le consommateur acquiert des biens ou services afférents à un contrat à distance ou à un contrat hors établissement, ces biens ou services étant fournis par le professionnel ou un tiers sur la base d'un accord conclu entre ce dernier et le professionnel.



Section 1-Contrats à distance et hors établissement hors services financiers

Sous-section 1 - Champ d'application

Art. L. 222-2.

(1) La présente section s'applique aux contrats à distance et hors établissement, à l'exception des contrats visés à l'article L. 113-1, paragraphe (3).

La présente section ne s'applique pas aux contrats conclus hors établissement pour lesquels le paiement à charge du consommateur ne dépasse pas 50 euros, à l'exception des contrats visés à l'article L. 222-8.

(2) Par dérogation au premier paragraphe, la présente section s'applique aux contrats visés au point n) de l'article L. 113-1, paragraphe (3).

Sous-section 2 - Informations précontractuelles concernant les contrats à distance

Art. L. 222-3.

(1) En plus des informations mentionnées à l'article L. 221-2, le professionnel doit fournir au consommateur, avant que ce dernier ne soit lié par le contrat ou par une offre du même type, sous une forme claire et compréhensible, les informations suivantes qui engagent contractuellement le professionnel:

- a) les principales caractéristiques du bien ou du service, dans la mesure appropriée au support de communication utilisé et au bien ou service concerné;
- b) l'adresse géographique de l'établissement du professionnel ainsi que son numéro de téléphone et son adresse électronique, en outre, lorsque le professionnel fournit d'autres moyens de communication en ligne qui garantissent au consommateur d'être en mesure de conserver tous les échanges écrits avec le professionnel sur un support durable, y compris la date et l'heure desdits échanges, les informations contiennent également des indications détaillées concernant ces autres moyens ; tous ces moyens de communication fournis par le professionnel permettent au consommateur de le contacter rapidement et de communiquer avec lui efficacement et, le cas échéant, l'adresse géographique et l'identité du professionnel pour le compte duquel il agit;
- c) si elle diffère de l'adresse fournie conformément au point b), l'adresse géographique du siège commercial du professionnel et, s'il y a lieu, celle du professionnel pour le compte duquel il agit, à laquelle le consommateur peut adresser une éventuelle réclamation;
- d) s'il y a lieu, tous les frais supplémentaires de transport, de livraison ou d'affranchissement qui s'additionnent au prix, et tous les autres frais éventuels ou, lorsque de tels frais supplémentaires ne peuvent raisonnablement être calculés à l'avance, la mention qu'ils peuvent être exigibles. 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 également le total des coûts mensuels. Lorsque le coût total ne peut être raisonnablement calculé à l'avance, le mode de calcul du prix est communiqué;

- e) le coût de l'utilisation de la technique de communication à distance pour la conclusion du contrat, lorsqu'il est calculé sur une base autre que le tarif de base;
- f) la date à laquelle le professionnel s'engage à livrer les biens ou à exécuter les services et, le cas échéant, les options de livraison respectueuses de l'environnement et les modalités prévues par le professionnel pour le traitement des réclamations;
- g) lorsque le droit de rétractation existe, les conditions, le délai et les modalités d'exercice de ce droit conformément à l'article 222-9, paragraphe (5), ainsi que le modèle de formulaire de rétractation repris dans un règlement grand-ducal;
- h) le cas échéant, le fait que le consommateur devra supporter les frais de renvoi en cas d'exercice du droit de rétractation et si le bien, en raison de sa nature, ne peut normalement pas être renvoyé par la poste, le coût de renvoi du bien;
- i) au cas où le consommateur exercerait le droit de rétractation après avoir présenté une demande conformément à l'article L. 222-4, paragraphe (7), l'information selon laquelle le consommateur est tenu de payer des frais raisonnables au professionnel conformément à l'article L. 222-10, paragraphe (6);
- j) lorsque le droit de rétractation n'est pas prévu conformément à l'article L. 222-9, paragraphe (7), l'information selon laquelle le consommateur ne bénéficiera pas de ce droit ou, le cas échéant, les circonstances dans lesquelles le consommateur perd son droit de rétractation;
- k) concernant les garanties :
 - un rappel de l'existence de la garantie légale de conformité pour les biens ainsi que de ses principaux éléments, dont sa durée, de manière bien visible, au moyen de la notice harmonisée visée par le règlement d'exécution (UE) 2025/1960 de la Commission du 25 septembre 2025 sur la maquette et le contenu de la notice harmonisée sur la garantie légale de conformité et du label harmonisé pour la garantie commerciale de durabilité ;
 - lorsque le producteur offre au consommateur une garantie commerciale de durabilité sans frais supplémentaires, s'appliquant à l'ensemble du bien et d'une durée de plus de deux ans, et met cette information à disposition du professionnel, une information indiquant que ledit bien bénéficie d'une telle garantie, et sa durée ainsi qu'un rappel de l'existence de la garantie légale de conformité, de manière bien visible au moyen du label harmonisé visé par le règlement d'exécution précité ;
 - un rappel de l'existence de la garantie légale de conformité pour les contenus numériques et les services numériques ;
- l) le cas échéant, l'existence d'une assistance après-vente, d'un service après-vente et de garanties commerciales, ainsi que les conditions y afférentes;
- m) l'existence de codes de conduite applicables, tels que définis à l'article 121-2, point 4 et comment en obtenir une copie, le cas échéant;
- n) la durée du contrat, s'il y a lieu, ou, s'il s'agit d'un contrat à durée indéterminée ou à reconduction automatique, les conditions de résiliation du contrat;
- o) s'il a lieu, la durée minimale des obligations du consommateur au titre du contrat;
- p) le cas échéant, l'existence d'une caution ou d'autres garanties financières à payer ou à fournir par le consommateur à la demande du professionnel, ainsi que les conditions y afférentes;
- q) s'il y a lieu, la fonctionnalité des biens comportant des éléments numériques, des contenus numériques et des services numériques, y compris les mesures de protection technique applicables;
- r) s'il y a lieu, toute compatibilité et interopérabilité pertinentes des biens comportant des éléments numériques, des contenus numériques et des services numériques dont le professionnel a ou devrait raisonnablement avoir connaissance;



s) le cas échéant, la possibilité de recourir à une procédure extrajudiciaire de réclamation et de réparation à laquelle le professionnel est soumis et les modalités d'accès à celle-ci ;
t) s'il y a lieu, l'application d'un prix personnalisé sur la base d'une prise de décision automatisée ;
u) pour les biens comportant des éléments numériques, pour des contenus numériques et pour des services numériques, lorsque le producteur ou le fournisseur met les informations à disposition du professionnel, la durée minimale, exprimée par référence à une durée ou à une date, pendant laquelle le producteur ou le fournisseur fournit les mises à jour logicielles gratuites, y compris les mises à jour de sécurité, qui sont nécessaires pour maintenir la conformité desdits biens, contenus numériques et services numériques conformément aux dispositions des articles L. 212-1 à L. 212-29 du code ;
v) le cas échéant, l'indice de réparabilité des biens ;
w) lorsque le point v) n'est pas applicable et à condition que le producteur mette les informations à disposition du professionnel, des informations sur la disponibilité, le coût estimé et la procédure de commande des pièces de rechange nécessaires pour maintenir la conformité des biens, sur la disponibilité d'instructions de réparation et d'entretien ainsi que sur les restrictions en matière de réparation.

(2) Le paragraphe (1) s'applique également aux contrats portant sur la fourniture d'eau, de gaz ou d'électricité lorsqu'ils ne sont pas conditionnés dans un volume délimité ou en quantité déterminée, ainsi que de chauffage urbain et de contenu numérique non fourni sur un support matériel.

(3) Dans le cas d'une enchère publique, les informations visées à l'article L. 221-2, paragraphe (1), point a) et au paragraphe (1), points b) et c) du présent article peuvent être remplacées par des renseignements équivalents concernant le notaire ou l'huissier de justice.

(4) Les informations visées à l'article L. 221-2, paragraphe (1), point e) et au paragraphe (1), points g), h) et i), peuvent être fournies au moyen des informations standardisées sur la rétractation reprises dans un règlement grand-ducal. Le professionnel a respecté les obligations d'information énoncées à l'article L. 221-2, paragraphe (1), point e) et au paragraphe (1), points g), h) et i), s'il a fourni lesdites informations au consommateur, correctement complétées.

(5) Les informations visées à l'article L. 221-2, paragraphe (1) et au paragraphe (1) font partie intégrante du contrat à distance et ne peuvent être modifiées, à moins que les parties contractantes n'en décident autrement de manière expresse.

(6) Si le professionnel n'a pas respecté les obligations d'information relatives aux frais supplémentaires et aux autres frais visées au paragraphe (1), point d), ou aux frais de renvoi du bien, visées au paragraphe (1), point h), le consommateur ne supporte pas ces frais.

(7) Les exigences en matière d'information prévues par la présente sous-section et la sous-section 3 s'appliquent sans préjudice d'exigences supplémentaires prévues par la loi modifiée du 14 août 2000 sur le commerce électronique et par la loi modifiée du 24 mai 2011 relative aux services dans le marché intérieur.

(8) Si une disposition de la loi de la loi modifiée du 14 août 2000 sur le commerce électronique ou de la loi modifiée du 24 mai 2011 relative aux services dans le marché intérieur concernant le contenu de l'information ou ses modalités de fourniture est contraire à une disposition de la présente sous-section et de la sous-section 3, la disposition de ces sous-sections prime.



(9) Avant que le consommateur ne soit lié par un contrat à distance, ou par une offre du même type, sur une place de marché en ligne, le fournisseur de cette dernière fournit au consommateur, sans préjudice des articles L. 122-1 à L. 122-7, les informations suivantes de manière claire et compréhensible et sous une forme adaptée à la technique de communication à distance :

- a) les informations générales, mises à disposition dans une section spécifique de l'interface en ligne qui est directement et aisément accessible à partir de la page sur laquelle les offres sont présentées, concernant les principaux paramètres de classement, au sens des articles L. 121-2, point 11), et L. 122-3, paragraphe (6), des offres présentées au consommateur en réponse à la requête de recherche ainsi que l'ordre d'importance de ces paramètres, par opposition à d'autres paramètres ;
- b) si le tiers proposant les biens, les services ou les contenus numériques est un professionnel ou non, sur la base de la déclaration de ce tiers au fournisseur de place de marché en ligne ;
- c) lorsque le tiers proposant les biens, les services ou les contenus numériques n'est pas un professionnel, le fait que les droits des consommateurs provenant du droit de l'Union européenne en matière de protection des consommateurs ne s'appliquent pas au contrat ;
- d) s'il y a lieu, le mode de répartition des obligations liées au contrat entre le tiers proposant les biens, les services ou les contenus numériques et le fournisseur de place de marché en ligne, cette information étant sans préjudice de la responsabilité que le fournisseur de place de marché en ligne ou le professionnel tiers peut avoir en lien avec le contrat en vertu du droit de l'Union européenne ou du droit national.

Sous-section 3 - Obligations formelles concernant les contrats à distance

Art. L. 222-4.

(1) Les informations visées à l'article L. 222-3, paragraphe (1), doivent être fournies par le professionnel au consommateur, ou mises à sa disposition par le professionnel sous une forme adaptée à la technique de communication à distance utilisée, dans un langage clair et compréhensible. Dans la mesure où ces informations sont fournies sur un support durable, elles doivent être lisibles.

(2) Si un contrat à distance devant être conclu par voie électronique oblige le consommateur à payer, le professionnel informe le consommateur d'une manière claire et apparente, et directement avant que le consommateur ne passe sa commande, des informations prévues à l'article L. 221-2, paragraphe (1), points a) et c) et à l'article L. 222-3, paragraphe (1), points a), d), k), deuxième tiret, n) et o).

Le professionnel veille à ce que le consommateur, lorsqu'il passe sa commande, reconnaît explicitement que celle-ci implique une obligation de payer. Si, pour passer une commande, il faut activer un bouton ou une fonction similaire, le bouton ou la fonction similaire porte uniquement la mention facilement lisible «commande avec obligation de payer» ou une formule analogue, dénuée d'ambiguïté, indiquant que passer la commande oblige à payer le professionnel. Tout contrat conclu en violation du présent alinéa est nul de plein droit. Cette nullité ne peut toutefois être invoquée que par le consommateur.

Par dérogation à l'article L. 222-2, paragraphe (1), le présent paragraphe s'applique aux contrats portant sur les services de transport de passagers.



(3) Les sites de commerce en ligne indiquent clairement et lisiblement, au plus tard lors du début du processus de commande, si des restrictions de livraison s'appliquent et quels moyens de paiement sont acceptés.

(4) Si le contrat est conclu selon une technique de communication à distance qui impose des contraintes d'espace ou de temps pour la présentation des informations, le professionnel fournit, sur la technique en question et avant la conclusion du contrat, au minimum les informations précontractuelles concernant les principales caractéristiques des biens ou des services, l'identité du professionnel, le prix total, le droit de rétractation, la durée du contrat et, dans le cas des contrats à durée indéterminée, les modalités pour mettre fin au contrat, telles qu'énoncées à l'article L. 221-2, paragraphe (1), points a), b), c) et e) et à l'article L. 222-3, paragraphe (1), points a), d), g) et n) à l'exception du modèle de formulaire de rétractation visé à l'article L. 222-9, paragraphe (5), lettre a). Le professionnel fournit au consommateur les autres informations visées à l'article L. 221-2, paragraphe (1) et à l'article L. 222-3, paragraphe (1), sous une forme adaptée conformément au paragraphe (1).

(5) Sans préjudice du paragraphe (4) et de l'article L. 222-11, paragraphe (1), dans le cas où le professionnel contacte le consommateur par téléphone en vue de conclure un contrat à distance, le professionnel indique explicitement au début de toute conversation avec le consommateur son identité et, le cas échéant, l'identité de la personne au nom de laquelle il effectue cet appel téléphonique, et précise la nature commerciale de l'appel.

(6) Lorsqu'un contrat à distance est conclu par téléphone, le professionnel doit confirmer l'offre auprès du consommateur sur un support durable. Le consommateur n'est lié par l'offre qu'après l'avoir signée ou l'avoir acceptée par écrit.

(7) Lorsqu'un consommateur veut que la prestation d'un service ou la fourniture d'eau, de gaz ou d'électricité, lorsqu'ils ne sont pas conditionnés dans un volume délimité ou en quantité déterminée, ou de chauffage urbain commence pendant le délai de rétractation prévu à l'article L. 222-9, paragraphe (2), et que le contrat soumet le consommateur à une obligation de payer⁶¹, le professionnel exige du consommateur qu'il en fasse la demande expresse et il demande au consommateur de reconnaître qu'après que le contrat aura été entièrement exécuté par le professionnel, le consommateur ne disposera plus du droit de rétractation⁶².

(8) Le présent article s'applique sans préjudice des dispositions relatives à la conclusion de contrats et à la passation de commandes par voie électronique telles qu'elles figurent aux articles 50 et 52 de la loi modifiée du 14 août 2000 sur le commerce électronique.

(9) La charge de la preuve concernant le respect des exigences conformément au présent article incombe au professionnel.

Art. L. 222-5.

(1) Le professionnel doit fournir au consommateur, sur un support durable¹, confirmation du contrat conclu, comprenant toutes les informations mentionnées à l'article L. 221-2, paragraphe (1) et à l'article L. 222-3 paragraphe (1), dans un délai raisonnable après la conclusion du contrat à distance et



au plus tard lors de la livraison du bien ou avant le début de l'exécution de la prestation de service à moins que ces informations ne lui aient déjà été fournies préalablement à la conclusion du contrat à distance sur un support durable.

(2) Le cas échéant, le consommateur doit recevoir également, dans les conditions du paragraphe (1), la confirmation de l'accord préalable exprès et la reconnaissance par le consommateur conformément à l'article L. 222-9, paragraphe (7), point m.

Sous-section 4 - Informations précontractuelles concernant les contrats hors établissement

Art. L. 222-6.

(1) En plus des informations mentionnées à l'article L. 221-2, le professionnel doit fournir au consommateur, avant que ce dernier ne soit lié par le contrat ou par une offre du même type, sous une forme claire et compréhensible, les informations suivantes qui engagent contractuellement le professionnel:

- a) les principales caractéristiques du bien ou du service, dans la mesure appropriée au support de communication utilisé et au bien ou service concerné;
- b)
- c) l'adresse géographique du professionnel, son numéro de téléphone et son adresse électronique, en outre, lorsque le professionnel fournit d'autres moyens de communication en ligne qui garantissent au consommateur d'être en mesure de conserver tous les échanges écrits avec le professionnel sur un support durable, y compris la date et l'heure desdits échanges, les informations contiennent également des indications détaillées concernant ces autres moyens ; tous ces moyens de communication fournis par le professionnel permettent au consommateur de le contacter rapidement et efficacement et, le cas échéant, l'adresse géographique et l'identité du professionnel pour le compte duquel il agit;
- d) si elle diffère de l'adresse fournie conformément au point c), l'adresse géographique du siège commercial et le cas échéant du siège social de l'entreprise et, s'il y a lieu, celle(s) du professionnel pour le compte duquel il agit, à laquelle le consommateur peut adresser une éventuelle réclamation;
- e) s'il y a lieu, tous les frais supplémentaires de transport, de livraison ou d'affranchissement qui s'additionnent au prix et tous les autres frais éventuels ou, lorsque de tels frais supplémentaires ne peuvent raisonnablement être calculés à l'avance, la mention qu'ils peuvent être exigibles. 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 également le total des coûts mensuels. Lorsque le coût total ne peut être raisonnablement calculé à l'avance, le mode de calcul du prix doit être communiqué;
- f) le coût de l'utilisation de la technique de communication à distance pour la conclusion du contrat, lorsque ce coût est calculé sur une base autre que le tarif de base;
- g) la date à laquelle le professionnel s'engage à livrer les biens ou à exécuter les services et, le cas échéant, les options de livraison respectueuses de l'environnement et les modalités prévues par le professionnel pour le traitement des réclamations;
- h) lorsque le droit de rétractation existe, les conditions, le délai et les modalités d'exercice de ce droit conformément à l'article L. 222-9, paragraphe (5), ainsi que le modèle de formulaire de rétractation repris dans un règlement grand-ducal;



- i) le cas échéant, le fait que le consommateur devra supporter les frais de renvoi du bien en cas de rétractation;
- j) au cas où le consommateur exercerait le droit de rétractation après avoir présenté une demande conformément à l'article L. 222-7, paragraphe (3), l'information selon laquelle le consommateur est tenu de payer des frais raisonnables au professionnel conformément à l'article L. 222-10, paragraphe (6);
- k) lorsque le droit de rétractation n'est pas prévu conformément à l'article L. 222-9, paragraphe (7), l'information selon laquelle le consommateur ne bénéficiera pas de ce droit ou, le cas échéant, les circonstances dans lesquelles le consommateur perd son droit de rétractation;
- l) concernant les garanties :
 - un rappel de l'existence de la garantie légale de conformité pour les biens ainsi que de ses principaux éléments, dont sa durée, de manière bien visible, au moyen de la notice harmonisée visée par le règlement d'exécution (UE) 2025/1960 de la Commission du 25 septembre 2025 sur la maquette et le contenu de la notice harmonisée sur la garantie légale de conformité et du label harmonisé pour la garantie commerciale de durabilité ;
 - lorsque le producteur offre au consommateur une garantie commerciale de durabilité sans frais supplémentaires, s'appliquant à l'ensemble du bien et d'une durée de plus de deux ans, et met cette information à disposition du professionnel, une information indiquant que ledit bien bénéficie d'une telle garantie, et sa durée ainsi qu'un rappel de l'existence de la garantie légale de conformité, de manière bien visible au moyen du label harmonisé visé par le règlement d'exécution précité ;
 - un rappel de l'existence de la garantie légale de conformité pour les contenus numériques et les services numériques ;
- m) le cas échéant, l'existence d'une assistance après-vente au consommateur, d'un service après-vente et de garanties commerciales, ainsi que les conditions y afférentes;
- n) l'existence de codes de conduite applicables, tels que définis à l'article 121-2, point 4 et comment en obtenir une copie, le cas échéant;
- o) la durée du contrat, s'il y a lieu, ou, s'il s'agit d'un contrat à durée indéterminée ou à reconduction automatique, les conditions de résiliation du contrat;
- p) s'il y a lieu, la durée minimale des obligations du consommateur au titre du contrat;
- q) le cas échéant, l'existence d'une caution ou d'autres garanties financières à payer ou à fournir par le consommateur à la demande du professionnel, ainsi que les conditions y afférentes;
- r) s'il y a lieu, les fonctionnalités des biens comportant des éléments numériques, des contenus numériques et des services numériques, y compris les mesures de protection technique applicables;
- s) s'il y a lieu, toute compatibilité et interopérabilité pertinentes des biens comportant des éléments numériques, des contenus numériques et des services numériques⁶⁸ dont le professionnel a ou devrait raisonnablement avoir connaissance;
- t) le cas échéant, la possibilité de recourir à une procédure extrajudiciaire de réclamation et de réparation à laquelle le professionnel est soumis et les modalités d'accès à celle-ci.
- u) s'il y a lieu, l'application d'un prix personnalisé sur la base d'une prise de décision automatisée;
- v) pour les biens comportant des éléments numériques, pour des contenus numériques et pour des services numériques, lorsque le producteur ou le fournisseur met les informations à disposition du professionnel, la durée minimale, exprimée par référence à une durée ou à une date, pendant laquelle le producteur ou le fournisseur fournit les mises à jour logicielles gratuites, y compris les mises à jour de sécurité, qui sont nécessaires pour maintenir la conformité desdits biens, contenus numériques et services numériques conformément aux dispositions des articles L. 212-1 à L. 212-29 du code ;
- w) le cas échéant, l'indice de réparabilité des biens ;
- x) lorsque le point w) n'est pas applicable et à condition que le producteur mette les informations à disposition du professionnel, des informations sur la disponibilité, le coût estimé et la procédure de



commande des pièces de rechange nécessaires pour maintenir la conformité des biens, sur la disponibilité d'instructions de réparation et d'entretien ainsi que sur les restrictions en matière de réparation.

(2) Le paragraphe (1) s'applique également aux contrats portant sur la fourniture d'eau, de gaz ou d'électricité lorsqu'ils ne sont pas conditionnés dans un volume délimité ou en quantité déterminée, ainsi que de chauffage urbain et de contenu numérique non fourni sur un support matériel.

(3) Dans le cas d'une enchère publique, les informations visées à l'article L. 221-2, paragraphe (1), point a) et au paragraphe (1), points b), c) et d) du présent article, peuvent être remplacées par des renseignements équivalents concernant le notaire ou l'huissier de justice.

(4) Les informations visées à l'article L. 221-2, paragraphe (1), point e) et au paragraphe (1), points h), i) et j), peuvent être fournies au moyen des informations standardisées sur la rétractation reprises dans un règlement grand-ducal. Le professionnel a respecté les obligations d'information énoncées à l'article L. 221-2, paragraphe (1), point e) et au paragraphe (1), points h), i) et j), s'il a fourni lesdites informations au consommateur, correctement complétées.

(5) Les informations visées à l'article L. 221-2, paragraphe (1) et au paragraphe (1) font partie intégrante du contrat hors établissement et ne peuvent être modifiées, à moins que les parties contractantes n'en décident autrement de manière expresse.

(6) Si le professionnel n'a pas respecté les obligations d'information relatives aux frais supplémentaires et aux autres frais visées au paragraphe (1), point e), ou aux frais de renvoi du bien, visées au paragraphe (1), point i), le consommateur ne supporte pas ces frais.

(7) Les exigences en matière d'information prévues par la présente sous-section et de la sous-section 5 s'appliquent sans préjudice d'exigences supplémentaires prévues par la loi modifiée du 24 mai 2011 relative aux services dans le marché intérieur.

(8) Si une disposition de la loi de la loi modifiée du 24 mai 2011 relative aux services dans le marché intérieur concernant le contenu de l'information ou ses modalités de fourniture est contraire à une disposition de la présente sous-section ou de la sous-section 5, la disposition de ces sous-sections prime.

Sous-section 5 - Obligations formelles concernant les contrats hors établissement

Art. L. 222-7.

(1) Le professionnel fournit les informations prévues à l'article L. 222-6, paragraphe (1) au consommateur sur papier ou, moyennant accord du consommateur, sur un autre support durable. Ces informations sont lisibles et rédigées dans un langage clair et compréhensible.

(2) Le professionnel fournit au consommateur une copie du contrat signé ou la confirmation du contrat sur papier ou, moyennant accord du consommateur, sur un autre support durable, y compris, le cas



échéant, la confirmation de l'accord exprès préalable et de la reconnaissance par le consommateur conformément à l'article L. 222-9, paragraphe (7), point m, dans un délai raisonnable après la conclusion du contrat hors établissement et au plus tard lors de la livraison du bien ou avant le début de l'exécution de la prestation de service.

(3) Lorsqu'un consommateur veut que la prestation d'un service ou la fourniture d'eau, de gaz ou d'électricité, lorsqu'ils ne sont pas conditionnés dans un volume délimité ou en quantité déterminée, ou de chauffage urbain commence pendant le délai de rétractation prévu à l'article L. 222-9, paragraphe (2), et que le contrat soumet le consommateur à une obligation de payer⁷⁰, le professionnel est tenu d'exiger du consommateur qu'il en fasse la demande expresse sur un support durable et il demande au consommateur de reconnaître qu'après que le contrat aura été entièrement exécuté par le professionnel, le consommateur ne disposera plus du droit de rétractation⁷¹.

(4) En ce qui concerne les contrats hors établissement par lesquels le consommateur a explicitement fait appel aux services du professionnel pour effectuer des travaux de réparation ou de maintenance et en vertu desquels le professionnel et le consommateur exécutent immédiatement leurs obligations contractuelles et le paiement à effectuer par le consommateur ne dépasse pas 200,- EUR:

- a) le professionnel fournit au consommateur les informations visées à l'article L. 221-2, paragraphe (1), point a) et à l'article L. 222-6, paragraphe (1), points b) et c), et les informations sur le prix ou le mode de calcul du prix ainsi qu'une estimation du prix total, sur papier ou, moyennant accord du consommateur, sur un autre support durable; le professionnel fournit les informations visées à l'article L. 222-6, paragraphe (1), points a), h) et k), mais il peut choisir de ne pas les fournir sur papier ou sur un autre support durable, moyennant accord exprès du consommateur;
- b) la confirmation du contrat fournie conformément au paragraphe (2) du présent article contient les informations prévues à l'article L. 221-2, paragraphe (1) et à l'article L. 222-6, paragraphe (1).

(5) La charge de la preuve concernant le respect des exigences conformément au présent article incombe au professionnel.

Sous-section 6 - Vente de porte en porte

Art. L. 222-8.

(1) Tout contrat conclu en dehors d'un établissement commercial suite à un démarchage, ou à une sollicitation de commandes lors d'une visite ou suite à une visite (non autorisée) par ou pour un professionnel au domicile d'un consommateur ayant manifesté son refus d'être démarché ou sollicité en apposant un autocollant, une vignette ou toute autre indication ad hoc sur la porte d'entrée de sa maison, de son appartement ou de l'entrée principale de l'immeuble dans lequel est sis son appartement ou ayant adhéré à une liste de consommateurs refusant tout démarchage ou sollicitation de commandes est nul de plein droit. Cette nullité ne peut toutefois être invoquée que par le consommateur.

(2) Ceux qui ne respectent pas le refus du consommateur d'être démarché et/ou sollicité tel que prévu au paragraphe (1) sont punis d'une amende de 251 euros à 120.000 euros.

La confiscation des biens faisant l'objet du démarchage ou de la sollicitation de commandes tels que décrits au paragraphe (1) et celle des véhicules qui ont servi à transporter le matériel et la main



d'œuvre nécessaires à l'offre de vente ou à la vente ou à l'offre de prestation de services ou à la prestation de services au domicile du consommateur dans le cadre de l'offre de contrat ou de contrat en dehors d'un établissement commercial suite à un démarchage, ou à une sollicitation de commandes lors d'une visite ou suite à une visite (non autorisée) par ou pour un professionnel au domicile d'un consommateur sans tenir compte de son refus d'être démarché ou sollicité ou en ignorant sa demande de voir le professionnel quitter les lieux ou de ne pas y revenir pourra être ordonnée aux frais du contrevenant, même s'ils ne sont pas la propriété de l'auteur de l'infraction. S'ils n'ont pas été saisis, le contrevenant peut être condamné à en payer la valeur.

En cas de récidive dans l'année, la confiscation ou la condamnation à la valeur des biens et véhicules non saisis est obligatoire.

Sous-section 7 - Droit de rétractation dans les contrats à distance et hors établissement

Art. L. 222-9.

(1) En dehors des cas où les exceptions prévues au paragraphe (7) du présent article s'appliquent, le consommateur dispose d'un délai de quatorze jours calendrier pour se rétracter d'un contrat à distance ou d'un contrat hors établissement sans avoir à motiver sa décision et sans encourir d'autres coûts que ceux prévus à l'article L. 222-10.

(2) Sans préjudice du paragraphe (3) du présent article, le délai de rétractation visé au paragraphe (1) expire après une période de quatorze jours à compter:

- a) en ce qui concerne les contrats de service, du jour de la conclusion du contrat;
- b) en ce qui concerne les contrats de vente, du jour où le consommateur ou un tiers autre que le transporteur et désigné par le consommateur prend physiquement possession du bien ou:
 - i. dans le cas de biens multiples commandés par le consommateur dans une seule commande et livrés séparément, du jour où le consommateur ou un tiers autre que le transporteur et désigné par le consommateur prend physiquement possession du dernier bien;
 - ii. dans le cas de la livraison d'un bien composé de lots ou de pièces multiples, du jour où le consommateur ou un tiers autre que le transporteur et désigné par le consommateur prend physiquement possession du dernier lot ou de la dernière pièce;
 - iii. dans le cas des contrats portant sur la livraison régulière de biens pendant une période de temps définie, du jour où le consommateur ou un tiers autre que le transporteur et désigné par le consommateur prend physiquement possession du premier bien;
- c) en ce qui concerne les contrats portant sur la fourniture d'eau, de gaz et d'électricité lorsqu'ils ne sont pas conditionnés dans un volume délimité ou en quantité déterminée, ainsi que de chauffage urbain et de contenu numérique non fourni sur un support matériel, du jour de la conclusion du contrat.

(3) Si le professionnel omet d'informer le consommateur de son droit de rétractation comme l'exige (...) l'article L. 222-3 paragraphe (1) point g) et l'article L. 222-6, paragraphe (1), point h, le délai de rétractation expire au terme d'une période de douze mois et prend cours à la fin du délai de rétractation initial, déterminé conformément au paragraphe (2) du présent article.



(4) Si le professionnel a communiqué au consommateur les informations visées au paragraphe (3) du présent article dans un délai de douze mois à compter du jour visé au paragraphe (2) du présent article, le délai de rétractation expire au terme d'une période de quatorze jours à compter du jour de la réception de ces informations par le consommateur.

(5) Le consommateur informe le professionnel, avant l'expiration du délai de rétractation, de sa décision de se rétracter du contrat. Pour ce faire, le consommateur peut soit:

- a) utiliser le modèle de formulaire de rétractation repris dans un règlement grand-ducal; ou
- b) faire une autre déclaration dénuée d'ambiguïté exposant sa décision de se rétracter du contrat.

Le professionnel peut donner au consommateur, en plus des possibilités visées au premier alinéa du présent paragraphe, la faculté de remplir et de transmettre en ligne, sur le site internet du professionnel, soit le modèle de formulaire de rétractation visé audit alinéa et repris dans un règlement grand-ducal, soit une autre déclaration dénuée d'ambiguïté. Dans ces cas, le professionnel est tenu de communiquer sans délai au consommateur un accusé de réception de la rétractation sur un support durable.

La charge de la preuve concernant l'exercice du droit de rétractation conformément au présent article incombe au consommateur

(6) L'exercice du droit de rétractation a pour effet d'éteindre l'obligation des parties:

- a) d'exécuter le contrat à distance ou le contrat hors établissement; ou
- b) de conclure le contrat à distance ou hors établissement, dans les cas où le consommateur a fait une offre.

Lorsque le prix d'un bien ou d'un service est entièrement ou partiellement couvert par un crédit accordé au consommateur par le professionnel ou par un tiers, sur la base d'un accord conclu entre ce dernier et le professionnel, l'exercice par le consommateur de son droit de rétractation entraîne la résiliation, sans pénalité, du contrat de crédit.

Sans préjudice du paragraphe précédent et de l'article L. 224-16 du présent Code, l'exercice par le consommateur de son droit de rétractation d'un contrat à distance ou hors établissement conformément au présent article entraîne la résiliation de tout contrat accessoire, sans frais pour le consommateur, à l'exception des frais prévus à l'article L. 222-10.

(7) Sauf convention contraire, le consommateur ne peut exercer le droit de rétractation pour les contrats:

- a) de fourniture de services après que le service a été pleinement exécuté mais, si le contrat soumet le consommateur à une obligation de payer, seulement si l'exécution a commencé avec l'accord préalable exprès du consommateur, et à condition qu'il ait également reconnu qu'il perdra son droit de rétractation une fois que le contrat aura été pleinement exécuté par le professionnel;
- b) de fourniture de biens ou de services dont le prix est fonction des fluctuations sur le marché financier, échappant au contrôle du professionnel et susceptibles de se produire pendant le délai de rétractation;
- c) de fourniture de biens confectionnés selon les spécifications du consommateur ou nettement personnalisés;
- d) de fourniture de biens qui sont susceptibles de se détériorer ou de se périmer rapidement;



- e) de fourniture de biens scellés ne pouvant être renvoyés pour des raisons de protection de la santé ou d'hygiène et qui ont été descellés par le consommateur après la livraison;
- f) de fourniture de biens qui, après avoir été livrés, et de par leur nature, sont mélangés de manière indissociable avec d'autres articles;
- g) de fourniture de boissons alcoolisées dont le prix a été convenu au moment de la conclusion du contrat de vente, dont la livraison ne peut être effectuée qu'après trente jours et dont la valeur réelle dépend de fluctuations sur le marché échappant au contrôle du professionnel;
- h) dans lesquels le consommateur a expressément demandé au professionnel de lui rendre visite afin d'effectuer des travaux urgents d'entretien ou de réparation. Si, toutefois, à l'occasion de cette visite, le professionnel fournit des services venant s'ajouter à ceux spécifiquement requis par le consommateur ou des biens autres que les pièces de rechange indispensables aux travaux d'entretien ou de réparation, le droit de rétractation s'applique à ces services ou biens supplémentaires;
- i) de fourniture d'enregistrements audio ou vidéo scellés ou de logiciels informatiques scellés et qui ont été descellés par le consommateur après la livraison;
- j) de fourniture de journaux, de périodiques et de magazines sauf pour les contrats d'abonnement à ces publications;
- k) de ventes conclus lors d'enchères publiques;
- l) de fourniture de services d'hébergement (autres qu'à des fins résidentielles), de transport de biens, de location de voitures, de restauration, ou liés à des activités de loisirs, si le contrat prévoit une date ou une période d'exécution spécifique;
- m) de fourniture d'un contenu numérique non fourni sur un support matériel si l'exécution a commencé avec l'accord préalable exprès du consommateur, et à condition que le contrat soumette le consommateur à une obligation de payer, si :
 - (i) le consommateur a donné son consentement préalable exprès pour que l'exécution commence pendant le délai de rétractation ;
 - (ii) le consommateur a reconnu qu'il perdra ainsi son droit de rétractation ; et
 - (iii) le professionnel a fourni une confirmation conformément à l'article L. 222-7, paragraphe (2), ou à l'article L. 222-5. ».

Art. L. 222-10.

(1) En cas d'exercice du droit de rétractation relatif à un contrat à distance ou hors établissement, le professionnel est tenu au remboursement des paiements reçus de la part du consommateur, y compris, le cas échéant, les frais de livraison. Les seuls frais qui peuvent être imputés au consommateur en raison de l'exercice de son droit de rétractation sont les frais directs de renvoi des marchandises tels que visés au paragraphe (4) du présent article.

Ce remboursement doit être effectué sans retard excessif et, en tout cas, dans un délai de quatorze jours suivant celui où il est informé de la décision du consommateur de se rétracter du contrat conformément à l'article L. 222-9. La somme due est de plein droit majorée du taux de l'intérêt légal en vigueur à compter du premier jour suivant l'expiration de ce délai.

Le professionnel effectue le remboursement visé aux deux premiers alinéas du présent paragraphe en utilisant le même moyen de paiement que celui utilisé par le consommateur pour la transaction initiale, sauf accord exprès du consommateur pour un autre moyen de paiement et pour autant que le remboursement n'occasionne pas de frais pour le consommateur.



(2) Nonobstant le paragraphe (1) du présent article, le professionnel n'est pas tenu de rembourser les frais supplémentaires si le consommateur a expressément choisi un mode de livraison autre que le mode moins coûteux de livraison standard proposé par le professionnel.

(3) S'agissant des contrats de vente, à moins qu'il ne propose de récupérer lui-même les biens, le professionnel peut différer le remboursement jusqu'à récupération des biens, ou jusqu'à ce que le consommateur ait fourni une preuve d'expédition des biens, la date retenue étant celle du premier de ces faits.

(4) A moins que le professionnel ne propose de récupérer lui-même ces biens, le consommateur renvoie ou rend les biens au professionnel ou à une personne habilitée par ce dernier à recevoir les biens.

Ce renvoi doit être effectué sans retard excessif et, en tout état de cause, au plus tard quatorze jours suivant la communication de sa décision de se rétracter du contrat au professionnel conformément à l'article L. 222-9, paragraphe (5). Ce délai est respecté si le consommateur renvoie les biens avant l'expiration du délai de quatorze jours.

Le consommateur supporte uniquement les coûts directs engendrés par le renvoi des biens, sauf si le professionnel accepte de les prendre à sa charge ou s'il a omis d'informer le consommateur qu'il doit les prendre en charge.

En ce qui concerne les contrats hors établissement, lorsque les biens ont été livrés au domicile du consommateur au moment de la conclusion du contrat, le professionnel récupère les biens à ses frais s'ils ne peuvent pas être renvoyés normalement par la poste en raison de leur nature.

(5) La responsabilité du consommateur n'est engagée qu'à l'égard de la dépréciation des biens résultant de manipulations des biens autres que celles nécessaires pour établir la nature, les caractéristiques et le bon fonctionnement de ces biens. Le consommateur n'est pas responsable, en tout état de cause, de la dépréciation des biens lorsque le professionnel a omis de l'informer de son droit de rétractation conformément à l'article L. 222-3, paragraphe (1), point g) et à l'article L. 222-6, paragraphe (1), point h).

(6) Lorsque le consommateur exerce son droit de rétractation après avoir présenté une demande conformément à l'article L. 222-4, paragraphe (7) ou à l'article L. 222-7, paragraphe (3), il paie au professionnel un montant qui est proportionnel à ce qui a été fourni jusqu'au moment où il a informé le professionnel de l'exercice du droit de rétractation par rapport à l'ensemble des prestations prévues par le contrat. Le montant proportionnel à payer par le consommateur au professionnel est calculé sur la base du prix total convenu dans le contrat. Si le prix total est excessif, le montant approprié est calculé sur la base de la valeur marchande de ce qui a été fourni.

(7) Le consommateur n'est redevable d'aucun coût:

a) pour la prestation de services ou pour la fourniture d'eau, de gaz ou d'électricité, lorsqu'ils ne sont pas conditionnés dans un volume délimité ou en quantité déterminée, ou de chauffage urbain, en tout ou partie, pendant le délai de rétractation, lorsque:

i. le professionnel a omis de fournir les informations visées à l'article L. 222-3, paragraphe (1), points g) ou i) ou à l'article L. 222-6, paragraphe (1), points h) ou j); ou



ii. lorsque le consommateur n'a pas expressément demandé que l'exécution commence pendant le délai de rétractation en application de l'article L. 222-4, paragraphe (7) ou de l'article L. 222-7, paragraphe (3); ou

b) pour la fourniture, en tout ou partie, d'un contenu numérique qui n'est pas fourni sur un support matériel, lorsque:

i. le consommateur n'a pas donné son accord préalable exprès pour que l'exécution commence avant la fin du délai de quatorze jours visé à l'article L. 222-9; ou

ii. le consommateur n'a pas reconnu perdre son droit de rétractation en donnant son accord; ou

iii. le professionnel a omis de fournir une confirmation conformément à l'article L. 222-5, paragraphes 1 et 2 ou à l'article L. 222-7, paragraphe (2).

(8) Sauf disposition contraire du présent article, le consommateur n'encourt aucune responsabilité du fait de l'exercice du droit de rétractation.

(9) En cas de rétractation du contrat, le consommateur s'abstient d'utiliser le contenu numérique ou le service numérique et de le rendre accessible à des tiers.

Art. L. 222-10-1.

(1) En ce qui concerne les données à caractère personnel du consommateur, le professionnel respecte les obligations applicables en vertu du règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, et abrogeant la directive 95/46/CE (règlement général sur la protection des données).

(2) Le professionnel s'abstient d'utiliser tout contenu autre que les données à caractère personnel, qui a été fourni ou créé par le consommateur lors de l'utilisation du contenu numérique ou du service numérique fourni par le professionnel, sauf lorsque ce contenu :

a) n'est d'aucune utilité en dehors du contexte du contenu numérique ou du service numérique fourni par le professionnel ;

b) n'a trait qu'à l'activité du consommateur lorsqu'il utilise le contenu numérique ou le service numérique fourni par le professionnel ;

c) a été agrégé avec d'autres données par le professionnel et ne peut être désagrégé, ou ne peut l'être que moyennant des efforts disproportionnés ; ou

d) a été généré conjointement par le consommateur et d'autres personnes, et d'autres consommateurs peuvent continuer à en faire usage.

(3) Sauf dans les situations visées au paragraphe (2), lettres a), b) ou c), le professionnel met à la disposition du consommateur, à la demande de ce dernier, tout contenu autre que les données à caractère personnel, qui a été fourni ou créé par le consommateur lors de l'utilisation du contenu numérique ou du service numérique fourni par le professionnel.

(4) Le consommateur a le droit de récupérer ce contenu numérique sans frais, sans que le professionnel y fasse obstacle, dans un délai raisonnable et dans un format couramment utilisé et lisible par machine.



(5) En cas de rétractation du contrat, le professionnel peut empêcher toute utilisation ultérieure du contenu numérique ou du service numérique par le consommateur, notamment en faisant en sorte que le contenu numérique ou le service numérique soit inaccessible au consommateur ou en désactivant le compte d'utilisateur du consommateur, sans préjudice du paragraphe (3). ».

Sous - section 8-Dispositions spécifiques et sanctions

Art. L. 222-11.

(1) L'utilisation par un professionnel des techniques de communication à distance suivantes nécessite le consentement préalable du consommateur:

- a) système automatisé d'appel sans intervention humaine (automate d'appel);
- b) télécopie;
- c) téléphone;
- d) courrier électronique.

Les techniques de communication à distance autres que celles visées à l'alinéa précédent, lorsqu'elles permettent une communication individualisée, ne peuvent être utilisées qu'en l'absence d'opposition manifeste du consommateur.

(2) La preuve

- de l'existence et du contenu d'une information précontractuelle,
- d'une confirmation du contrat,
- du respect des délais et du consentement du consommateur,
incombe au professionnel. Toute clause contraire est considérée comme abusive au sens de l'article L. 211-2.

(3) Le non-respect d'une ou plusieurs obligations d'information essentielles dans les contrats conclus à distance ou hors établissement peut entraîner la nullité du contrat. Cette nullité ne peut toutefois être invoquée que par le consommateur.

(4) Sera puni d'une amende de 251 à 15.000 euros celui qui n'aura pas respecté les obligations d'information des articles L. 221-2, paragraphes 1er et 2, L. 222-3, paragraphe 1er, L. 222-4, L. 222-6, paragraphe 1er et L. 222-7, paragraphes 1er, 3 et 4.

(5) Sera puni de la même peine celui qui ne fournit pas au consommateur la confirmation du contrat conclu à distance ou la confirmation de l'accord préalable exprès et la reconnaissance par le consommateur pour la fourniture d'un contenu numérique non fourni sur un support matériel dans les conditions prévues à l'article L. 222-5.

(6) Sera puni de la même peine celui qui ne fournit pas au consommateur le formulaire de rétractation d'un contrat conclu à distance prévu à l'article L. 222-3, paragraphe 1er, point g) ou celui qui lui fournit un formulaire non conforme à ces dispositions.

(7) Sera puni d'une amende de 500 à 75.000 euros celui qui ne fournit pas au consommateur une copie du contrat conclu hors établissement signé, la confirmation du contrat ou la confirmation de l'accord



préalable exprès et la reconnaissance par le consommateur pour la fourniture d'un contenu numérique non fourni sur un support matériel dans les conditions prévues à l'article L. 222-7, paragraphe 2.

(8) Sera puni de la même peine celui qui ne fournit pas au consommateur le formulaire de rétractation prévu à l'article L. 222-6, paragraphe 1er, point h) ou celui qui lui fournit un formulaire non conforme à ces dispositions.

(9) Tout manquement aux dispositions des articles L. 221-3, L. 222-9 et L. 222-10 encadrant les conditions d'exercice du droit de rétractation reconnu au consommateur, ainsi que ses effets, sera puni d'une amende de 500 à 50.000 euros.

(10) L'imposition d'une sanction prévue aux paragraphes (4) à (9) prend en considération les critères non exhaustifs et indicatifs suivants, le cas échéant :

- a) la nature, la gravité, l'ampleur et la durée de l'infraction ;
- b) toute mesure prise par le professionnel pour atténuer ou réparer les dommages subis par les consommateurs ;
- c) les éventuelles infractions antérieures commises par le professionnel ;
- d) les avantages financiers obtenus ou les pertes évitées par le professionnel du fait de l'infraction, si les données concernées sont disponibles ;
- e) les sanctions infligées au professionnel pour la même infraction dans d'autres États membres dans les affaires transfrontalières pour lesquelles les informations relatives à ces sanctions sont disponibles grâce au mécanisme établi par le règlement (UE) 2017/2394 précité ;
- f) toute autre circonstance aggravante ou atténuante applicable au cas concerné.

(11) Si le ministre ayant la Protection des consommateurs dans ses attributions prend connaissance du non-respect par un professionnel des dispositions des paragraphes (4) à (9), il peut inviter le professionnel à fournir des explications endéans un délai qui ne saurait être inférieur à quinze jours calendriers.

Au terme de ce délai, si le professionnel n'a fourni aucune explication ou si, à la suite des explications fournies, le ministre ayant la Protection des consommateurs dans ses attributions conclut que le professionnel enfreint les dispositions visées par les paragraphes (4) à (9), il peut notifier par lettre recommandée au professionnel le constat de cette violation et exiger la mise en conformité dans un délai raisonnable avec les dispositions applicables.

Si une violation constatée et notifiée persiste ou si la même violation survient à nouveau, et que l'acte ou l'omission du professionnel porte ou est susceptible de porter atteinte aux intérêts collectifs des consommateurs au sens de l'article L. 311-1, le ministre ayant la Protection des consommateurs dans ses attributions peut engager une action en cessation ou en interdiction telle qu'elle résulte des articles L. 320-1 et suivants.

Les alinéas 1er à 3 sont sans préjudice de l'action en cessation ou en interdiction des articles L. 320-1 et suivants.

(12) Par dérogation aux paragraphes (4) à (9), lorsque des sanctions doivent être imposées conformément à l'article 21 du règlement (UE) 2017/2394 précité, le montant maximal de l'amende



encourue par le professionnel correspond à 4 pour cent du chiffre d'affaires annuel du professionnel dans l'État membre ou les États membres concernés.

Dans les cas où une amende doit être imposée conformément à l'alinéa 1er, mais où les informations relatives au chiffre d'affaires annuel du professionnel ne sont pas disponibles, le montant maximal de l'amende est de 2.000.000 euros.

Section 2 - Contrats à distance portant sur des services financiers hors assurances

Sous-section 1 - Champ d'application

Art. L. 222-12.

(1) Aux fins de la présente section, on entend par «communication commerciale»: toutes les formes de communication destinées à promouvoir, directement ou indirectement, des biens, des services, ou l'image d'un professionnel.

(2) Ne constituent pas en tant que telles des communications commerciales:

- les coordonnées permettant l'accès direct à ce professionnel, notamment un nom de domaine ou une adresse de courrier électronique;
- les communications relatives aux biens, aux services ou à l'image de ce professionnel élaborées d'une manière indépendante de ce dernier, en particulier lorsqu'elles sont fournies sans contrepartie financière.

Art. L. 222-13.

(1) La présente section s'applique aux contrats à distance portant sur des services financiers entre un professionnel et un consommateur, à l'exclusion des services ayant trait à l'assurance ainsi qu'aux retraites individuelles constituées sous forme de contrat d'assurance.

Les règles relatives à la commercialisation à distance des contrats d'assurance conclus avec des consommateurs sont fixées par la loi modifiée du 27 juillet 1997 sur le contrat d'assurance.

(2) Pour les contrats à distance comportant une première convention de service suivie d'opérations successives ou d'une série d'opérations distinctes de même nature échelonnées dans le temps, les dispositions de la présente section ne s'appliquent qu'à la première convention. Les contrats à distance qui emportent novation ou modification d'un élément essentiel de la première convention de services sont soumis aux dispositions de la présente section au même titre que la première convention de services.

(3) Au cas où il n'y a pas de convention de services financiers, mais où des opérations successives ou distinctes de même nature échelonnées dans le temps sont exécutées entre les mêmes parties au contrat, les obligations imposées en vertu des articles L. 222-14, L. 222-15 et L. 222-16 sont applicables uniquement lorsque la première opération est exécutée. Toutefois, dans les cas où aucune opération



de même nature n'est effectuée pendant plus d'un an, l'opération suivante est considérée comme étant la première d'une nouvelle série d'opérations, et est soumise au respect des dispositions prévues aux articles L. 222-14, L. 222-15 et L. 222-16.

Sous-section 2 - Informations précontractuelles

Art. L. 222-14.

(1) En plus des informations mentionnées à l'article L. 221-2 du présent Code, le consommateur reçoit, en temps utile avant qu'il ne soit lié par un contrat à distance ou par une offre, les informations suivantes sur:

1) le professionnel:

- a) l'activité principale du professionnel et toute autre adresse géographique à prendre en compte pour les relations entre le consommateur et le professionnel;
- b) l'identité du représentant du professionnel établi dans l'Etat membre de résidence du consommateur et l'adresse géographique à prendre en compte pour les relations entre le consommateur et le représentant, lorsqu'un tel représentant existe;
- c) si le consommateur a des relations commerciales avec un tiers autre que le professionnel, l'identité de ce tiers, le titre auquel il agit à l'égard du consommateur et l'adresse géographique à prendre en compte dans les relations entre le consommateur et le tiers;
- d) lorsque le professionnel est inscrit sur un registre commercial ou sur un registre public similaire, le registre du commerce sur lequel le professionnel est inscrit et son numéro d'enregistrement ou un moyen équivalent d'identification dans ce registre;
- e) dans le cas où l'activité est soumise à un régime d'autorisation, les coordonnées de l'autorité de surveillance compétente;

2) le service financier:

- a) Pour l'application du présent chapitre, l'information sur le prix au sens de l'article L. 221-2, paragraphe (1) point c) du présent Code doit également comprendre:

- le prix total dû par le consommateur au professionnel pour le service financier, y compris l'ensemble des commissions, charges et dépenses y afférentes et toutes les taxes acquittées par l'intermédiaire du professionnel ou, lorsqu'un prix exact ne peut être indiqué, la base de calcul du prix, permettant au consommateur de vérifier ce dernier;

- l'indication de l'existence éventuelle d'autres taxes et/ou frais qui ne sont pas acquittés par l'intermédiaire du professionnel ou facturés par lui;

- tout coût supplémentaire spécifique pour le consommateur afférent à l'utilisation de la technique de communication à distance, lorsque ce coût supplémentaire est facturé;

- b) le cas échéant une notification indiquant que le service financier est lié à des instruments qui impliquent des risques particuliers du fait de leurs spécificités ou des opérations à exécuter ou dont le prix dépend de fluctuations des marchés financiers sur lesquelles le professionnel n'a aucune influence et que les performances passées ne laissent pas présager les performances futures;

- c) toute limitation de la durée pendant laquelle les informations fournies sont valables;

3) le contrat à distance:

- a) s'il existe un droit de rétractation tel que prévu aux articles L. 221-3 et L. 222-18 du présent Code, sa durée et les modalités de son exercice, y compris des informations sur le montant que le consommateur peut être tenu de payer sur la base de l'article L. 222-19, ainsi que sur les conséquences découlant de l'absence d'exercice de ce droit;



b) pour l'application du présent chapitre, l'information sur les modalités de paiement, de livraison ou d'exécution au sens de l'article L. 221-2, paragraphe (1) point d) du présent Code doit également comprendre:

- la durée minimale du contrat à distance, en cas de contrat de prestation de services financiers permanente ou périodique;
 - les informations relatives aux droits que peuvent avoir les parties de résilier le contrat à distance par anticipation ou unilatéralement en vertu des termes du contrat à distance, y compris les éventuelles pénalités imposées par le contrat dans ce cas;
 - des instructions pratiques pour l'exercice du droit de rétractation indiquant, entre autres, l'adresse à laquelle la notification doit être envoyée;
- c) le ou les Etats sur la législation duquel/desquels le professionnel se fonde pour établir les relations avec le consommateur avant la conclusion du contrat à distance;
- d) toute clause contractuelle concernant la législation applicable au contrat à distance ou concernant la juridiction compétente;
- e) la langue ou les langues dans laquelle/lesquelles sont communiquées les conditions contractuelles ainsi que les informations précontractuelles visées dans le présent article et, en outre, la langue ou les langues dans laquelle/lesquelles le professionnel s'engage, en accord avec le consommateur, à communiquer pendant la durée du contrat;

4) d'autres informations:

- a) l'existence ou l'absence de procédures extrajudiciaires de réclamation et de recours accessibles au consommateur qui est partie au contrat à distance et, si de telles procédures existent, les modalités d'accès à ces dernières;
- b) l'existence de fonds de garantie ou de mécanismes d'indemnisation similaires, autres que les systèmes de garantie de dépôts et les systèmes d'indemnisation des investisseurs régis par la loi modifiée du 5 avril 1993 relative au secteur financier.

(2) Les informations visées au paragraphe (1), dont le but commercial doit apparaître sans équivoque, doivent être délivrées conformément à l'article L. 221-2, paragraphe (2), par tout moyen adapté à la technique de communication à distance utilisée, en tenant dûment compte, notamment, du principe de bonne foi dans les transactions commerciales et des principes qui régissent la protection des incapables.

(3) Les obligations qui découlent du contrat doivent être fidèles aux informations fournies par le professionnel au cours de la phase précontractuelle.

Art. L. 222-15.

(1) En cas de communication par téléphonie vocale sur l'initiative du professionnel, celui-ci indiquera explicitement et sans équivoque au début de la conversation avec le consommateur son identité et le but commercial de l'appel.

(2) A condition d'avoir obtenu l'accord explicite du consommateur, le professionnel n'est tenu de fournir que les informations suivantes:

- a) l'identité de la personne en contact avec le consommateur et le lien de cette personne avec le professionnel;
- b) une description des principales caractéristiques du service financier;



- c) le prix total dû par le consommateur au professionnel pour le service financier, qui comprend toutes les taxes acquittées par l'intermédiaire du professionnel ou, lorsqu'un prix exact ne peut être indiqué, la base de calcul du prix, permettant au consommateur de vérifier ce dernier;
- d) l'indication de l'existence éventuelle d'autres taxes ou frais qui ne sont pas acquittés ou mis en compte par l'intermédiaire du professionnel;
- e) l'existence ou l'absence du droit de rétractation prévu aux articles L. 221-3 et L. 222-18 du présent Code et, si ce droit existe, sa durée et les modalités de son exercice, y compris des informations sur le montant que le consommateur peut être tenu de payer sur la base de l'article L. 222-19.

(3) Le professionnel informe le consommateur sur, d'une part, le fait que d'autres informations peuvent être fournies sur demande et, d'autre part, la nature de ces informations. En tout état de cause, le professionnel fournit des informations complètes lorsqu'il remplit ses obligations en vertu de l'article L. 222-17.

Art. L. 222-16.

(1) Lorsqu'une loi régissant des services financiers contient des dispositions en matière d'information préalable s'ajoutant à celles qui sont prévues aux articles L. 222-14 et L. 222-15 du présent chapitre, ces dispositions continuent à s'appliquer à la commercialisation à distance de services financiers auprès des consommateurs.

(2) Lorsque la loi du 10 novembre 2009 relative aux services de paiement est également applicable, les dispositions en matière d'information de l'article L. 222-14, paragraphe (1) du présent Code, à l'exception des deux derniers sous-points du point 2 a), du point 2 b) et c), du point 3 a), du dernier sous-point du point 3 b), des points 3) c) et 4) b), sont remplacées par les articles 65, 66, 70, 71 de la loi du 10 novembre 2009 relative aux services de paiement. Sont en outre à indiquer les modalités de paiement et d'exécution au titre de l'article L.221-2, paragraphe (1) d) du présent Code.

Art. L. 222-17.

(1) Le professionnel communique au consommateur toutes les conditions contractuelles ainsi que les informations visées aux articles L. 222-14, L. 222-15 et L. 222-16 sur un support papier ou sur un autre support durable, mis à la disposition du consommateur et auquel celui-ci a accès en temps utile avant d'être lié par un contrat à distance ou par une offre.

(2) Si un contrat à distance a été conclu à la demande du consommateur en utilisant une technique de communication à distance ne permettant pas de transmettre les conditions contractuelles et les informations conformément au paragraphe (1), le professionnel remplit l'obligation lui incombeant en vertu du paragraphe (1) immédiatement après la conclusion du contrat à distance. Dans ce cas l'article 1135-1 du Code civil n'est pas applicable.

(3) A tout moment au cours de la relation contractuelle, le consommateur a le droit, s'il en fait la demande, de recevoir les conditions contractuelles sur un support papier. En outre, le consommateur



a le droit de changer les techniques de communication à distance utilisées, à moins que cela ne soit incompatible avec le contrat à distance conclu ou avec la nature du service financier fourni.

Sous-section 3 - Droit de rétractation

Art. L. 222-18.

(1) Le délai de rétractation commence à courir conformément à l'article L. 221-3 ou à compter du jour où le consommateur reçoit les conditions contractuelles et les informations, conformément à l'article L. 222-17, paragraphe (1) ou (2), si cette dernière date est postérieure à visée à l'article L. 221-3.

Toutefois, ce délai est porté à trente jours calendrier pour les opérations portant sur les retraites individuelles.

(2) Le droit de rétractation prévu aux articles L. 221-3 et L. 222-18, paragraphe (1) ne s'applique pas:

a) aux services financiers dont le prix dépend de fluctuations du marché financier sur lesquelles le professionnel n'a aucune influence, qui sont susceptibles de se produire pendant le délai de rétractation, par exemple les services liés aux:

- opérations de change,
 - instruments du marché monétaire,
 - titres négociables,
 - parts dans les organismes de placement collectif,
 - contrats financiers à terme (futures) y compris les instruments équivalents donnant lieu à un règlement en espèces,
 - contrats à terme sur taux d'intérêt (FRA),
 - contrats d'échange (swaps) sur taux d'intérêt ou sur devises ou contrats d'échange sur des flux liés à des actions ou à des indices d'actions (equity swaps),
 - options visant à acheter ou à vendre tout instrument visé par le présent point, y compris les instruments équivalents donnant lieu à un règlement en espèces. Sont comprises en particulier dans cette catégorie les options sur devises et sur taux d'intérêt;
- b) aux contrats exécutés intégralement par les deux parties à la demande expresse du consommateur avant que ce dernier n'exerce son droit de rétractation;
- c) à tout crédit destiné principalement à permettre l'acquisition ou le maintien de droits de propriété d'un terrain ou d'un immeuble existant ou à construire;
- d) à tout crédit garanti par une hypothèque sur un bien immobilier ou par un droit lié à un bien immobilier;
- e) aux déclarations de consommateurs faites en utilisant les services d'un officier public, à condition que l'officier public atteste que les droits du consommateur prévus à l'article L. 222-17, paragraphe (1), ont été respectés.

(3) Si le consommateur exerce son droit de rétractation, il le notifie avant l'expiration du délai en suivant les instructions pratiques qui lui ont été données conformément à l'article L. 222-14, paragraphe (1), point 3 b), 3ème point. Le délai est réputé respecté si la notification, à condition d'avoir été faite sur un support papier ou sur un autre support durable qui est à la disposition du destinataire et auquel il a accès, a été envoyée avant l'expiration du délai.



(4) Le présent article n'est pas applicable aux contrats de crédit résiliés en vertu de l'article L. 222-9, paragraphe (6), alinéa 21 ou de l'article L. 223-11.

(5) Si un autre contrat à distance relatif à des services financiers prestés par un professionnel ou un tiers sur la base d'un accord entre le tiers et le professionnel a été adjoint à un contrat à distance portant sur un service financier donné, ce contrat additionnel est résilié, sans pénalité, si le consommateur exerce son droit de rétractation selon les modalités fixées aux articles L. 221-3, paragraphe (1) et L. 222-18, paragraphe (1).

Art. L. 222-19.

(1) Lorsque le consommateur exerce le droit de rétractation qui lui est conféré par les articles L. 221-3 et L. 222-18 paragraphe (1), il ne peut être tenu qu'au paiement, dans les meilleurs délais, du service financier effectivement fourni par le professionnel en vertu du contrat à distance. L'exécution du contrat ne peut commencer qu'après l'accord du consommateur. Le montant à payer ne peut excéder un montant proportionnel à l'importance du service déjà fourni par rapport à l'ensemble des prestations prévues par le contrat à distance.

(2) Le professionnel ne peut exiger du consommateur un paiement sur base du paragraphe (1) que s'il peut prouver que le consommateur a été dûment informé du montant dû, conformément aux articles L. 221-2 paragraphe (1), point e) et L. 222-14, paragraphe (1), point 3 a). Toutefois, il ne peut, en aucun cas, exiger ce paiement s'il a commencé à exécuter le contrat avant l'expiration du délai de rétractation prévu aux articles L. 221-3 et L. 222-18, paragraphe (1), sans demande préalable du consommateur.

(3) Le professionnel est tenu de rembourser au consommateur, dans les meilleurs délais et au plus tard dans les trente jours calendrier, toutes les sommes qu'il a perçues de celui-ci conformément au contrat à distance, à l'exception du montant visé au paragraphe (1). Ce délai commence à courir le jour où le professionnel reçoit la notification de la rétractation. Si le remboursement ne s'opère pas dans un délai de trente jours calendrier, la somme due est majorée de plein droit au taux de l'intérêt légal en vigueur à compter du premier jour après l'expiration du délai.

(4) Le consommateur restitue au professionnel, dans les meilleurs délais et au plus tard dans les trente jours calendrier, toute somme et/ou tout bien qu'il a reçus de ce dernier dans le cadre d'un contrat à distance. Ce délai commence à courir à compter du jour où le consommateur envoie la notification de rétractation. Si le remboursement ne s'opère pas dans un délai de trente jours calendrier, la somme due est majorée de plein droit au taux de l'intérêt légal en vigueur à compter du premier jour après l'expiration du délai.



Sous-section 4 - Exécution du contrat

Art. L. 222-20.

- (1) L'envoi de communications commerciales par courrier électronique, par un système automatisé d'appel sans intervention humaine, par téléphone ou par télécopieur par un professionnel à un consommateur n'est permis qu'en cas de consentement préalable de ce dernier.
- (2) Les techniques de communication à distance autres que celles visées au paragraphe (1), lorsqu'elles permettent une communication individualisée, ne peuvent être utilisées qu'en l'absence d'opposition manifeste du consommateur.
- (3) Les mesures prises en vertu des paragraphes (1) et (2) ne doivent pas entraîner de frais pour les consommateurs.

Art. L. 222-21.

La règle suivante est applicable en cas de prestations de services non demandés:

En cas de fourniture non demandée de services financiers à un consommateur, ce dernier est dispensé de toute contrestitution, l'absence de réponse ne valant pas consentement.

La disposition qui précède ne déroge pas aux règles applicables en matière de reconduction tacite des contrats.

Art. L. 222-22.

Toute clause contractuelle prévoyant que la charge de la preuve du respect par le professionnel de tout ou partie des obligations que lui imposent la présente section incombe au consommateur est abusive et réputée nulle et non écrite.

Art. L. 222-23.

Les dispositions de la présente section sont sanctionnées conformément à l'article 63 de la loi modifiée du 5 avril 1993 sur le secteur financier.



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG

Ministère de l'Agriculture,
de l'Alimentation et de la Viticulture

DIRECTION DE LA PROTECTION DES
CONSOMMATEURS

Chapitre 3 - Contrats d'utilisation de biens à temps partagé, contrats de produits de vacances à long terme et contrats de revente et d'échange

[...]

Chapitre 4 - Contrats de crédit à la consommation

[...]

Chapitre 5 - Voyages à forfait et prestations de voyage liées

[...]

Chapitre 6 - Contrats de crédit immobilier

[...]

LIVRE 3. - Mise en œuvre du droit de la consommation

[...]

LIVRE 4 - Règlement extrajudiciaire des litiges de consommation

[...]



Tableau de correspondance

Directive (UE) 2024/825	Directives modifiées par la Directive (UE) 2024/825	Articles du Code de la consommation	Articles du projet de loi
Article 1	Directive 2005/29/CE		
Article 1, 1), a)	Article 2, al. 1 ^{er} , c bis)	Article L. 121-2, 12)	Article 3, 3°
Article 1, 1), b)	Article 2, al. 1 ^{er} , o), p), q), r), s), t), u), v) et w).	Article L. 121-2, 13), 14), 15), 16), 17) ; article L. 010-1, 13) ; article L. 121-2, 18), 19) et article L. 010-1, 11).	Article 3, 3°
Article 1, 2), a)	Article 6, (1), b)	Article L. 122-2, (1), 2), b)	Article 4, 1°
Article 1, 2), b)	Article 6, (2), d) et e)	Article L. 122-2, (2), d) et e)	Article 4, 2°
Article 1, 3)	Article 7, (7)	Article L. 122-3, (8)	Article 5
Article 1, 4)	Annexe I, 2 bis), 4 bis), 4 ter), 4 quater), 10 bis), 23 quinques) à 23 undecies).	Article L. 122-4, 28) à 39).	Article 6
<hr/>			
Article 2	Directive 2011/83/UE		
Article 2, 1)	Article 2, 14 bis) à 14 sexies)	Article L. 010-1, 18), 13), 6) et 19) ; article L. 113-1, (1), i), article L. 222-3, (1), u), et article L. 222-6, (1), v)	Article 1 ^{er} , 3° ; article 2, 1° et article 7, 2°
Article 2, 2), a)	Article 5, (1), e)	Article L. 113-1, (1), e), 1 ^{er} tiret	Article 2, 1°
Article 2, 2), b)	Article 5, (1), e bis) à e quinques)	Article L. 113-1, (1), e), 2 ^{ème} à 4 ^{ème} tiret, et i)	Article 2, 1° et 3°
Article 2, 2), c)	Article 5, (1), i) et j)	Article L. 113-1, (1), j) et k)	Article 2, 3°.
Article 2, 3), a)	Article 6, (1), g)	Article L. 221-2, (1), d), article L. 222-3, (1), f) et article L. 222-6 (1), g)	Article 7, 1° et article 9, 1°
Article 2, 3), b)	Article 6, (1), l)	Article L. 222-3, (1), k), 1 ^{er} tiret et article L. 222-6, (1), l), 1 ^{er} tiret	Article 7, 2° et article 9, 2°
Article 2, 3), c)	Article 6, (1), l bis), à l quater)	Article L. 222-3, (1), k), 2 ^{ème} et 3 ^{ème} tiret, et u) et article L. 222-6, (1), l), 2 ^{ème} et 3 ^{ème} tiret, et v)	Article 7, 2° et 5° et article 9, 2° et 4°
Article 2, 3), d)	Article 6, (1), u) et v)	Article L. 222-3, (1), v) et w), et article L. 222-6, (1), w) et x).	Article 7, 5° et article 9, 4°
Article 2, 4)	Article 8, (2), al. 1 ^{er}	Article L. 222-4, (2), al. 1 ^{er}	Article 8
Article 2, 5)	Article 22 bis	Articles L. 113-1, (1), e) ; article L. 222-3, (1), k) ; article L. 222-6, (1), l)	Article 2, 1° ; article 7, 2° et article 9, 2°
Article 2, 6)	Article 27 bis	Non appl.	Non appl.
<hr/>			
Articles autonomes			
Article 3		Non appl.	Non appl.
Article 4		Non appl.	Article 10
Article 5		Non appl.	Non appl.



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère de l'Agriculture,
de l'Alimentation et de la Viticulture

Direction de la protection des
consommateurs

Article 6		Non appl.	Non appl.
-----------	--	-----------	-----------



**DIRECTIVE(UE) 2024/825 DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL
du 28 février 2024**

modifiant les directives 2005/29/CE et 2011/83/UE pour donner aux consommateurs les moyens d'agir en faveur de la transition verte grâce à une meilleure protection contre les pratiques déloyales et grâce à une meilleure information

(Texte présentant de l'intérêt pour l'EEE)

LE PARLEMENT EUROPÉEN ET LE CONSEIL DE L'UNION EUROPÉENNE,

vu le traité sur le fonctionnement de l'Union européenne, et notamment son article 114,

vu la proposition de la Commission européenne,

après transmission du projet d'acte législatif aux parlements nationaux,

vu l'avis du Comité économique et social européen (¹),

statuant conformément à la procédure législative ordinaire (²),

considérant ce qui suit:

- (1) La possibilité pour les consommateurs de prendre des décisions d'achat éclairées et d'adopter ainsi des modes de consommation plus durables est essentielle à l'avancement de la transition verte et au bon fonctionnement du marché intérieur, sur la base d'une forte protection des consommateurs et de l'environnement. Il incombe dès lors aux professionnels de fournir des informations claires, pertinentes et fiables. Par conséquent, il convient d'introduire dans le droit de l'Union en matière de protection des consommateurs des règles spécifiques pour lutter contre les pratiques commerciales déloyales qui induisent les consommateurs en erreur et les empêchent de poser des choix de consommation durables, en particulier les pratiques liées à l'obsolescence précoce des biens, aux allégations environnementales trompeuses (ci-après dénommées «écoblanchiment»), aux informations trompeuses sur les caractéristiques sociales des produits ou des entreprises des professionnels ou aux labels de développement durable non transparents et non crédibles. Ces règles permettront aux organismes nationaux compétents de lutter efficacement contre ces pratiques. Si les allégations environnementales sont loyales, compréhensibles et fiables, les professionnels pourront bénéficier de conditions de concurrence équitables et les consommateurs seront en mesure de choisir des produits qui sont réellement meilleurs pour l'environnement que les produits concurrents. La concurrence favorisera des produits plus durables sur le plan environnemental, ce qui réduira les incidences négatives sur l'environnement.
- (2) Ces nouvelles règles devraient être introduites par la voie d'une modification des articles 6 et 7 de la directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil (³) en ce qui concerne les pratiques commerciales qui doivent être considérées comme trompeuses, et donc interdites, sur la base d'une évaluation au cas par cas, et par la voie d'une modification de l'annexe I de la directive 2005/29/CE, pour y ajouter des pratiques trompeuses spécifiques qui sont considérées comme déloyales en toutes circonstances, et donc interdites. Comme le prévoit déjà la directive 2005/29/CE, il devrait toujours être possible de considérer qu'une pratique commerciale est déloyale sur la base des articles 5 à 9 de ladite directive, même si la pratique en question ne figure pas parmi les pratiques commerciales déloyales énumérées à l'annexe I de la directive 2005/29/CE.
- (3) Pour que les consommateurs puissent prendre des décisions en meilleure connaissance de cause, ce qui stimulera la demande et l'offre de biens plus durables, il ne faut pas que la présentation globale d'un produit les induise en erreur sur ses caractéristiques environnementales ou sociales ou sur les aspects liés à la circularité, tels que la durabilité, la réparabilité ou la recyclabilité. Il convient dès lors de modifier l'article 6, paragraphe 1, de la directive 2005/29/CE

(¹) JO C 443 du 22.11.2022, p. 75.

(²) Position du Parlement européen du 17 janvier 2024 (non encore parue au Journal officiel) et décision du Conseil du 20 février 2024.

(³) Directive 2005/29/CE 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 et modifiant la directive 84/450/CEE du Conseil et les directives 97/7/CE, 98/27/CE et 2002/65/CE du Parlement européen et du Conseil et le règlement (CE) n° 2006/2004 du Parlement européen et du Conseil (directive sur les pratiques commerciales déloyales) (JO L 149 du 11.6.2005, p. 22).

en ajoutant les caractéristiques environnementales et sociales et les aspects liés à la circularité à la liste des principales caractéristiques d'un produit pour lesquelles les pratiques du professionnel peuvent être considérées comme trompeuses, à la suite d'une évaluation au cas par cas. Les informations fournies par les professionnels sur les caractéristiques sociales d'un produit tout au long de sa chaîne de valeur peuvent porter, par exemple, sur la qualité et l'équité des conditions de travail de la main-d'œuvre concernée, telles que le niveau adéquat des salaires, la protection sociale, la sécurité de l'environnement de travail et le dialogue social. Ces informations peuvent également porter sur le respect des droits de l'homme, sur l'égalité de traitement et l'égalité des chances pour tous, y compris l'égalité des genres, l'inclusion et la diversité, sur les contributions à des initiatives sociales ou sur des engagements éthiques, tels que le bien-être animal. Les caractéristiques environnementales et sociales d'un produit peuvent s'entendre au sens large et inclure les aspects, les incidences et les performances dans les domaines environnemental et social.

- (4) Les allégations environnementales, en particulier celles qui concernent le climat, font de plus en plus référence à des performances futures, en évoquant une transition vers la neutralité carbone, la neutralité climatique ou un objectif similaire, à un certain horizon. Par ces allégations, les professionnels donnent l'impression que les consommateurs contribuent à l'émergence d'une économie à faible intensité de carbone en achetant leurs produits. Afin de garantir la loyauté et la crédibilité de ces allégations, il convient de modifier l'article 6, paragraphe 2, de la directive 2005/29/CE de sorte à interdire, à la suite d'une évaluation au cas par cas, celles qui ne sont pas étayées par des engagements et des objectifs clairs, objectifs, accessibles au public et vérifiables pris par les professionnels et présentés dans un plan de mise en œuvre détaillé et réaliste exposant les modalités de réalisation de ces engagements et de ces objectifs et allouant des ressources à cette fin. Ce plan de mise en œuvre devrait inclure tous les éléments pertinents nécessaires au respect des engagements, tels que les ressources budgétaires et l'évolution technologique, s'il y a lieu et conformément au droit de l'Union. Ces allégations devraient également être vérifiées par un tiers expert, qui devrait être indépendant du professionnel, exempt de tout conflit d'intérêts, disposer d'une expérience et d'une compétence dans le domaine de l'environnement et qui devrait être en mesure de suivre régulièrement les progrès du professionnel en ce qui concerne les engagements et les objectifs, y compris les valeurs intermédiaires pour les atteindre. Les professionnels devraient veiller à ce que les conclusions régulières du tiers expert soient mises à la disposition des consommateurs.
- (5) Une autre pratique commerciale potentiellement trompeuse à ajouter aux pratiques spécifiques visées à l'article 6, paragraphe 2, de la directive 2005/29/CE consiste à faire la publicité d'avantages pour les consommateurs qui ne sont pas pertinents et qui ne sont pas directement liés à une caractéristique de ce produit ou de cette entreprise spécifique et qui pourraient conduire les consommateurs à croire à tort qu'ils sont meilleurs pour eux, pour l'environnement ou pour la société que d'autres produits ou entreprises de professionnels du même type, en affirmant par exemple qu'une marque particulière d'eau en bouteille est exempte de gluten ou que des feuilles de papier ne contiennent pas de plastique.
- (6) La comparaison de produits sur la base de leurs caractéristiques environnementales ou sociales ou d'aspects liés à la circularité, tels que la durabilité, la réparabilité ou la recyclabilité, est une technique de commercialisation de plus en plus courante qui pourrait induire le consommateur en erreur, car il n'est pas toujours en mesure d'évaluer la fiabilité de ces informations. Afin de garantir que ces comparaisons n'induisent pas les consommateurs en erreur, il convient de modifier l'article 7 de la directive 2005/29/CE afin d'exiger que les professionnels fournissent aux consommateurs des informations sur la méthode de comparaison, sur les produits qui font l'objet de la comparaison et sur les fournisseurs de ces produits, ainsi que sur les mesures visant à tenir ces informations à jour. Les consommateurs pourront ainsi prendre des décisions commerciales en meilleure connaissance de cause lorsqu'ils se fondent sur ces comparaisons. Il y a lieu de faire en sorte que lesdites comparaisons soient objectives et, notamment, concernent des produits qui remplissent la même fonction, utilisent une méthode et des hypothèses communes, et portent sur des caractéristiques matérielles et vérifiables des produits comparés.
- (7) Il est essentiel de garantir la transparence et la crédibilité des labels de développement durable, qui peuvent porter sur de nombreuses caractéristiques d'un produit, d'un processus ou d'une entreprise. Dès lors, l'affichage de labels de développement durable qui ne sont pas fondés sur un système de certification ou qui n'ont pas été mis en place par des autorités publiques devrait être interdit, par l'inscription de ces pratiques dans la liste figurant à l'annexe I de la directive 2005/29/CE. Avant d'afficher un label de développement durable, le professionnel devrait garantir que, conformément aux conditions du système de certification accessibles au public, le label respecte des conditions minimales de transparence et de crédibilité, parmi lesquelles l'existence d'un contrôle objectif du respect des exigences du système. Ce contrôle devrait être effectué par un tiers dont la compétence et l'indépendance vis-à-vis à la fois du propriétaire du système et du professionnel sont garanties sur la base de normes et procédures internationales, de l'Union ou nationales, par exemple en apportant la preuve qu'il respecte les normes

internationales pertinentes, telles que la norme ISO 17065 «Évaluation de la conformité — Exigences pour les organismes certifiant les produits, les procédés et les services», ou au moyen des mécanismes prévus par le règlement (CE) n° 765/2008 du Parlement européen et du Conseil⁽⁴⁾. L'affichage des labels de développement durable reste possible sans système de certification lorsque ces labels sont établis par une autorité publique ou en cas d'utilisation des formes d'expression et de présentation complémentaires de la déclaration nutritionnelle conformément à l'article 35 du règlement (UE) n° 1169/2011 du Parlement européen et du Conseil⁽⁵⁾.

Les labels de développement durable établis par les autorités publiques sont par exemple les logos attribués conformément aux exigences des règlements (CE) n° 1221/2009⁽⁶⁾ ou (CE) n° 66/2010⁽⁷⁾ du Parlement européen et du Conseil. Certaines marques de certification, telles que définies à l'article 27 de la directive (UE) 2015/2436 du Parlement européen et du Conseil⁽⁸⁾, peuvent également faire office de labels de développement durable si elles promeuvent un produit, un processus ou une entreprise pour ses caractéristiques environnementales ou sociales, par exemple, ou pour les deux. Le professionnel ne devrait pouvoir afficher de telles marques de certification que si elles sont établies par des autorités publiques ou se fondent sur un système de certification. Cette règle complète l'annexe I, point 4), de la directive 2005/29/CE, qui interdit d'alléguer qu'un professionnel, les pratiques commerciales d'un professionnel ou un produit ont été agrés, approuvés ou autorisés par un organisme public ou privé alors que ce n'est pas le cas ou que les conditions de l'agrément, de l'approbation ou de l'autorisation reçus n'ont pas été respectées. Les normes volontaires axées sur le marché et les normes volontaires publiques qui concernent les obligations vertes et durables ne ciblent pas directement les investisseurs de détail et sont soumises à une législation spécifique. Pour ces raisons, ces normes ne devraient pas être considérées comme des labels de développement durable au titre de la présente directive. Il importe que les pouvoirs publics promeuvent, dans la mesure du possible et dans le respect du droit de l'Union, des mesures visant à faciliter l'accès des petites et moyennes entreprises aux labels de développement durable.

- (8) Lorsque l'affichage d'un label de développement durable est accompagné d'une communication commerciale suggérant ou donnant l'impression qu'un produit a une incidence positive ou nulle sur l'environnement, ou est moins nocif pour l'environnement que des produits concurrents, ce label de développement durable devrait également être considéré comme une allégation environnementale.
- (9) Il convient également de modifier l'annexe I de la directive 2005/29/CE afin d'interdire les allégations environnementales génériques qui ne correspondent pas à une performance environnementale excellente reconnue, pertinente pour l'allégation. Ces allégations environnementales génériques sont par exemple «respectueux de l'environnement», «respectueux de la nature», «vert», «ami de la nature», «écologique», «bon pour l'environnement», «bon pour le climat», «favorable à l'environnement», «à faible intensité de carbone», «économique en énergie», «biodégradable», «biosourcé» ou d'autres affirmations similaires qui suggèrent ou donnent l'impression d'une performance environnementale excellente. Ces allégations environnementales génériques devraient être interdites lorsque aucune performance environnementale excellente reconnue ne peut être démontrée. Lorsque la spécification des allégations environnementales est fournie en des termes clairs et bien visibles sur le même support, dans le même spot publicitaire, sur le même emballage ou dans la même interface de vente en ligne, l'allégation environnementale n'est pas considérée comme une allégation environnementale générique. Ainsi, l'allégation «emballage respectueux du climat» serait une allégation générique, tandis que l'affirmation selon laquelle «100 % de l'énergie utilisée pour produire ces emballages provient de sources renouvelables» serait une allégation spécifique, qui ne relèverait pas de cette interdiction, sans préjudice d'autres dispositions de la directive 2005/29/CE qui restent applicables à ces allégations spécifiques. En outre, une allégation écrite ou orale combinée à des allégations implicites telles que des couleurs ou des images pourrait constituer une allégation environnementale générique.

⁽⁴⁾ Règlement (CE) n° 765/2008 du Parlement européen et du Conseil du 9 juillet 2008 fixant les prescriptions relatives à l'accréditation et abrogeant le règlement (CEE) n° 339/93 du Conseil (JO L 218 du 13.8.2008, p. 30).

⁽⁵⁾ Règlement (UE) n° 1169/2011 du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2011 concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires, modifiant les règlements (CE) n° 1924/2006 et (CE) n° 1925/2006 du Parlement européen et du Conseil et abrogeant la directive 87/250/CEE de la Commission, la directive 90/496/CEE du Conseil, la directive 1999/10/CE de la Commission, la directive 2000/13/CE du Parlement européen et du Conseil, les directives 2002/67/CE et 2008/5/CE de la Commission et le règlement (CE) n° 608/2004 de la Commission (JO L 304 du 22.11.2011, p. 18).

⁽⁶⁾ Règlement (CE) n° 1221/2009 du Parlement européen et du Conseil du 25 novembre 2009 concernant la participation volontaire des organisations à un système communautaire de management environnemental et d'audit (EMAS), abrogeant le règlement (CE) n° 761/2001 et les décisions de la Commission 2001/681/CE et 2006/193/CE (JO L 342 du 22.12.2009, p. 1).

⁽⁷⁾ Règlement (CE) n° 66/2010 du Parlement européen et du Conseil du 25 novembre 2009 établissant le label écologique de l'UE (JO L 27 du 30.1.2010, p. 1).

⁽⁸⁾ Directive (UE) 2015/2436 du Parlement européen et du Conseil du 16 décembre 2015 rapprochant les législations des États membres sur les marques (JO L 336 du 23.12.2015, p. 1).

- (10) La performance environnementale excellente reconnue peut être démontrée si elle est conforme au règlement (CE) n° 66/2010, ou aux systèmes de label écologique EN ISO 14024 officiellement reconnus dans les États membres, ou si elle correspond aux meilleures performances environnementales pour une caractéristique spécifique en vertu d'autres actes législatifs applicables de l'Union, telles qu'une classe A conformément au règlement (UE) 2017/1369 du Parlement européen et du Conseil⁽⁹⁾. La performance environnementale excellente reconnue invoquée devrait correspondre à l'intégralité de l'allégation concernée. Par exemple, une allégation environnementale générique telle que «économie en énergie» pourrait être faite sur la base d'une performance environnementale excellente reconnue conformément au règlement (UE) 2017/1369. En revanche, une allégation environnementale générique telle que «biodégradable» ne serait pas autorisée sur la base d'une performance environnementale excellente reconnue conformément au règlement (CE) n° 66/2010, dans la mesure où les critères spécifiques du label écologique de l'UE relatifs au produit en question ne comportent pas d'exigences en matière de biodégradabilité. De même, un professionnel ne devrait pas utiliser une allégation générique telle que «respectueux», «durable» ou «responsable» en se fondant exclusivement sur des performances environnementales excellentes reconnues, car ces allégations ne portent pas uniquement sur les caractéristiques environnementales, mais aussi sur d'autres caractéristiques, notamment des caractéristiques sociales.
- (11) Une autre pratique commerciale trompeuse, qui devrait être interdite en toutes circonstances et donc ajoutée à la liste de l'annexe I de la directive 2005/29/CE, consiste à faire porter une allégation environnementale sur l'ensemble d'un produit ou l'ensemble de l'entreprise du professionnel alors qu'elle ne concerne en réalité qu'un de ses aspects ou une activité spécifique et non représentative de l'entreprise du professionnel. Cette interdiction s'appliquerait, par exemple, lorsqu'un produit est commercialisé comme ayant été «fabriqué avec des matériaux recyclés», ce qui donne l'impression que l'ensemble du produit est fabriqué à partir de matériaux recyclés, alors qu'en fait, seul l'emballage l'est, ou lorsqu'un professionnel donne l'impression d'utiliser uniquement des sources d'énergie renouvelable alors qu'en fait plusieurs des sites de son entreprise continuent à utiliser des combustibles fossiles. En conséquence, l'interdiction ne devrait pas empêcher un professionnel de faire des allégations environnementales sur l'ensemble de son entreprise, à condition que ces allégations soient précises et vérifiables et qu'elles n'exagèrent pas les avantages environnementaux, comme ce serait le cas dans le second de ces exemples si ce professionnel devait déclarer une diminution de l'utilisation de combustibles fossiles pour son entreprise dans son ensemble.
- (12) Il est particulièrement important d'interdire de faire des allégations qui se fonderaient sur la compensation des émissions de gaz à effet de serre pour affirmer qu'un produit, qu'il s'agisse d'un bien ou d'un service, a une incidence neutre, réduite ou positive sur l'environnement en ce qui concerne les émissions de gaz à effet de serre. Ces allégations devraient être interdites en toutes circonstances et ajoutées à la liste figurant à l'annexe I de la directive 2005/29/CE, car elles induisent les consommateurs en erreur en leur faisant croire que ces allégations se rapportent au produit lui-même ou à la fourniture et à la production de ce produit, ou parce qu'elles donnent aux consommateurs l'impression erronée que la consommation de ce produit n'a pas d'incidence sur l'environnement. Les exemples d'allégations de ce type comprennent les indications «neutre pour le climat», «certifié neutre en CO₂», «bilan carbone positif», «zéro net pour le climat», «climatiquement compensé», «impact réduit sur le climat» et «empreinte CO₂ limitée». De telles allégations ne devraient être autorisées que lorsqu'elles sont fondées sur les incidences réelles sur le cycle de vie du produit en question, et non sur la compensation des émissions de gaz à effet de serre en dehors de la chaîne de valeur du produit, étant donné que ces deux éléments ne sont pas équivalents. Cette interdiction ne devrait pas empêcher les entreprises de faire la publicité de leurs investissements dans des initiatives environnementales, y compris des projets de crédit carbone, pour autant qu'elles fournissent ces informations d'une manière qui ne soit pas trompeuse et qui respecte les exigences fixées par le droit de l'Union.
- (13) Les exigences supplémentaires en matière d'allégations environnementales devront être fixées dans des actes législatifs spécifiques de l'Union. Ces nouvelles exigences contribueront à l'objectif de la communication de la Commission du 11 décembre 2019 sur le pacte vert pour l'Europe qui est de permettre aux acheteurs de prendre des décisions plus durables et de réduire le risque d'écoblanchiment grâce à des informations fiables, comparables et vérifiables.
- (14) Une commercialisation dans divers États membres de biens présentés comme identiques, alors qu'ils ont en réalité une composition différente ou des caractéristiques sensiblement différentes, pourrait induire les consommateurs en erreur et les amener à prendre une décision commerciale qu'ils n'auraient pas prise autrement. Ces pratiques commerciales sont expressément visées à l'article 6, paragraphe 2, point c), de la directive 2005/29/CE, introduit par la directive (UE) 2019/2161 du Parlement européen et du Conseil⁽¹⁰⁾ que les États membres doivent appliquer

⁽⁹⁾ Règlement (UE) 2017/1369 du Parlement européen et du Conseil du 4 juillet 2017 établissant un cadre pour l'étiquetage énergétique et abrogeant la directive 2010/30/UE (JO L 198 du 28.7.2017, p. 1).

⁽¹⁰⁾ 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 (JO L 328 du 18.12.2019, p. 7).

depuis le 28 mai 2022. La Commission élaborera en 2024 une évaluation et un rapport sur l'application de la directive (UE) 2019/2161, dont l'article 6, paragraphe 2, point c), de la directive 2005/29/CE, et sur l'opportunité de soumettre ces pratiques à des exigences plus strictes, y compris une interdiction par l'inscription sur la liste figurant à l'annexe I. Les nouvelles dispositions de la présente directive relatives à la lutte contre l'écoblanchiment devraient aussi s'appliquer aux pratiques consistant à commercialiser des versions du même produit dans différents États membres en les présentant comme identiques alors qu'elles sont sensiblement différentes comme l'indique l'article 6, paragraphe 2, point c), de la directive 2005/29/CE.

- (15) Il convient d'interdire en toutes circonstances et, partant, d'ajouter à la liste figurant à l'annexe I de la directive 2005/29/CE le fait de présenter comme une caractéristique distinctive de l'offre d'un professionnel des exigences imposées par le droit pour tous les produits de la catégorie concernée sur le marché de l'Union, y compris les produits importés. Cette interdiction devrait s'appliquer, par exemple, lorsqu'un professionnel fait la publicité du fait qu'un produit ne contient pas telle substance chimique spécifique alors que cette substance est déjà interdite par la loi pour tous les produits relevant de cette catégorie dans l'Union. À l'inverse, l'interdiction ne devrait pas s'appliquer aux pratiques commerciales encourageant la conformité des professionnels ou des produits à des exigences légales qui ne s'appliquent qu'à certains produits, mais pas à d'autres produits concurrents de la même catégorie sur le marché de l'Union, tels que les produits originaires de pays tiers. Il se pourrait que certains produits présents sur le marché soient tenus de respecter certaines exigences juridiques, alors que d'autres produits appartenant à la même catégorie de produits ne le sont pas. Ainsi, en ce qui concerne les produits de la pêche élaborés selon des méthodes durables conformément au droit de l'Union, il serait permis de promouvoir les caractéristiques de durabilité des produits qui satisfont aux exigences légales de l'Union, si les produits de la pêche originaires de pays tiers proposés sur le marché de l'Union n'ont pas à respecter ces exigences légales de l'Union.
- (16) Afin d'améliorer le bien-être des consommateurs, les modifications apportées à la directive 2005/29/CE devraient également porter sur plusieurs pratiques liées à l'obsolescence précoce, y compris l'obsolescence précoce programmée, une stratégie commerciale consistant à planifier ou à concevoir délibérément un produit avec une durée de vie limitée, de manière à ce qu'il devienne prématûrement obsolète ou non fonctionnel après un certain temps ou une intensité prédéterminée d'utilisation. L'achat de produits dont la durée de vie réelle est plus courte qu'attendu par les consommateurs est préjudiciable à ces derniers. En outre, les pratiques d'obsolescence précoce ont une incidence négative globale sur l'environnement, car ils augmentent les déchets et l'utilisation d'énergie et de matériaux. Par conséquent, la prise en compte d'informations relatives aux pratiques d'obsolescence précoce devrait également réduire la quantité de déchets et contribuer ainsi à une consommation plus durable.
- (17) Il devrait également être interdit, en vertu de l'annexe I de la directive 2005/29/CE, de ne pas informer le consommateur qu'une mise à jour logicielle aura une incidence négative sur le fonctionnement de biens comportant des éléments numériques ou sur l'utilisation de contenus numériques ou de services numériques. Généralement, les professionnels chargés du développement des mises à jour logicielles sont censés disposer de ces informations, tandis que les autres professionnels peuvent s'appuyer sur des informations fiables fournies, par exemple, par les développeurs de logiciels, les fournisseurs ou par les autorités nationales compétentes. Par exemple, lorsqu'un consommateur est invité à mettre à jour le système d'exploitation de son smartphone, le professionnel ne devrait pas omettre de le prévenir que cette mise à jour est susceptible d'avoir une incidence négative sur le fonctionnement de l'une quelconque des fonctionnalités du smartphone comme la batterie, les performances de certaines applications ou un ralentissement général du smartphone. L'interdiction devrait s'appliquer à toutes les mises à jour, y compris les mises à jour relatives à la sécurité et aux fonctionnalités. Les mises à jour, y compris les mises à jour de sécurité, qui sont nécessaires pour maintenir la conformité du bien, du contenu numérique et du service numérique, sont également soumises à l'article 8 de la directive (UE) 2019/770 du Parlement européen et du Conseil (¹¹) et à l'article 7 de la directive (UE) 2019/771 du Parlement européen et du Conseil (¹²). Cela est sans préjudice de l'article 19 de la directive (UE) 2019/770.

(¹¹) Directive (UE) 2019/770 du Parlement européen et du Conseil du 20 mai 2019 relative à certains aspects concernant les contrats de fourniture de contenus numériques et de services numériques (JO L 136 du 22.5.2019, p. 1).

(¹²) Directive (UE) 2019/771 du Parlement européen et du Conseil du 20 mai 2019 relative à certains aspects concernant les contrats de vente de biens, modifiant le règlement (UE) 2017/2394 et la directive 2009/22/CE et abrogeant la directive 1999/44/CE (JO L 136 du 22.5.2019, p. 28).

- (18) Les mises à jour logicielles qui sont des mises à jour de sécurité sont nécessaires pour pouvoir utiliser le produit en toute sécurité, contrairement aux mises à jour liées à l'amélioration des fonctionnalités. Par conséquent, la directive 2005/29/CE devrait interdire de présenter une mise à jour logicielle comme nécessaire au maintien de la conformité du produit si celle-ci n'améliore que les fonctionnalités.
- (19) Les communications commerciales relatives aux biens contenant une caractéristique introduite pour en limiter la durabilité sont une pratique commerciale préjudiciable aux consommateurs et à l'environnement, car elles encouragent la vente de ces biens, ce qui entraîne des coûts plus élevés pour les consommateurs et une utilisation superflue des ressources, la production de déchets et des émissions de gaz à effet de serre. Ces communications commerciales devraient dès lors être interdites lorsque le professionnel est informé de cette caractéristique et de ses effets sur la durabilité du bien. Il peut, par exemple, s'agir d'un logiciel conçu pour bloquer ou dégrader le fonctionnement d'un bien après un certain temps, ou d'un matériel conçu pour cesser de fonctionner après un certain temps. Il pourrait également s'agir d'un défaut de conception ou de fabrication qui, bien qu'il ne soit pas introduit en tant que caractéristique à cette fin, entraîne des défaillances prématuées du bien, s'il n'est pas corrigé une fois que le professionnel dispose d'informations sur l'existence et les effets de cette caractéristique. Dans le contexte de cette interdiction, les communications commerciales comprennent les communications destinées à promouvoir les biens directement ou indirectement. La fabrication de biens et leur mise à disposition sur le marché ne constituent pas des communications commerciales. Cette interdiction devrait viser principalement les professionnels qui sont les producteurs des biens, car ce sont eux qui déterminent la durabilité des biens. Par conséquent, d'une manière générale, lorsqu'un bien est identifié comme contenant une caractéristique limitant la durabilité, le producteur de ce bien est censé avoir connaissance de cette caractéristique et de son effet sur la durabilité de ce bien. Néanmoins, les professionnels qui ne sont pas les producteurs des biens, tels que les vendeurs, devraient être visés par cette interdiction lorsqu'ils disposent d'informations fiables sur la caractéristique et ses effets sur la durabilité, telles qu'une déclaration d'une autorité nationale compétente ou des informations fournies par le producteur.

Par conséquent, dès que ces informations sont à la disposition du professionnel, l'interdiction devrait s'appliquer, que le professionnel ait eu connaissance de ces informations ou non, par exemple parce qu'il n'y a pas prêté attention. Pour qu'une telle pratique commerciale soit considérée comme déloyale, il ne devrait pas être nécessaire de démontrer que l'objectif de la caractéristique est d'encourager le remplacement du produit concerné, mais il devrait être suffisant de prouver que la caractéristique a été introduite en vue de limiter la durabilité du bien. Cette interdiction complète et n'affecte pas les voies de recours dont disposent les consommateurs en cas de défaut de conformité en vertu de la directive (UE) 2019/771. Il convient d'opérer une distinction entre, d'une part, l'utilisation de caractéristiques limitant la durabilité des biens et, d'autre part, les pratiques de fabrication utilisant des matériaux ou des procédés de mauvaise qualité générale, qui entraînent une durabilité limitée des produits. Le défaut de conformité d'un bien résultant de l'utilisation de matériaux ou de procédés de mauvaise qualité continue d'être régi par les règles relatives à la conformité des biens énoncées dans la directive (UE) 2019/771.

- (20) Une autre pratique qui devrait être interdite en vertu de l'annexe I de la directive 2005/29/CE est celle qui consiste à affirmer à tort qu'un bien est durable quant au temps d'utilisation ou de l'intensité, dans des conditions normales d'utilisation. Tel serait le cas, par exemple, si un professionnel informe les consommateurs qu'un lave-linge est censé durer un certain nombre de cycles de lavage, s'il est utilisé normalement et conformément aux instructions, alors que son utilisation réelle dans les conditions prévues montre que ce n'est pas le cas. Ces allégations sont en grande partie formulées par les producteurs, étant donné que ce sont eux qui déterminent la durabilité des biens. Par conséquent, les professionnels qui sont également les producteurs des biens sont généralement censés avoir connaissance des fausses allégations concernant la durabilité des biens, tandis que les autres professionnels tels que les vendeurs devraient s'appuyer sur les informations fiables à leur disposition, par exemple sur les déclarations d'une autorité nationale compétente ou les informations fournies par le producteur. Le défaut de conformité d'un bien résultant de défaillances occasionnelles dans sa fabrication continue d'être régi par les règles relatives à la conformité des biens énoncées dans la directive (UE) 2019/771.
- (21) De même, l'annexe I de la directive 2005/29/CE devrait également être modifiée de manière à interdire que des produits soient présentés comme étant réparables alors que leur réparation n'est pas possible.
- (22) L'interdiction de ces pratiques en matière de durabilité et de réparabilité des biens dans la directive 2005/29/CE fournirait aux autorités chargées de la protection des consommateurs des États membres un outil supplémentaire de mise en œuvre pour mieux protéger les intérêts des consommateurs dans les cas où les professionnels ne respectent pas les exigences en matière de durabilité et de réparabilité des biens prévues par le droit de l'Union spécifique aux produits.

- (23) Une autre pratique liée à l'obsolescence précoce qui devrait être interdite et ajoutée à la liste de l'annexe I de la directive 2005/29/CE consiste à inciter le consommateur à remplacer les consommables ou à se réapprovisionner en consommables d'un produit avant que des raisons techniques ne le justifient. De telles pratiques incitent à tort le consommateur à croire que les biens ne fonctionneront plus si leurs consommables ne sont pas remplacés, ce qui l'amène à acheter plus de consommables que nécessaire. Serait par exemple interdite la pratique consistant à insister auprès du consommateur, via les paramètres de l'imprimante, pour qu'il remplace les cartouches d'encre avant qu'elles ne soient effectivement vides, afin de stimuler l'achat de cartouches d'encre supplémentaires.
- (24) Il convient également de modifier l'annexe I de la directive 2005/29/CE afin d'interdire le fait de ne pas informer le consommateur de la détérioration de la fonctionnalité d'un bien lorsque le consommateur utilise des consommables, des pièces de rechange ou des accessoires qui ne sont pas fournis par le producteur d'origine. Par exemple, si une imprimante est conçue pour fonctionner de manière limitée lorsque les consommateurs utilisent des cartouches d'encre non fournies par le producteur d'origine de l'imprimante, cette information ne devrait pas être cachée au consommateur, car cette pratique pourrait inciter à tort le consommateur à acheter une cartouche d'encre autre que d'origine qui ne peut pas être utilisée sur son imprimante, ce qui entraînerait d'inutiles flux de déchets ou des coûts supplémentaires pour le consommateur. De même, au moment de l'achat, le consommateur devrait être informé du fait qu'un appareil intelligent est conçu pour fonctionner de façon limitée en cas d'utilisation de chargeurs ou de pièces de rechange non fournis par le producteur d'origine. Il devrait également être interdit d'inciter le consommateur à croire que l'utilisation de consommables, de pièces de rechange ou d'accessoires non fournis par le producteur d'origine nuira à la fonctionnalité d'un bien lorsque ce n'est pas le cas. Généralement, les professionnels qui sont également les producteurs des biens sont censés disposer de ces informations, tandis que les autres professionnels, tels que les vendeurs, devraient s'appuyer sur les informations fiables à leur disposition, par exemple sur les déclarations d'une autorité nationale compétente ou les informations fournies par le producteur.
- (25) Afin que les consommateurs puissent prendre des décisions en meilleure connaissance de cause et stimuler la demande et l'offre de biens plus durables, des informations spécifiques sur la durabilité et la réparabilité d'un produit devraient être fournies pour tous les types de biens avant la conclusion du contrat. En outre, en ce qui concerne les biens comportant des éléments numériques, les contenus numériques et les services numériques, les consommateurs devraient être informés de la durée pendant laquelle les mises à jour logicielles seront disponibles. Par conséquent, il convient de modifier la directive 2011/83/UE du Parlement européen et du Conseil⁽¹³⁾ afin de fournir aux consommateurs des informations précontractuelles sur la durabilité, la réparabilité et la disponibilité des mises à jour. Les informations devraient être fournies aux consommateurs de manière claire et compréhensible, et conformément aux exigences de la directive (UE) 2019/882 du Parlement européen et du Conseil⁽¹⁴⁾ en matière d'accessibilité. L'obligation de fournir ces informations aux consommateurs complète et n'affecte pas les droits des consommateurs prévus dans les directives (UE) 2019/770 et (UE) 2019/771.
- (26) La garantie commerciale de durabilité du producteur au sens de l'article 17 de la directive (UE) 2019/771 constitue un bon indicateur de durabilité. Elle constitue un engagement du producteur envers le consommateur sur la durabilité d'un bien. Il s'agit plus précisément d'un engagement quant à la capacité du bien à maintenir les fonctions et performances requises dans le cadre d'un usage normal. Afin que les consommateurs soient informés de l'existence d'une garantie de durabilité pour un bien donné, cette information devrait être communiquée au consommateur au moyen d'un label harmonisé. Les professionnels vendant des biens devraient être tenus, lorsque le producteur met cette information à disposition du professionnel, d'informer les consommateurs de l'existence et de la durée de toute garantie commerciale de durabilité offerte par le producteur sans frais supplémentaires, pour l'intégralité du bien, et pour une durée de plus de deux ans. Le professionnel ne devrait pas avoir à rechercher activement ces informations auprès du producteur, par exemple en recherchant sur les sites internet consacrés à des produits spécifiques. Afin d'éviter toute confusion du consommateur entre la garantie commerciale de durabilité et la garantie légale de conformité, il convient de rappeler aux consommateurs, sur le label harmonisé, qu'ils bénéficient également de la garantie légale de conformité.

⁽¹³⁾ Directive 2011/83/UE du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2011 relative aux droits des consommateurs, modifiant la directive 93/13/CEE du Conseil et la directive 1999/44/CE du Parlement européen et du Conseil et abrogeant la directive 85/577/CEE du Conseil et la directive 97/7/CE du Parlement européen et du Conseil (JO L 304 du 22.11.2011, p. 64).

⁽¹⁴⁾ Directive (UE) 2019/882 du Parlement européen et du Conseil du 17 avril 2019 relative aux exigences en matière d'accessibilité applicables aux produits et services (JO L 151 du 7.6.2019, p. 70).

- (27) Des rapports récents ont montré que les consommateurs ignorent souvent les droits légaux que leur confère la directive (UE) 2019/771. Il convient donc qu'une notice harmonisée leur rappelle l'existence et les principaux éléments de la garantie légale de conformité, notamment sa durée minimale de deux ans et une référence générale à la possibilité que la durée de la garantie légale de conformité soit plus longue en vertu du droit national. Toute confusion avec les informations relatives à la garantie commerciale de durabilité pourra ainsi être évitée.
- (28) Le label harmonisé devrait être bien visible et utilisé de manière à permettre aux consommateurs d'identifier facilement le bien spécifique qui bénéficie d'une garantie commerciale de durabilité offerte par le producteur sans frais supplémentaires, couvrant l'intégralité du bien, et pour une durée de plus de deux ans, par exemple en apposant le label directement sur l'emballage d'un produit donné ou en l'apposant de manière bien visible sur le rayonnage où sont exposés les biens faisant l'objet de la garantie en question, ou directement à côté de l'image du produit en cas de vente en ligne. Les producteurs qui proposent de telles garanties commerciales de durabilité peuvent eux-mêmes apposer le label harmonisé directement sur le produit concerné ou sur son emballage afin de bénéficier d'un avantage commercial. Les professionnels devraient veiller à ce que le label harmonisé soit bien visible. Dans le même temps, la notice harmonisée devrait contenir un rappel général à l'intention des consommateurs sur la garantie légale de conformité applicable à tous les biens en vertu de la directive (UE) 2019/771. La notice harmonisée devrait être affichée de manière bien visible, sur une affiche placée de manière à attirer le regard sur un mur du magasin ou à côté de la caisse ou, si le produit est vendu en ligne, sous la forme d'un rappel général figurant sur le site internet du professionnel qui vend les biens.
- (29) Il convient de conférer des compétences d'exécution à la Commission en ce qui concerne la conception et le contenu du label et de la notice harmonisés. Ces compétences devraient être exercées conformément au règlement (UE) n° 182/2011 du Parlement européen et du Conseil (¹⁵).
- (30) Compte tenu de la durée minimale de deux ans de la garantie légale de conformité prévue par la directive (UE) 2019/771 et du fait que de nombreux défauts surviennent après ce délai, l'obligation du professionnel d'informer les consommateurs de l'existence et de la durée de la garantie commerciale de durabilité du producteur au moyen d'un label harmonisé ne devrait s'appliquer qu'aux garanties commerciales de durabilité proposées pour une durée supérieure à deux ans. En outre, le label harmonisé devrait également rappeler aux consommateurs l'existence d'une garantie légale de conformité.
- (31) Afin de permettre aux consommateurs de prendre plus facilement une décision commerciale en connaissance de cause lorsqu'ils comparent des biens avant de conclure un contrat, les professionnels devraient informer les consommateurs de l'existence et de la durée de la garantie commerciale de durabilité du producteur s'appliquant à l'ensemble du bien et non à des composants spécifiques de ce bien.
- (32) Le producteur et le vendeur devraient rester libres de proposer d'autres types de garanties commerciales et de services après-vente. Toutefois, les informations fournies au consommateur sur d'autres garanties ou services commerciaux ne devraient pas créer de confusion dans l'esprit du consommateur en ce qui concerne l'existence et la durée de la garantie commerciale de durabilité offerte sans frais supplémentaires par le producteur, s'appliquant à l'ensemble du bien, et pour une durée supérieure à deux ans, et pour laquelle un label harmonisé est utilisé.
- (33) Afin de permettre aux consommateurs de prendre des décisions plus éclairées et de promouvoir la concurrence entre les producteurs en ce qui concerne la durabilité des biens comportant des éléments numériques, les professionnels qui vendent ces biens devraient informer les consommateurs de la durée minimale pendant laquelle le producteur s'engage à fournir les mises à jour logicielles pour ces biens, exprimé par référence à une durée ou à une date. De même, les professionnels proposant des contenus et des services numériques devraient informer les consommateurs de la durée minimale pendant laquelle le fournisseur des contenus et des services numériques s'engage à assurer les mises à jour, y compris des mises à jour de sécurité, nécessaires au maintien de la conformité des contenus

⁽¹⁵⁾ Règlement (UE) n° 182/2011 du Parlement européen et du Conseil du 16 février 2011 établissant les règles et principes généraux relatifs aux modalités de contrôle par les États membres de l'exercice des compétences d'exécution par la Commission (JO L 55 du 28.2.2011, p. 13).

numériques et des services numériques. Cette obligation devrait garantir que ces informations sont communiquées aux consommateurs d'une manière simple et claire pour leur permettre de comparer différentes périodes minimales. Cela est sans préjudice des obligations énoncées dans le droit de l'Union, en particulier dans les directives (UE) 2019/770 et (UE) 2019/771 et, le cas échéant, dans le droit de l'Union spécifique aux produits. Il convient que les informations relatives aux mises à jour logicielles ne soient pas communiquées d'une manière qui soit trompeuse au sens de la directive 2005/29/CE. Le professionnel ne devrait être tenu de fournir ces informations que si le producteur ou le fournisseur les a mises à disposition.

- (34) En vertu de l'article 5, paragraphe 1, point e), et de l'article 6, paragraphe 1, point m), de la directive 2011/83/UE, avant que les consommateurs soient liés par un contrat, les professionnels sont tenus de leur fournir des informations sur l'existence et les conditions des services après-vente, y compris les services de réparation, lorsque ces services sont proposés. En outre, afin de permettre aux consommateurs de prendre une décision commerciale en connaissance de cause et de choisir des biens plus facilement réparables, les professionnels devraient, le cas échéant, fournir, avant que les consommateurs soient liés par le contrat, l'indice de réparabilité du bien tel qu'il est fourni par le producteur et établi au niveau de l'Union.
- (35) Afin de garantir que les consommateurs soient bien informés de la réparabilité des biens qu'ils achètent, lorsqu'un indice de réparabilité n'est pas établi au niveau du droit de l'Union, les professionnels devraient fournir d'autres informations pertinentes sur la réparation mises à disposition par le producteur, telles que des informations sur la disponibilité, le coût estimé et la procédure de commande des pièces de rechange qui sont nécessaires pour maintenir la conformité du bien, la disponibilité d'instructions de réparation et d'entretien, et les restrictions en matière de réparation.
- (36) Les professionnels devraient fournir aux consommateurs le label harmonisé, des informations sur la durée minimale de disponibilité des mises à jour, ainsi que des informations sur la réparation autres que l'indice de réparabilité, lorsque le producteur ou le fournisseur du contenu numérique ou du service numérique, s'il est différent du professionnel, met à disposition les informations pertinentes. En particulier, en ce qui concerne les biens, le professionnel devrait transmettre aux consommateurs les informations que le producteur lui a fournies ou qu'il a eu l'intention de mettre d'une autre manière à la disposition du consommateur avant la conclusion du contrat, en les indiquant sur le produit lui-même, sur son emballage ou sur des étiquettes ou labels que le consommateur consulterait normalement avant de conclure le contrat. Le professionnel ne devrait pas être tenu de rechercher activement ces informations auprès du producteur, par exemple en recherchant sur les sites internet consacrés à des produits spécifiques. Dans le même temps, il serait dans l'intérêt des producteurs de fournir ces informations par anticipation pour bénéficier d'un avantage commercial.
- (37) Les professionnels devraient informer les consommateurs, le cas échéant, des options de livraison respectueuses de l'environnement, telles que la livraison par vélo-cargo ou véhicule électrique, ou de la possibilité de procéder à un envoi groupé.
- (38) Si un contrat à distance devant être conclu par voie électronique oblige le consommateur à payer, le professionnel devrait, dès lors qu'il est présent, informer le consommateur du label harmonisé d'une manière claire et bien visible, et ce juste avant que celui-ci ne passe sa commande, afin de s'assurer qu'il tienne compte de cette information.
- (39) Les directives 2005/29/CE et 2011/83/UE devraient continuer de servir de «filet de sécurité» garantissant le maintien d'un niveau élevé de protection des consommateurs dans tous les secteurs, en complétant la législation de l'Union spécifique à certains secteurs et produits, qui prévaut en cas de litige.
- (40) Étant donné que les objectifs de la présente directive, à savoir permettre aux consommateurs de prendre des décisions commerciales en meilleure connaissance de cause pour promouvoir une consommation durable, éliminer les pratiques qui nuisent à l'économie durable et détournent les consommateurs des choix de consommation durables, et garantir une application meilleure et cohérente du cadre juridique de l'Union en matière de protection des consommateurs, ne peuvent pas être atteints de manière suffisante par les États membres mais peuvent, en raison de la dimension du problème à l'échelle de l'Union, l'être mieux au niveau de l'Union, celle-ci peut prendre des mesures conformément au principe de subsidiarité consacré à l'article 5 du traité sur l'Union européenne. Conformément au principe de proportionnalité énoncé à l'article 5, la présente directive n'excède pas ce qui est nécessaire pour atteindre ces objectifs.

- (41) Conformément à la déclaration politique commune des États membres et de la Commission du 28 septembre 2011 sur les documents explicatifs⁽¹⁶⁾, les États membres se sont engagés à joindre à la notification de leurs mesures de transposition, dans les cas où cela se justifie, un ou plusieurs documents expliquant le lien entre les éléments d'une directive et les parties correspondantes des instruments nationaux de transposition. En ce qui concerne la présente directive, le législateur estime que la transmission de ces documents est justifiée.
- (42) Afin de faciliter la bonne application de la présente directive, il importe que la Commission tienne à jour les documents d'orientation sur les directives 2005/29/CE et 2011/83/UE afin de tenir compte du contenu de la présente directive,

ONT ADOPTÉ LA PRÉSENTE DIRECTIVE:

Article premier

Modifications de la directive 2005/29/CE

La directive 2005/29/CE est modifiée comme suit:

- 1) À l'article 2, le premier alinéa est modifié comme suit:

- a) le point suivant est inséré:

“c bis) “bien”: un bien au sens de l'article 2, point 5), de la directive (UE) 2019/771 du Parlement européen et du Conseil (*);

(*) Directive (UE) 2019/771 du Parlement européen et du Conseil du 20 mai 2019 relative à certains aspects concernant les contrats de vente de biens, modifiant le règlement (UE) 2017/2394 et la directive 2009/22/CE et abrogeant la directive 1999/44/CE (JO L 136 du 22.5.2019, p. 28).»;

- b) les points suivants sont ajoutés:

“o) “allégation environnementale”: tout message ou toute déclaration non obligatoire en vertu du droit de l'Union ou du droit national, sous quelque forme que ce soit, notamment du texte, une image, une représentation graphique ou un symbole tels que un label, une marque, une dénomination sociale ou une dénomination de produit, dans le cadre d'une communication commerciale, et qui affirme ou suggère qu'un produit, une catégorie de produits, une marque ou un professionnel a une incidence positive ou nulle sur l'environnement, est moins préjudiciable pour l'environnement que d'autres produits, catégories de produits, marques ou professionnels, ou a amélioré son incidence environnementale au fil du temps;

p) “allégation environnementale générique”: toute allégation environnementale formulée sous forme écrite ou orale, y compris dans les médias audiovisuels, qui ne fait pas partie d'un label de développement durable, et lorsque la spécification de l'allégation n'est pas fournie en des termes clairs et bien visibles sur le même support;

q) “label de développement durable”: tout label de confiance volontaire, label de qualité ou équivalent, public ou privé, qui vise à distinguer et à promouvoir un produit, un procédé ou une entreprise pour ses caractéristiques environnementales ou sociales, ou les deux, et qui exclut tout label obligatoire requis en vertu du droit de l'Union ou du droit national;

r) “système de certification”: un système de vérification par un tiers qui certifie qu'un produit, un processus ou une entreprise satisfait à certaines exigences, qui permet l'utilisation d'un label de développement durable correspondant et dont les dispositions, notamment les exigences qu'il définit, sont accessibles au public et répondent aux critères suivants:

- i) le système est ouvert, à des conditions transparentes, équitables et non discriminatoires, à tous les professionnels désireux et en mesure de se conformer aux exigences du système;
- ii) les exigences définies par le système sont élaborées par le propriétaire de ce dernier en consultation avec les experts et les parties prenantes concernées;

⁽¹⁶⁾ JO C 369 du 17.12.2011, p. 14.

- iii) le système établit des procédures pour traiter les cas de non-conformité à ses exigences et prévoit le retrait ou la suspension de l'utilisation du label de développement durable par le professionnel en cas de non-respect des exigences définies par le système; et
- iv) le contrôle du respect par le professionnel des exigences du système fait l'objet d'une procédure objective et est effectué par un tiers dont la compétence et l'indépendance par rapport au propriétaire du système comme au professionnel sont fondées sur des normes et procédures internationales, de l'Union ou nationales;
- s) "performance environnementale excellente reconnue": performance environnementale conforme au règlement (CE) n° 66/2010 du Parlement européen et du Conseil (*) ou aux systèmes nationaux ou régionaux EN ISO 14024 de label écologique de type I officiellement reconnus dans les États membres, ou aux meilleures performances environnementales en vertu d'autres dispositions applicables du droit de l'Union;
- t) "durabilité": la durabilité au sens de l'article 2, point 13), de la directive (UE) 2019/771;
- u) "mise à jour logicielle": une mise à jour qui est nécessaire pour maintenir la conformité des biens comportant des éléments numériques, du contenu numérique et des services numériques conformément à la directive (UE) 2019/770 du Parlement européen et du Conseil (**) et à la directive (UE) 2019/771, y compris une mise à jour de sécurité, ou une mise à jour des fonctionnalités;
- v) "consommable": tout composant d'un bien qui est utilisé de manière récurrente et qui doit être remplacé ou dont il est nécessaire de se réapprovisionner pour que le bien fonctionne comme prévu;
- w) "fonctionnalité": la fonctionnalité au sens de l'article 2, point 9), de la directive (UE) 2019/771;

(*) Règlement (CE) n° 66/2010 du Parlement européen et du Conseil du 25 novembre 2009 établissant le label écologique de l'UE (JO L 27 du 30.1.2010, p. 1).

(**) Directive (UE) 2019/770 du Parlement européen et du Conseil du 20 mai 2019 relative à certains aspects concernant les contrats de fourniture de contenus numériques et de services numériques (JO L 136 du 22.5.2019, p. 1).».

2) L'article 6 est modifié comme suit:

- a) au paragraphe 1, le point b) est remplacé par le texte suivant:
 - «b) les caractéristiques principales du produit, telles que sa disponibilité, ses avantages, les risques qu'il présente, son exécution, sa composition, ses caractéristiques environnementale ou sociale, ses accessoires, les aspects liés à la circularité, tels que sa durabilité, sa réparabilité ou sa recyclabilité, le service après-vente et le traitement des réclamations, le mode et la date de fabrication ou de prestation, sa livraison, son aptitude à l'usage, son utilisation, sa quantité, ses spécifications, son origine géographique ou commerciale ou les résultats qui peuvent être attendus de son utilisation, ou les résultats et les caractéristiques essentielles des tests ou contrôles effectués sur le produit.»;
- b) au paragraphe 2, les points suivants sont ajoutés:
 - «d) une allégation environnementale relative aux performances environnementales futures sans engagements clairs, objectifs, accessibles au public et vérifiables inscrits dans un plan de mise en œuvre détaillé et réaliste qui inclut des objectifs mesurables et assortis d'échéances ainsi que d'autres éléments pertinents requis à l'appui de sa réalisation, tels que l'affectation de ressources, et qui est régulièrement vérifié par un tiers expert indépendant, dont les conclusions sont mises à la disposition des consommateurs;
 - e) la publicité d'avantages pour les consommateurs qui ne sont pas pertinents et ne résultent d'aucune caractéristique du produit ou de l'entreprise.».

3) À l'article 7, le paragraphe suivant est ajouté:

- «7. Lorsqu'un professionnel fournit un service qui compare des produits et qui informe le consommateur de caractéristiques environnementales ou sociales ou d'aspects liés à la circularité, tels que la durabilité, la réparabilité ou la recyclabilité, associés à des produits ou aux fournisseurs de ces produits, les informations sur la méthode de comparaison, sur les produits faisant l'objet de la comparaison et sur les fournisseurs de ces produits, ainsi que sur les mesures mises en place pour tenir ces informations à jour, sont considérées comme des informations substantielles.».

- 4) L'annexe I est modifiée conformément à l'annexe de la présente directive.

Article 2

Modifications de la directive 2011/83/UE

La directive 2011/83/UE est modifiée comme suit:

- 1) À l'article 2, les points suivants sont insérés:

- «14 bis) “garantie commerciale de durabilité”, la garantie commerciale de durabilité du producteur visée à l'article 17 de la directive (UE) 2019/771, en vertu de laquelle le producteur est directement responsable vis-à-vis du consommateur pendant toute la durée de la garantie commerciale de durabilité en ce qui concerne la réparation ou le remplacement du bien, conformément à l'article 14 de la directive (UE) 2019/771, dès lors que la durabilité de celui-ci est altérée;
- 14 ter) “durabilité”, la durabilité au sens de l'article 2, point 13), de la directive (UE) 2019/771;
- 14 quater) “producteur”, le producteur au sens de l'article 2, point 4), de la directive (UE) 2019/771;
- 14 quinques) “indice de réparabilité”, une note exprimant la capacité d'un bien à être réparé, fondée sur des exigences harmonisées établies au niveau de l'Union;
- 14 sexies) “mise à jour logicielle”, une mise à jour gratuite, y compris une mise à jour de sécurité, qui est nécessaire pour maintenir la conformité des biens comportant des éléments numériques, du contenu numérique et des services numériques conformément aux directives (UE) 2019/770 et (UE) 2019/771;».

- 2) À l'article 5, le paragraphe 1 est modifié comme suit:

- a) le point e) est remplacé par le texte suivant:

«e) un rappel de l'existence de la garantie légale de conformité pour les biens ainsi que de ses principaux éléments, dont sa durée minimale de deux ans comme le prévoit la directive (UE) 2019/771, de manière bien visible, au moyen de la notice harmonisée visée à l'article 22 bis de la présente directive;»;

- b) les points suivants sont insérés:

- «e bis) lorsque le producteur offre au consommateur une garantie commerciale de durabilité sans frais supplémentaires, s'appliquant à l'ensemble du bien et d'une durée de plus de deux ans, et met cette information à disposition du professionnel, une information indiquant que ledit bien bénéficie d'une telle garantie, et sa durée ainsi qu'un rappel de l'existence de la garantie légale de conformité, de manière bien visible au moyen du label harmonisé visé à l'article 22 bis;
- e ter) un rappel de l'existence de la garantie légale de conformité pour les contenus numériques et les services numériques;
- e quater) le cas échéant, l'existence d'un service après-vente et de garanties commerciales, ainsi que les conditions y afférentes;
- e quinques) pour les biens comportant des éléments numériques, pour des contenus numériques et pour des services numériques, lorsque le producteur ou le fournisseur met les informations à disposition du professionnel, la durée minimale, exprimée par référence à une durée ou à une date, pendant laquelle le producteur ou le fournisseur fournit les mises à jour logicielles.»;

- c) les points suivants sont ajoutés:

- «i) le cas échéant, l'indice de réparabilité des biens;
- j) lorsque le point i) n'est pas applicable et à condition que le producteur mette les informations à disposition du professionnel, des informations sur la disponibilité, le coût estimé et la procédure de commande des pièces de rechange nécessaires pour maintenir la conformité des biens, sur la disponibilité d'instructions de réparation et d'entretien ainsi que sur les restrictions en matière de réparation.».

3) À l'article 6, le paragraphe 1 est modifié comme suit:

a) le point g) est remplacé par le texte suivant:

«g) les modalités de paiement de livraison, y compris les options de livraison respectueuses de l'environnement le cas échéant, les modalités d'exécution, la date à laquelle le professionnel s'engage à livrer les biens ou à exécuter les services et, le cas échéant, les modalités prévues par le professionnel pour le traitement des réclamations;»;

b) le point l) est remplacé par le texte suivant:

«l) un rappel de l'existence de la garantie légale de conformité pour les biens ainsi que de ses principaux éléments, dont sa durée minimale de deux ans, comme le prévoit la directive (UE) 2019/771, de manière bien visible, au moyen de la notice harmonisée visée à l'article 22 bis de la présente directive;»;

c) les points suivants sont insérés:

«l bis) lorsque le producteur offre au consommateur une garantie commerciale de durabilité sans frais supplémentaires, s'appliquant à l'ensemble du bien et d'une durée de plus de deux ans, et met cette information à disposition du professionnel, une information indiquant que ledit bien bénéficie d'une telle garantie, et sa durée ainsi qu'un rappel de l'existence de la garantie légale de conformité, de manière bien visible au moyen du label harmonisé visé à l'article 22 bis;

l ter) un rappel de l'existence de la garantie légale de conformité pour les contenus numériques et les services numériques;

l quater) pour les biens comportant des éléments numériques, pour des contenus numériques et pour des services numériques, lorsque le producteur ou le fournisseur met les informations à disposition du professionnel, la durée minimale, exprimée par référence à une durée ou à une date, pendant laquelle le producteur ou le fournisseur fournit les mises à jour logicielles.»;

d) les points suivants sont ajoutés:

«u) le cas échéant, l'indice de réparabilité des biens;

v) lorsque le point u) n'est pas applicable et à condition que le producteur mette les informations à disposition du professionnel, des informations sur la disponibilité, le coût estimé et la procédure de commande des pièces de rechange nécessaires pour maintenir la conformité des biens, sur la disponibilité d'instructions de réparation et d'entretien ainsi que sur les restrictions en matière de réparation.».

4) À l'article 8, paragraphe 2, le premier alinéa est remplacé par le texte suivant:

«2. Si un contrat à distance devant être conclu par voie électronique impose au consommateur une obligation de payer, le professionnel informe le consommateur de manière claire et bien visible, et juste avant que le consommateur ne passe sa commande, des informations prévues à l'article 6, paragraphe 1, points a), e), l bis), o) et p).».

5) L'article suivant est inséré au chapitre V:

«Article 22 bis

Notice harmonisée et label harmonisé

1. Afin de garantir que les consommateurs sont bien informés et comprennent facilement leurs droits dans l'ensemble de l'Union, une notice harmonisée est utilisée pour la fourniture d'informations en application de l'article 5, paragraphe 1, point e), et de l'article 6, paragraphe 1, points l), et un label harmonisé est utilisé pour la fourniture d'informations en application de l'article 5, paragraphe 1, point e bis), et de l'article 6, paragraphe 1, point l bis).

2. Au plus tard le 27 septembre 2025, la Commission précise, au moyen d'actes d'exécution, la maquette et le contenu de la notice harmonisée visée au paragraphe 1.

3. La notice harmonisée contient les principaux éléments de la garantie légale de conformité, dont sa durée minimale de deux ans, conformément à la directive (UE) 2019/771, et une référence générale à la possibilité que la durée de la garantie légale de conformité soit plus longue en vertu du droit national.

4. Au plus tard le 27 septembre 2025, la Commission précise, au moyen d'actes d'exécution, la maquette et le contenu du label harmonisé visé au paragraphe 1.
 5. La notice harmonisée et le label harmonisé sont facilement reconnaissables et compréhensibles pour les consommateurs et faciles à utiliser et à reproduire pour les professionnels.
 6. Ces actes d'exécution sont adoptés en conformité avec la procédure d'examen visée à l'article 27 bis.».
- 6) L'article suivant est inséré:

«Article 27 bis

Comité

1. La Commission est assistée par un comité. Ledit comité est un comité au sens du règlement (UE) n° 182/2011 du Parlement européen et du Conseil (*).
2. Lorsqu'il est fait référence au présent paragraphe, l'article 5 du règlement (UE) n° 182/2011 s'applique.

(*) Règlement (UE) n° 182/2011 du Parlement européen et du Conseil du 16 février 2011 établissant les règles et principes généraux relatifs aux modalités de contrôle par les États membres de l'exercice des compétences d'exécution par la Commission (JO L 55 du 28.2.2011, p. 13).».

Article 3

Rapport de la Commission et réexamen

Au plus tard le 27 septembre 2031, la Commission présente au Parlement européen et au Conseil un rapport sur l'application de la présente directive.

Ce rapport comprend une évaluation de la contribution de la présente directive au renforcement des droits des consommateurs, en particulier l'efficacité du label harmonisé et de la notice harmonisée pour ce qui est d'améliorer la disponibilité des garanties commerciales de durabilité et la compréhension de celles-ci par les consommateurs, ainsi que la sensibilisation des consommateurs à leur droit au titre de la garantie légale de conformité. En outre, le rapport évalue la contribution globale de la présente directive à la participation des consommateurs à la transition verte et son incidence sur les professionnels.

Ce rapport est accompagné, le cas échéant, de propositions législatives pertinentes.

Article 4

Transposition

1. Les États membres adoptent et publient, au plus tard le 27 mars 2026, les dispositions nécessaires pour se conformer à la présente directive. Ils en informent immédiatement la Commission.

Ils appliquent ces dispositions à partir du 27 septembre 2026.

Lorsque les États membres adoptent ces dispositions, celles-ci contiennent une référence à la présente directive ou sont accompagnées d'une telle référence lors de leur publication officielle. Les modalités de cette référence sont arrêtées par les États membres.

2. Les États membres communiquent à la Commission le texte des dispositions essentielles de droit interne qu'ils adoptent dans le domaine régi par la présente directive.

*Article 5***Entrée en vigueur**

La présente directive entre en vigueur le vingtième jour suivant celui de sa publication au *Journal officiel de l'Union européenne*.

*Article 6***Destinataires**

Les États membres sont destinataires de la présente directive.

Fait à Strasbourg, le 28 février 2024.

Par le Parlement européen

La présidente

R. METSOLA

Par le Conseil

Le président

M. MICHEL

ANNEXE

L'annexe I de la directive 2005/29/CE est modifiée comme suit:

- 1) le point suivant est inséré:
 - «2 bis) Afficher un label de développement durable qui n'est pas fondé sur un système de certification ou qui n'a pas été mis en place par des autorités publiques.».
- 2) les points suivants sont insérés:
 - «4 bis) Présenter une allégation environnementale générique au sujet de laquelle le professionnel n'est pas en mesure de démontrer l'excellente performance environnementale reconnue en rapport avec l'allégation.
 - 4 ter) Présenter une allégation environnementale concernant l'ensemble du produit ou de l'entreprise du professionnel, alors qu'elle ne concerne qu'un des aspects du produit ou une activité spécifique de l'entreprise du professionnel.
 - 4 quater) Affirmer, sur la base de la compensation des émissions de gaz à effet de serre, qu'un produit a un impact neutre, réduit ou positif sur l'environnement en termes d'émissions de gaz à effet de serre.».
- 3) le point suivant est inséré:
 - «10 bis) Présenter comme une caractéristique distinctive de l'offre du professionnel des exigences imposées par la loi pour tous les produits de la catégorie de produits concernée sur le marché de l'Union.».
- 4) les points suivants sont insérés:
 - «23 quinques) Dissimuler au consommateur le fait qu'une mise à jour logicielle aura une incidence négative sur le fonctionnement de biens comportant des éléments numériques ou sur l'utilisation de contenu numérique ou de services numériques.
 - 23 sexies) Présenter une mise à jour logicielle comme étant nécessaire lorsqu'elle ne fait qu'améliorer des fonctionnalités.
 - 23 septies) Toute communication commerciale sur un bien doté d'une caractéristique introduite pour en limiter la durabilité, alors même que l'information de cette caractéristique et de ses effets sur la durabilité du bien se trouve à la disposition du professionnel.
 - 23 octies) Affirmer à tort qu'un bien présente une certaine durabilité, sur le plan du temps d'utilisation ou de l'intensité, dans des conditions normales d'utilisation.
 - 23 nonies) Présenter un bien comme réparable alors qu'il ne l'est pas.
 - 23 decies) Inciter le consommateur à remplacer les consommables ou à se réapprovisionner en consommables d'un bien avant que des raisons techniques ne le justifient.
 - 23 undecies) Dissimuler des informations sur la détérioration de la fonctionnalité d'un bien lorsque des consommables, des pièces de rechange ou des accessoires qui ne sont pas fournis par le producteur d'origine sont utilisés, ou affirmer à tort qu'une telle détérioration va se produire.».



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère de l'Agriculture,
de l'Alimentation et de la Viticulture

DIRECTION DE LA PROTECTION DES
CONSOMMATEURS

Fiche financière

(art. 79 de la loi du 8 juin 1999 sur le Budget, la Comptabilité et la Trésorerie de l'Etat)

Le projet de loi n'a pas d'impact financier sur le budget de l'État.



CHECK DE DURABILITÉ - NOHALTEGKEETSCHECK



La présente page interactive nécessite au minimum la version 8.1.3 d'Adobe Acrobat® Reader®. La dernière version d'Adobe Acrobat Reader pour tous systèmes (Windows®, Mac, etc.) est téléchargeable gratuitement sur le site de Adobe Systems Incorporated.

Ministre responsable :	La Ministre de la Protection des consommateurs
Projet de loi ou amendement :	Projet de loi portant transposition de la directive (UE) 2024/825 du Parlement européen et du Conseil du 28 février 2024 modifiant les directives 2005/29/CE et 2011/83/UE pour donner aux consommateurs les moyens d'agir en faveur de la transition verte grâce à une meilleure protection contre les pratiques déloyales et grâce à une meilleure information et modifiant le Code de la consommation

Le check de durabilité est un outil d'évaluation des actes législatifs par rapport à leur impact sur le développement durable. Son objectif est de donner l'occasion d'introduire des aspects relatifs au développement durable à un stade préparatoire des projets de loi. Tout en faisant avancer ce thème transversal qu'est le développement durable, il permet aussi d'assurer une plus grande cohérence politique et une meilleure qualité des textes législatifs.

1. Est-ce que le projet de loi sous rubrique a un impact sur le champ d'action (1-10) du 3^{ème} Plan national pour un développement durable (PNDD) ?
2. En cas de réponse négative, expliquez-en succinctement les raisons.
3. En cas de réponse positive sous 1., quels seront les effets positifs et/ou négatifs éventuels de cet impact ?
4. Quelles catégories de personnes seront touchées par cet impact ?
5. Quelles mesures sont envisagées afin de pouvoir atténuer les effets négatifs et comment pourront être renforcés les aspects positifs de cet impact ?

Afin de faciliter cet exercice, l'instrument du contrôle de la durabilité est accompagné par des points d'orientation – **auxquels il n'est pas besoin de réagir ou répondre mais qui servent uniquement d'orientation** –, ainsi que par une documentation sur les dix champs d'actions précités.

1. Assurer une inclusion sociale et une éducation pour tous.

Points d'orientation Oui Non
Documentation

En dehors du champ d'application de la directive objet de la transposition.

2. Assurer les conditions d'une population en bonne santé.

Points d'orientation Oui Non
Documentation

En dehors du champ d'application de la directive objet de la transposition.

3. Promouvoir une consommation et une production durables.

Points d'orientation Oui Non
Documentation

Le projet de loi transpose la directive (UE) 2024/825 du Parlement européen et du Conseil du 28 février 2024 modifiant les directives 2005/29/CE et 2011/83/UE pour donner aux consommateurs les moyens d'agir en faveur de la transition verte grâce à une meilleure protection contre les pratiques déloyales et grâce à une meilleure information et modifiant le Code de la consommation



pratiques commerciales déloyales qui empêchent les consommateurs de pouvoir choisir des produits et services plus écologiques. Elle vise à remédier aux pratiques qui s'apparentent au blanchiment écologique trompeur, à lutter contre les fausses allégations environnementales concernant les biens et à renforcer la confiance des consommateurs dans les labels de développement durable. Elle vise également à fournir aux consommateurs davantage d'information sur la durabilité des biens (l'information est accrue concernant les garanties légale et commerciale de durabilité attachées au bien au moyen d'une notice harmonisée et d'un label harmonisé) et sur la réparabilité des biens (au moyen d'un indice de réparabilité ou via

4. Diversifier et assurer une économie inclusive et porteuse d'avenir.

Points d'orientation Oui Non
Documentation

En dehors du champ d'application de la directive objet de la transposition.

5. Planifier et coordonner l'utilisation du territoire.

Points d'orientation Oui Non
Documentation

En dehors du champ d'application de la directive objet de la transposition.

6. Assurer une mobilité durable.

Points d'orientation Oui Non
Documentation

En dehors du champ d'application de la directive objet de la transposition.

7. Arrêter la dégradation de notre environnement et respecter les capacités des ressources naturelles.

Points d'orientation Oui Non
Documentation

En dehors du champ d'application de la directive objet de la transposition.

8. Protéger le climat, s'adapter au changement climatique et assurer une énergie durable.

Points d'orientation Oui Non
Documentation

En dehors du champ d'application de la directive objet de la transposition.

9. Contribuer, sur le plan global, à l'éradication de la pauvreté et à la cohérence des politiques pour le développement durable.

Points d'orientation Oui Non
Documentation

En dehors du champ d'application de la directive objet de la transposition.

10. Garantir des finances durables.

Points d'orientation Oui Non
Documentation



En dehors du champ d'application de la directive objet de la transposition.

Cette partie du formulaire est facultative - Veuillez cocher la case correspondante

En outre, et dans une optique d'enrichir davantage l'analyse apportée par le contrôle de la durabilité, il est proposé de recourir, de manière facultative, à une évaluation de l'impact des mesures sur base d'indicateurs retenus dans le PNDD. Ces indicateurs sont suivis par le STATEC.

Continuer avec l'évaluation ? Oui Non

(1) Dans le tableau, choisissez l'évaluation : **non applicable**, ou de 1 = **pas du tout probable** à 5 = **très possible**

Champ d'action	Évaluation ¹	Indicateur évaluation	Indicateur national	Unité
1	non app	Contribue à la réduction du taux de risque de pauvreté ou d'exclusion sociale	Taux de risque de pauvreté ou d'exclusion sociale	% de la population
1	non app	Contribue à la réduction du nombre de personnes vivant dans des ménages à très faible intensité de travail	Personnes vivant dans des ménages à très faible intensité de travail	milliers
1	non app	Contribue à la réduction de la différence entre taux de risque de pauvreté avant et après transferts sociaux	Déférence entre taux de risque de pauvreté avant et après transferts sociaux	pp
1	non app	Contribue à l'augmentation du taux de certification nationale	Taux de certification nationale	%
1	non app	Contribue à l'apprentissage tout au long de la vie en % de la population de 25 à 64 ans	Apprentissage tout au long de la vie en % de la population de 25 à 64 ans	%
1	non app	Contribue à l'augmentation de la représentation du sexe sous-représenté dans les organes de prises de décision	Représentation du sexe sous-représenté dans les organes de prises de décision	%
1	non app	Contribue à l'augmentation de la proportion des sièges détenus par les femmes au sein du parlement national	Proportion des sièges détenus par les femmes au sein du parlement national	%
1	non app	Contribue à l'amélioration de la répartition des charges de travail domestique dans le sens d'une égalité des genres	Temps consacré au travail domestique non payé et activités bénévoles	hh:mm
1	non app	Contribue à suivre l'impact du coût du logement afin de circonscrire le risque d'exclusion sociale	Indice des prix réels du logement	Indice 2015=100
2	non app	Contribue à la réduction du taux de personnes en surpoids ou obèses	Taux de personnes en surpoids ou obèses	% de la population
2	non app	Contribue à la réduction du nombre de nouveaux cas d'infection au VIH	Nombre de nouveaux cas d'infection au VIH	Nb de personnes
2	non app	Contribue à la réduction de l'incidence de l'hépatite B pour 100 000 habitants	Incidence de l'hépatite B pour 100 000 habitants	Nb de cas pour 100 000 habitants



Champ d'action	Évaluation ¹	Indicateur évaluation	Indicateur national	Unité
2	non app	Contribue à la réduction du nombre de décès prématurés liés aux maladies chroniques pour 100 000 habitants	Nombre de décès prématurés liés aux maladies chroniques pour 100 000 habitants	Nb de décès pour 100 000 habitants
2	non app	Contribue à la réduction du nombre de suicides pour 100 000 habitants	Nombre de suicides pour 100 000 habitants	Nb de suicides pour 100 000 habitants
2	non app	Contribue à la réduction du nombre de décès liés à la consommation de psychotropes	Nombre de décès liés à la consommation de psychotropes	Nb de décès
2	non app	Contribue à la réduction du taux de mortalité lié aux accidents de la route pour 100 000 habitants	Taux de mortalité lié aux accidents de la route pour 100 000 habitants	Nb de décès pour 100 000 habitants
2	non app	Contribue à la réduction de la proportion de fumeurs	Proportion de fumeurs	% de la population
2	non app	Contribue à la réduction du taux de natalité chez les adolescentes pour 1 000 adolescentes	Taux de natalité chez les adolescentes pour 1 000 adolescentes	Nb de naissance pour 1 000 adolescentes
2	non app	Contribue à la réduction du nombre d'accidents du travail	Nombre d'accidents du travail (non mortel + mortel)	Nb d'accidents
3	non app	Contribue à l'augmentation de la part de la surface agricole utile (SAU) en agriculture biologique	Part de la surface agricole utile (SAU) en agriculture biologique	% de la surface agricole utile (SAU)
3	non app	Contribue à l'augmentation de la productivité de l'agriculture par heure travaillée	Productivité de l'agriculture par heure travaillée	Indice 2010=100
3	non app	Contribue à la réduction d'exposition de la population urbaine à la pollution de l'air par les particules fines	Exposition de la population urbaine à la pollution de l'air par les particules fines	Microgrammes par m ³
3	non app	Contribue à la réduction de production de déchets par habitant	Production de déchets par habitant	kg/hab
3	1	Contribue à l'augmentation du taux de recyclage des déchets municipaux	Taux de recyclage des déchets municipaux	%
3	1	Contribue à l'augmentation du taux de recyclage des déchets d'équipements électriques et électroniques	Taux de recyclage des déchets d'équipements électriques et électroniques	%
3	non app	Contribue à la réduction de la production de déchets dangereux	Production de déchets dangereux	tonnes
3	3	Contribue à l'augmentation de la production de biens et services environnementaux	Production de biens et services environnementaux	millions EUR
3	1	Contribue à l'augmentation de l'intensité de la consommation intérieure de matière	Intensité de la consommation intérieure de matière	tonnes / millions EUR
4	non app	Contribue à la réduction des jeunes sans emploi et ne participant ni à l'éducation ni à la formation (NEET)	Jeunes sans emploi et ne participant ni à l'éducation ni à la formation (NEET)	% de jeunes



Champ d'action	Évaluation ¹	Indicateur évaluation	Indicateur national	Unité
4	non app	Contribue à l'augmentation du pourcentage des intentions entreprenariales	Pourcentage des intentions entreprenariales	%
4	non app	Contribue à la réduction des écarts de salaires hommes-femmes	Ecarts de salaires hommes-femmes	%
4	non app	Contribue à l'augmentation du taux d'emploi	Taux d'emploi	% de la population
4	non app	Contribue à la création d'emplois stables	Proportion de salariés ayant des contrats temporaires	% de l'emploi total
4	non app	Contribue à la réduction de l'emploi à temps partiel involontaire	Emploi à temps partiel involontaire	% de l'emploi total
4	non app	Contribue à la réduction des salariés ayant de longues heures involontaires	Salariés ayant de longues heures involontaires	% de l'emploi total
4	non app	Contribue à la réduction du taux de chômage	Taux de chômage	% de la population active
4	non app	Contribue à la réduction du taux de chômage longue durée	Taux de chômage longue durée	% de la population active
4	non app	Contribue à l'augmentation du taux de croissance du PIB réel (moyenne sur 3 ans)	Taux de croissance du PIB réel (moyenne sur 3 ans)	%
4	non app	Contribue à l'augmentation de la productivité globale des facteurs	Productivité globale des facteurs	Indice 2010=100
4	non app	Contribue à l'augmentation de la productivité réelle du travail par heures travaillées (taux de croissance moyen sur 3 ans)	Productivité réelle du travail par heures travaillées (taux de croissance moyen sur 3 ans)	%
4	non app	Contribue à l'augmentation de la productivité des ressources	Productivité des ressources	Indice 2000=100
4	non app	Contribue à l'augmentation de la valeur ajoutée dans l'industrie manufacturière	Valeur ajoutée dans l'industrie manufacturière, en proportion de la valeur ajoutée totale des branches	% de la VA totale
4	non app	Contribue à l'augmentation de l'emploi dans l'industrie manufacturière	Emploi dans l'industrie manufacturière, en proportion de l'emploi total	% de l'emploi
4	non app	Contribue à la réduction des émissions de CO ₂ de l'industrie manufacturière	Émissions de CO ₂ de l'industrie manufacturière par unité de valeur ajoutée	% de la VA totale
4	non app	Contribue à l'augmentation des dépenses intérieures brutes de "Research & Development"	Niveau des dépenses intérieures brutes de "Research & Development"	% du PIB
4	non app	Contribue à l'augmentation du nombre de chercheurs	Nombre de chercheurs pour 1 000 actifs	nb pour 1 000 actifs



Champ d'action	Évaluation ¹	Indicateur évaluation	Indicateur national	Unité
5	non app	Contribue à la réduction du nombre de personnes confrontées à la délinquance, à la violence ou au vandalisme dans leur quartier, en proportion de la population totale	Nombre de personnes confrontées à la délinquance, à la violence ou au vandalisme dans leur quartier, en proportion de la population totale	%
5	non app	Contribue à la réduction du pourcentage du territoire transformé en zones artificialisées	Zones artificialisées	% du territoire
5	2	Contribute à l'augmentation des dépenses totales de protection environnementale	Dépenses totales de protection environnementale	millions EUR
6	non app	Contribute à l'augmentation de l'utilisation des transports publics	Utilisation des transports publics	% des voyageurs
7	non app	Contribute à la fertilité des sols sans nuire à la qualité des eaux de surface et/ou les eaux souterraines, de provoquer l'eutrophisation des eaux et de dégrader les écosystèmes terrestres et/ou aquatiques (unité : kg d'azote par ha surface agricole utile surface agricole utile SAU)?	Bilan des substances nutritives d'azote	kg d'azote par ha surface agricole utile (SAU)
7	non app	Contribute à la fertilité des sols sans nuire à la qualité des eaux de surface et/ou les eaux souterraines, de provoquer l'eutrophisation des eaux et de dégrader les écosystèmes terrestres et/ou aquatiques (unité : kg de phosphore par ha surface agricole utile SAU)	Bilan des substances nutritives phosphorées	kg de phosphore par ha surface agricole utile (SAU)
7	non app	Contribute à une consommation durable d'une eau de robinet de qualité potable	Part des dépenses en eau dans le total des dépenses des ménages	%
7	non app	Contribute à l'augmentation du pourcentage des masses d'eau de surface naturelles ayant atteint un état écologique "satisfaisant" et des masses d'eau souterraine ayant atteint un bon état chimique	Pourcentage des masses d'eau de surface naturelles ayant atteint un état écologique "satisfaisant" et des masses d'eau souterraine ayant atteint un bon état chimique	%
7	non app	Contribute à l'augmentation de l'efficacité de l'usage de l'eau	Efficacité de l'usage de l'eau	m ³ /millions EUR
7	non app	Contribuer à une protection des masses d'eau de surfaces et les masses d'eau souterraine par des prélèvements durables et une utilisation plus efficiente de l'eau	Indice de stress hydriques	%
7	non app	Contribute à la préservation et/ou l'augmentation de la part de zones agricoles et forestières	Part des zones agricoles et forestières	% du territoire
7	non app	Contribute à l'augmentation de la part du territoire désignée comme zone protégée pour la biodiversité	Part du territoire désignée comme zone protégée pour la biodiversité	% du territoire
7	non app	Contribute à la protection des oiseaux inscrits sur la liste rouge des espèces menacées	Nombre d'espèces sur la liste rouge des oiseaux	Nb d'espèces
7	non app	Contribute à la lutte contre les espèces exotiques invasives inscrites sur la liste noire	Nombre de taxons sur la liste noire des plantes vasculaires	Nb de taxons
7	3	Contribute à la favorabilité de l'état de conservation des habitats	État de conservation des habitats	% favorables



Champ d'action	Évaluation ¹	Indicateur évaluation	Indicateur national	Unité
8	3	Contribue à la réduction de l'intensité énergétique	Intensité énergétique	Térajoules/millions EUR
8	3	Contribue à la réduction de la consommation finale d'énergie	Consommation finale d'énergie	GWh
8	3	Contribue à l'augmentation de la part des énergies renouvelables dans la consommation finale d'énergie	Part des énergies renouvelables dans la consommation finale d'énergie	%
8	3	Contribue à la réduction de la part des dépenses énergétiques dans le total des dépenses des ménages	Part des dépenses énergétiques dans le total des dépenses des ménages	%
8	3	Contribue à la réduction du total des émissions de gaz à effet de serre	Total des émissions de gaz à effet de serre	millions tonnes CO ₂
8	3	Contribue à la réduction des émissions de gaz à effet de serre hors système d'échanges de quotas d'émission (SEQE)	Émissions de gaz à effet de serre hors système d'échanges de quotas d'émission (SEQE)	millions tonnes CO ₂
8	3	Contribue à la réduction de l'intensité des émissions de gaz à effet de serre	Intensité des émissions de gaz à effet de serre	kg CO ₂ / EUR
9	non app	Contribue à l'augmentation de l'aide au développement - Éducation	Aide au développement - Éducation	millions EUR
9	non app	Contribue à l'augmentation de l'aide au développement - Agriculture	Aide au développement - Agriculture	millions EUR (prix constant 2016)
9	non app	Contribue à l'augmentation de l'aide au développement - Santé de base	Aide au développement - Santé de base	millions EUR (prix constant 2016)
9	non app	Contribue à l'augmentation de la part des étudiants des pays en développement qui étudient au Luxembourg	Part des étudiants des pays en développement qui étudient au Luxembourg	%
9	non app	Contribue à l'augmentation du montant des bourses d'étude	Montant des bourses d'étude	millions EUR
9	non app	Contribue à l'augmentation de l'aide au développement - Eau et assainissement	Aide au développement - Eau et assainissement	millions EUR (prix constant 2016)
9	non app	Contribue à l'augmentation de l'aide au développement - Énergie	Aide au développement - Énergie	millions EUR (prix constant 2016)
9	non app	Contribue à l'augmentation de l'aide au développement - Lois et règlements commerciaux	Aide au développement - Lois et règlements commerciaux	millions EUR (prix constant 2016)
9	non app	Contribue à l'augmentation du montant des dépenses sociales exprimé en ratio du PIB	Montant des dépenses sociales exprimé en ratio du PIB	% du PIB
9	non app	Contribue à l'augmentation de l'aide publique nette au développement, montant alloué aux pays les moins avancés (absolu)	Aide publique nette au développement, montant alloué aux pays les moins avancés	millions EUR (prix constant 2016)



Champ d'action	Évaluation ¹	Indicateur évaluation	Indicateur national	Unité
9	non app	Contribue à l'augmentation de l'aide publique nette au développement, montant alloué aux pays les moins avancés (en proportion du montant total d'aide au développement)	Aide publique nette au développement, montant alloué aux pays les moins avancés, en proportion du montant total d'aide au développement	%
9	non app	Contribue à l'augmentation de l'aide au développement - Prévention et préparation aux catastrophes	Aide au développement - Prévention et préparation aux catastrophes	millions EUR (prix constant 2016)
9	non app	Contribue à l'engagement international de 100 milliards USD pour dépenses reliées au climat	Contribution à l'engagement international de 100 milliards USD pour dépenses reliées au climat	millions EUR
9	non app	Contribue à l'augmentation de l'aide au développement avec marqueur biodiversité	Aide au développement avec marqueur biodiversité	millions EUR (prix constant 2016)
9	non app	Contribue à l'augmentation de l'aide publique nette au développement, montant total, en proportion du revenu national brut	Aide publique nette au développement, montant total, en proportion du revenu national brut	% du RNB
9	non app	Contribue à l'augmentation de l'aide au développement - Coopération technique	Aide au développement – Coopération technique	millions EUR (prix constant 2016)
9	non app	Contribue à la réduction de la dette publique en proportion du produit intérieur brut	Dette publique en proportion du produit intérieur brut	% du PIB
9	non app	Contribue à l'augmentation du montant investi dans des projets de soutien à l'enseignement supérieur	Montant investi dans des projets de soutien à l'enseignement supérieur	millions EUR (prix constant 2016)
9	non app	Contribue à l'augmentation de l'aide publique au développement - Renforcement de la société civile dans les pays partenaires	Aide publique au développement - Renforcement de la société civile dans les pays partenaires	millions EUR (prix constant 2016)
10	non app	Contribue à l'action climatique dans les pays en développement et à la protection du climat au niveau global	Contributions déterminées au niveau national (CDN) à la réduction des émissions de gaz à effet de serre	millions EUR
10	non app	Contribue à l'augmentation de l'alimentation du fonds climat énergie	Fonds climat et énergie	millions EUR
10	non app	Contribue à l'augmentation de la part des taxes environnementales dans le total des taxes nationales	Part des taxes environnementales dans le total des taxes nationales	% du revenu fiscal



FICHE D'ÉVALUATION D'IMPACT MESURES LÉGISLATIVES, RÉGLEMENTAIRES ET AUTRES

! La présente page interactive nécessite au minimum la version 8.1.3 d'Adobe Acrobat® Reader®. La dernière version d'Adobe Acrobat Reader pour tous systèmes (Windows®, Mac, etc.) est téléchargeable gratuitement sur le site de Adobe Systems Incorporated.

1. Coordonnées du projet

Intitulé du projet :	Projet de loi portant transposition de la directive (UE) 2024/825 du Parlement européen et du Conseil du 28 février 2024 modifiant les directives 2005/29/CE et 2011/83/UE pour donner aux consommateurs les moyens d'agir en faveur de la transition verte grâce à une meilleure protection contre les pratiques déloyales et grâce à une meilleure information et modifiant le Code de la consommation	
Ministre initiateur :	La Ministre de la Protection des consommateurs	
Auteur(s) :	Delphine JEANPIERRE, Cécile PITZALIS et Marie-Josée RIES	
Téléphone :	247-73 712	Courriel : delphine.jeanpierre@mpc.etat.lu cecile.pitzalis@mpc.etat.lu
Objectif du projet :	Transposition de la directive (UE) 2024/825 du Parlement européen et du Conseil du 28 février 2024 modifiant les directives 2005/29/CE et 2011/83/UE pour donner aux consommateurs les moyens d'agir en faveur de la transition verte grâce à une meilleure protection contre les pratiques déloyales et grâce à une meilleure information.	
Autre(s) Ministère(s) / Organisme(s) / Commune(s) impliqué(e)s :	Le Ministère de l'Économie a été consulté.	
Date :	24/09/2025	

2. Objectifs à valeur constitutionnelle

Le projet contribue-t-il à la réalisation des objectifs à valeur constitutionnelle ? Oui Non

Dans l'affirmative, veuillez sélectionner les objectifs concernés et veuillez fournir une brève explication dans la case «Remarques» indiquant en quoi cet ou ces objectifs sont réalisés :

- Garantir le droit au travail et veiller à assurer l'exercice de ce droit
- Promouvoir le dialogue social
- Veiller à ce que toute personne puisse vivre dignement et dispose d'un logement approprié
- Garantir la protection de l'environnement humain et naturel en œuvrant à l'établissement d'un équilibre durable entre la conservation de la nature, en particulier sa capacité de renouvellement, ainsi que la sauvegarde de la biodiversité, et satisfaction des besoins des générations présentes et futures
- S'engager à lutter contre le dérèglement climatique et œuvrer en faveur de la neutralité climatique
- Protéger le bien-être des animaux
- Garantir l'accès à la culture et le droit à l'épanouissement culturel
- Promouvoir la protection du patrimoine culturel



- Promouvoir la liberté de la recherche scientifique dans le respect des valeurs d'une société démocratique fondée sur les droits fondamentaux et les libertés publiques

Remarques :

3. Mieux légiférer

1) Chambre(s) professionnelle(s) à saisir / saisi(e)s pour avis¹:

- Chambre des fonctionnaires et employés publics
 Chambre des salariés
 Chambre des métiers
 Chambre de commerce
 Chambre d'agriculture

¹ Veuillez indiquer la/les Chambre(s) professionnelle(s) saisie(s) du projet sous rubrique suite à son approbation par le Conseil de gouvernement.

2) Autre(s) partie(s) prenante(s) (organismes divers, citoyens, ...) à saisir / saisi(e)s pour avis: Oui Non

Si oui, laquelle / lesquelles :

L'Union Luxembourgeoise des Consommateurs

Remarques / Observations :

**3) En cas de transposition de directives européennes,
le principe « la directive, rien que la directive » est-il respecté ?** Oui Non N.a.²

Si non, pourquoi ?

4) Destinataires du projet :

- Entreprises / Professions libérales : Oui Non
- Citoyens : Oui Non
- Administrations : Oui Non

5) Le principe « Think small first » est-il respecté ?

(c.-à-d. des exemptions ou dérogations sont-elles prévues suivant la taille de l'entreprise et/ou son secteur d'activité ?)

Oui Non N.a.²

Remarques / Observations :

6) Le projet contribue-t-il à la simplification administrative, notamment en supprimant ou en simplifiant des régimes d'autorisation et de déclaration existants, en réduisant les délais de réponse de l'administration, en réduisant la charge administrative pour les destinataires ou en améliorant la qualité des procédures ou de la règlementation ? Oui Non

Remarques / Observations :



7) **Le projet en question contient-il des dispositions spécifiques concernant la protection des personnes à l'égard du traitement des données à caractère personnel ?** Oui Non N.a. ²

Si oui, de quelle(s) donnée(s) et/ou administration(s) s'agit-il ?

8) **Y a-t-il un besoin en formation du personnel de l'administration concernée ?** Oui Non N.a. ²

Si oui, lequel ?

Remarques / Observations :

² N.a. : non applicable.

4. Digitalisation et données

9) **Y a-t-il une nécessité d'adapter un système informatique auprès de l'État (e-Government ou application back-office)** Oui Non

Si oui, quel est le délai pour disposer du nouveau système ?

10) **Le projet tient-il compte du principe « digital by default » (priorisation de la voie numérique) ?** Oui Non

11) **Le projet crée-t-il une démarche administrative qui nécessite des informations ou des données à caractère personnel sur les administrés ?** Oui Non

Si oui, ces informations ou données à caractère personnel peuvent-elles être obtenues auprès d'une ou plusieurs administrations conformément au principe «Once only» ?

12) **Le projet envisage-t-il la création ou l'adaptation d'une banque de données ?** Oui Non

5. Égalité des chances (à remplir pour les projets de règlements grand-ducaux)³

13) **Le projet est-il :**

- principalement centré sur l'égalité des femmes et des hommes ? Oui Non
- positif en matière d'égalité des femmes et des hommes ? Oui Non

Si oui, expliquez de quelle manière :

- neutre en matière d'égalité des femmes et des hommes ? Oui Non

Si oui, expliquez pourquoi : Le projet vise le "consommateur" et le "professionnel" sans opérer de distinction de genre.



- négatif en matière d'égalité des femmes et des hommes ?	<input type="checkbox"/> Oui	<input checked="" type="checkbox"/> Non	
Si oui, expliquez de quelle manière :	[Text area]		
14) Y a-t-il un impact financier différent sur les femmes et les hommes ?	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non	<input checked="" type="checkbox"/> N.a.
Si oui, expliquez de quelle manière :	[Text area]		

³ Pour les projets de loi, il convient de se référer au point 1 « Assurer une inclusion sociale et une éducation pour tous. » du Nohaltegkeetscheck.

6. Projets nécessitant une notification auprès de la Commission européenne

15) Directive « services » : Le projet introduit-il une exigence en matière d'établissement ou de prestation de services transfrontalière ?	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non	<input checked="" type="checkbox"/> N.a.
Si oui, veuillez contacter le Ministère de l'Economie en suivant les démarches suivantes :	https://meco.gouvernement.lu/fr/domaines-activites/politique-europeenne/notifications-directive-services.html		
16) Directive « règles techniques » : Le projet introduit-il une exigence ou réglementation technique par rapport à un produit ou à un service de la société de l'information (domaine de la technologie et de l'information)?	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non	<input checked="" type="checkbox"/> N.a.
Si oui, veuillez contacter l'ILNAS en suivant les démarches suivantes :	https://portail-qualite.public.lu/content/dam/qualite/publications/normalisation/2017/ilnas-notification-infoflyer-web.pdf		

20251222_Avis



Projet de loi 8648 portant transposition de la directive (UE) 2024/825 du Parlement européen et du Conseil du 28 février 2024 modifiant les directives 2005/29/CE et 2011/83/UE pour donner aux consommateurs les moyens d'agir en faveur de la transition verte grâce à une meilleure protection contre les pratiques déloyales et grâce à une meilleure information et modifiant le Code de la consommation.

Avis de l'ULC

Le projet de loi constitue une transposition fidèle de la directive (UE) 2024/825¹ qui poursuit deux objectifs principaux : renforcer l'information des consommateurs sur la durabilité et la réparabilité des biens et prévenir les pratiques commerciales déloyales empêchant les consommateurs de poser des choix de consommation durables.

Concernant le premier objectif, l'impact pratique se vérifiera réellement à partir du 27 septembre 2026, date d'application du Règlement d'exécution (UE) 2025/1960² concernant une notice harmonisée (avec QR code) et un label harmonisé (également avec QR code). La notice sert à mieux attirer l'attention des consommateurs sur la garantie légale de minimum 2 ans à partir de la réception du bien alors que le label harmonisé informe sur la garantie volontaire de durabilité offerte par le fabricant qui doit être gratuite, avoir une durée supérieure à 2 ans et couvrir l'intégralité du produit et non certaines composantes seulement.

Il est impératif que le présent projet soit adopté et entre en vigueur le 27 septembre 2026 en même temps que le Règlement d'exécution de la Commission. En plus, notre législateur devrait transposer d'ici-là la directive (UE) 2024/1799 visant à promouvoir la réparation des biens en modifiant notamment la directive 2019/771, base des dispositions du Code de la consommation relatives à la garantie légale de conformité.

La directive (UE) 2024/825³ et son prédit règlement d'exécution, d'une part et la directive (UE) 2024/1799 , d'autre part, comportent des mesures relatives aux informations à donner aux consommateurs concernant les caractéristiques des biens de consommation, respectivement les garanties et obligations des professionnel qui y sont rattachées, et devraient ainsi avoir un impact sur le comportement que les consommateurs adopteront au moment de faire leurs achats :

¹ JO UE L du 6.3.2024

² JO UE L du 2.10.2025

³ JO UE L du 6.3.2024

Au vu des conséquences combinées que pourraient avoir ces deux transpositions de directives sur les comportements des consommateurs, il nous semble indispensable de formuler d'ores et déjà quelques recommandations concernant la transposition à venir de la Directive (UE) 2024/1799 visant à promouvoir la réparation des biens.

Lors de cette future transposition, nous attendons une modification de la disposition suivante :

« Les défauts de conformité qui apparaissent dans les 12 mois à compter de la livraison du bien sont présumés exister à ce moment à moins que le professionnel prouve le contraire. Si les défauts apparaissent plus de 12 mois mais moins de 2 ans après la livraison du bien, la garantie légale de conformité s'applique toujours mais ce sera au consommateur de prouver l'existence du défaut de conformité au moment de la livraison du bien pour bénéficier de cette garantie légale. »

L'extension de la présomption de non-conformité à 2 ans constitue l'une de nos revendications de longue date à la lumière de nos expériences (et des pays voisins) et sera une incitation supplémentaire vers la durabilité des biens de consommation. Cette mesure existe notamment en France et en Belgique sans avoir engendré des coûts supplémentaires.

Obliger le consommateur à montrer uniquement que le défaut est apparu pendant ce délai de deux ans, sans qu'il doive prouver que le produit en était affecté déjà à la livraison, se justifie d'autant plus que les biens incorporant du contenu ou des services numériques se multiplient sur le marché. Les connaissances pour en déceler les défauts ne sont guère accessibles au consommateur moyen.

Concernant la réforme en profondeur de l'information précontractuelle en matière de garanties (non-conformité, vice caché, garantie commerciale du producteur ou vendeur, garantie commerciale de durabilité du fabricant), il s'agit manifestement d'informations essentielles pour guider le choix du consommateur en magasin ou en ligne. Si les obligations d'information via le label harmonisé, prévues par la Directive (UE) 2024/825, ne sont pas correctement respectées par le professionnel vendant le produit au consommateur, la nullité du contrat voire un droit à réparation peuvent être invoqués par le consommateur. Le vendeur n'est toutefois responsable de l'information sur la garantie de durabilité que dans l'hypothèse où le producteur a mis cette information à sa disposition. D'après le considérant (28) de la directive, le consommateur peut être informé par l'un des moyens suivants :

« par exemple en apposant le label directement sur l'emballage d'un produit donné ou en l'apposant de manière bien visible sur le rayonnage où sont exposés les biens faisant l'objet de la garantie en question, ou directement à côté de l'image du produit en cas de vente en ligne. Les producteurs qui proposent de telles garanties commerciales de durabilité peuvent eux-mêmes apposer le label harmonisé directement sur le produit concerné ou sur son emballage ». Informer visiblement le consommateur avant son achat est crucial pour guider son choix, mais quid d'avoir une preuve en mains le jour où le consommateur souhaite invoquer le droit au remplacement ou à réparation ? Il doit en principe s'adresser directement au fabricant qui se trouvera souvent en-dehors des frontières luxembourgeoises ? L'impression indélébile du label harmonisé sur le produit-lui-même ou sur la facture d'achat nous semblent les solutions les plus évidentes, aussi dans l'intérêt du vendeur.

A fortiori, nous avons des interrogations sur la mise à disposition de la notice harmonisée (QR code renvoyant aux différents droits nationaux). Selon la directive, «*la notice harmonisée devrait être affichée de manière bien visible, sur une affiche placée de manière à attirer le regard sur un mur du magasin ou à côté de la caisse ou, si le produit est vendu en ligne, sous la forme d'un rappel général figurant sur le site internet du professionnel qui vend les biens.* ».

Au moment de l'achat en magasin ou en ligne, le consommateur n'accordera pas nécessairement d'attention à la garantie légale dont il pourra avoir besoin bien plus tard après la livraison ou réception du bien. Le Code de la consommation français prescrit que les modalités des garanties légales de conformité et de vice caché soient reproduites *in extenso* dans les CGV (conditions générales de vente).

Concernant l'**indice de réparabilité**, le projet de loi se contente de transposer la définition, à savoir « une note exprimant la capacité d'un bien à être réparé, fondée sur des exigences harmonisées établies au niveau de l'Union. » A ce jour, seules la France et la Belgique ont introduit un tel indice, la Belgique suivant le modèle français alors que la France est allée déjà plus loin en passant à un indice de durabilité. Au sein du BENELUX, une étude avait été commanditée il y a plusieurs années⁴ mais seule la Belgique a donné suite. La question parlementaire n°2315 de MM. Di Bartoloméo et Haagen du 14 mai 2025 souhaitait savoir si le Luxembourg allait suivre l'exemple de la France et de la Belgique. Dans leur réponse les ministres concernés ont souligné : « ...la Commission européenne a adopté, le 16 avril 2025, son « Programme de travail 2025-2030 relatif à l'écoconception pour des produits durables et d'étiquetage énergétique » qui fixe les priorités à venir en la matière, à savoir les exigences horizontales d'écoconception et les produits pour lesquels des exigences d'écoconception devront être élaborées en priorité. Dans ce programme, une exigence horizontale d'écoconception en matière de réparabilité est prévue pour 2027. À ce stade, il n'est toutefois pas possible de déterminer si une telle exigence correspondra à un indice de réparabilité généralisé qui prendrait la forme, par exemple, d'un score de réparabilité accompagné d'un code couleur apposé sur l'emballage ou l'étiquetage des produits... »

Est-ce que l'indice de réparabilité est une information utile et sert-elle à inciter les entreprises vers plus de durabilité ? L'Evaluation d'impact de l'indice de réparabilité par le Ministère français de la transformation et de la fonction publiques (octobre 2023) note « ... une évolution dans les pratiques d'achat des consommateurs, qui s'orientent davantage vers des choix plus réparables — bien que la part de l'introduction de l'indice à laquelle peut être attribuée cette évolution demeure incertaine. Le recours à la réparation conditionne par ailleurs l'impact environnemental effectif de l'achat de produits plus réparables. L'introduction, en 2021 puis 2022, de l'indice ne permet pas encore une évaluation de son impact sur les pratiques de réparation : elle est trop récente pour que la question de réparer, ou remplacer, suffisamment de produits se soit posée. »

Assez rapidement nos collègues de UFC Que Choisir ? avaient souligné les limites : « Cet indice, calculé par les constructeurs, repose sur une grille standardisée articulée autour de 5 critères (documentation, facilité de démontage, disponibilité des pièces détachées, leur prix et un critère spécifique à la famille de produit). Chaque critère pèse curieusement le même poids dans la note finale, au détriment de critères déterminants tels que la disponibilité des pièces détachées. Cette construction aboutit à des absurdités....L'indice de réparabilité semble ainsi avoir été bâti pour donner aux fabricants un satisfecit artificiel sur la réparabilité de leurs produits en leur offrant sur un plateau des points pour des critères mineurs, ou alors très largement déjà appliqués (possibilité de réinitialiser le logiciel pour les ordinateurs portables, par exemple). Pire, les fabricants peuvent gonfler l'indice de réparabilité de leurs produits en se contentant simplement d'appliquer la loi... C'est notamment le cas des fabricants de lave-linges, qui peuvent répercuter sur la note de l'indice de réparabilité le simple fait de répondre à leur obligation légale d'assurer la disponibilité de pièces de rechange pendant au moins 10 ans. »

Plus que l'utilité d'un indice en soi, c'est l'articulation des critères utilisés, la configuration de l'indice, telle qu'elle a été adoptée par la France, qui est critiquée par nos collègues de UFC Que Choisir?.

⁴ Article dans de Konsument juin 2017

Il est regrettable que l'UE n'ait pas adopté ce fameux indice, ou « une note exprimant la capacité d'un bien à être réparé, fondée sur des exigences harmonisées établies au niveau de l'Union », évoquée dans la Directive, pas même au moment d'adopter la Directive 2024/1799, et son Annexe I, le FORMULAIRE EUROPÉEN D'INFORMATION SUR LA RÉPARATION.

Dans quelle mesure l'Etat luxembourgeois est-il tenu, dans le cadre de la transposition d'une directive, de recopier la référence faite dans cette directive, à un outil européen inexistant, en l'occurrence l'indice de réparabilité, et de s'y limiter ?

Concernant les allégations trompeuses interdites ou strictement réglementées, l'obsolescence programmée et la dissimulation de mises à jour logicielles avec une incidence négative sur le fonctionnement, méritent une attention particulière, car malgré des interdictions *per se*, il ne sera pas facile pour les autorités et *a fortiori* pour les consommateurs de les poursuivre. Concernant la dissimulation de l'impact négatif sur le fonctionnement des appareils, des précédents français et italien concernant des actions contre APPLE iPhone 6, SE et 7 illustrent les enjeux, notamment de charge de la preuve. En France, l'intervention de la DGCCRF a été concluante avec l'acceptation par Apple d'une amende transactionnelle de 25 M€. « *La DGCCRF a en effet montré que des détenteurs d'iPhone n'avaient pas été informés que les mises à jour du système d'exploitation iOS (10.2.1 et 11.2) qu'ils installaient étaient susceptibles de conduire à un ralentissement du fonctionnement de leur appareil. Ces mises à jour, diffusées au cours de l'année 2017, comportaient un dispositif de gestion dynamique de l'alimentation qui, pouvait, sous certaines conditions et notamment lorsque les batteries étaient anciennes, ralentir le fonctionnement des modèles d'iPhone 6, SE et 7. Dans l'incapacité de revenir à la version précédente du système d'exploitation, de nombreux consommateurs auraient été contraints de changer de batterie voire même d'acheter un nouveau téléphone.* » Par contre, en Italie une action similaire par l'Autorité confirmée en appel, a été rejetée en dernière instance par le *Consiglio di Stato* car il s'est avéré impossible de démontrer que les mises à jour avaient causé les effets négatifs allégués, y compris sur les batteries. La sanction infligée à Apple sur base d'un ensemble de plaintes concordantes de consommateurs n'a pas été considéré comme preuve suffisante mais comme simple indice.

Ces précédents montrent que si l'objectif poursuivi par la directive et notre loi de transposition est louable, sanctionner ces pratiques restera une gageure en l'absence de renversement de la charge de la preuve, à savoir qu'il incombe à l'entreprise mise en cause de se justifier.

Il en va de même de l'**obsolescence**. Selon la directive (considérant 19), *Les communications commerciales relatives aux biens contenant une caractéristique introduite pour en limiter la durabilité sont une pratique commerciale préjudiciable aux consommateurs et à l'environnement, car elles encouragent la vente de ces biens, ce qui entraîne des coûts plus élevés pour les consommateurs et une utilisation superflue des ressources, la production de déchets et des émissions de gaz à effet de serre. Ces communications commerciales devraient dès lors être interdites lorsque le professionnel est informé de cette caractéristique et de ses effets sur la durabilité du bien.... Pour qu'une telle pratique commerciale soit considérée comme déloyale, il ne devrait pas être nécessaire de démontrer que l'objectif de la caractéristique est d'encourager le remplacement du produit concerné, mais il devrait être suffisant de prouver que la caractéristique a été introduite en vue de limiter la durabilité du bien.* »

La charge de la preuve reste donc une barrière souvent insurmontable comme l'ont montré les législations nationales prohibant l'obsolescence programmée *per se* (France, Italie,...). Néanmoins, la sanction de la directive reste dissuasive puisque « toute communication commerciale » sur ces biens, peu importe qu'il s'agit de communications portant sur des aspects non concernés par l'obsolescence comme p.ex. sur le prix de ces produits, sont interdites.

Concernant les nombreuses autres dispositions souhaitant prévenir le « **green-washing** », nous renvoyons aux conclusions des workshops de la Direction Protection des Consommateurs (DPC) avec les chambres professionnelles en vue d’élaborer des lignes directrices « best practice » tenant compte des spécificités de notre pays.

Nous retenons de ces workshops que pour remédier au manque de connaissance, à la confusion et à la méfiance des consommateurs à l’égard des multiples allégations vertes, voire labels existants, un travail subtil de sensibilisation devra être mené, sans noyer les consommateurs dans un flot d’informations déjà trop important.

Par ailleurs, il y aura lieu de pallier au manque d’harmonisation internationale et sectorielle en coordonnant autant que possible les futures lignes directrices au niveau de l’Europe ou à tout le moins de la Grande-Région.

Howald, le 19.12.2025