

N° 4781

CHAMBRE DES DEPUTES

Session ordinaire 2000-2001

PROJET DE LOI

concernant la protection des consommateurs en matière
de contrats à distance

* * *

*(Dépôt: le 8.3.2001)***SOMMAIRE:**

	<i>page</i>
1) Arrêté Grand-Ducal de dépôt (23.2.2001)	1
2) Texte du projet de loi	2
3) Exposé des motifs.....	6
4) Commentaire des articles	10
5) Directive 97/7/CE du Parlement Européen et du Conseil du 20 mai 1997 concernant la protection des consommateurs en matière de contrats à distance	15

*

ARRETE GRAND-DUCAL DE DEPOT

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

Sur le rapport de Notre Ministre de l'Economie et après délibération du Gouvernement en Conseil;

Arrêtons:

Article unique.— Notre Ministre de l'Economie est autorisé à déposer en Notre nom à la Chambre des Députés le projet de loi concernant la protection des consommateurs en matière de contrats à distance.

Palais de Luxembourg, le 23 février 2001

Le Ministre de l'Economie,

Henri GRETHEN

HENRI

*

TEXTE DU PROJET DE LOI

Art. 1er. Constitue un contrat à distance tout contrat concernant des biens ou services conclu entre un fournisseur et un consommateur dans le cadre d'un système de vente ou de prestations de services à distance organisé par le fournisseur qui, pour ce contrat, utilise exclusivement une ou plusieurs techniques de communication à distance jusqu'à la conclusion du contrat, y compris la conclusion du contrat elle-même.

Constitue une technique de communication à distance tout moyen qui, sans présence physique et simultanée du fournisseur et du consommateur, peut être utilisé pour la conclusion du contrat entre ces parties. Sont visés, notamment, les imprimés adressés et non adressés, la lettre standardisée, la publicité presse avec bon de commande, le catalogue, le téléphone avec intervention humaine ou sans intervention humaine (automate d'appel, audiotexte), la radio, le visiophone (téléphone avec image), le vidéotexte (micro-ordinateur, écran de télévision) avec clavier ou écran tactile, le courrier électronique, le télécopieur, la télévision (téléachat, télétexte).

Constitue un service financier tout service fourni par un établissement de crédit, un autre professionnel du secteur financier ou une entreprise d'assurance et de réassurance.

Constitue un opérateur de technique de communication toute personne physique ou morale, publique ou privée, dont l'activité professionnelle consiste à mettre à la disposition des fournisseurs une ou plusieurs techniques de communication à distance.

Art. 2. La présente loi s'applique aux contrats à distance à l'exception des contrats à distance:

- a) conclus par le moyen de distributeurs automatiques ou de locaux commerciaux automatisés;
- b) conclus avec les opérateurs de télécommunications du fait de l'utilisation des cabines téléphoniques publiques;
- c) conclus pour la construction et la vente des biens immobiliers ou portant sur d'autres droits relatifs à des biens immobiliers, à l'exception de la location;
- d) conclus lors d'une vente aux enchères.

Les articles 3, 4, 5 et 6, 1er alinéa de la présente loi ne s'appliquent pas:

- a) aux contrats de fourniture de denrées alimentaires, de boissons ou d'autres biens ménagers de consommation courante fournis au domicile d'un consommateur, à sa résidence ou à son lieu de travail par des distributeurs effectuant des tournées fréquentes et régulières.
- b) aux contrats de fourniture de services d'hébergement, de transports, de restauration, de loisirs lorsque le fournisseur s'engage, lors de la conclusion du contrat, à fournir ces prestations à une date déterminée ou à une période spécifiée.

Art. 3. En temps utile avant la conclusion du contrat à distance et sans préjudice des obligations d'informations spécifiques aux services financiers, le consommateur doit bénéficier des informations suivantes:

- a) l'identité et l'adresse géographique de l'établissement du fournisseur et celle où le consommateur peut présenter ses réclamations, son numéro de téléphone et, en cas de commerce électronique, son adresse électronique;
- b) les caractéristiques essentielles du bien ou du service;
- c) le prix du bien ou du service, toutes taxes comprises;
- d) les frais de livraison, le cas échéant;
- e) les modalités de paiement, de livraison ou d'exécution;
- f) l'existence d'un droit de rétractation ainsi que, le cas échéant, l'indication si les frais directs de renvoi sont à charge du consommateur en cas d'exercice du droit de rétractation;
- g) les informations relatives aux services après-vente et aux garanties commerciales existantes;
- h) les conditions de résiliation du contrat lorsque celui-ci est à durée indéterminée ou d'une durée supérieure à un an;
- i) le coût de l'utilisation de la technique de communication à distance, lorsqu'il est calculé sur une base autre que le tarif de base;

- j) la durée de validité de l'offre ou du prix;
- k) le cas échéant, la durée minimale du contrat dans le cas de contrats portant sur la fourniture durable ou périodique d'un bien ou d'un service.

Les informations visées à l'alinéa qui précède, dont le but commercial doit apparaître sans équivoque, doivent être délivrées de manière claire et compréhensible par tout moyen adapté à la technique de communication à distance utilisée.

En cas de contestation relative à l'existence ou au contenu d'une information préalable, la charge de la preuve incombe au fournisseur.

Dans le cas de communications téléphoniques, le fournisseur indique explicitement au début de toute conversation avec le consommateur son identité et le but commercial de l'appel.

Art. 4. Le consommateur doit recevoir, par écrit ou sur un autre support durable à sa disposition et auquel il a accès, confirmation des informations mentionnées à l'article 3, alinéa 1er, points a) à h) en temps utile lors de l'exécution du contrat et au plus tard au moment de la livraison en ce qui concerne les biens non destinés à la livraison à des tiers, à moins que ces informations n'aient déjà été fournies au consommateur préalablement à la conclusion du contrat par écrit ou sur un autre support durable à sa disposition et auquel il a accès. En tout état de cause, doit être fournie une information écrite non équivoque, claire et compréhensible sur les conditions et les modalités d'exercice du droit de rétractation au sens de l'article 5, y compris les cas visés à l'article 5, 4e alinéa, point a.).

Le 1er alinéa ne s'applique pas aux services dont l'exécution elle-même est réalisée au moyen d'une technique de communication à distance, lorsque ces services sont fournis en une seule fois et dont la facturation est effectuée par un opérateur de technique de communication.

En cas de contestation relative à la confirmation des informations, la charge de la preuve incombe au fournisseur.

Art. 5. Pour tout contrat conclu à distance, le consommateur dispose d'un délai d'au moins sept jours ouvrables pour se rétracter, sans pénalité et sans indication du motif. Toutefois, si le consommateur n'a pas reçu la confirmation des informations visées à l'article 4, le délai de rétractation est de trois mois. Ces délais courent:

- a) pour les biens, à compter du jour de leur réception par le consommateur,
- b) pour les services, à compter du jour de la conclusion du contrat.

Si la confirmation des informations visées à l'article 4 intervient pendant le délai de trois mois visé à l'alinéa précédent, le délai de sept jours commence à courir à compter du jour de la réception des informations par le consommateur.

En cas de contestation sur la date de réception des biens ou, pour les services, sur la date de la conclusion du contrat, la charge de la preuve incombe au fournisseur.

Sauf convention contraire, le consommateur ne peut exercer le droit de rétractation prévu à l'alinéa premier pour les contrats:

- a) de fourniture de services dont l'exécution a commencé, avec l'accord du consommateur, avant la fin du délai de sept jours ouvrables prévu à l'alinéa premier;
- b) de fourniture de biens ou de services dont le prix est fonction de fluctuations des taux du marché financier, que le fournisseur n'est pas en état de contrôler;
- c) de fourniture de biens confectionnés selon les spécifications du consommateur ou nettement personnalisés ou qui, du fait de leur nature, ne peuvent être réexpédiés ou sont susceptibles de se détériorer ou de se périmérer rapidement;
- d) de fourniture d'enregistrements audio ou vidéo ou de logiciels informatiques descellés par le consommateur;
- e) de fourniture de journaux, de périodiques et de magazines;
- f) de services de paris et de loteries;
- g) de services financiers dont le prix dépend des fluctuations du marché financier en dehors du contrôle du fournisseur, qui peuvent survenir durant la période de rétractation, tels que les services relatifs:
 - aux opérations de change;

- aux instruments du marché monétaire;
- aux valeurs mobilières et autres titres négociables;
- aux OPCVM et autres systèmes de placement collectif;
- aux contrats à terme (futurs) et options;
- aux contrats à terme sur taux d'intérêt (FRA);
- aux contrats d'échange (swaps) sur taux d'intérêt, sur devises ou aux contrats d'échange sur des flux liés à des actions ou à des indices d'actions (equity swaps);
- aux options visant à acheter ou à vendre tout instrument relevant de la présente liste, y compris les contrats à terme et options;

h) les polices d'assurance de moins d'un mois.

Lorsque le prix d'un produit 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.

L'article 7 de la loi modifiée du 25 août 1983 relative à la protection juridique du consommateur est abrogé.

Art. 6. En cas d'exercice du droit de rétractation relatif à un contrat qui ne porte pas sur un service financier, le fournisseur est tenu au remboursement des sommes versées par le consommateur, sans frais. 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. Ce remboursement doit être effectué dans les meilleurs délais et, en tout cas, dans les trente jours.

En cas d'exercice du droit de rétractation relatif à un contrat portant sur un service financier, le consommateur ne peut être tenu qu'au paiement soit du prix du service financier effectivement fourni, soit de la partie du prix total du service financier faisant l'objet du contrat au prorata de la période comprise entre le jour de la conclusion du contrat et le jour de l'exercice du droit de rétractation. Le fournisseur ne peut exiger du consommateur un paiement s'il n'a pas rempli son obligation d'information prévue à l'article 3, ni s'il a commencé à exécuter le contrat avant la fin du délai de rétractation sans que le consommateur ait expressément donné son consentement à cette exécution. Le fournisseur renvoie, dans les meilleurs délais et au plus tard dans les trente jours au consommateur toutes sommes qu'il a perçues de ce dernier à l'occasion de la conclusion du contrat, excepté le montant à payer conformément à la première phrase du présent alinéa. Ce délai court à partir du jour où la rétractation a été accessible et à la disposition du fournisseur. Le consommateur renvoie au prestataire toute somme ou propriété qu'il a reçue du prestataire dans les meilleurs délais et au plus tard dans les trente jours. Ce délai court à partir du jour de l'envoi de la notification de la rétractation par le consommateur.

Art. 7. Sauf convention contraire, le fournisseur doit exécuter la commande au plus tard dans un délai de trente jours à compter du jour suivant celui où le consommateur a transmis sa commande au fournisseur.

En cas de défaut d'exécution du contrat par le fournisseur résultant de l'indisponibilité du bien ou du service commandé, le consommateur doit être informé de cette indisponibilité. Le contrat est résolu de plein droit. Le consommateur doit être remboursé sans délai des sommes qu'il a, le cas échéant, versées en paiement.

En cas de contestation relative au respect du délai d'exécution, la charge de la preuve incombe au fournisseur.

Art. 8. Est interdite la fourniture de biens ou de services à un consommateur sans commande préalable de celui-ci lorsque cette fourniture est accompagnée d'une demande de paiement.

En cas de fourniture non demandée, le consommateur est dispensé de toute contre-prestation, l'absence de réponse ne valant pas consentement.

Art. 9. L'utilisation par un fournisseur des techniques suivantes nécessite le consentement préalable du consommateur:

- a) système automatisé d'appel sans intervention humaine (automate d'appel);

- b) télécopie;
- c) téléphone.

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.

Art. 10. Le consommateur ne peut renoncer aux droits qui lui sont conférés en vertu de la présente loi.

Toute clause contraire à l'alinéa qui précède est abusive et réputée nulle et non écrite.

Art. 11. Lorsque la loi qui régit le contrat est celle d'un Etat non membre de l'Union européenne et que cette loi ne comporte pas de disposition conforme à la directive 97/7/CE du Parlement Européen et du Conseil du 20 mai 1997 concernant la protection des consommateurs en matière de contrats à distance, il sera fait impérativement application des dispositions de transposition de ladite directive par l'Etat membre avec le territoire duquel le contrat présente un lien étroit.

Art. 12. Les dispositions de la présente loi s'appliquent pour autant qu'il n'existe pas, dans le cadre de réglementations communautaires ou nationales des dispositions particulières qui régissent certains types de contrats à distance dans leur globalité.

Lorsqu'une réglementation communautaire ou nationale spécifique contient des dispositions qui ne régissent que certains aspects de la fourniture de biens ou de services, ces dispositions s'appliquent, de préférence aux dispositions de la présente loi, à ces aspects précis des contrats à distance.

Art. 13. Le magistrat président le tribunal d'arrondissement, à la requête de toute personne, d'un groupement professionnel ou d'une association de consommateurs représentée à la commission des prix, ordonne la cessation des actes contraires aux dispositions de la présente loi.

L'action est introduite et jugée comme en matière de référé conformément aux articles 932 à 940 du nouveau code de procédure civile. Toutefois, par dérogation à l'article 939, 2e alinéa du nouveau code de procédure civile, l'ordonnance de référé n'est pas susceptible d'opposition.

Sont également applicables les articles 2059 à 2066 du code civil.

La décision peut ordonner la publication, en totalité ou par extrait aux frais du contrevenant, par la voie des journaux ou de toute autre manière.

Il ne peut être procédé à la publication qu'en vertu d'une décision judiciaire non susceptible d'appel ou d'opposition.

Art. 14. Tout manquement aux injonctions ou interdictions portées par une décision non susceptible d'appel ni d'opposition prononcée en vertu de l'article 14 est puni d'une amende de dix mille à deux millions de francs.

Art. 15. Sont punis d'une amende de dix mille à deux millions de francs ceux qui ont contrevenu aux articles 9 et 10 de la présente loi.

Art. 16. Est abrogé le chapitre 2 du titre V de la loi du 14 août 2000 relative au commerce électronique modifiant le code civil, le nouveau code de procédure civile, le code de commerce, le code pénal et transposant la directive 1999/93 relative à un cadre communautaire pour les signatures électroniques, la directive 2000/31/CE du 8 juin 2000 relative à certains aspects juridiques des services de la société de l'information, certaines dispositions de la directive 97/7/CEE concernant la vente à distance des biens et des services autres que les services financiers.

EXPOSE DES MOTIFS

Le présent projet de loi vise à transposer la directive 97/7/CE du Parlement Européen et du Conseil du 20 mai 1997 concernant la protection des consommateurs en matière de contrats à distance.

La directive a une vocation générale à régir tous les contrats à distance – qu'ils aient été formés via courrier, téléphone, télécopie, ordinateur ou toute autre technique de communication à distance. Destinée à régir exclusivement les relations „business to consumer“, elle a pour but spécifique la protection du consommateur. C'est la raison pour laquelle il a été décidé de reprendre dans le présent projet de loi les dispositions spécifiques de protection du consommateur qui figurent dans la Loi du 14 août 2000 relative au commerce électronique modifiant le code civil, le nouveau code de procédure civile, le code de commerce, le code pénal et transposant la directive 1999/93 relative à un cadre communautaire pour les signatures électroniques, la directive relative à certains aspects juridiques des services de la société de l'information, certaines dispositions de la directive 97/7/CEE concernant la vente à distance des biens et des services autres que les services financiers¹ (ci-après la loi du 14.8.2000). Le but est d'offrir un cadre général et intégré de toutes les mesures spécifiques de protection du consommateur dans ses achats à distance.

Le projet n'a pas d'autre objet et en particulier pas celui de toucher aux régimes spécifiques relatifs à la commercialisation de certains produits dans des secteurs particuliers, notamment celui des médicaments. Ces réglementations s'appliquent cumulativement avec les dispositions du présent projet.

Les dispositions concernant la protection du consommateur lorsqu'il achète des services financiers à distance – figurant dans la loi du 14.8.2000 – ont également été intégrées dans le présent projet de loi afin de ne pas introduire une discrimination entre les différents modes de commercialisation à distance de ces services. Rien ne justifie en effet que le consommateur soit davantage protégé lorsqu'il contracte online que lorsqu'il contracte par téléphone ou par courrier.

La directive 97/7/CE est une directive dite „minimale“, puisqu'elle est assortie d'une clause habilitant les Etats membres à maintenir et même à introduire des dispositions plus strictes que ne le prévoit la directive „pour assurer un niveau de protection plus élevé du consommateur“. Il s'agit ainsi d'une directive „plancher“: un Etat membre peut faire plus, mais il ne peut pas faire moins. Cependant, cette liberté laissée aux Etats membres est une liberté surveillée: l'utilisation, par les Etats membres, de la clause minimale doit se faire dans le respect du Traité et de la jurisprudence communautaire. En effet, „les dispositions maintenues ou prises par les Etats membres qui vont au-delà des exigences minimales fixées sur le plan communautaire demeurent soumises aux interdictions de restrictions aux échanges que prévoit le Traité“². Ainsi, d'éventuelles mesures plus strictes adoptées par un Etat membre ne doivent constituer „ni un moyen de discrimination arbitraire ni une restriction déguisée du commerce entre les Etats membres“, conformément à l'article 28 du Traité.

1. Fondement de la directive: marché intérieur et protection du consommateur

A l'époque où la Commission approuve sa proposition de directive, la traditionnelle vente par correspondance devient, avec l'avènement de nouvelles technologies, la vente à distance. Par là, il faut entendre des ventes où il n'y a jamais une présence simultanée du fournisseur et du consommateur et où la vente ou la prestation de service à distance relève d'un système organisé.

Les nouvelles technologies permettent de toucher de plus en plus de monde, et plus rapidement. Les offres des entreprises se développent considérablement. Une gamme de produits de plus en plus vaste est offerte à distance aux consommateurs. Pour recueillir l'accord des consommateurs à distance, toutes

1 A l'exclusion, bien entendu, de toutes les mesures figurant dans la loi du 14.8.2000 qui s'appliquent à la fois aux relations „business to business“ (B2B) et „business to consumer“ (B2C). Par exemple: l'article 52 de la loi du 14.8.2000 fixe le moment de conclusion du contrat (réception, par voie électronique, de l'accusé de réception). Cette disposition, „taillée sur mesure“ pour les services de la société de l'information, n'est bien entendu pas reprise dans le projet de loi sur la vente à distance qui a vocation à régir toutes les formes de communication à distance. Par ailleurs, en cas de relation B2C, une disposition telle que l'article 5 de la loi du 14.8.2000, qui pose une obligation générale d'information aux destinataires de services de la société de l'information, s'appliquera de manière cumulative avec les obligations spécifiques d'informations du consommateur fixées à l'article 3 du présent projet de loi (l'article 5 de la loi commerce électronique ayant vocation à permettre à tous les destinataires de services de bénéficier d'informations générales).

2 A. Gérard et P. Deboysier, „Le rapprochement des législations“, Titre 1: Théorie générale, Editions PUB-ULB, 1992

les technologies interactives sont utilisées¹. Ce développement pousse les Etats membres à adopter un cadre légal pour ces nouvelles formes de commerce. La Commission veut éviter qu'une multiplication de législations nationales divergentes ne mette en péril le bon fonctionnement du marché intérieur; par la même occasion, elle entend assurer un degré élevé de protection du consommateur.

Il est vrai que la stratégie d'implantation des entreprises de vente à distance sous la forme de filiales² établies dans plusieurs Etats membres engendre, à l'époque où la Commission présente sa proposition, de graves problèmes de segmentation du marché^{3/4}. A l'été 1993, une étude du BEUC (Bureau européen des unions de consommateurs) a montré de manière spectaculaire les entraves fondamentales existant en matière de vente à distance et les différences de prix parfois considérables demandés pour le même produit dans les différents Etats membres⁵.

Ces entraves ne sont pas seulement dommageables aux entreprises: le consommateur a, lui aussi, tout à gagner d'un élargissement de l'offre. Encore faut-il lui assurer une protection adéquate dans un secteur où les „arnaques“ ne sont pas rares. Ainsi, la directive que propose la Commission a un double objectif: assurer le bon fonctionnement du marché intérieur et protéger le consommateur.

2. Risques et avantages pour le consommateur

Deux types de risque peuvent se présenter pour le consommateur lorsqu'il contracte à distance:

- les risques liés au fait même d'acheter un bien ou un service à distance. Il y a risque d'erreur ou de tromperie sur la marchandise: le consommateur peut être déçu à la réception du produit du fait de l'impossibilité d'avoir pu voir, toucher, tester le produit avant de le commander. Le produit peut très bien, par exemple, ne pas correspondre à la description (le consommateur ayant accès uniquement à l'„image“ du produit, ce qui est parfois trompeur). D'où l'importance cruciale des dispositions concernant les informations préalables et le droit de rétractation.
- de manière plus spécifique, les risques liés aux techniques mêmes de la vente à distance qui „accélèrent“, „influencent“ le consentement du consommateur. Les modes de distribution à distance (nouvelles formes de marketing, souvent extrêmement alléchantes) ne sont pas sans danger pour le consommateur, même s'ils restent généralement beaucoup moins agressifs que le démarchage. Ces techniques de ventes, spécifiques à la vente à distance, rendent le consommateur plus vulnérable. De tous les modes de vente à distance, le commerce électronique et la vente par correspondance (sur catalogue) sont parmi les moins intrusifs: le consommateur n'est en effet pas pris au dépourvu et ne subit pas, en direct, les pressions d'un vendeur très motivé, voire agressif. „Le démarchage vient au consommateur alors que le consommateur va à la vente par correspondance“⁶.

Malgré toutes les différences de nature entre les techniques de vente à distance, le législateur européen les a incluses dans la directive, y compris celles que l'on peut considérer comme beaucoup plus

1 Cette tendance se développe de manière exponentielle, notamment avec l'avènement de l'e-commerce: en 1998, le chiffre d'affaires annuel du secteur dans l'UE, cité par l'Association européenne de vente par correspondance et à distance, est de plus de 47 milliards d'euros, et les emplois directs s'élèvent à 150.000 postes permanents (ces chiffres, qui concernent les membres de cette association qui regroupe 2000 entreprises, n'incluent pas certaines entreprises qui effectuent ponctuellement de la vente à distance).

2 Toutefois réservée aux grandes entreprises

3 Voir notamment le considérant No 3 de la directive: il est indispensable „que les consommateurs puissent s'adresser à une entreprise en dehors de leur pays, même si cette dernière dispose d'une filiale dans le pays de résidence du consommateur“.

4 Pour un résumé de la genèse de la directive, voir notamment „Développements européens en matière de vente à distance et de commerce électronique“, de Michel Van Huffel, p. 4 et ss., in Kluwer Rechtswetenschappen België.

5 Cette étude a démontré qu'il était très difficile, voire impossible, de réaliser des opérations transfrontières de vente à distance. Quatre pays avaient été choisis: la Belgique, l'Allemagne, la France et le Royaume-Uni. Depuis ces pays, les consommateurs ont demandé des catalogues auprès de sociétés de vente par correspondance situées dans les trois autres pays. 45 demandes de catalogues ont été effectuées. Seulement 16 catalogues ont été envoyés, et dans 5 cas, le catalogue ne venait pas de la société sollicitée, mais de sa filiale dans le pays de résidence du consommateur (sur 45 demandes, il y a donc eu seulement 11 envois transfrontières de catalogues). La comparaison des catalogues d'entreprises implantées dans plusieurs Etats membres s'est révélée surprenante: des produits identiques sont vendus sous la même enseigne avec des écarts de prix allant jusqu'à 40%. Le consommateur aurait donc intérêt à pouvoir commander là où les prix sont les moins élevés. Ensuite, 34 commandes ont été passées. 9 commandes ont été honorées dont seulement 3 sur base transfrontière! Dans 6 cas, la commande a été transmise à la filiale du pays de résidence du consommateur. *Etude BEUC/293/93 – Octobre 1993*

6 „La directive du 20 mai 1997 relative à la protection des consommateurs en matière de contrats à distance“, étude réalisée par N. Demande, B. Finkbeiner, N. Schulz, V. Vautrin, étudiants du DJCE de Nancy, promotion 1998, p. 4.

„agressives“, ou, du moins, „intrusives“. Ainsi, la directive couvre la vente par téléphone, qui s'apparente davantage à la vente en porte-à-porte¹. En effet, le téléphone est le seul moyen d'obtenir un dialogue réel, à distance, entre le vendeur et le client. C'est aussi le seul média qui provoque sans délai une réponse du destinataire, d'où le risque évident d'abus. La directive couvre également le téléachat, où le téléspectateur se voit proposer „un produit unique, souvent gadgétisé, parce qu'il doit susciter un achat d'impulsion“². Ceci n'est pas le cas dans la vente par correspondance, puisqu'il s'agit généralement d'un „achat réfléchi d'après un catalogue offrant un large choix de produits issus du commerce traditionnel“³.

De manière générale, comme l'explique la Commission dans l'exposé des motifs de sa proposition initiale⁴, „lorsque le courrier était le principal moyen de commande, l'acheminement de la commande prenait plusieurs jours. L'achat par correspondance était un achat longuement médité, et, quand le facteur se présentait pour la livraison, plusieurs semaines s'étaient écoulées. (...) Aujourd'hui, l'achat à distance est beaucoup plus un achat d'impulsion, l'exigence des clients en matière de rapidité est grandissante. Il est bien évident que l'acte d'achat est déclenché par le produit lui-même et sa présentation sur le catalogue“.

Selon l'ULC-Euroguichet, les litiges touchant à la vente à distance sont essentiellement transnationaux, puisque les entreprises de vente à distance sont majoritairement situées en dehors du territoire national⁵ (50% des litiges concernent la Belgique). L'ULC note que la plupart des litiges⁶ ont trait à la vente par correspondance et plus rarement au téléachat. Les principaux problèmes rencontrés concernent le „harcèlement“ du consommateur par des offres multiples et le sérieux des offres. A ces deux problèmes, le projet de loi apporte des solutions puisqu'il limite les possibilités de „harceler“ le consommateur (système opt-in/opt-out), et que les obligations d'identification et d'information à charge du fournisseur sont très strictes.

De manière plus générale, les motifs des plaintes enregistrées par l'Euroguichet dans le domaine de la vente à distance sont les suivants: retards de livraison, non-conformité des articles livrés par rapport à la commande, problèmes de paiement, ventes „par inertie“, défauts. Le domaine des services est très rarement concerné, précise l'Euroguichet (peut-être en raison de la faible proportion – à l'heure actuelle – de contrats à distance portant sur les services).

Au vu de ces éléments, le consommateur est unanimement considéré comme l'élément faible de la relation. Toutefois, le consommateur ne doit pas être vu uniquement comme „victime potentielle“ de la vente à distance: il en est aussi un bénéficiaire.

L'essor de la vente à distance est largement lié à l'évolution de nos modes de vie et à celle de la technologie. Cette forme de vente présente de nombreux avantages pour le consommateur:

- il peut examiner l'offre à son domicile, en toute liberté et en toute sérénité
- il peut comparer les offres
- il peut, souvent, avec les nouveaux moyens de communication, connaître la disponibilité des articles et connaître les délais de livraison
- il bénéficie du droit de retour, sauf cas particuliers
- l'offre qui lui est faite est, la plupart du temps, indépendante de sa situation géographique (d'où un élargissement de l'offre dont le consommateur est bénéficiaire).

1 Le législateur européen a toutefois prévu des dispositions plus strictes pour les techniques les plus „agressives“ ou „intrusives“ ou celles qui engendrent des coûts pour le consommateur (fax).

2 „La directive du 20 mai 1997 relative à la protection des consommateurs en matière de contrats à distance“ étude réalisée par N. Demande, B. Finkbeiner, N. Schulz, V. Vautrin, étudiants du DJCE de Nancy, op. cit. p. 5.

3 ibid.

4 Proposition de directive concernant la protection des consommateurs en matière de contrats négociés à distance, COM (92) 11 du 20 mai 1992, exposé des motifs, p. 6

5 Les sites Internet commerciaux sont toutefois en plein développement à Luxembourg.

6 L'Euroguichet gère environ 300 litiges par an dans ce secteur (toutefois, ce chiffre inclut non seulement la vente à distance, mais aussi le démarchage et les „Kaffeefahrten“).

3. Le droit luxembourgeois

L'arsenal législatif luxembourgeois est peu étoffé dans le domaine des contrats à distance. La seule disposition qui s'applique clairement et exclusivement à la vente par correspondance (une forme de vente à distance parmi d'autres) est l'article 7 de la loi du 25 août 1983 relative à la protection juridique du consommateur qui se borne à prévoir un délai de rétractation pour ce type de contrat et à déterminer sur quelle partie pèse la charge de la preuve.

Certes, on applique aux contrats à distance le droit commun, les dispositions législatives qui régissent la vente en général, qu'elles soient issues du Code civil ou d'autres textes. S'appliquent également à la vente à distance, bien entendu, les législations plus spécifiques comme celle sur la protection juridique des consommateurs, celle sur la concurrence déloyale. Une certaine protection est garantie au consommateur via ces dispositions, mais elle est insuffisante et souvent inadaptée au domaine des contrats à distance. Une légitime sécurité juridique doit être offerte tant aux consommateurs qu'aux entreprises. Une telle initiative est d'autant plus urgente que le recours aux contrats à distance – notamment avec le développement du commerce électronique – est appelé à se développer considérablement.

Plutôt que de combler toutes les lacunes dans la législation en vigueur, les auteurs ont fait le choix de transposer la directive dans un texte unique, dans un souci de cohérence, de transparence vis-à-vis des consommateurs, des fournisseurs et de toutes les parties concernées. De manière générale, transposer cette directive dans une législation nouvelle aura le triple mérite

- de consolider en un seul texte les dispositions luxembourgeoises qui s'appliquent aux contrats à distance;
- d'accroître substantiellement le niveau de protection du consommateur (et partant sa confiance) dans le domaine de la vente à distance en limitant notamment les risques d'arnaque;
- de permettre aux entreprises souhaitant se lancer dans la vente de biens ou de services à distance et souhaitant étendre leurs marchés, de bénéficier d'une sécurité juridique accrue (notamment dans leurs relations transfrontières) et de se développer davantage en bénéficiant de la confiance accrue des consommateurs.

4. Les points essentiels du projet de loi

Ce projet de loi doit considérablement renforcer la protection du consommateur principalement grâce aux dispositions suivantes:

- l'obligation à charge du fournisseur de faire bénéficier le consommateur d'une série d'informations préalables destinées à l'éclairer de la manière la plus large possible non seulement sur son identité, mais également sur les caractéristiques du bien ou du service qu'il lui offre et sur les conditions contractuelles. Le projet de loi va au-delà de ce que prescrit la directive, l'information offerte au consommateur étant de nature à déterminer son consentement (article 3);
- l'introduction d'un système de confirmation des informations qui doit intervenir au plus tard lors de la livraison (article 4);
- l'introduction d'un droit de rétractation de *7 jours* assorti d'une obligation de remboursement immédiate à charge du fournisseur (article 5);
- l'introduction d'un droit de rétractation pour les services financiers (assorti d'une série d'exceptions généralement justifiées par les fluctuations du marché) et une protection spécifique du consommateur en cas d'exercice de ce droit (art. 6);
- la précision selon laquelle en cas de contestation quant au respect des délais, à la transmission d'informations préalables, à la confirmation écrite ou à la date du consentement du consommateur, la charge de la preuve incombe au fournisseur;
- l'interdiction de la vente „par inertie“ (article 8);
- l'introduction d'un système „opt-in“ (principe de l'interdiction sauf consentement préalable du consommateur) pour les techniques de communication les plus intrusives (télécopie, téléphone, automate d'appel) et d'un système „opt-out“ (principe d'autorisation sauf si le consommateur s'y oppose) pour les techniques les moins intrusives. Le projet de loi va au-delà de ce que prescrit la directive puisqu'il interdit l'utilisation du téléphone par le fournisseur („télémarketing“) sauf si le consommateur y a préalablement consenti (article 9).

Il n'a pas été jugé nécessaire de transposer l'article 8 de la directive 97/7, relatif à la protection du consommateur en cas d'utilisation frauduleuse de sa carte de paiement, dans le présent projet de loi. En effet, le consommateur est couvert par les dispositions du titre VII de la loi du 14.8.2000, qui s'applique, de manière générale, à toute utilisation frauduleuse d'instruments de paiements électroniques. En effet, selon l'exposé des motifs de la loi précitée, „bien que les mesures envisagées soient destinées au premier chef aux transactions conclues par voie électronique, il convient d'observer que le champ d'application du texte dépasse largement le cadre du commerce électronique dans la mesure où ces règles ont vocation à s'appliquer à tout type de transaction, dès lors que le mode de paiement utilisé fait appel à une technique électronique“. Le cas d'une utilisation frauduleuse dans le cadre d'une vente à distance „classique“ est donc couvert.

*

COMMENTAIRE DES ARTICLES

Article 1er

Le premier alinéa de cet article définit le contrat à distance: pour qu'il y ait contrat à distance au sens du présent projet, il faut que le fournisseur utilise exclusivement une ou plusieurs techniques de communication à distance jusqu'à la conclusion du contrat, y compris la conclusion du contrat elle-même. Les contrats visés sont donc ceux qui sont exclusivement souscrits à distance: dès qu'il y a présence simultanée du fournisseur et du consommateur, à un quelconque moment de la phase précontractuelle ou de la phase de la conclusion du contrat, le présent texte ne s'applique pas. Ainsi, sont exclus, par exemple, les contrats conclus par télécopie à l'issue d'une visite du fournisseur au domicile du consommateur. En revanche, sont inclus les contrats conclus par téléphone en vue d'une réservation d'hébergement, alors même que le consommateur est appelé à se trouver ultérieurement en présence du fournisseur (s'il s'agit par exemple de l'hôtelier), puisque cette présence simultanée ne devient effective qu'au moment de l'exécution du contrat.

Pour qu'un contrat entre dans le champ d'application de la présente loi, il faut aussi qu'il soit conclu „dans le cadre d'un système de vente ou de prestations de services à distance organisé par le fournisseur“. Sont ainsi exclus les contrats conclus par des fournisseurs qui empruntent ponctuellement – notamment, par exemple, à la demande du consommateur – des méthodes pouvant être considérées comme vente à distance.

Le second alinéa définit la technique de communication à distance comme tout moyen utilisé pour conclure un contrat sans présence simultanée du fournisseur et du consommateur. Volontairement neutre quant à la technique de communication à distance utilisée pour conclure le contrat, la loi s'applique non seulement aux traditionnelles ventes par correspondance, mais également aux contrats on-line, au téléachat, à la vente par téléphone, etc. La définition large et évolutive permettra de viser si nécessaire les moyens nouveaux issus de l'évolution technologique, puisque la liste de techniques citées dans cet article n'est qu'exemplaire.

Ces alinéas sont directement inspirés des alinéas 1er et 4 de l'article 2 de la directive.

Le troisième alinéa reproduit la définition des services financiers contenue dans l'article 49 de la loi du 14.8.2000 relative au commerce électronique.

Le dernier alinéa définit l'opérateur de technique de communication. On retrouve cette définition à l'article 2,5) de la directive.

Article 2

Le premier alinéa du présent article, inspiré de l'article 3 § 1 de la directive, vise à exempter certains contrats de l'ensemble des dispositions de la présente loi. Il a en effet été jugé inadéquat de soumettre certaines catégories de contrats aux exigences de la loi.

- a) contrats conclus par distributeurs automatiques ou locaux commerciaux automatisés: est ici visé, par exemple, l'achat via un distributeur automatique d'un billet de train ou d'un ticket de parking. Il serait en effet totalement inadéquat de soumettre ce type de contrat aux dispositions concernant les informations préalables, la confirmation écrite ou encore le droit de rétractation.
- b) contrats conclus avec les opérateurs de télécommunication du fait de l'utilisation de cabines téléphoniques publiques: sont visées, par exemple, les demandes d'informations payantes effectuées par le consommateur depuis une cabine publique.

- c) contrats conclus pour la construction et la vente de biens immobiliers ou portant sur d'autres droits relatifs à des biens immobiliers, à l'exception de la location: exemption justifiée notamment par le fait que l'intervention du notaire permet de garantir la qualité de la transaction.
- d) contrats conclus lors de ventes aux enchères: l'exemption se justifie notamment eu égard à l'impossibilité pour ce type de transaction d'offrir un droit de rétractation au consommateur qui surenchérit.

Inspiré de l'article 3 § 2 premier tiret de la directive, le second alinéa du présent article vise à exclure des dispositions concernant les informations préalables (art. 3), la confirmation des informations (art. 4), le droit de rétractation (art. 5), le délai d'exécution (art. 6, 1er alinéa) d'une part les contrats conclus par des distributeurs effectuant des tournées fréquentes et régulières, au domicile ou sur le lieu de travail du consommateur (cette exemption couvre par exemple le laitier qui effectue des tournées avec sa camionnette), et d'autre part les contrats de services d'hébergement, de transports, de restauration, de loisirs quand le fournisseur s'engage à fournir les prestations à une date ou période déterminée.

Article 3

Il s'agit d'un article tout à fait fondamental du projet qui doit contribuer de manière significative à une meilleure protection du consommateur par une information préalable aussi complète que possible. Dans un souci de protection accrue et en application de la „clause minimale“, le présent article – inspiré de l'article 4 de la directive – va au-delà de ce que prévoit la législation communautaire sur plusieurs points.

Le premier alinéa prévoit que le consommateur doit bénéficier d'une série d'informations préalables „en temps utile avant la conclusion du contrat“. Volontairement imprécis sur le moment où cette information doit être fournie, le présent article préserve la souplesse nécessaire eu égard aux diverses techniques de communication à distance et à leur évolution – l'important étant que le consommateur bénéficie effectivement d'une telle information, qui doit être fournie de manière claire et compréhensible.

Au a) sont prévus, outre l'identité du fournisseur tel que prévue par la directive, son adresse géographique effective (afin d'éviter les boîtes postales „fantôme“), l'adresse où le consommateur peut présenter ses réclamations (de type „service clientèle“), le numéro de téléphone du fournisseur ainsi que son adresse électronique en cas de commerce électronique. L'idée sous-jacente est de permettre au consommateur d'être actif dans sa relation avec le fournisseur, au lieu d'être „captif“ – ce qui est trop souvent le cas dans la vente à distance où le consommateur n'est parfois pas en mesure de savoir à qui il a réellement affaire. Grâce à ces ajouts par rapport à la directive, le consommateur pourra prendre directement contact avec le fournisseur par téléphone ou par e-mail, par exemple pour lui poser toute question qu'il estimerait utile avant de contracter.

De même, à l'article 3 f) – outre l'existence d'un droit de rétractation tel que prévu par la directive – est exigée l'indication si les frais de renvoi, en cas d'exercice du droit de rétractation, sont à charge du consommateur. Constituent également des exigences supplémentaires par rapport à la directive le fait d'exiger, dès le stade des informations préalables (et non pas au stade ultérieur de la confirmation écrite) que le consommateur soit informé à propos des services après-vente et des garanties commerciales existantes, ainsi que sur les conditions de résiliation du contrat lorsque celui-ci est à durée indéterminée ou d'une durée supérieure à un an.

Le second alinéa, qui transpose l'article 4 § 2 de la directive, laisse le choix des moyens au fournisseur pour transmettre ces informations au consommateur. Cette volontaire souplesse se justifie eu égard à la diversité et à l'évolution des techniques. Il est toutefois impératif que ces informations soient délivrées „de manière claire et compréhensible par tout moyen adapté à la technique de communication à distance utilisée“.

Le troisième alinéa transpose la disposition facultative que l'on trouve à l'article 11 § 3 a) de la directive qui prévoit que „les Etats membres peuvent établir que la preuve de l'existence d'une information préalable (...) peut être à charge du fournisseur“.

Le dernier alinéa quant à lui transpose fidèlement l'article 4 § 3 de la directive qui impose des obligations au fournisseur en cas de communication téléphonique. Rappelons qu'en vertu de l'article 9 du présent projet, un fournisseur ne pourra contacter un consommateur par téléphone que si ce dernier y a consenti (système de l'„opt-in“).

Article 4

Cet article transpose l'article 5 de la directive relatif à la confirmation des informations. Une série d'exigences d'informations supplémentaires prévues par la directive au titre de la confirmation ont été reprises à l'article 3 du présent projet relatif aux informations préalables: le consommateur a donc déjà à sa disposition trois des quatre informations complémentaires prévues au titre de l'article 5 de la directive. C'est pourquoi le présent article ne reprend qu'une seule des exigences d'information complémentaire – à savoir les conditions et modalités d'exercice du droit de rétractation (premier alinéa, in fine).

Pour ce qui est du moment de cette confirmation, le présent article (à l'instar de la directive) opère une distinction en ce qui concerne les biens qui sont livrés à la personne qui commande et les biens qui sont livrés à des tiers (cadeaux, fleurs etc.). Le consommateur qui commande, par exemple, un bouquet de fleurs qui doit parvenir à un tiers dans les deux heures de sa commande ne peut en effet s'attendre à avoir confirmation à si brève échéance. Une telle exception au principe de confirmation est prévue pour ne pas entraver ce type de commerce et permettre le développement de délais de livraison de plus en plus courts.

La notion de support durable n'est pas définie mais il est généralement considéré qu'il y a support durable si le consommateur peut conserver les informations sans procéder lui-même à l'enregistrement. Les informations ne doivent pas forcément être écrites. Ainsi, des informations fournies sur une cassette vidéo sont considérées comme étant fournies sur support durable; en revanche, il n'est pas question de demander au consommateur d'enregistrer lui-même une émission de téléshopping.

Le second alinéa transpose fidèlement l'article 5 § 2 de la directive. Il vise à exempter de l'obligation de confirmation les services dont l'exécution elle-même est réalisée au moyen d'une technique de communication à distance, lorsque ces services sont fournis en une seule fois et que la facturation est effectuée par l'opérateur de techniques de communication. Il s'agit de couvrir, par exemple, les „pay-TV“, „video-on-demand“, certains services on-line ou encore les services d'opérateurs de télécommunications.

Enfin, le dernier alinéa transpose partiellement l'article 11 § 3 a) et est de nature à offrir une protection accrue du consommateur.

Article 5

Cet article transpose l'article 6 de la directive relatif au droit de rétractation.

Afin de réserver un traitement équivalent aux contrats par téléphone, fax, on-line, par correspondance ou autre, l'article 7 de la loi modifié du 25 août 1983, qui prévoit un délai de rétractation spécifique pour la vente par correspondance exclusivement, est abrogé par le dernier alinéa du présent article. Désormais, quel que soit le type de vente à distance, le délai de rétractation ne peut être inférieur à sept jours. Un traitement uniforme pour tous les contrats à distance doit également permettre d'éviter les problèmes liés à la „multimodalité“. Des questions pourraient en effet surgir si les informations préalables sont fournies on-line, que la confirmation intervient par courrier ou par fax et que le contrat est formé par téléphone – ce qui est de plus en plus fréquent.

Lorsque le fournisseur n'a pas rempli ses obligations au titre de l'article 4 – à savoir qu'il n'a pas fourni de confirmation des informations et en tout état de cause qu'il n'a pas informé le consommateur sur les conditions et les modalités d'exercice de son droit de rétractation – le délai de rétractation est de trois mois. Cette sanction est prévue par la directive et doit être transposée. Elle permet au consommateur qui n'aurait pas eu conscience de son droit de rétractation dans le délai – notamment par la faute du fournisseur – de l'exercer par la suite.

Le troisième alinéa transpose partiellement l'article 11 § 3 a) de la directive en faisant peser la charge de la preuve sur le fournisseur en cas de contestation sur la date de réception des biens ou sur la date de conclusion du contrat.

Les exceptions au droit de rétractation, reprises de l'article 6 § 3 de la directive, figurent au quatrième alinéa. Il s'agit des contrats:

- a) de fourniture de services dont l'exécution a commencé avant la fin du délai de rétractation. Cette exception couvre, par exemple, l'achat de logiciels ou CD on-line (c'est-à-dire dont la livraison intervient on-line);
- b) de fourniture de biens ou de services dont le prix est fonction des fluctuations du taux du marché financier. Cette exception peut couvrir, par exemple, l'achat d'or (bijoux);

- c) de fourniture de biens confectionnés selon les spécifications du consommateur ou personnalisés ou qui, du fait de leur nature, ne peuvent être réexpédiés ou sont susceptibles de se détériorer ou de périmer rapidement. Ceci couvre notamment l'achat de chemises sur mesure ou brodées aux initiales du consommateur, ou encore l'achat de bouquets de fleurs;
- d) de fourniture d'enregistrements audio ou vidéo ou de logiciels informatiques descellés par le consommateur. Il s'agit notamment d'éviter que le consommateur ne se rétracte après avoir fait une copie d'une cassette ou d'un logiciel.
- e) de fourniture de journaux, périodiques et de magazines;
- f) de services de paris et de loterie.

Les exceptions figurant au g) et au h) sont reprises du chapitre II du titre V de la loi du 14 août 2000 (chapitre abrogé par l'article 16 du présent projet de loi).

Article 6

Le premier alinéa de cet article constitue une fidèle transposition en droit interne de l'article 6 § 2 de la directive. Le second alinéa est inspiré de l'article 56 de la loi du 14.8.2000 sur le commerce électronique.

Article 7

Cet article transpose l'article 7 de la directive en apportant toutefois une précision supplémentaire qui est la résolution de plein droit du contrat en cas de non-disponibilité du bien. Le présent article ne transpose pas l'article 7 § 3 de la directive qui offre la faculté aux Etats membres de prévoir que le fournisseur, en cas d'indisponibilité d'un bien ou d'un service, puisse fournir un bien ou un service d'une qualité et d'un prix équivalent (bien ou service „de substitution“). Outre le fait que le consommateur n'a rien à gagner d'une telle disposition, cette faculté pourrait inciter certains fournisseurs peu scrupuleux à proposer des produits ou services qu'ils savent indisponibles uniquement pour attirer les consommateurs et ensuite recourir à la faculté de substitution.

Le dernier alinéa transpose partiellement l'article 11 § 3 de la directive qui prévoit que „les Etats membres peuvent établir que la production de la preuve de l'existence (...) du respect des délais peut être à charge du fournisseur“.

Article 8

Cet article, qui s'inspire de l'article 9 de la directive, vise à interdire la „vente par inertie“, c'est-à-dire à mettre fin aux pratiques de type: „sauf avis contraire de votre part, nous considérons que vous êtes d'accord avec notre proposition“. L'interdiction ne couvre pas l'envoi de simples échantillons puisqu'il est précisé que cette interdiction concerne les cas où la fourniture est accompagnée d'une demande de paiement. L'interdiction vise les biens, mais également les services – afin notamment d'éviter les ventes de services „par inertie“ sur Internet.

Le second alinéa vise à clarifier une fois pour toutes que lorsque le consommateur reçoit un produit accompagné d'une facture qu'il n'a pas demandé, il n'a strictement rien à faire: il est dispensé de toute contre-prestation. Il est en effet injustifiable de faire peser une quelconque obligation à un consommateur qui n'a rien commandé. La conservation pure et simple, par le consommateur, du bien ou du service non demandé constitue une sanction adéquate du non-respect par le fournisseur de cette interdiction.

Article 9

Le présent article transpose l'article 10 de la directive 97/7 concernant les „limites à l'utilisation de certaines techniques de communication à distance“.

Le premier alinéa consacre le principe de l'„opt-in“ pour les techniques de communications les plus intrusives que sont l'automate d'appel, la télécopie et le téléphone. Le principe de l'opt-in signifie que l'utilisation de ces techniques à destination des consommateurs est interdite, sauf si ce dernier y a préalablement consenti (par exemple, en remplissant un talon-réponse autorisant le fournisseur à lui faxer ses offres). L'automate d'appel est actuellement très peu utilisé en Europe (sauf en Grande-Bretagne et en Irlande où les consommateurs qui le souhaitent reçoivent chaque semaine les promotions de leur supermarché via un automate d'appel qui leur téléphone).

Le second alinéa de cet article pose le principe de l'„opt-out“ pour les autres techniques de communication à distance. Ce principe est d'ailleurs consacré par la loi du 14 août 2000 sur le commerce électro-

nique qui stipule en son article 48 (2) que „l’envoi de communications commerciales par courrier électronique (...) n’est possible qu’en cas d’absence d’opposition manifeste de sa part“. L’opt-out signifie en effet que le fournisseur peut contacter tout consommateur qui n’aurait pas fait connaître son opposition, par exemple via une liste „opt-out“. A cet égard, la directive 2000/31/CE du 8 juin 2000 relative à certains aspects juridiques des services de la société de l’information (directive dite „commerce électronique“) ainsi que l’article 48 (3) de la loi de 14 août 2000 relative au commerce électronique prévoient la mise en place de listes opt-out où les consommateurs qui ne souhaitent pas recevoir d’e-mail non sollicité peuvent s’inscrire. Le règlement grand-ducal de mise en place de ce registre „opt-out“ est actuellement en cours d’élaboration. En outre, l’article 48 (1) de la Loi „commerce électronique“ prévoit – pour atténuer les éventuels inconvénients – que les communications commerciales non sollicitées par e-mail doivent être identifiées comme telles par le destinataire, dès leur réception (par exemple, par l’apposition, dans l’intitulé du message, de la mention „pub“). Il est ainsi loisible au consommateur d’effacer le message avant de l’ouvrir. Les communications commerciales par e-mail constituent un moyen extrêmement efficace pour les PME dynamiques de se faire connaître, de proposer leurs promotions et leurs produits via de nouveaux circuits de distribution, et ce sans mettre en cause de manière disproportionnée la tranquillité des consommateurs.

Article 10

Le présent article transpose l’article 12 § 1 de la directive et vise à conférer aux dispositions de la présente loi un caractère impératif. Ces règles sont d’ordre public et s’imposent même à l’encontre du choix des parties.

Article 11

Il s’agit ici de transposer l’article 12 § 2 de la directive: le consommateur ne doit pas être privé de la protection accordée par la présente loi du fait du choix du droit d’un pays tiers comme droit applicable au contrat, lorsque ce contrat présente un lien étroit avec le territoire d’un ou de plusieurs Etats membres. Cette disposition est analogue à celle que l’on retrouve dans d’autres textes comme par exemple le projet de loi portant modification de la loi modifiée du 25 août 1983 relative à la protection juridique du consommateur.

Article 12

Le présent article transpose fidèlement l’article 13 de la directive, et vise à clarifier le lien entre la présente loi et les lois spécifiques.

Article 13

Il paraît opportun de prévoir mutatis mutandis l’action en cessation d’après la procédure instituée notamment par la loi modifiée du 26 novembre 1986 réglementant certaines pratiques commerciales et sanctionnant la concurrence déloyale.

Article 14

Les auteurs du présent projet se sont directement inspirés de l’article 23 de la loi modifiée du 26 novembre 1986, précitée.

Article 15

Une sanction pénale paraît un instrument dissuasif pour assurer le respect des articles 9 et 10 du projet.

Quant aux sanctions civiles, le projet en prévoit directement dans certains articles imposant des obligations aux professionnels. En cas d’absence de sanction civile spécifique, le droit commun s’applique, notamment les règles du Code civil qui se rapportent au consentement des parties ou encore celles ayant trait à la responsabilité civile.

Article 16

Cet article abroge le chapitre II du titre V de la loi sur le commerce électronique, qui a trait aux contrats conclus avec les consommateurs. Le présent projet de loi vise en effet à créer une législation cadre protégeant le consommateur dans tous ses achats à distance, quelle que soit la technique de communication à distance.

DIRECTIVE 97/7/CE DU PARLEMENT EUROPEEN ET DU CONSEIL
du 20 mai 1997
concernant la protection des consommateurs en matière
de contrats à distance

LE PARLEMENT EUROPEEN ET LE CONSEIL DE L'UNION EUROPEENNE,

vu le traité instituant la Communauté européenne, et notamment son article 100 A,

vu la proposition de la Commission ⁽¹⁾,

vu l'avis du Comité économique et social ⁽²⁾,

statuant conformément à la procédure prévue à l'article 189 B du traité ⁽³⁾, au vu du projet commun approuvé le 27 novembre 1996 par le comité de conciliation,

(1) considérant qu'il importe, dans le cadre de la réalisation des objectifs du marché intérieur, d'arrêter les mesures destinées à consolider progressivement ce marché;

(2) considérant que la libre circulation des biens et des services concerne non seulement le commerce professionnel mais également les particuliers; qu'elle implique, pour les consommateurs, de pouvoir accéder aux biens et aux services d'un autre Etat membre dans les mêmes conditions que la population de cet Etat;

(3) considérant que la vente transfrontalière à distance peut être l'une des principales manifestations concrètes pour les consommateurs de l'achèvement du marché intérieur, comme cela a été constaté, entre autres, dans la communication de la Commission au Conseil intitulée „Vers un marché unique de la distribution“; qu'il est indispensable, pour le bon fonctionnement du marché intérieur, que les consommateurs puissent s'adresser à une entreprise en dehors de leurs pays, même si cette dernière dispose d'une filiale dans le pays de résidence du consommateur;

(4) considérant que l'introduction de nouvelles technologies entraîne une multiplication des moyens mis à la disposition des consommateurs pour connaître les offres faites partout dans la Communauté et pour passer leurs commandes; que certains Etats membres ont déjà pris des dispositions différentes ou divergentes de protection des consommateurs en matière de vente à distance, avec des incidences négatives sur la concurrence entre les entreprises dans le marché intérieur; qu'il est par conséquent nécessaire d'introduire un minimum de règles communes au niveau communautaire dans ce domaine;

(5) considérant que les points 18 et 19 de l'annexe de la résolution du Conseil, du 14 avril 1975, concernant un programme préliminaire de la Communauté économique européenne pour une politique de protection et d'information des consommateurs ⁽⁴⁾ font ressortir la nécessité de protéger les acheteurs de biens ou de services contre la demande de paiement de marchandises non commandées et les méthodes de vente agressives;

(6) considérant que la communication de la Commission au Conseil intitulée „Nouvelle impulsion pour la politique de protection des consommateurs“, qui a été approuvée par la résolution du Conseil du 23 juin 1986 ⁽⁵⁾, annonce, au point 33, que la Commission présentera des propositions concernant l'utilisation de nouvelles technologies de l'information qui permettent aux consommateurs de passer, depuis leur domicile, des commandes à un fournisseur;

(1) JO No C 156 du 23.6.1992, p. 14.

(2) JO No C 308 du 15.11.1993, p. 18.

(3) Avis du Parlement européen du 26 mai 1993 (JO No C 176 du 28.6.1993, p. 95), position commune du Conseil du 29 juin 1995 (JO No C 288 du 30.10.1995, p. 1) et décision du Parlement européen du 13 décembre 1995 (JO No C 17 du 22.1.1996, p. 51).
Décision du Parlement européen du 16 janvier 1997 et décision du Conseil du 20 janvier 1997.

(4) JO No C 92 du 25.4.1975, p. 1.

(5) JO No C 167 du 5.7.1986, p. 1.

(7) considérant que la résolution du Conseil, du 9 novembre 1989, sur les priorités futures pour la relance de la politique de protection des consommateurs ⁽¹⁾ invite la Commission à consacrer ses efforts en priorité aux domaines visés à l'annexe de ladite résolution; que cette annexe mentionne les nouvelles technologies permettant la vente à distance; que la Commission a donné suite à cette résolution par l'adoption d'un „plan d'action triennal pour la politique de protection des consommateurs dans la Communauté économique européenne (1990-1992)“, et que ce plan prévoit l'adoption d'une directive en la matière;

(8) considérant que l'emploi des langues en matière de contrats à distance relève de la compétence des Etats membres;

(9) considérant que le contrat à distance se caractérise par l'utilisation d'une ou de plusieurs techniques de communication à distance; que ces différentes techniques sont utilisées dans le cadre d'un système organisé de vente ou de prestation de services à distance sans qu'il y ait présence simultanée du fournisseur et du consommateur; que l'évolution permanente de ces techniques ne permet pas d'en dresser une liste exhaustive mais nécessite de définir des principes valables même pour celles qui ne sont encore que peu utilisées;

(10) considérant qu'une même transaction comportant des opérations successives ou une série d'opérations distinctes à exécution échelonnée peut donner lieu à des descriptions juridiques différentes selon le droit des Etats membres; que les dispositions de la présente directive ne peuvent être appliquées différemment selon le droit des Etats membres, sous réserve de leur recours à l'article 14; que, à cette fin, il y a lieu de considérer qu'il doit y avoir au moins conformité avec les dispositions de la présente directive à la date de la première d'une série d'opérations successives ou de la première d'une série d'opérations distinctes à exécution échelonnée pouvant être considérées comme formant un tout, indépendamment du fait que cette opération ou cette série d'opérations fasse l'objet d'un seul contrat ou de plusieurs contrats successifs distincts;

(11) considérant que l'utilisation de techniques de communication à distance ne doit pas conduire à une diminution de l'information fournie au consommateur; qu'il convient donc de déterminer les informations qui doivent être obligatoirement transmises au consommateur, quelle que soit la technique de communication utilisée; que l'information transmise doit en outre être faite en conformité avec les autres règles communautaires pertinentes, et en particulier avec celles de la directive 84/450/CEE du Conseil, du 10 septembre 1984, relative au rapprochement des dispositions législatives, réglementaires et administratives des Etats membres en matière de publicité trompeuse ⁽²⁾; que, si des exceptions sont apportées à l'obligation de fournir des informations, il appartient au consommateur, de façon discrétionnaire, de demander certaines informations de base telles que l'identité du fournisseur, les caractéristiques essentielles des marchandises ou des services et leurs prix;

(12) considérant que, dans le cas d'une communication par téléphone, il convient que le consommateur reçoive suffisamment d'informations au début de la conversation afin de décider s'il continue ou non celle-ci;

(13) considérant que l'information diffusée par certaines technologies électroniques a souvent un caractère éphémère dans la mesure où elle n'est pas reçue sur un support durable; qu'il est nécessaire que le consommateur reçoive par écrit, en temps utile, des informations nécessaires à la bonne exécution du contrat;

(14) considérant que le consommateur n'a pas la possibilité *in concreto* de voir le produit ou de prendre connaissance des caractéristiques du service avant la conclusion du contrat; qu'il convient de prévoir un droit de rétractation, sauf disposition contraire dans la présente directive; que, pour que ce droit ne reste pas de pure forme, les éventuels frais supportés par le consommateur lorsqu'il exerce son droit de rétractation doivent être limités aux frais directs de renvoi des marchandises; que ce droit de

(1) JO No C 294 du 22.11.1989, p. 1.

(2) JO No L 250 du 19.9.1984, p. 17.

rétractation ne doit pas préjuger de l'application des droits dont le consommateur bénéficie en vertu de sa législation nationale, notamment en ce qui concerne la réception de produits endommagés, de services défectueux ou de produits ou services qui ne correspondent pas à la description qui en est faite dans l'offre; qu'il appartient aux Etats membres de déterminer les autres conditions et modalités consécutives à l'exercice du droit de rétractation;

(15) considérant qu'il est également nécessaire de prévoir un délai d'exécution du contrat si celui-ci n'a pas été défini lors de la commande;

(16) considérant que la technique promotionnelle consistant à envoyer un produit ou à fournir un service à titre onéreux au consommateur sans demande préalable ou accord explicite de sa part, pour autant qu'il ne s'agisse pas d'une fourniture de remplacement, ne peut être admise;

(17) considérant les principes établis par les articles 8 et 10 de la convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales du 4 novembre 1950; qu'il y a lieu de reconnaître au consommateur un droit à la protection de la vie privée, notamment en ce qui concerne la tranquillité à l'égard de certaines techniques de communication particulièrement envahissantes; que, en conséquence, il y a lieu de préciser les limites spécifiques à l'usage de pareilles techniques; que les Etats membres devraient prendre les mesures nécessaires pour protéger efficacement contre le démarchage les consommateurs qui auront fait savoir qu'ils ne souhaitent pas être démarchés par certains moyens de communication, sans préjudice des sauvegardes particulières dont dispose le consommateur dans le cadre de la législation communautaire relative à la protection des données personnelles et de la vie privée;

(18) considérant qu'il est important que les règles de base contraignantes contenues dans la présente directive soient complétées, le cas échéant, par des dispositions volontaires des professionnels concernés, conformément à la recommandation 92/295/CEE de la Commission, du 7 avril 1992, concernant des codes de conduite pour la protection des consommateurs en matière de contrats négociés à distance ⁽¹⁾;

(19) considérant qu'il est important, dans l'intérêt d'une protection optimale du consommateur, que celui-ci soit informé de façon satisfaisante sur les dispositions de la présente directive ainsi que sur les codes de pratique qui peuvent exister dans ce domaine;

(20) considérant que le non-respect des dispositions de la présente directive peut porter préjudice aux consommateurs mais aussi aux concurrents; que l'on peut donc prévoir des dispositions permettant à des organismes publics ou à leur représentant, ou à des organisations de consommateurs ayant, selon la législation nationale, un intérêt légitime à protéger les consommateurs, ou à des organisations professionnelles ayant un intérêt légitime à agir, de veiller à son application;

(21) considérant qu'il est important pour la protection des consommateurs de traiter, dès que possible, la question des plaintes transfrontalières; que la Commission a publié, le 14 février 1996, un plan d'action sur l'accès des consommateurs à la justice et le règlement des litiges de consommation dans le marché intérieur; que ce plan comporte des initiatives spécifiques visant à promouvoir les procédures extrajudiciaires; que des critères objectifs (annexe II) sont établis pour garantir la fiabilité de ces procédures et qu'il est prévu d'utiliser des formules de plainte standardisées (annexe III);

(22) considérant que, dans l'utilisation des nouvelles technologies, le consommateur n'a pas la maîtrise de la technique; qu'il est donc nécessaire de prévoir que la charge de la preuve peut incomber au fournisseur;

(23) considérant qu'il existe le risque, dans certains cas, de priver le consommateur de la protection accordée par la présente directive en désignant le droit d'un pays tiers comme droit applicable au contrat; que, en conséquence, il convient de prévoir dans la présente directive des dispositions visant à éviter ce risque;

(1) JO No L 156 du 10.6.1992, p. 21.

(24) considérant qu'un Etat membre peut interdire, pour des raisons d'intérêt général, la commercialisation de certains produits et services sur son territoire par voie de contrat à distance; que cette interdiction doit se faire dans le respect des règles communautaires; que de telles interdictions sont déjà prévues, notamment en matière de médicaments par la directive 89/552/CEE du Conseil, du 3 octobre 1989, visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des Etats membres relatives à l'exercice d'activités de radiodiffusion télévisuelle ⁽¹⁾ et par la directive 92/28/CEE du Conseil, du 31 mars 1992, concernant la publicité faite à l'égard des médicaments à usage humain ⁽²⁾,

ONT ARRETE LA PRESENTE DIRECTIVE:

Article premier

Objet

La présente directive a pour objet de rapprocher les dispositions législatives, réglementaires et administratives des Etats membres concernant les contrats à distance entre consommateur et fournisseur.

Article 2

Définitions

Aux fins de la présente directive, on entend par:

- 1) „contrat à distance“: tout contrat concernant des biens ou services conclu entre un fournisseur et un consommateur dans le cadre d'un système de vente ou de prestations de services à distance organisé par le fournisseur, qui, pour ce contrat, utilise exclusivement une ou plusieurs techniques de communication à distance jusqu'à la conclusion du contrat, y compris la conclusion du contrat elle-même;
- 2) „consommateur“: toute personne physique qui, dans les contrats relevant de la présente directive, agit à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité professionnelle;
- 3) „fournisseur“: toute personne physique ou morale qui, dans les contrats relevant de la présente directive, agit dans le cadre de son activité professionnelle;
- 4) „technique de communication à distance“: tout moyen qui, sans présence physique ou simultanée du fournisseur et du consommateur, peut être utilisé pour la conclusion du contrat entre ces parties. Une liste indicative des techniques visées par la présente directive figure à l'annexe I;
- 5) „opérateur de technique de communication“: toute personne physique ou morale, publique ou privée, dont l'activité professionnelle consiste à mettre à la disposition des fournisseurs une ou plusieurs techniques de communication à distance.

Article 3

Exemptions

1. La présente directive ne s'applique pas aux contrats:
 - portant sur les services financiers dont une liste non exhaustive figure à l'annexe II,
 - conclus par le moyen de distributeurs automatiques ou de locaux commerciaux automatisés,
 - conclus avec les opérateurs de télécommunications du fait de l'utilisation des cabines téléphoniques publiques;
 - conclus pour la construction et la vente des biens immobiliers ou portent sur d'autres droits relatifs à des biens immobiliers, à l'exception de la location,
 - conclus lors d'une vente aux enchères.

(1) JO No L 298 du 17.10.1989, p. 23.

(2) JO No L 113 du 30.4.1992, p. 13.

2. Les articles 4, 5, 6 et l'article 7 paragraphe 1 ne s'appliquent pas:
- aux contrats de fourniture de denrées alimentaires, de boissons ou d'autres biens ménagers de consommation courante fournis au domicile d'un consommateur, à sa résidence ou à son lieu de travail par des distributeurs effectuant des tournées fréquentes et régulières,
 - aux contrats de fourniture de services d'hébergement, de transports, de restauration, de loisirs, lorsque le fournisseur s'engage, lors de la conclusion du contrat, à fournir ces prestations à une date déterminée ou à une période spécifiée; exceptionnellement, dans le cas d'activités de loisirs en plein air, le fournisseur peut se réserver le droit de ne pas appliquer l'article 7 paragraphe 2 dans des circonstances spécifiques.

Article 4

Informations préalables

1. En temps utile avant la conclusion de tout contrat à distance, le consommateur doit bénéficier des informations suivantes:
- a) identité du fournisseur et, dans le cas de contrats nécessitant un paiement anticipé, son adresse;
 - b) caractéristiques essentielles du bien ou du service;
 - c) prix du bien ou du service, toutes taxes comprises;
 - d) frais de livraison, le cas échéant;
 - e) modalités de paiement, de livraison ou d'exécution;
 - f) existence d'un droit de rétractation, sauf dans les cas visés à l'article 6 paragraphe 3;
 - g) coût de l'utilisation de la technique de communication à distance, lorsqu'il est calculé sur une base autre que le tarif de base;
 - h) durée de validité de l'offre ou du prix;
 - i) le cas échéant, durée minimale du contrat dans le cas de contrats portant sur la fourniture durable ou périodique d'un bien ou d'un service.

2. Les informations visées au paragraphe 1, dont le but commercial doit apparaître sans équivoque, doivent être fournies de manière claire et compréhensible par tout moyen adapté à la technique de communication à distance utilisée, dans le respect, notamment, des principes de loyauté en matière de transactions commerciales et des principes qui régissent la protection des personnes frappées d'incapacité juridique selon leur législation nationale, telles que les mineurs.

3. En outre, dans le cas de communications téléphoniques, le fournisseur indique explicitement au début de toute conversation avec le consommateur son identité et le but commercial de l'appel.

Article 5

Confirmation écrite des informations

1. Le consommateur doit recevoir, par écrit ou sur un autre support durable à sa disposition et auquel il a accès, confirmation des informations mentionnées à l'article 4 paragraphe 1 points a) à f), en temps utile lors de l'exécution du contrat et au plus tard au moment de la livraison en ce qui concerne les biens non destinés à la livraison à des tiers, à moins que ces informations n'aient déjà été fournies au consommateur préalablement à la conclusion du contrat par écrit ou sur un autre support durable à sa disposition et auquel il a accès.

En tout état de cause, doivent être fournies:

- une information écrite sur les conditions et les modalités d'exercice du droit de rétractation au sens de l'article 6, y compris les cas visés à l'article 6 paragraphe 3 premier tiret,
- l'adresse géographique de l'établissement du fournisseur où le consommateur peut présenter ses réclamations,
- les informations relatives aux services après-vente et aux garanties commerciales existants,
- les conditions de résiliation du contrat lorsque celui-ci est à durée indéterminée ou d'une durée supérieure à un an.

2. Le paragraphe 1 ne s'applique pas aux services dont l'exécution elle-même est réalisée au moyen d'une technique de communication à distance, lorsque ces services sont fournis en une seule fois, et dont la facturation est effectuée par l'opérateur de la technique de communication. Néanmoins, le consommateur doit en tout cas pouvoir avoir connaissance de l'adresse géographique de l'établissement du fournisseur où le consommateur peut présenter ses réclamations.

Article 6

Droit de rétractation

1. Pour tout contrat à distance, le consommateur dispose d'un délai d'au moins sept jours ouvrables pour se rétracter sans pénalités et sans indication du motif. 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.

Pour l'exercice de ce droit, le délai court:

- pour les biens, à compter du jour de leur réception par le consommateur lorsque les obligations visées à l'article 5 ont été remplies,
- pour les services, à compter du jour de la conclusion du contrat ou à partir du jour où les obligations prévues à l'article 5 ont été remplies si elles sont remplies après la conclusion du contrat, à condition que le délai n'excède pas le délai de trois mois indiqué à l'alinéa suivant.

Au cas où le fournisseur n'a pas rempli les obligations visées à l'article 5, le délai est de trois mois. Ce délai court:

- pour les biens, à compter du jour de leur réception par le consommateur,
- pour les services, à compter du jour de la conclusion du contrat.

Si, dans ce délai de trois mois, les informations visées à l'article 5 sont fournies, le délai de sept jours ouvrables indiqué au premier alinéa commence à courir dès ce moment.

2. Lorsque le droit de rétractation est exercé par le consommateur conformément au présent article, le fournisseur est tenu au remboursement des sommes versées par le consommateur, sans frais. 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. Ce remboursement doit être effectué dans les meilleurs délais et, en tout cas, dans les trente jours.

3. Sauf si les parties en ont convenu autrement, le consommateur ne peut exercer le droit de rétractation prévu au paragraphe 1 pour les contrats:

- de fourniture de services dont l'exécution a commencé, avec l'accord du consommateur, avant la fin du délai de sept jours ouvrables prévu au paragraphe 1,
- de fourniture de biens ou de services dont le prix est fonction de fluctuations des taux du marché financier, que le fournisseur n'est pas en état de contrôle,
- de fourniture de biens confectionnés selon les spécifications du consommateur ou nettement personnalisés ou qui, du fait de leur nature, ne peuvent être réexpédiés ou sont susceptibles de se détériorer ou de se périmérer rapidement,
- de fourniture d'enregistrements audio ou vidéo ou de logiciels informatiques descellés par le consommateur,
- de fourniture de journaux, de périodiques et de magazines,
- de services de paris et de loteries.

4. Les Etats membres prévoient dans leur législation que:

- si le prix d'un bien ou d'un service est entièrement ou partiellement couvert par un crédit accordé par le fournisseur
ou
- si ce prix est entièrement ou partiellement couvert par un crédit accordé au consommateur par un tiers sur la base d'un accord conclu entre le tiers et le fournisseur,

le contrat de crédit est résilié, sans pénalité, lorsque le consommateur exerce son droit de rétractation conformément au paragraphe 1.

Les Etats membres déterminent les modalités de la résiliation du contrat de crédit.

Article 7

Exécution

1. Sauf si les parties en ont convenu autrement, le fournisseur doit exécuter la commande au plus tard dans un délai de trente jours à compter du jour suivant celui où le consommateur a transmis sa commande au fournisseur.
2. En cas de défaut d'exécution du contrat par un fournisseur résultant de l'indisponibilité du bien ou du service commandé, le consommateur doit être informé de cette indisponibilité et doit pouvoir être remboursé dans les meilleurs délais et, en tout cas, dans les trente jours, des sommes qu'il a, le cas échéant, versées en paiement.
3. Néanmoins, les Etats membres peuvent prévoir que le fournisseur peut fournir au consommateur un bien ou un service d'une qualité et d'un prix équivalents si la possibilité en a été prévue préalablement à la conclusion du contrat, ou dans le contrat. Le consommateur est informé de cette possibilité de manière claire et compréhensible. Les frais de retour consécutifs à l'exercice du droit de rétractation sont, dans ce cas, à la charge du fournisseur et le consommateur doit en être informé. Dans de tels cas, la fourniture d'un bien ou d'un service ne peut être assimilée à une fourniture non demandée au sens de l'article 9.

Article 8

Paiement par carte

Les Etats membres veillent à ce que des mesures appropriées existent pour le consommateur:

- puisse demander l'annulation d'un paiement en cas d'utilisation frauduleuse de sa carte de paiement dans le cadre de contrats à distance couverts par la présente directive,
- en cas d'utilisation frauduleuse, soit recredité des sommes versées en paiement ou se les voie restituées.

Article 9

Fourniture non demandée

Les Etats membres prennent les mesures nécessaires pour:

- interdire la fourniture de biens ou de services à un consommateur sans commande préalable de celui-ci, lorsque cette fourniture comporte une demande de paiement,
- dispenser le consommateur de toute contre-prestation en cas de fourniture non demandée, l'absence de réponse ne valant pas consentement.

Article 10

Limites à l'utilisation de certaines techniques de communication à distance

1. L'utilisation par un fournisseur des techniques suivantes nécessite le consentement préalable du consommateur:
 - système automatisé d'appel sans intervention humaine (automate d'appel),
 - télécopieur.
2. Les Etats membres veillent à ce que les techniques de communication à distance, autres que celles visées au paragraphe 1, lorsqu'elles permettent une communication individuelle, ne puissent être utilisées qu'en l'absence d'opposition manifeste du consommateur.

*Article 11****Recours judiciaire ou administratif***

1. Les Etats membres veillent à ce qu'il existe des moyens adéquats et efficaces pour faire respecter les dispositions de la présente directive dans l'intérêt des consommateurs.
2. Les moyens visés au paragraphe 1 comprennent des dispositions permettant à l'un ou plusieurs des organismes suivants, tels que déterminés par la législation nationale, de saisir selon le droit national les tribunaux ou les organismes administratifs compétents pour faire appliquer les dispositions nationales destinées à la mise en oeuvre de la présente directive.
 - a) les organismes publics ou leurs représentants;
 - b) les organisations de consommateurs ayant un intérêt légitime à protéger les consommateurs;
 - c) les organisations professionnelles ayant un intérêt légitime à agir.
3.
 - a) Les Etats membres peuvent établir que la production de la preuve de l'existence d'une information préalable, d'une confirmation écrite ou du respect des délais et du consentement du consommateur peut être à la charge du fournisseur.
 - b) Les Etats membres prennent les mesures nécessaires pour que les fournisseurs, ainsi que les opérateurs de techniques de communication lorsqu'ils sont en mesure de le faire, mettent fin aux pratiques non conformes aux dispositions prises en application de la présente directive.
4. Les Etats membres peuvent prévoir que le contrôle volontaire du respect des dispositions de la présente directive confié à des organismes autonomes et le recours à de tels organismes pour la solution de litiges s'ajoutent aux moyens que les Etats membres doivent prévoir pour assurer le respect des dispositions de la présente directive.

*Article 12****Caractère contraignant des dispositions***

1. Le consommateur ne peut renoncer aux droits qui lui sont conférés en vertu de la transposition en droit national de la présente directive.
2. Les Etats membres prennent les mesures nécessaires pour que le consommateur ne soit pas privé de la protection accordée par la présente directive du fait du choix du droit d'un pays tiers comme droit applicable au contrat, lorsque le contrat présente un lien étroit avec le territoire d'un ou de plusieurs des Etats membres.

*Article 13****Règles communautaires***

1. Les dispositions de la présente directive s'appliquent pour autant qu'il n'existe pas, dans le cadre de réglementations communautaires, des dispositions particulières qui régissent certains types de contrats à distance dans leur globalité.
2. Lorsqu'une réglementation communautaire spécifique contient des dispositions qui ne régissent que certains aspects de la fourniture de biens ou de services, ces dispositions s'appliquent, de préférence aux dispositions de la présente directive, à ces aspects précis des contrats à distance.

*Article 14****Clause minimale***

Les Etats membres peuvent adopter ou maintenir, dans le domaine régi par la présente directive, des dispositions plus strictes compatibles avec le traité, pour assurer un niveau de protection plus élevé au consommateur. Ces dispositions comprennent, le cas échéant, l'interdiction, pour des raisons d'intérêt général, de la commercialisation sur leur territoire par voie de contrats à distance de certains biens ou services, notamment des médicaments, dans le respect du traité.

Article 15

Mise en oeuvre

1. Les Etats membres mettent en vigueur les dispositions législatives, réglementaires et administratives nécessaires pour se conformer à la présente directive au plus tard trois ans après son entrée en vigueur. Ils en informent immédiatement la Commission.
2. Lorsque les Etats membres adoptent les dispositions visées au paragraphe 1, 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 Etats membres.
3. Les Etats membres communiquent à la Commission le texte des dispositions de droit interne qu'ils adoptent dans le domaine régi par la présente directive.
4. Au plus tard quatre ans après l'entrée en vigueur de la présente directive, la Commission présente au Parlement européen et au Conseil un rapport sur l'application de la présente directive, accompagné, le cas échéant, d'une proposition de révision de la présente directive.

Article 16

Information du consommateur

Les Etats membres prennent les mesures appropriées pour informer le consommateur sur la législation nationale transposant la présente directive et incite, le cas échéant, les organisations professionnelles à informer les consommateurs sur leurs codes de pratique.

Article 17

Systèmes de réclamations

La Commission étudie la possibilité de mettre en place des moyens efficaces pour traiter les réclamations des consommateurs en matière de ventes à distance. Dans les deux ans suivant l'entrée en vigueur de la présente directive, la Commission soumet un rapport au Parlement européen et au Conseil sur les résultats des études réalisées, en l'accompagnant, le cas échéant, des propositions appropriées.

Article 18

La présente directive entre en vigueur le jour de sa publication au *Journal officiel des Communautés européennes*.

Article 19

Les Etats membres sont destinataires de la présente directive.

FAIT à Bruxelles, le 20 mai 1997.

Par le Parlement européen,
Le Président,
J. M. GIL-ROBLES

Par le Conseil,
Le Président,
J. VAN AARTSEN

ANNEXE I

Techniques de communication visées à l'article 2 point 4

- Imprimé non adressé
- Imprimé adressé
- Lettre standardisée
- Publicité presse avec bon de commande
- Catalogue
- Téléphone avec intervention humaine
- Téléphone sans intervention humaine (automate d'appel, audiotexte)
- Radio
- Visiophone (téléphone avec image)
- Vidéotexte (micro-ordinateur, écran de télévision) avec clavier ou écran tactile
- Courrier électronique
- Télécopieur
- Télévision (téléachat, télévente).

*

ANNEXE II

Services financiers visés à l'article 3 paragraphe 1

- Services d'investissement
- Opérations d'assurance et de réassurance
- Services bancaires
- Opérations ayant trait aux fonds de pensions
- Services visant des opérations à terme ou en option.

Ces services comprennent en particulier:

- les services d'investissement visés à l'annexe de la directive 93/22/CEE ⁽¹⁾, les services d'entreprises d'investissements collectifs,
- les services relevant des activités bénéficiant de la reconnaissance mutuelle et visés à l'annexe de la directive 89/646/CEE ⁽²⁾,
- les opérations relevant des activités d'assurance et de réassurance visées:
 - à l'article 1er de la directive 73/239/CEE ⁽³⁾,
 - à l'annexe de la directive 79/267/CEE ⁽⁴⁾,
 - par la directive 64/225/CEE ⁽⁵⁾,
 - par les directives 92/49/CEE ⁽⁶⁾ et 92/96/CEE ⁽⁷⁾.

*

(1) JO No L 141 du 11.6.1993, p. 27.

(2) JO No L 386 du 30.12.1989, p. 1. Directive modifiée par la directive 92/30/CEE (JO No L 110 du 28.4.1992, p. 52).

(3) JO No L 228 du 16.8.1973, p. 3. Directive modifiée en dernier lieu par la directive 92/49/CEE (JO No L 228 du 11.8.1992, p. 1).

(4) JO No L 63 du 13.3.1979, p. 1. Directive modifiée en dernier lieu par la directive 90/619/CEE (JO No L 330 du 29.11.1990, p. 50).

(5) JO No 56 du 4.4.1964, p. 878/64. Directive modifiée par l'acte d'adhésion de 1973.

(6) JO No L 228 du 11.8.1992, p. 1.

(7) JO No L 360 du 9.12.1992, p. 1.

**Déclaration du Conseil et du Parlement européen
sur l'article 6 paragraphe 1**

Le Conseil et le Parlement européen notent que la Commission examinera la possibilité et l'opportunité d'harmoniser la méthode de calcul du délai de réflexion dans le cadre de la législation existante en matière de protection des consommateurs, notamment la directive 85/577/CEE, du 20 décembre 1985, concernant la protection des consommateurs dans le cas de contrats négociés en dehors des établissements commerciaux (démarchage à domicile) (1).

*

Déclaration de la Commission sur l'article 3 paragraphe 1 premier tiret

La Commission reconnaît l'importance que revêt la protection des consommateurs en matière de contrats à distance portant sur les services financiers et elle a d'ailleurs publié un livre vert intitulé „Services financiers: répondre aux attentes des consommateurs“. A la lumière des réactions que suscitera le livre vert, la Commission examinera les moyens d'intégrer la protection des consommateurs dans la politique ayant trait aux services financiers et les éventuelles incidences législatives et, au besoin, présentera des propositions appropriées.

(1) JO No L 372 du 31.12.1985, p. 31.

