

Table des matières

1

La refonte inachevée de la loi du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur 7

Jacques LAFFINEUR

chercheur au Centre de droit des obligations de l'U.C.L., avocat

SECTION 1

Remarques introductives 8

SECTION 2

La directive 2005/29/C.E. relative aux pratiques commerciales
déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs 9

SECTION 3

Les principales modifications apportées à la loi du 14 juillet 1991
sur les pratiques du commerce et sur l'information
et la protection du consommateur 11

A. *Le champ d'application* 11

B. *Les principales nouveautés introduites dans le chapitre VII de la L.P.C.C.* 11

1. La publicité comparative : article 94/1 applicable tant entre vendeurs
qu'entre vendeurs et consommateurs 12

2. La publicité et les pratiques contraires aux usages honnêtes entre vendeurs :
articles 94/2 et 94/3 applicables uniquement entre vendeurs 13

3. Les pratiques commerciales déloyales à l'égard des consommateurs :
articles 94/5 à 11 applicables entre vendeurs et consommateurs 15

C. *Les sanctions* 22

D. *Les accords de consommation* 23

SECTION 4	
Les futurs contours de la L.P.C.C.	27
SECTION 5	
Remarques finales	30

2

La publicité et le marketing sur Internet et la protection des consommateurs en droit belge 33

Benoît DE NAYER
juriste d'entreprise

SECTION 1	
Remarques introductives	34

SECTION 2	
Les textes encadrant le régime juridique de la publicité sur Internet en Belgique	35
A. <i>Le régime général de la publicité</i>	35
B. <i>Les régimes particuliers de la publicité</i>	37
1. Les canaux utilisés	37
2. Les catégories de produits ou de services visés	39
a) <i>Les produits du tabac et les médicaments anti-tabac</i>	39
b) <i>L'alcool</i>	39
c) <i>Les médicaments et dispositifs médicaux</i>	40
d) <i>Les professions réglementées</i>	40

SECTION 3	
Application à certaines pratiques du marketing en ligne	42
A. <i>Les domaines-slogans</i>	42
B. <i>Les sites web et les bannières</i>	43
1. Les sites web	43
2. Les bannières	43
3. La question des cookies	43
C. <i>Le courrier électronique et le « pollupostage »</i>	44
1. Définition du courrier électronique	45
2. Le consentement à recevoir de la publicité par courrier électronique	45
3. Les informations obligatoires	47
4. Les exceptions	47
5. Le droit de s'opposer à recevoir des courriers électroniques	47
6. Le « tracking » des courriers électroniques	48

7. Les bannières placées dans les courriers électroniques	49
D. <i>Les pop-up et la publicité interstitielle</i>	49
E. <i>Le « Teasing »</i>	50
F. <i>Le « Bouche à oreille électronique »</i>	51
G. <i>Les jeux-concours et les loteries publicitaires en ligne</i>	53
1. Concours, tombola ou jeux de hasard ? Un subtil distinguo	53
2. Les loteries	54
3. Les jeux-concours	55
4. La collecte de données personnelles à l'occasion d'un jeu-concours ou d'une loterie publicitaire sur Internet	56
Conclusion	57

3

La vente en ligne et le consommateur..... 59

Guillaume RUE

avocat

Introduction	60
--------------------	----

SECTION 1

Réglementation belge de la vente en ligne aux consommateurs	63
A. <i>Les dispositions légales</i>	63
1. Droit commun	64
2. Droit NTIC	64
3. Droit de la consommation	65
4. Droit européen	67
B. <i>Le formalisme contractuel dans l'environnement électronique</i>	69
1. L'écrit papier	70
2. La signature	71
3. Les mentions obligatoires	73
C. <i>L'offre</i>	74
D. <i>Les informations préalables</i>	75
1. Les informations à communiquer	77
a) <i>Les informations liées à l'identification du prestataire</i>	77
b) <i>Les informations relatives aux produits et services</i>	79
c) <i>Les informations relatives aux prix</i>	80
d) <i>Les informations relatives au processus contractuel</i>	81
2. Les modalités de la communication des informations préalables	83
3. Les clauses contractuelles et les conditions générales	84
4. L'obligation d'accuser réception de la commande	88
5. La confirmation des informations	88

6. La preuve de la communication	90
7. Remarques diverses eu égard à la pratique	90
E. <i>La conclusion du contrat</i>	94
1. Le moment de la conclusion du contrat	94
2. Le lieu de la conclusion du contrat	95
F. <i>La livraison</i>	96
G. <i>Paiement</i>	98
1. Les paiements anticipés	98
2. L'usage frauduleux de l'instrument de paiement	100
H. <i>Le droit de renonciation</i>	102
1. L'exercice du droit de renonciation	102
2. Le délai de renonciation	102
3. Les exceptions au droit de renonciation	103
4. Assimilation à une vente forcée	104
I. <i>Les achats forcés</i>	104
J. <i>Les garanties</i>	105

SECTION 2

Droit international privé et ventes en ligne aux consommateurs	106
A. <i>La juridiction compétente pour les conflits relatifs aux ventes en ligne avec des consommateurs</i>	106
1. Droit international	106
2. Droit belge	109
B. <i>Droit applicable aux contrats de vente en ligne conclus avec le consommateur</i>	110
1. Caractère universel de la Convention	110
2. Liberté de choix	111
3. Loi applicable à défaut de choix	111
4. Contrat avec un consommateur	112
5. Lois de police	114
6. Primauté de la législation européenne	115
7. Opposabilité des conditions générales dans les conflits transfrontaliers	115
C. <i>La procédure européenne de règlement des petits litiges</i>	117

SECTION 3

Quelques considérations sur les sites de ventes aux enchères	119
A. <i>La qualification des sites de ventes aux enchères</i>	119
B. <i>Le cadre juridique</i>	121
1. Législation sur les ventes publiques	121
2. La L.P.C.C.	122
3. La L.S.S.I.	122
C. <i>Situation du consommateur</i>	122

D. <i>Droit de renonciation</i>	123
Conclusion	124

4

La protection du consommateur dans les contrats de téléphonie et de fourniture d'énergies : secteurs en manque de transparence ?	127
---	-----

Coralie MARR
assistante à l'U.C.L.
avocate

Introduction	128
---------------------------	-----

CHAPITRE 1

La libéralisation des secteurs de l'électricité, du gaz et des télécommunications	130
--	-----

SECTION 1

Le contexte européen : bref aperçu	130
A. <i>Le marché de l'énergie</i>	130
B. <i>Le marché des télécommunications</i>	132

SECTION 2

Le cadre légal belge et la répartition des compétences	133
A. <i>La répartition des compétences</i>	133
B. <i>La transposition des directives en droit belge</i>	134
1. Dans le domaine de l'énergie	134
2. Dans le domaine des télécommunications	137

SECTION 3

Une libéralisation partielle	139
A. <i>La persistance de « monopoles naturels »</i>	139
B. <i>Un service public</i>	141

CHAPITRE 2

La formation des contrats de téléphonie et de fourniture d'énergies	144
--	-----

SECTION 1

Les parties au contrat	144
A. <i>Les contrats liant un consommateur</i>	144

B. Une relation contractuelle pouvant impliquer plusieurs intervenants	147
C. Le mécanisme du fournisseur par défaut et l'obligation de faire offre	148
SECTION 2	
Les pratiques commerciales déloyales et la transparence des prix	149
A. Champ d'application de la loi du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur telle que modifiée par la loi du 5 juin 2007	149
1. Application de la loi du 14 juillet 1991 aux contrats de téléphonie et de fourniture d'énergies	149
2. Les modifications apportées par la loi du 5 juin 2007 : bref aperçu	151
B. La transparence des prix	154
SECTION 3	
Le régime des contrats conclus à distance	157
A. Le régime général des contrats conclus à distance	158
B. Les réglementations particulières relatives aux contrats conclus à distance	159
CHAPITRE 3	
Les clauses contractuelles, l'inexécution fautive du fournisseur et la protection du consommateur	
162	
SECTION 1	
Opposabilité des conditions générales et des conditions réglementaires ..	162
SECTION 2	
Les clauses obligatoires et le régime des clauses abusives	164
A. Les clauses obligatoires	164
B. L'interdiction des clauses abusives	165
1. Généralités	165
2. Le sort des clauses exonératoires ou limitatives de responsabilité et de la clause pénale	167
3. Une protection accrue du secteur de l'énergie	170
C. Le pouvoir du juge de soulever d'office les clauses abusives	171
SECTION 3	
Les manquements du fournisseur d'énergie ou de services de téléphonie à ses obligations contractuelles	173

CHAPITRE 4	
Durée et fin du contrat 176	
SECTION 1	
La résiliation unilatérale des contrats à durée indéterminée ou déterminée avec ou sans tacite reconduction	176
SECTION 2	
L'indemnité de résiliation : une indemnité intangible ?	180
SECTION 3	
Résolution pour inexécution fautive et débiteurs protégés	182
CHAPITRE 5	
La prescription libératoire en faveur du consommateur en défaut de paiement 186	
SECTION 1	
Considérations préalables	186
SECTION 2	
L'application de la prescription quinquennale de l'article 2277 du Code civil aux contrats de fourniture d'énergies et de téléphonie ...	188
A. <i>Les conditions d'application de l'article 2277 du Code civil : controverses</i>	188
B. <i>Les décisions de la Cour constitutionnelle en matière d'énergie et de téléphonie</i>	190
SECTION 3	
Le champ d'application de la prescription annale de l'article 2272, alinéa 2, du Code civil et les dettes de fourniture d'énergies et de services de téléphonie	191
A. <i>Les conditions d'application de l'article 2272, alinéa 2, du Code civil</i>	191
B. <i>Application de l'article 2272, alinéa 2, du Code civil aux dettes relatives aux fournitures de gaz et d'électricité</i>	193
C. <i>Quid de l'application de l'article 2272, alinéa 2, du Code civil aux contrats de téléphonie : l'arrêt de la Cour constitutionnelle du 20 juin 2007</i>	195

5

La protection des données (à caractère personnel) à l'heure de l'Internet 197

Yves POULLET

*professeur à l'U.Lg. et aux F.U.N.D.P., directeur du CRID – F.U.N.D.P.,
Président du comité de rédaction de la R.D.T.I.
avec la collaboration de*

Jean François HENROTTE

avocat, directeur de la R.D.T.I.

SECTION 1

Qu'est-ce que la vie privée ? – Leçons des enseignements de Kafka et d'Orwell	202
A. <i>La comparaison trompeuse avec le village traditionnel</i>	202
B. <i>La société de l'information : entre le jugement de Kafka et le Big Brother d'Orwell</i> ..	207
C. <i>La décision du Tribunal constitutionnel allemand sur le recensement de 1983 : l'importance fondamentale de la vie privée pour nos démocraties</i>	208

SECTION 2

De quelques caractéristiques des applications des technologies récentes de l'information et de la communication	211
A. <i>Trois évolutions majeures</i>	213
1. L'accroissement des capacités de stockage, traitement et transmission de même que l'évolution des équipements terminaux	213
2. L'évolution de l'Internet	217
3. L'intelligence ambiante : où le virtuel rejoint le réel	220
B. <i>Deux tendances majeures</i>	222
1. La privatisation du cyberspace	222
2. La portée globale d'actions ou de décisions d'acteurs locaux	224

SECTION 3

De quelques pistes et conseils pour assurer une protection des données dans notre société de l'information	225
A. <i>Vers une troisième génération de législations de protection de la vie privée</i>	225
B. <i>De l'intérêt des concepts essentiels de nos législations de protection des données</i>	235
1. « Vive le Droit de la protection des données » a ses limites	235
2. Si la technologie constitue le risque, elle en offre également souvent la solution ..	237
3. Deux mots clés à prendre au sérieux : transparence et proportionnalité	240

Conclusions	244
-------------------	-----