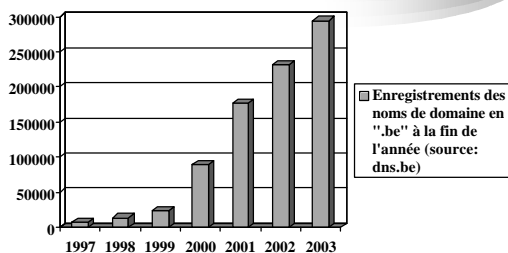


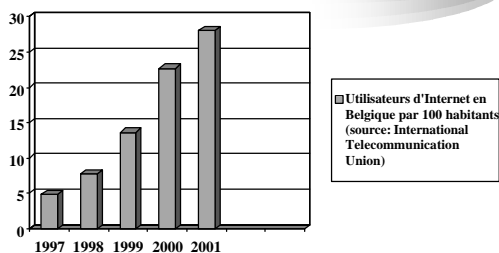
1. Loi du 11.03.2003 sur certains aspects juridiques des services de la société de l'information (M.B. du 17.03.2003)
 2. Loi du 11.03.2003 sur certains aspects juridiques des services de la société de l'information visés à l'article 77 de la Constitution (M.B. du 17.03.2003)
 - Transposition de la directive européenne 2000/31/CE du 08.06.2000

Michel LEFEBVRE
 Inspecteur-Directeur ff
 avec la collaboration de Cécile COPPIN, Inspecteur
 SPF Économie, P.M.E., Classes Moyennes et Énergie
 Direction générale du Contrôle et de la Médiation (DGC/M)
 1er avril 2004

Quelques chiffres



Quelques chiffres



Quelques chiffres

Les achats en ligne (actuellement 1 à 2 % selon la Commission européenne) pourraient représenter jusqu'à 15 % du commerce de détail d'ici à 2012 si :

- le droit sécurise les utilisateurs
- les moyens de sécurisation des paiements sont efficaces
- si la confiance règne et les mentalités s'adaptent

Situation factuelle

Craintes des consommateurs

- prix jugés encore trop élevés
- besoin de toucher et de voir les produits
- manque de transparence: ignorance de la personne à qui s'adresser en cas de problème
- réticence à payer en ligne
- crainte que la commande ne sera pas honorée

Solution

Améliorer la confiance des consommateurs par:

- la création de normes juridiques ou la promotion de l'autorégulation
- le contrôle de la bonne application de la réglementation économique

Ratio legis

- Renforcer la confiance des utilisateurs vis-à-vis des services prestés à distance par voie électronique (loyauté, information et transparence dans les pratiques qui se développent sur les réseaux)
- Contribuer au bon fonctionnement du marché intérieur en assurant la libre circulation des services de la société de l'information

Situation avant la nouvelle réglementation

- La loi belge était d'application chaque fois que le site était susceptible de viser, entre autres, un consommateur belge
- Contrôle de l'application des dispositions de la loi du 14.07.1991 (spécialement section « contrats à distance »)

Situation actuelle

Contrôle plus restreint au niveau des prestataires en fonction de leur établissement: la DGCM ne peut plus exiger d'un prestataire de l'U.E. qu'il respecte la réglementation belge, sauf s'il dirige **spécifiquement** ses activités (excepté en matière d'exécution d'un contrat de transport) vers les consommateurs belges.

Conseil: Si le prestataire est établi dans un autre État de l'U.E., prendre contact avec l'autorité compétente de l'État d'origine.

Situation actuelle

Contrôle plus étendu vu la superposition de nouvelles exigences légales spécifiques aux services de la société de l'information qui restent régis par les règles communes des contrats à distance traditionnels (loi du 14.07.1991 + loi du 11.03.2003)

Définition

Constitue un service 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 du service »

Définition

Service

Toute activité, à l'exclusion de celles qui sont accomplies par l'État dans le cadre de sa mission (par exemple site du SPF Économie)

Définition

« presté normalement contre rémunération »

Le service doit être fourni moyennant une contrepartie économique. Sont donc visés par la loi:

- les services payants (commerce électronique)
- les services gratuits pour le destinataire, mais dont le financement est assuré par la publicité (bannières)

Définition

« à distance »

Le service est fourni sans que les parties soient simultanément présentes

Définition

« par voie électronique »

- fourniture d'accès à l'Internet (par accès traditionnel: n° géographique, ou par PC dialer: n° 090X ou satellite), courrier électronique (y compris sms), forums de discussion, hébergement d'informations, sites de commerce électronique, divertissements en ligne, visites virtuelles de musées, rechargement de carte Proton...

Sont donc exclus de l'application de la loi: les services fournis par téléphonie vocale: téléphones roses, consultation de professionnels (avocat, médecin,...), marketing direct

Définition

« à la demande individuelle d'un destinataire de services »

Ne sont donc pas visés par la loi les services fournis par l'envoi de données sans appel individuel et destinés à la réception simultanée d'un nombre illimité de destinataires (radio, télévision, télétexte)

Champ d'application de la loi

- La loi s'applique à tous les services de la société de l'information, sauf dans les domaines suivants:
 - fiscalité
 - protection de la vie privée
 - droit de la concurrence (ententes)
 - activités des notaires relatives à l'exercice de l'autorité publique
 - activités des avocats devant les tribunaux
 - activités de jeux d'argent (loteries, casinos virtuels,...)

Champ d'application de la loi

- La protection légale n'est pas limitée aux seuls consommateurs, mais s'étend à tout utilisateur (B2C & B2B)
- La loi impose des obligations d'informations et de transparence non seulement dans le chef des vendeurs, mais aussi de tout prestataire de services rémunérés, en ce compris les titulaires de professions libérales, qui sont néanmoins exclus du contrôle de E7 et qui relèvent directement des autorités judiciaires en cas d'infraction.

Conseil: Pour savoir si le prestataire est indépendant ou non: consulter la Banque Carrefour des Entreprises et vérifier si l'entreprise contrôlée y est enregistrée comme entreprise

Clause de marché intérieur

Principe

La libre circulation, sur le territoire belge, des services de la société de l'information fournis par un prestataire établi dans un autre État membre de l'U.E. ne peut être restreinte en raison des exigences applicables en Belgique.

Clause de marché intérieur

Corollaire

Pour garantir le bon fonctionnement du marché intérieur, la Belgique (à l'instar des autres États membres qui ont transposé la directive) doit s'assurer que les prestataires établis en Belgique respectent scrupuleusement la réglementation belge

! importance du rôle de la DGCM

Clause de marché intérieur

! Attention: .BE

Ce n'est pas un critère d'établissement en Belgique (n'importe qui peut acheter un «.be»). Il faut se baser sur des critères qualitatifs de l'effectivité et de la stabilité économique.

Conseil: vérifier l'adresse géographique des prestataires via les serveurs de noms de domaine:

<http://www.dns.be> (suffixe .be)

<http://www.iana.org/cctld/cctld-whois.htm> (suffixe national)

<http://whois.perl-gratuit.com> (suffixe .com .net .biz,...)

Clause de marché intérieur

Exceptions

La législation belge peut s'appliquer même en cas d'établissement du prestataire dans un autre État membre de l'U.E.:

1. lorsque l'ordre public, la protection de la santé publique, la sécurité publique ou la protection des consommateurs est menacé (voir procédure prévue par la 2ème loi du 11.03.2003)
2. en matière d'assurances, lorsque le risque assuré est situé en Belgique ou lorsque le prestataire possède une succursale en Belgique
3. en matière de publicité pour la commercialisation des parts des organismes de placement collectif en valeurs mobilières, lorsque la commercialisation a lieu en Belgique

Clause de marché intérieur

Exceptions

4. en cas de choix, par les parties contractantes, du droit belge applicable à leur contrat
5. en matière d'obligations contractuelles dans les contrats conclus avec les consommateurs belges, lorsque ceux-ci ont été incités spécialement à conclure tout contrat autre qu'un contrat de transport (ex: information sur l'Internet via un n° 090X)
6. en matière de droits d'auteur et de droits voisins, dans les cas visés par les directives relatives à ces matières (87/54/CEE et 96/9/CE)

Clause de marché intérieur

Exceptions

7. en matière de validité formelle des contrats créant ou transférant des droits sur des biens immobiliers en cas d'exigences de forme impératives en Belgique
8. en matière d'autorisation des publicités non sollicitées transmises par courrier électronique si le responsable du traitement est belge (spamming)

Dispositions légales à contrôler par DGCM

RAPPEL:

Les exigences de la loi du 11.03.2003 ne font que s'ajouter à toutes les garanties acquises en droit belge:

- loi du 12.06.1991 relative au crédit à la consommation
- loi du 14.07.1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur
- loi du 09.03.1993 tendant à réglementer et à contrôler les activités des entreprises de courtage matrimonial
- loi du 16.02.1994 régissant le contrat d'organisation de voyages et le contrat d'intermédiaire de voyages
- loi-programme du 10.02.1998 pour la promotion de l'entreprise indépendante

Dispositions légales à contrôler par DGCM (identification du prestataire)

CONSTATATIONS

- l'identité du vendeur n'est pas indiquée du tout (B2C)
- le nom du prestataire n'est pas accessible à partir de chaque page
- l'adresse géographique du vendeur n'est pas indiquée du tout (B2C)
- l'adresse géographique du prestataire n'est pas accessible à partir de chaque page du site
- les n° de tel, fax, e-mail ne sont pas accessibles à partir de chaque page

INFRACTIONS

- art. 78,1° loi 14.07.1991
- art. 7§1,1° loi 11.03.2003
- art. 78,1° loi 14.07.1991
- art. 7§1,2° loi 11.03.2003
- art. 7§1,3° loi 11.03.2003

Dispositions légales à contrôler par DGCM (identification du prestataire)

CONSTATATIONS

- le numéro d'entreprise (ou R.C. jusqu'au 01.01.2005 - TVA) n'est pas accessible à partir de chaque page
- si l'activité est soumise à un régime d'autorisation, les coordonnées de l'autorité de surveillance (licence ou agrément: voir annexe - accès à la profession: DG Politique des PME du SPF Economie) ne sont pas accessibles à partir de chaque page

INFRACTIONS

- art. 7§1,4° et 7° loi 11.03.2003
- art. 7§1,5° loi 11.03.2003

Dispositions légales à contrôler par DGCM (identification du prestataire)

CONSTATATIONS

- si la profession est réglementée, les références à l'association professionnelle concernée, au titre professionnel octroyé ou aux règles professionnelles applicables ne sont pas accessibles à partir de chaque page
- en cas de soumission à un code de conduite, la façon dont celui-ci peut être consulté par voie électronique n'est pas accessible à partir de chaque page

INFRACTIONS

- art. 7§1,6° loi 11.03.2003
- art. 7§1,8° loi 11.03.2003

Exemple



Exemple



Dispositions légales à contrôler par DGCM (prix)

CONSTATATIONS

- le prix n'est pas indiqué (B2C)
- le prix n'est pas indiqué en euros
- le prix est équivoque (B2C)
- le prix est équivoque
- le prix n'est pas global (B2C)
- il n'est pas précisé si les taxes sont comprises ou non dans le prix
- il n'est pas précisé si les frais de livraison sont compris dans le prix
- les frais de livraison ne sont pas indiqués (B2C)

INFRACTIONS

- art. 2 loi 14.07.1991
- art. 4 loi 14.07.1991
- art. 78,3° loi 14.07.1991
- art. 7§2 loi 11.03.2003
- art. 3 loi 14.07.1991
- art. 7§2 loi 11.03.2003
- art. 7§2 loi 11.03.2003
- art. 78,4° loi 14.07.1991

Dispositions légales à contrôler par DGCM (identification du produit ou du service)

CONSTATATIONS

- les caractéristiques essentielles du produit ou du services ne sont pas indiquées (B2C)

INFRACTIONS

- art. 78,2° loi 14.07.1991

Dispositions légales à contrôler par DGCM (informations sur l'exécution du contrat)

CONSTATATIONS

- les modalités de paiement, de livraison ou d'exécution du contrat ne sont pas indiquées (B2C)
- il n'est pas précisé s'il existe ou non un droit de renonciation (B2C)
- le paiement est exigé avant la fin du délai de renonciation (B2C)
- les modalités soit de reprise, soit de restitution du produit ne sont pas indiquées (B2C)

INFRACTIONS

- art. 78,5° loi 14.07.1991
- art. 78,6° loi 14.07.1991
- art. 80 loi 14.07.1991
- art. 78,7° loi 14.07.1991

Dispositions légales à contrôler par DGCM (informations sur l'exécution du contrat)

CONSTATATIONS

- le coût de l'utilisation de la technique de communication n'est pas indiqué (B2C)
- la durée de validité de l'offre ou du prix n'est pas indiquée (B2C)
- en cas d'abonnement, la durée minimale du contrat n'est pas indiquée (B2C)

INFRACTIONS

- art. 78,8° loi 14.07.1991
- art. 78,9° loi 14.07.1991
- art. 78,10° loi 14.07.1991

Dispositions légales à contrôler par DGCM (informations sur l'exécution du contrat)

CONSTATATIONS

- en cas d'utilisation d'un PC dialer, le mode d'emploi n'est pas libellé en français, néerlandais, allemand (B2C)
- les langues proposées pour conclure le contrat ne sont pas indiquées
- les différentes étapes techniques pour conclure le contrat ne sont pas indiquées
- les moyens techniques pour identifier et corriger les erreurs ne sont pas indiqués

INFRACTIONS

- art. 13 loi 14.07.1991
- art. 8§1,1° loi 11.03.2003
- art. 8§1,2° loi 11.03.2003
- art. 8§1,3° loi 11.03.2003

Dispositions légales à contrôler par DGCM (informations sur l'exécution du contrat)

CONSTATATIONS

- il n'est pas précisé si le contrat conclu est archivé
- les moyens techniques pour identifier et corriger les erreurs ne sont pas mis à disposition
- le prestataire n'accuse pas réception de la commande par voie électronique, avec un récapitulatif, sans délai injustifié

INFRACTIONS

- art. 8§1,4° loi 11.03.2003
- art. 9 loi 11.03.2003
- art. 10 loi 11.03.2003

Charge de la preuve

A l'égard des consommateurs, incombe au prestataire la charge de la preuve:

- de la fourniture des informations générales ou particulières
- de la mise à disposition de moyens d'identification et de correction des erreurs
- de l'envoi d'un accusé de réception

Sanctions pénales

- Sont punis d'une amende de 250 à 10.000 euros (1.250 à 50.000 euros après application des décimes) ceux qui ne respectent pas les obligations légales en matière d'information et de transparence prévues par les articles 7, 8, 9, 10.
- En cas de mauvaise foi, ces infractions sont punissables d'une amende de 500 à 50.000 euros (2.500 à 250.000 euros après application des décimes).
- Sont punis d'une amende de 1.000 à 20.000 euros (5.000 à 100.000 euros après application des décimes), ceux qui, volontairement, entravent l'exécution de ses missions par E7, ainsi que les prestataires intermédiaires qui refusent de fournir la collaboration requise.

Publicité par courrier électronique

Principe

L'utilisation du courrier électronique (e-mail, sms) à des fins de publicité est en principe interdite sans le consentement préalable, libre, spécifique et informé du destinataire des messages (interdiction du spamming - art. 14 de la loi 11.03.2003)

Publicité par courrier électronique

Exceptions

(Arrêté royal du 04.04.2003 visant à réglementer l'envoi de publicités par courrier électronique)

Le prestataire est dispensé de solliciter le consentement préalable à recevoir des publicités par courrier électronique auprès de ses clients lorsque trois conditions sont remplies:

Publicité par courrier électronique

Exceptions

(A.R. du 04.04.2003)

- il a obtenu **directement** (non via l'achat/location d'une banque de données à un autre fournisseur) leurs coordonnées électroniques (adresse e-mail ou n° de gsm) dans le cadre de la vente d'un produit ou d'un service en respectant les exigences en matière de protection de la vie privée (sauf si accord des destinataires de communiquer leurs coordonnées à un tiers déterminé pour une finalité déterminée)
- il exploite ces coordonnées à des fins de publicité exclusivement pour des produits ou services analogues
- il fournit à ses clients, au moment où leurs coordonnées électroniques sont recueillies, la faculté de s'opposer, sans frais et de manière simple, à une telle exploitation

Publicité par courrier électronique

Exceptions

(A.R. du 04.04.2003)

Le prestataire est dispensé de solliciter le consentement préalable à recevoir des publicités par courrier électronique auprès des personnes morales via leurs adresses e-mail impersonnelles (exemple: info@entreprise.be)

Publicité par courrier électronique

Lorsque l'utilisation du courrier électronique à des fins de publicité est autorisée, le prestataire a l'obligation de:

- fournir une information claire et compréhensible concernant le droit de s'opposer, pour l'avenir, à recevoir les publicités
- indiquer et mettre à disposition un moyen approprié d'exercer efficacement ce droit par voie électronique (hyperlien disponible à la fin du message)

Publicité par voie électronique

En plus des articles 22 à 29 de la loi du 14.07.1991, les publicités par voie électronique (courrier électronique ou pop up) doivent:

- être clairement identifiables comme telles dès leur réception et comporter la mention « publicité »
- identifier la personne pour le compte de laquelle la publicité est faite
- identifier comme telles les offres promotionnelles (réductions de prix ou offres conjointes)
- identifier comme tels les concours ou jeux promotionnels

Sanctions pénales

- Sont punis d'une amende de 250 à 10.000 euros (1.250 à 50.000 euros après application des décimes) ceux qui ne respectent pas les obligations légales en matière d'information et de transparence prévues par l'article 13.
- En cas de mauvaise foi, cette infraction est punissable d'une amende de 500 à 50.000 euros (2.500 à 250.000 euros après application des décimes).
- Sont punis d'une amende de 250 à 25.000 euros (1.250 à 125.000 euros après application des décimes) ceux qui envoient des publicités par courrier électronique sans le consentement préalable du destinataire alors que celui-ci est requis.
- En cas de mauvaise foi, cette infraction est punissable d'une amende de 500 à 50.000 euros (2.500 à 250.000 euros après application des décimes).
- Sont punis d'une amende de 1.000 à 20.000 euros (5.000 à 100.000 euros après application des décimes), ceux qui, volontairement, entravent l'exécution de ses missions par E7, ainsi que les prestataires intermédiaires qui refusent de fournir la collaboration requise.

Procédure d'avertissement

- L'avertissement doit être adressé au contrevenant dans un délai de trois semaines à dater de la constatation des faits.
- L'avertissement peut être communiqué:
 - par lettre recommandée avec accusé de réception
 - par la remise d'une copie du PV de constatation des faits
 - par télécopie
 - par courrier électronique

Règlement transactionnel

En l'absence d'arrêté royal sur base de l'article 24 de la loi du 11.03.2003, la DGCM ne peut pas encore proposer aux contrevenants le paiement d'une somme qui éteint l'action publique.

Veille sur Internet

Stratégie

- Balayage préventif du paysage e.Commerce belge
- Information et avertissement aux sites suspects
- Enquête et poursuites judiciaires le cas échéant

Veille sur Internet

Technologie

- PCs conventionnels
- Programmes de recherche spécialisés
- Modules d'identification
- Anonymat

Veille sur Internet

- 2 équipes (1 jour par semaine)
- 14 agents
- 1 réunion mensuelle d'évaluation et de formation

Veille sur Internet

Constatations (exercice 2002)

sites visités

- 1054 dossiers ouverts
- 377 procédures d'avertissement formel
- 5 contentieux pénaux

Veille sur Internet

Cibles actuelles

- entreprises belges de vente à distance
- services payés par communication surtaxée
- publicité trompeuse
- plaintes de consommateurs ou d'entreprises

Veille sur Internet

Coopération internationale

- au sein de l'Union européenne
- Réseau international de Contrôle et de la Protection du Consommateur (RICPC/ICPEN)
- protocole bilatéral DGCM/DGCCRF (France)

Coordonnées utiles

SPF Economie, PME, Classes moyennes et Energie
Direction générale du Contrôle et de la Médiation
(DGCM)
WTC III 30, boulevard Simon Bolivar 1000.-BRUXELLES

www.mineco.fgov.be
michel.lefebvre@mineco.fgov.be

Michel LEFEBVRE: 02/208 39 55