

A woman with blonde hair tied back, wearing glasses and a white shirt with a brown apron, is smiling and looking at a laptop. She is holding a small, light-colored ceramic mug. The background shows shelves filled with various pottery items, suggesting a workshop or studio setting.

Module 1

Exigences en matière d'informations précontractuelles

Janvier 2018

consumerlawready.eu

Table des matières

Introduction	4
Qu'est-ce que le droit de la consommation européen ?	7
Puis-je exclure ou limiter l'application du droit de la consommation ?	7
Toute personne qui m'achète quelque chose est-elle un consommateur ?	7
Que se passe-t-il dans les cas de transactions à double finalité ?	8
Qu'est-ce qu'un contrat de consommation ?	9
Quelles sont les exigences en matière d'informations précontractuelles ?	10
Existe-t-il des contrats de consommation exemptés des exigences en matière d'informations précontractuelles exposées dans la Directive 2011/83/EU relative aux droits des consommateurs ?	10
Quelles exigences en matière d'informations précontractuelles s'appliquent aux contrats de consommation conclus dans ma boutique (« contrats conclus dans l'établissement ») ?	12
Quelles exigences en matière d'informations s'appliquent aux contrats de consommation conclus à distance ou hors établissement ?	14
Comment devez-vous présenter les informations précontractuelles et contractuelles ?	16
Dans quelle langue ces informations précontractuelles et contractuelles doivent-elles être présentées ?	18
Dans le cas de contrats négociés hors établissement, suffit-il que je transmette verbalement au consommateur tous ces éléments d'information ?	18
Dois-je présenter ces informations précontractuelles et contractuelles de différentes manières, en fonction des consommateurs ciblés ?	18
Ventes transfrontalières : que se passe-t-il lorsque je propose mes produits ou services à des consommateurs en-dehors de mon pays ?	19
Quand considère-t-on que votre activité commerciale s'adresse explicitement aux consommateurs d'un autre pays ?	19
Qu'est-ce que cela implique pour vous en pratique ?	20
Quel est le tribunal compétent pour un litige concernant un contrat transfrontalier ?	21
Quelles sont les conséquences si je ne transmets pas les informations précontractuelles exigées ?	21

« Quand les commerçants m'informent de façon claire et complète, je fais davantage confiance aussi bien à eux qu'au marché »

Un consommateur

« Des informations claires et précises avant l'achat m'aident à déterminer si je souhaite vraiment acheter certains produits ou pas, et à prendre des décisions éclairées »

Un consommateur

« S'assurer que tous les commerçants respectent leur devoir en informant les consommateurs de façon claire et complète avant l'achat permet de garantir des règles de jeu plus équitables sur le marché »

Un commerçant

Introduction

Cher entrepreneur,

Ce Manuel est un élément du projet Consumer Law Ready qui s'adresse tout particulièrement aux micro-entreprises et aux PME pour les accompagner dans leurs échanges avec les consommateurs.

Le projet ConsumerLaw Ready est une initiative à l'échelle européenne, gérée par le Bureau européen des unions de consommateurs (BEUC) dans le cadre d'un consortium avec l'UEAPME (qui représente les PME en Europe) et Eurochambres (l'association des chambres de commerce et d'industrie européennes). Ce projet est financé par l'Union européenne avec l'appui du Parlement européen et de la Commission européenne.

L'objectif du projet est de vous aider à respecter les dispositions du droit européen de la consommation.

En Europe, le droit de la consommation regroupe différents éléments de législation adoptés par l'Union européenne sur les 25 dernières années, qui ont ensuite été transposés en droit national par chaque État membre de l'UE. En 2017, la Commission européenne a diligemment une évaluation afin de vérifier si les règles étaient toujours adaptées à l'objectif visé. Le résultat s'est avéré globalement positif¹. La principale conclusion de cette évaluation est que les règles existantes devraient être mieux appliquées par les autorités et mieux connues des professionnels et des consommateurs. Le projet ConsumerLaw Ready souhaite renforcer les connaissances des professionnels, et plus particulièrement des PME, sur les droits des consommateurs et les obligations légales correspondantes.

Ce Manuel est divisé en cinq modules. Chacun traite en particulier d'un aspect du droit de la consommation européen.

- Le Module 1 concerne les exigences en matière d'informations précontractuelles.
- Le Module 2 présente la réglementation encadrant le droit du consommateur de se rétracter des contrats de vente conclus à distance et hors établissement.
- Le Module 3 présente les recours que les commerçants doivent proposer en cas de non-conformité au contrat.
- Le Module 4 est axé sur les pratiques commerciales déloyales et les clauses contractuelles abusives.
- Le Module 5 présente la plate-forme de règlement en ligne des litiges (RLL), un site Internet officiel géré par la Commission européenne dans l'objectif d'aider les consommateurs et les commerçants à résoudre leurs litiges à l'amiable.

Ce Manuel est l'un des supports de formation créés dans le cadre du projet ConsumerLaw Ready. Le site Internet www.consumerlawready.eu contient d'autres outils d'apprentissage, notamment des vidéos, des quiz et des tests, qui vous permettent d'obtenir une certification. Un forum vous offre également la possibilité d'entrer en relation avec des experts et d'autres PME.

¹ Plus d'informations sur l'évaluation, ses conclusions et ses mesures de suivi sont disponibles sur le site de la Commission Européenne : http://ec.europa.eu/newsroom/just/item-detail.cfm?item_id=59332

Le Module 1 du Manuel a pour but de vous familiariser avec les informations précontractuelles que vous devez transmettre, en tant que commerçant, avant de conclure un contrat avec un consommateur. Il décrit les informations que vous devez communiquer, ainsi que la manière et le moment où le faire, et vous donne des conseils qui vous aideront à respecter la loi.

Ce Module présente les exigences en matière d'informations précontractuelles exposées par la Directive 2011/83/EU relative aux droits des consommateurs (la « Directive relative aux droits des consommateurs » - DDC) qui a été transposée en droit national par les Etats membres de l'UE. Le [Document d'orientation de la DG Justice](#)², disponible dans les langues officielles de l'UE, vous apportera des informations plus approfondies sur les dispositions de la Directive relative aux droits des consommateurs.

En complément de ces exigences transversales, d'autres obligations d'information pourront s'appliquer - de façon autonome ou en lien avec les obligations d'information de la DDC - qui concernent plus particulièrement certains secteurs d'activité, en fonction du type de contrat (par exemple crédit à la consommation, voyage à forfait, etc.). Ces obligations complémentaires sortent du champ d'application du Manuel, mais nous vous conseillons d'en prendre connaissance également, notamment pour ce qui concerne plus précisément votre domaine d'activité. La [Base de données sur le droit de la consommation](#)³ et le portail [L'Europe est à vous](#)⁴ dédié aux entreprises vous aideront à identifier les informations pertinentes pour vous.

Nous espérons que les informations de ce Manuel vous seront utiles.

² Voir http://ec.europa.eu/consumers/consumer_rights/rights-contracts/directive/index_en.htm

³ Voir <https://e-justice.europa.eu/home.do>

⁴ Voir <http://europa.eu/youreurope/business/>

Module 1

Qu'est-ce que le droit de la consommation européen ?

Le droit de la consommation européen comprend différents ensembles de règles.

Ils traitent de l'équité des pratiques commerciales, de l'équité des clauses contractuelles, des exigences en matière d'informations précontractuelles, du droit de rétractation du consommateur et d'autres règles de protection du consommateur spécifiques à des types particuliers de contrats de consommation (ex. contrats négociés hors établissement, contrats conclus à distance, ex. en ligne, etc.) et/ou spécifiques à un secteur (ex. contrats de crédit à la consommation, contrats de voyage à forfait, contrats à temps partagé, etc.).

Au premier abord, il peut paraître difficile de respecter l'intégralité du droit de la consommation. A présent que vous avez ce Manuel entre les mains, vous avez tout ce qu'il vous faut pour mieux respecter la loi ! Selon votre domaine d'activité, assurez-vous de vous familiariser aussi avec d'autres exigences pertinentes en matière d'informations, générales et/ou spécifiques à un secteur. Comme indiqué ci-dessus, la [Base de données sur le droit de la consommation](#)⁵ et le portail [L'Europe est à vous](#)⁶ dédié aux entreprises vous aideront à identifier les informations pertinentes pour vous.

Puis-je exclure ou limiter l'application du droit de la consommation ?

Ni vous ni quiconque ne peut exclure ou limiter l'application du droit de la consommation.

Il est par exemple illégal de rédiger des clauses contractuelles indiquant votre intention d'exclure ou de limiter l'application du droit de la consommation, comme : « Pour ce contrat, ce ne sont pas les règles du contrat de consommation qui s'appliquent, mais les règles générales du droit contractuel ». Non seulement cette affirmation ne produira aucun effet juridique et n'aura pas force exécutoire pour le consommateur ; mais elle peut aussi, dans certaines circonstances, représenter une pratique commerciale déloyale⁷.

Toute personne qui m'achète quelque chose est-elle un consommateur ?

Les exigences du droit de la consommation européen s'appliquent à vous chaque fois que vous proposez vos produits (biens, services, contenu numérique) à un « consommateur » dans l'un quelconque des pays de l'UE. La définition de « consommateur » est donc importante.

Un consommateur, c'est toute personne physique qui vous achète un produit qu'elle n'utilisera pas à des fins professionnelles, mais uniquement personnelles.

Exemple : le consommateur est la personne qui consomme les biens que vous vendez et les services dont vous assurez la prestation, ex. un couple qui achète de la vaisselle et des couverts pour sa maison

⁵ See <https://e-justice.europa.eu/home.do>

⁶ Voir <http://europa.eu/youreurope/business/>

⁷ Voir le Module 4 sur les pratiques commerciales déloyales et les clauses contractuelles abusives

ou une prestation de services de nettoyage pour une personne âgée.



Un consommateur ne peut être qu'une personne physique. Les personnes morales, à savoir les entreprises ou associations, ne peuvent pas être qualifiées de consommateurs ; cependant, dans certains Etats membres, ces entités jouissent d'un niveau de protection similaire car certaines des règles de protection ont été élargies afin d'apporter une protection aux entreprises aussi. Les Etats membres ne peuvent pas introduire une définition juridique différente du « consommateur », qui a fait l'objet d'une harmonisation totale au niveau européen.

Quand quelqu'un achète à des fins professionnelles, par exemple pour revendre à une étape ultérieure de la chaîne d'approvisionnement, le droit de la consommation ne s'applique plus en principe.

Exemple : des personnes qui achètent de la vaisselle et des couverts pour le restaurant qu'elles gèrent ne sont pas des consommateurs ; le droit de la consommation ne s'appliquera donc pas. De même, si votre entreprise assure une prestation de nettoyage de fenêtres auprès d'une autre entreprise, le droit de la consommation ne s'appliquera pas. Cependant, dans

de tels cas, d'autres ensembles de règles nationales et/ou européennes s'appliqueront.

Dans certains pays, l'utilisation d'un numéro de TVA est un bon indice pour savoir si un acheteur agit ou pas en tant que consommateur.

Que se passe-t-il dans les cas de transactions à double finalité ?

Vous vous demandez peut-être : que se passe-t-il quand quelqu'un achète un produit à des fins à la fois personnelles et professionnelles ?

Exemple 1 : une avocate achète un ordinateur qu'elle utilisera pour rédiger des e-mails à envoyer à sa famille mais aussi pour rédiger des dossiers pour ses *clients*.



Exemple 2 : une personne fait réparer son toit ; il/elle vit dans une partie de la maison avec sa famille et utilise l'autre partie comme boutique pour vendre des vêtements.



Le droit de la consommation s'applique-t-il dans de telles situations quand le contrat de vente ou de services présente une dimension à la fois personnelle et professionnelle ?

On appelle ça un « contrat à double finalité » : un bien ou un service présente une double finalité. Dans de tels cas, afin de déterminer si le droit de la consommation s'applique, il est nécessaire de vérifier la finalité prédominante de ce contrat. Autrement dit, la tâche consiste à vérifier si l'avocate utilisera son ordinateur principalement pour rédiger des e-mails personnels ou pour préparer des documents pour ses clients. De façon similaire, la question est de savoir si la maison en question est principalement une boutique de vêtements ou une maison familiale.

Exemple : si l'ordinateur est utilisé 20 % du temps pour rédiger des e-mails à des clients et 80 % du temps pour écrire des e-mails personnels, le contrat sera protégé par le droit de la consommation.

Qu'est-ce qu'un contrat de consommation ?

Par contrat de consommation, on entend tout contrat conclu par un commerçant avec un consommateur, quelle que soit le moyen utilisé pour cette conclusion (ex. par internet, téléphone ou dans une boutique) et indépendamment du fait qu'il a pour objet la fourniture de biens, de services et/ou de contenu numérique.

Par exemple, un contrat conclu en ligne avec le consommateur pour la vente d'un livre.

La Directive relative aux droits des consommateurs (DDC) fait la distinction entre « contrats conclus dans l'établissement » (ex. contrats de consommation conclus dans une boutique), « contrats conclus à distance » (ex. contrats de consommation conclus sur internet ou par téléphone) et « contrats conclus hors établissement » (ex. contrats de consommation conclus au domicile du consommateur).

Contrairement aux « **contrats conclus dans l'établissement** », les « **contrats conclus à distance** » sont ceux pour lesquels le commerçant et le consommateur ne sont pas présents physiquement et simultanément au moment de la conclusion du contrat. Parmi les exemples typiques de contrats conclus à distance, on peut citer ceux conclus pour une vente par correspondance, en ligne, par téléphone ou fax. Les contrats conclus à distance comprennent aussi les situations dans lesquelles le consommateur se rend dans les locaux de l'entreprise simplement pour obtenir des informations concernant les biens ou services, mais négocie par la suite et conclut le contrat à distance. Au contraire, un contrat initié au moyen d'une communication à distance (ex. un e-mail ou un appel téléphonique pour fixer un rendez-vous ou effectuer une réservation), mais conclu dans les locaux de l'entreprise d'un commerçant, ne doit pas être considéré comme un contrat à distance.



Les « **contrats conclus hors établissement** » sont ceux conclus en la présence physique simultanée du commerçant et du consommateur, mais dans un lieu différent de l'établissement du commerçant. Par établissement, on entend les locaux sous quelque forme que ce soit (ex. boutique, stand, etc.) qui servent de lieu d'activité permanent ou habituel à un commerçant. L'établissement comprend également les locaux que le commerçant utilise de façon saisonnière (ex. une boutique de glaces sur la plage pendant l'été).

Habituellement, les contrats négociés hors établissement sont ceux conclus au domicile ou sur le lieu de travail du consommateur ou pendant une excursion organisée par le commerçant.



Tandis que pour les contrats conclus dans l'établissement, les Etats membres peuvent ajouter des exigences précontractuelles à celles exposées dans la Directive relative aux droits des consommateurs⁸, pour ceux conclus à distance et hors établissement, les exigences en matière d'informations précontractuelles sont exposées dans cette Directive et les Etats membres ne peuvent pas en ajouter d'autres. Donc, si vous souhaitez proposer vos produits ou services à des consommateurs dans différents pays de l'UE, vous pouvez le faire sur votre site Internet en vous assurant simplement de traduire exactement les mêmes informations précontractuelles, de façon correcte et complète, dans toutes les langues pertinentes.

Quelles sont les exigences en matière d'informations précontractuelles ?

Les exigences en matière d'informations précontractuelles sont des éléments d'information qui

ont été identifiés par le législateur comme étant importants pour s'assurer que le consommateur fait un choix informé avant de conclure un contrat. La Directive 2011/83/EU dresse une liste des éléments d'information qu'un commerçant doit transmettre au consommateur avant que celui-ci ne conclue un contrat dans l'établissement, hors établissement ou à distance.

Veuillez noter qu'à des étapes en amont de l'étape précontractuelle, comme pendant une campagne publicitaire, dans l'UE, les commerçants doivent aussi agir conformément à la diligence professionnelle et transmettre tous les éléments dont le consommateur moyen aura besoin pour prendre des décisions éclairées concernant leurs transactions. Faute de quoi, une action pouvant induire en erreur ou une omission pourrait en découler⁹.

Existe-t-il des contrats de consommation exemptés des exigences en matière d'informations précontractuelles exposées dans la Directive 2011/83/EU relative aux droits des consommateurs ?

Oui, les exigences en matière d'informations précontractuelles exposées dans la Directive relative aux droits des consommateurs ne s'appliquent pas aux contrats suivants :

- a) contrats de services sociaux, comme l'aide sociale ;

⁸ Voir annexe 1

⁹ Voir le Module 4 sur les pratiques commerciales déloyales et les clauses contractuelles abusives

- b) contrats de services de soins de santé ;
- c) contrats de jeu, y compris pour des loteries, jeux de casino et transactions de pari ;
- d) contrats de services financiers, comme différents contrats de crédit à la consommation ;
- e) contrats de création, acquisition ou transfert de propriété immobilière ou de droits de propriété immobilière ;
- f) contrats de construction de nouveaux bâtiments, de transformation substantielle de bâtiments existants et de location d'hébergement à des fins résidentielles ;
- g) contrats de voyage à forfait, de vacances à forfait et de séjours à forfait ;
- h) contrats à temps partagé, produit de vacances de longue durée, contrats de revente et d'échange ;
- i) contrats qui, conformément aux droits nationaux des Etats membres, sont établis par le titulaire d'une charge publique qui a l'obligation statutaire de se montrer indépendant et impartial et qui doit s'assurer, en transmettant des informations juridiques complètes, que le consommateur ne conclut le contrat que sur la base d'un examen juridique attentif et en étant conscient de sa portée juridique ;
- j) contrats pour la fourniture d'aliments, de boissons ou autres biens de consommation courante dans le foyer, et qui sont physiquement fournis par un commerçant, de façon fréquente et régulière, au foyer, domicile ou lieu de travail du consommateur.
- k) contrats de services de transport de passagers.
- l) contrats conclus au moyen de distributeurs automatiques ou de locaux commerciaux automatisés ;
- m) contrats conclus avec des opérateurs de télécommunication par l'intermédiaire de cabines téléphoniques pour leur usage, ou conclus pour l'usage d'une connexion unique par téléphone, internet ou fax établie par le consommateur.

Cependant, des obligations en matière d'informations précontractuelles existent pour plusieurs d'entre eux en vertu d'autres textes législatifs européens ou nationaux. C'est le cas, par exemple, pour les contrats liés aux contrats de crédit à la consommation¹⁰.

De plus, conformément aux dispositions de la Directive relative aux droits des consommateurs, certains Etats membres ont également adopté des règles nationales qui exemptent les commerçants des exigences en matière d'informations précontractuelles pour les « contrats de faible valeur » : c'est le cas de l'Autriche, de la Belgique, de Chypre, du Danemark, de l'Estonie, de la Finlande, de l'Allemagne, de la Grèce, de l'Irlande, de l'Italie, de la Lettonie, de la Lituanie, du Luxembourg, de Malte, des Pays-Bas, de la Pologne, du Portugal, de la Roumanie, de la Slovénie, de la Suède et du Royaume-Uni. Veuillez consulter l'ANNEXE 1 pour en découvrir davantage sur ces spécificités.

¹⁰ Les exigences en matière d'informations précontractuelles sont déterminées par la Directive relative aux contrats de crédit à la consommation telle que révisée (2008/48/EC).

Quelles exigences en matière d'informations précontractuelles s'appliquent aux contrats de consommation conclus dans ma boutique (« contrats conclus dans l'établissement ») ?

Grâce à la Directive relative aux droits des consommateurs, il existe actuellement dans l'UE, 8 éléments d'information clés que vous devez présenter clairement aux consommateurs avant qu'ils ne concluent le moindre contrat de vente ou de service avec vous dans votre boutique, si le contexte dans lequel vous opérez ne rend pas déjà ces informations évidentes. Les voici :

1. Les **caractéristiques principales** des biens ou services que vous proposez : tous les détails présentant les attributs principaux du produit qui est en vente.

Exemple : indiquez sur l'étiquette que la veste que vous vendez dans votre boutique est en cuir.

Exemple : indiquez les caractéristiques du téléphone que vous vendez : il dispose d'une mémoire de 64KB.

Il est important que le support utilisé pour indiquer ces informations soit facilement lisible et compréhensible pour un consommateur moyen ; ce support peut être, par exemple, un e-mail ou une feuille de papier.

2. **Votre identité**, à savoir votre raison sociale, l'adresse géographique à laquelle vous êtes établi et le numéro de téléphone de votre société.
L'adresse d'une boutique ou d'un restaurant (adresse géographique) constitue un exemple

manifeste d'information que le contexte rend évident, dans le cas de contrats conclus dans l'établissement.

3. Le **prix total** des biens ou services que vous proposez. Cela signifie que le prix doit être vraiment complet, à savoir qu'il doit inclure toutes les taxes applicables, le fret supplémentaire, les frais d'expédition postale ou de livraison. Si le prix ne peut être calculé à l'avance, vous devez informer le client de la façon dont le prix sera calculé.

Exemple : lorsque le prix total dépend de la consommation réelle, vous devez indiquer le prix au kilo/litre, par exemple.

4. Toutes les modalités, le cas échéant, concernant le **paiement**, la **livraison**, les **performances**, le délai dans lequel vous vous engagez à livrer les biens ou à assurer la prestation de services, et votre **politique de gestion des réclamations**.

Exemple : informez le consommateur que le produit est livré par un transporteur particulier et que la livraison sera effectuée dans un délai de 15 jours ouvrés. Informez-le également de ce qu'il doit faire en cas de réclamation et de la façon de transmettre cette dernière.

5. L'existence d'une **garantie légale** de conformité pour les biens, l'existence et les conditions des services après-vente et des garanties commerciales.
En vertu du droit européen, la distinction doit être faite entre garantie légale (ou statutaire) et garantie commerciale. La garantie légale est obligatoire conformément à la loi, à savoir la Directive 1999/44/EC relative à la vente de biens de consommation, telle qu'appliquée dans les droits nationaux des Etats membres de l'UE. Dans l'UE,

la garantie légale pour les produits de consommation s'étend sur une période d'au moins deux ans et offre gratuitement des recours pour tout défaut d'un bien qui existait déjà au moment de la livraison. La garantie commerciale s'ajoute à la garantie légale et est accordée soit par le vendeur soit par le fabricant, à titre gracieux ou contre paiement.

Exemple : une garantie commerciale qui offre des recours liés au fonctionnement d'un fer à repasser pendant 5 ans, au lieu des 2 ans couverts par la garantie légale et apportant une couverture au-delà des seuls défauts existant au moment de la livraison. Le commerçant a l'obligation de rendre visible l'existence de la garantie légale. Dans le cas où vous proposez un service après-vente, vous devez informer le client de son existence et des modalités pour en bénéficier¹¹. Dans ce contexte, veuillez garder à l'esprit qu'en vertu de la Directive relative aux droits des consommateurs, le coût d'un appel à un centre d'appel client ne peut jamais être supérieur au coût d'un appel téléphonique local, si l'appel est lié à une question portant sur un contrat existant.

6. La **durée** du contrat.

Exemple : Si vous êtes propriétaire d'une salle de sport locale, vous devez clarifier si le contrat de souscription présente une durée déterminée ou pas, et s'il est automatiquement prolongé ou pas. Par exemple, si vous demandez au consommateur de respecter un préavis de 15 jours pour annuler le contrat, il doit être informé de cette période de préavis avant de conclure le contrat.

7. La **fonctionnalité** du **contenu numérique**, le cas échéant, y compris les mesures de protection technique applicables. Cela signifie que vous devez donner des explications complètes au consommateur sur la façon dont le contenu numérique fonctionne en pratique. Ceci concerne en particulier la présence ou l'absence de restrictions techniques.

Exemple : indiquez si un logiciel PC particulier que vous vendez dans votre boutique peut être utilisé hors ligne et/ou en ligne ; indiquez si l'utilisation du logiciel est limitée à un seul pays.

8. L'**interopérabilité** du **contenu numérique** avec le matériel informatique et le logiciel, le cas échéant.

Exemple : informez le consommateur que le contenu numérique que vous proposez ne peut être utilisé que sur des systèmes d'exploitation Macintosh sur des ordinateurs Apple.

Soyez attentifs au fait que la plupart de ces transactions « conclues dans l'établissement » étant de nature domestique, la Directive relative aux droits des consommateurs autorise tous les Etats membres de l'UE à introduire, en vertu du droit national, des informations précontractuelles qui s'ajouteront à la liste ci-dessus. Donc, si vous souhaitez ouvrir vos boutiques dans d'autres Etats membres, vous devez vous familiariser avec les éventuelles exigences supplémentaires applicables en matière d'informations.

Certains éléments sont expliqués ci-dessous, mais l'ANNEXE 1 vous donnera un aperçu des options réglementaires retenues par chacun des Etats membres¹².

¹¹ Voir le Module 3 relatif aux ventes au consommateur qui décrit les recours que le commerçant peut proposer pour des marchandises défectueuses.

¹² Autrement, vous pouvez aussi consulter les notifications effectivement soumises par les Etats membres sur l'utilisation des options réglementaires en vertu de l'Article 29 de la Directive 2011/83/EC relative aux droits des consommateurs. Voir

Quelles exigences en matière d'informations s'appliquent aux contrats de consommation conclus à distance ou hors établissement ?

La Directive relative aux droits des consommateurs a entièrement harmonisé la liste des informations précontractuelles que vous devez transmettre aux consommateurs si vous opérez à distance (ex. en ligne ou par téléphone) et/ou si vous concluez des contrats « hors établissement », comme ceux conclus sur le pas de porte du consommateur. Cela signifie que, pour ces filières commerciales, les Etats membres ne peuvent plus ajouter d'exigences précontractuelles à la liste exposée dans la Directive.

Cette liste comporte l'ensemble des 8 informations clés exigées que vous devez transmettre si vous opérez par l'intermédiaire de boutiques, plus quelques éléments supplémentaires, dont plusieurs ne s'appliquent que si et lorsqu'elles sont applicables, selon la nature de la transaction en jeu et le fait que pour (la plupart) les contrats à distance et conclus hors établissement, les consommateurs jouissent, dans l'UE, d'un droit de rétractation de 14 jours¹³. Le respect de ces exigences en matière d'informations précontractuelles entièrement harmonisées facilite l'accès aux consommateurs de tous les pays membres. Voici la liste des éléments supplémentaires, en plus des 8 précédents :

1. En plus de transmettre votre identité et votre adresse géographique, chaque fois que vous opérez à distance ou hors établissement, vous devez vous assurer de fournir un numéro de téléphone et une adresse e-mail afin de permettre à votre client de communiquer rapidement et

efficacement avec vous. Si vous agissez au nom d'un autre commerçant, vous devez également fournir son adresse géographique et son identité.

2. Vous devez aussi indiquer l'adresse à laquelle le consommateur peut envoyer des réclamations, y compris celle du commerçant au nom duquel vous agissez, uniquement si cette adresse est différente du lieu d'établissement.
3. Vous devez également informer le consommateur du coût d'utilisation des moyens de communication à distance pour la conclusion du contrat, uniquement s'il est différent du coût d'un appel téléphonique local (« tarif de base »). Une fois que le contrat est conclu, gardez à l'esprit qu'en vertu de la Directive relative aux droits des consommateurs, le coût d'un numéro répondant aux demandes des clients liées à leurs contrats ne peut jamais être supérieur au tarif de base.
4. Si vous adhérez à un code de conduite, et uniquement dans ce cas, vous devez aussi informer le consommateur de son existence et de la façon dont il peut en obtenir des exemplaires.

Exemple : indiquez que vous avez signé le Code ICC sur les pratiques de publicité et de communication de marketing, et ajoutez le lien vers ce code.

5. Si votre contrat prévoit que le consommateur doit s'engager sur une période de temps minimum, et uniquement dans ce cas, vous devez informer le consommateur à l'avance de la durée de cette période.

Exemple : vous devez informer les consommateurs du nombre minimum de mois

http://ec.europa.eu/consumers/consumer_rights/rights-contracts/directive/transposition_list_crd_en.htm

¹³ Voir le Module 2 sur le droit du consommateur de se rétracter d'un contrat à distance ou conclu en dehors des locaux.

pendant lesquels ils doivent rester adhérents à votre salle de sport pour pouvoir bénéficier du prix proposé pour les inscriptions annuelles.

6. Si votre contrat exige du consommateur qu'il paye ou verse un acompte ou une autre garantie financière, et uniquement dans ce cas, vous devez informer le client à l'avance de ses conditions et modalités.

Exemple : vous devez informer les consommateurs à l'avance s'ils doivent verser un acompte pour la réservation d'hôtel qu'ils ont effectuée depuis votre site Internet, et leur indiquer les conditions auxquelles ils peuvent éventuellement le récupérer.

7. Lorsqu'il y a lieu, vous devez également informer les consommateurs de la possibilité d'utiliser des procédures extrajudiciaires et des mécanismes de recours pour résoudre tout litige qu'ils peuvent avoir avec vous. Ceci peut se faire, par exemple, grâce à la Plateforme de règlement de litige en ligne (RLL), qui est un outil qui aide les consommateurs à soumettre leur réclamation à une entité de résolution de litige alternative et spécifique (ADR)¹⁴.
8. Enfin, si aucun droit de rétractation ou un droit de rétractation limité s'applique au type de contrat spécifique en jeu¹⁵, vous devez informer le consommateur de ce fait et/ou des circonstances dans lesquelles il/elle perd le droit de rétractation. Si, au contraire, le contrat est couvert par un droit de rétraction, vous devez informer le consommateur :

- a) Les conditions, le délai et les procédures pour exercer ce droit conformément au modèle de formulaire établi par la loi¹⁶ ;
- b) du fait qu'il/elle doit prendre en charge le coût de retour des biens en cas de rétractation et, dans le cas où les biens ne peuvent pas, de par leur nature, être renvoyés par la poste, le coût de leur renvoi.

Exemple : si le consommateur vous a acheté un réfrigérateur ou une machine à laver (articles habituellement livrés à domicile et pas mis à disposition dans un bureau de poste), vous devez préciser au client le nom d'un transporteur (par exemple celui qui est chargé de livrer le bien) et un prix pour le renvoi des biens, ou au moins une estimation raisonnable du coût maximum, éventuellement basé sur le coût de la livraison¹⁷ ; **et**

- c) du fait que, si le client exerce le droit de rétractation après avoir demandé expressément le début de la prestation de services, pendant la période de rétractation, il/elle devra vous payer le coût proportionnel des services dont vous avez assuré la prestation entre temps.

Exemple : si le consommateur conclut avec vous un contrat pour des services de téléphonie mobile, vous devez l'informer que, s'il/elle demande expressément que la prestation de services soit immédiatement entamée, puis décide, 10 jours après la signature du contrat par exemple, de se rétracter, il/elle devra vous payer un tiers de la souscription mensuelle plus le prix de tout service supplémentaire reçu jusqu'à ce

¹⁴ Pour plus d'informations, voir le Module 5.

¹⁵ L'Article 16 de la Directive relative aux droits des consommateurs dresse la liste des types de contrats pour lesquels aucun droit de rétractation n'existe. Voir le Module 2 sur le droit de rétractation et le [Document](#)

[d'orientation de la DG Justice](http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/files/crd_guidance_fr.pdf) (http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/files/crd_guidance_fr.pdf) pour plus d'informations.

¹⁶ Pour plus d'informations, voir le Module 2.

¹⁷ Voir le [Document d'orientation de la DG Justice](#), chapitre 6.2

moment-là.

Il est important de noter que dans certains cas, le devoir d'information a été simplifié. Parfois, la communication à distance n'offre qu'un espace et un temps limités pour exposer les informations. Dans de tels cas, vous devez transmettre les informations les plus importantes, avant la conclusion du contrat, à savoir :

1. votre identité
2. les caractéristiques principales du produit que vous proposez
3. son prix total
4. les informations sur la façon d'utiliser le droit de rétractation
5. la durée du contrat ou, s'il s'agit d'un contrat à durée indéterminée, les conditions pour le résilier.


Cependant, toutes les autres exigences en matière d'informations doivent être transmises de façon adéquate (ex. dans un PDF, document transmis suite au bon de commande effectif).

De plus, en cas de contrat en ligne, juste avant que le consommateur ne passe commande et n'accepte de payer, le commerçant doit s'assurer de lui transmettre les informations suivantes de façon bien visible :

1. les caractéristiques principales du produit ;
2. le prix total ;
3. la durée du contrat ou, s'il s'agit d'un contrat à durée indéterminée, les conditions pour le résilier ;
4. si le contrat prévoit que le consommateur doit s'engager sur une période de temps minimum, la durée de cette période.

Le commerçant doit s'assurer que lorsqu'il/elle passe commande en ligne, le consommateur reconnaisse explicitement que la commande implique une obligation

de payer. Si la passation de commande se fait en activant un bouton ou une fonction similaire, ce bouton ou cette fonction similaire doit apparaître de façon aisément lisible, uniquement avec les mots « payer maintenant », « acheter maintenant », « confirmer l'achat », « commande avec obligation de paiement » ou une formule équivalente non ambiguë qui indique que le fait de passer commande entraîne une obligation de payer le commerçant.

L'Art. 7(4) sur les exigences simplifiées en matière d'informations a été utilisé en Irlande, en Lituanie, aux Pays-Bas, au Portugal, en Slovénie, en Slovaquie et en Espagne, mais pas dans d'autres pays membres de l'UE. En Belgique, cette possibilité a été retenue mais n'a pas encore été utilisée¹⁸ (voir aussi l'ANNEXE 1 pour plus d'informations. )

Comment devez-vous présenter les informations précontractuelles et contractuelles ?

Le texte indiquant les informations exigées doit toujours être facile à lire et à comprendre pour un consommateur moyen. Les informations transmises doivent être formulées de façon claire, lisible et compréhensible.

Qu'est-ce que cela signifie en pratique ?

Il faut toujours évaluer si les informations ont été transmises de façon correcte au cas par cas. Cependant, voici quelques conseils pratiques pour accroître vos chances de conformité :

- utilisez une police facile à lire et d'une taille suffisamment grande (ex. taille de police

¹⁸ http://ec.europa.eu/consumers/consumer_rights/rights-contracts/directive/transposition_list_crd_en.htm

comparable à une police Times New Roman taille 12)

- assurez-vous que les lettres apparaissent clairement sur le fond de couleur (ex. noir sur fond blanc ; ex. pas de jaune brillant sur fond blanc)
- séparez clairement les phrases et les paragraphes.
- rédigez de façon claire.

Solution simple

Si vous avez le moindre doute sur la clarté de vos informations, demandez à quelqu'un de votre entourage (famille, amis, collègues, etc.) de vous dire honnêtement s'il trouve ces informations claires, lisibles et compréhensibles.

Non Autorisé	Autorisé
« Vous disposez d'une période de garantie légale de deux ans »	« Notre adresse est Athens Road 21, 1000 Limassol, Chypre »
« En cas de litige, le droit français s'appliquera »	« Vous disposez de 14 (quatorze) jours à partir de la conclusion du contrat pour renvoyer gratuitement le produit que vous avez acheté »
« Vous disposez d'une période de garantie légale de deux ans »	« Pour tout produit que vous nous achetez, vous disposez d'une garantie légale de deux ans pendant laquelle vous pouvez utiliser un certain nombre de recours dans le cas où votre produit s'avère ne pas être conforme au contrat »
youmayaddressthecomplainttocomplaints@mail.es	
本書分兩大部份，第一部份詳述作者於一九三八年考取政府獎學金入讀香港大學，並因此在中國內地先後為英國海軍情報局及中國國民黨軍隊工作。戰後憑勝利獎學金	

Dans quelle langue ces informations précontractuelles et contractuelles doivent-elles être présentées ?

Chaque Etat membre peut choisir de définir la langue dans laquelle les informations doivent être transmises au consommateur. Comme décrit dans l'Annexe 1, plus de la moitié de l'ensemble des Etats membres ont utilisé cette option réglementaire (Bulgarie, Croatie, Chypre, République tchèque, Danemark, Estonie, France, Italie, Lituanie, Malte, Pologne, Portugal, Roumanie, Slovaquie, Espagne). Dans la plupart des cas, il s'agit de la(des) langue(s) officielle(s) des Etats membres.

Ceci est très important. En effet, si vous transmettez les informations dans une autre langue que celle exigée, ces informations seront considérées comme n'ayant pas été transmises. Pour vérifier la langue que chaque Etat membre a choisie, veuillez consulter l'ANNEXE 1.

Dans le cas de contrats négociés hors établissement, suffit-il que je transmette verbalement au consommateur tous ces éléments d'information ?

Dans le cas de contrats négociés hors établissement, transmettre verbalement les informations au consommateur ne suffit pas. Les informations doivent être transmises sur papier.

Les informations peuvent également être transmises sur un autre support durable si le consommateur l'a accepté. A toutes fins utiles, conservez toujours une preuve écrite indiquant que le consommateur a accepté que les informations soient transmises sur un support durable autre qu'une feuille de papier. Parmi les autres supports durables, on compte par exemple l'e-mail, une clé USB ou une photo, à savoir des supports dont le contenu ne peut pas être unilatéralement modifié par le commerçant et que le consommateur peut conserver. Il est important de transmettre ces informations sur un support durable de façon à ce que le consommateur puisse avoir accès à l'information à l'avenir.



Si vous ne transmettez pas les informations de la façon exigée par la loi, ces informations seront considérées comme n'ayant pas du tout été transmises¹⁹.

Dois-je présenter ces informations précontractuelles et contractuelles de différentes manières, en fonction des consommateurs ciblés ?

Le droit européen exige que vous agissiez toujours en faisant preuve de professionnalisme et que vous soyez

¹⁹ Voir le chapitre sur les « Quelles sont les conséquences si je ne transmets pas les informations précontractuelles exigées »

extrêmement attentif si vous présentez vos produits et services à des catégories de consommateurs qui peuvent être particulièrement vulnérables en raison de leur âge ou de leur handicap.

Si vous ciblez spécifiquement des catégories de consommateurs vulnérables, vous devez toujours adapter les méthodes que vous utilisez pour transmettre les informations à leurs particularités. Par exemple, la taille de police et les informations transmises au consommateur doivent être ajustées aux besoins d'une personne âgée. Les informations doivent être très claires, compréhensibles et accessibles.

De même, dans le cas d'un consommateur malvoyant, les informations doivent être transmises au moyen de supports appropriés et de symboles.

L'absence de professionnalisme dans les relations avec ces consommateurs particuliers peut être considérée comme une pratique commerciale déloyale²⁰.

Ventes transfrontalières : que se passe-t-il lorsque je propose mes produits ou services à des consommateurs en-dehors de mon pays ?

Traitement spécifique des ventes ciblant des consommateurs étrangers

Dans le droit de l'Union²¹, si votre activité commerciale s'adresse à des consommateurs d'autres pays de l'UE que le vôtre, c'est habituellement le droit du pays dans lequel réside le consommateur qui s'appliquera à votre contrat avec ce consommateur étranger. Si vous avez tous deux choisi un autre droit applicable, ce choix ne pourra priver le consommateur étranger des garanties

apportées par les dispositions obligatoires de son pays de résidence.

Par conséquent, si par exemple votre site Internet s'adresse aux consommateurs d'un État membre qui a introduit des exigences linguistiques en vertu de l'Article 6(7) de la Directive relative aux droits des consommateurs, vous êtes tenu de remettre au consommateur les informations contractuelles dans la langue imposée par cet État membre (voir Annexe I). Plus généralement, pour chaque publicité ou offre de biens et services dans un autre État membre, vous devez impérativement respecter le niveau de protection légale du consommateur dans le pays que vous ciblez.

Quand considère-t-on que votre activité commerciale s'adresse explicitement aux consommateurs d'un autre pays ?

La Cour de justice de l'Union européenne a dressé une liste non exhaustive de critères pour déterminer si vos activités marketing ciblent explicitement un État membre. On trouve parmi ces critères, par exemple, l'utilisation d'une langue ou d'une monnaie différente de celle qui est généralement utilisée dans l'État membre où votre société possède son établissement principal, la mention de numéros de téléphone précédés d'un code international, l'utilisation d'un domaine de premier niveau autre que celui de l'État membre où votre société est domiciliée²².

En revanche, si un consommateur d'un autre État membre de l'UE vous contacte de sa propre initiative alors que vous n'adressez pas vos activités

²⁰ Pour plus d'informations, voir le Module 4 sur les pratiques commerciales déloyales et les clauses contractuelles abusives

²¹ En particulier de la Règlementation 593/2008 « Rome I »

²² Pour plus d'informations, voir les cas C 585/08 et C 144/09 ci-joints Peter Pammer and Hotel Alpenhof GesmbH the Court

explicitement à d'autres pays de l'UE, c'est votre droit national qui s'applique.

Qu'est-ce que cela implique pour vous en pratique ?

Quel sera le droit applicable à vos contrats transfrontaliers ?

À première vue, les petits commerçants pourront avoir l'impression qu'il est compliqué de respecter la loi du pays de leurs différents clients, dans différents pays. Cette complexité apparente pourrait empêcher certains professionnels de proposer leurs biens et services à l'étranger. Pourtant, en pratique :

1. La législation de l'UE comporte un grand nombre de dispositions harmonisées en matière de protection des consommateurs, ainsi que nous l'expliquons dans les modules de la formation Consumer Law Ready. Ces règles s'appliquent dans toute l'UE.
2. Même s'il existe sur certains points des différences entre États membres, cela ne signifie pas que vous n'êtes pas autorisé à conclure avec des consommateurs des contrats rédigés conformément à votre propre législation : comme expliqué ci-dessus, vous pouvez convenir avec le consommateur de soumettre le contrat à un autre droit, auquel cas vous êtes uniquement tenu de respecter les dispositions obligatoires du droit de la consommation de l'État de résidence du consommateur.
3. En pratique, les dispositions obligatoires du droit de la consommation d'un autre État s'appliqueront uniquement si elles apportent un niveau de

protection supérieur par rapport à votre système juridique ou au droit que vous et le consommateur êtes convenus d'appliquer. C'est le cas par exemple si la période légale de garantie en vertu du droit de la consommation est supérieure à la période de garantie de votre droit national.

4. Les modules de formation ConsumerLawReady vous permettront également de connaître à l'avance les exigences supplémentaires qui peuvent s'appliquer dans un autre État membre où vous envisagez d'exercer votre activité commerciale.
5. Bien souvent, on s'intéresse à la question du droit applicable uniquement en cas de désaccord avec le client. La plupart des différends peuvent être résolus à l'amiable, ou par une intervention de votre service clients gérant les réclamations.

Dans ce module, nous avons mis en avant plusieurs points pour lesquels les États membres ont adopté des règles qui diffèrent de celles exposées dans la Directive relative aux droits des consommateurs concernant les informations précontractuelles. Vous pouvez trouver ces informations en annexe ou sur le site internet de la Commission Européenne²³. Si vous souhaitez vérifier la façon dont les pays de l'UE ont individuellement transposé la Directive relative aux droits des consommateurs, vous pouvez aussi utiliser le nouveau site de la Commission Européenne [Base de données sur le droit de la consommation](http://ec.europa.eu/consumers/consumer_rights/rights-contracts/directive/transposition_list_crd_en.htm)²⁴.

²³ Notifications des États membres : http://ec.europa.eu/consumers/consumer_rights/rights-contracts/directive/transposition_list_crd_en.htm;

Résumé : http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/files/overview_regulatory_choices.pdf

²⁴ Voir https://e-justice.europa.eu/content_consumer_law-505-en.do

Quel est le tribunal compétent pour un litige concernant un contrat transfrontalier ?

Si votre offre s'adresse à des consommateurs d'autres pays de l'UE et si vous rencontrez un litige avec l'un de vos clients d'un autre pays de l'UE, vous devez savoir que le tribunal compétent pour trancher ce litige sera toujours, en vertu du droit de l'Union, le tribunal compétent du pays de résidence du consommateur. Vous ne pouvez pas engager des poursuites contre ce consommateur devant un tribunal d'un autre pays, et vous risquez une amende importante si vous mentionnez tout de même cette possibilité dans vos conditions générales de vente. Par contre, le consommateur peut, s'il le souhaite, introduire également une action contre vous devant le tribunal compétent de votre pays. Pour simplifier la résolution des litiges dans les affaires transfrontalières, l'UE a mis en place une plate-forme de RLL qui permet de mettre en relation les systèmes de REL de différents États membres²⁵.

Exemple : vous êtes un commerçant Luxembourgeois basé à Luxembourg, et vous vendez vos produits à des clients belges. Dans ce cas, vos conditions générales de vente ne peuvent pas stipuler que les tribunaux de Luxembourg seront les seuls compétents en cas de litige.

Quelles sont les conséquences si je ne transmets pas les informations précontractuelles exigées ?

Il existe différentes conséquences si vous ne transmettez pas les informations précontractuelles exigées.

Tout d'abord, vous prenez le risque de décevoir les consommateurs et de porter préjudice à votre réputation.

Ensuite, le droit lui-même prévoit un certain nombre de conséquences immédiates importantes si certaines informations précontractuelles exigées ne sont pas respectées. Par exemple, si vous n'informez pas les clients de leur droit de rétractation valable pendant 14 jours, ce droit sera automatiquement prolongé d'une année calendaire.

Enfin, vous prenez le risque d'avoir à payer une amende en vertu du droit international pour manquement à la Directive relative aux droits des consommateurs.

Il existe également différents recours contractuels et non contractuels que le consommateur a le droit de demander. Par exemple, le consommateur peut demander la résiliation du contrat et/ou une compensation pour les préjudices qu'il a subis en conséquence de l'absence d'informations.

Il peut être utile de prendre connaissance des recours que les tribunaux nationaux appliquent, en particulier lorsque vous opérez sur un ou des marché(s) en dehors de votre propre pays.

²⁵ Voir le Module 5 de ce manuel

Annexes

Annexe 1 - Application des options réglementaires de la DDC par les Etats membres

Bien que la Directive soit une Directive entièrement harmonisée, il existe un certain nombre d'options réglementaires à la disposition des Etats membres concernant son application, suivant les principes de subsidiarité, et permettant une certaine flexibilité. Les articles suivants de la Directive relative aux droits des consommateurs proposent une option réglementaire :

- l'Article 3 (4) permet de ne pas appliquer les dispositions des contrats conclus hors établissement si le paiement que le client doit effectuer n'excède pas 50 euros ;
- l'Article 6 (7) permet pour les contrats conclus à distance et hors établissement ;
- l'Article 6 (8) permet d'imposer des exigences supplémentaires en matière d'information conformément à la Directive 2006/123/EC et à la Directive 2000/31/EC pour les contrats conclus à distance et hors établissement ;
- l'Article 7 (4) permet de ne pas appliquer un régime d'informations simplifiées concernant les contrats conclus hors établissement pour effectuer des réparations ou de la maintenance ;
- l'Article 8 (6) permet d'introduire des exigences formelles spécifiques concernant les contrats conclus par téléphone ; et
- l'Article 9 (3) permet, dans le cas des contrats conclus hors établissement, de maintenir la législation nationale interdisant au commerçant d'obtenir le paiement du client pendant une période de temps donnée après la conclusion du contrat.

Les tableaux suivants exposent les options réglementaires qui ont été adoptées par les Etats membres (source : Etude sur l'application de la

Directive relative aux droits des consommateurs - 2011/83/EU - Rapport final http://ec.europa.eu/newsroom/document.cfm?doc_id=44637)

Pays	Article 3 (4)	Article 6 (7)	Article 6(8)	Article 7(4)	Art 8(6)	Article 9 (3)
Autriche (AT)	Oui ; limite 50 EUR	Non utilisé	Non utilisé	Non utilisé	Oui ; uniquement pour les contrats de services	Non utilisé
Belgique (BE)	Oui, 50 EUR mais uniquement pour les contrats à objet humanitaire	Non utilisé	Non utilisé	Eventuellement retenu mais non encore utilisé ²⁵	Eventuellement retenu mais non encore utilisé ²⁵	Oui, 7 jours, mais ne s'applique pas aux contrats conclus hors établissement d ans des salons, foires et expositions
Bulgarie (BG)	Non utilisé	Oui	Non utilisé	Non utilisé	Oui	Non utilisé
Croatie (HR)	Non utilisé	Oui	Non utilisé	Non utilisé	Non utilisé	Non utilisé
Chypre (CY)	Oui, limite de 20€	Oui	Oui	Non utilisé	Oui	Non utilisé
République tchèque (CZ)	Non utilisé	Oui	Non utilisé	Non utilisé	Non utilisé	Non utilisé
Danemark (DK)	Oui, limite 350 DKK (46 EUR)	Oui ; Danois, si le marketing est effectué en danois	Non utilisé	Non utilisé	Non utilisé	Non utilisé
Estonie (EE)	Oui, limite de 20€	Oui	Non utilisé	Non utilisé	Oui. L'article s'applique uniquement lorsque le professionnel appelle le client	Non utilisé
Finlande (FI)	Oui ²⁶	Non utilisé	Non utilisé	Non utilisé	Non utilisé	Non utilisé
France (FR)	Non utilisé	Oui	Non utilisé	Non utilisé	Oui. L'article s'applique lorsqu'un représentant	Oui - 7 jours

25 La traduction non officielle indique que la Belgique a utilisé cette option mais que c'est le Roi qui a la possibilité d'introduire un arrangement plus léger pour transmettre des informations. Tout comme pour l'Art 8, c'est le Roi qui a la possibilité de désigner les secteurs auxquels l'exigence s'appliquera. Il n'est pas certain qu'il ait été utilisé.

26 D'après une consultation le sien est de 30€.

Pays	Article 3 (4)	Article 6 (7)	Article 6(8)	Article 7(4)	Art 8(6)	Article 9 (3)
					commercial appelle le client ²⁷	
Allemagne (DE)	Oui, limite de 40 €	Non utilisé	Non utilisé	Non utilisé	Non utilisé mais il y a eu des exigences législatives précédentes de ce type pour certains secteurs	Non utilisé
Grèce (EL)	Oui, limite de 30 €	Non utilisé	Non utilisé ²⁸	Non utilisé	Oui	Oui - pendant la période de rétractation
Hongrie (HU)	Non utilisé	Non utilisé	Oui ²⁹	Non utilisé	Non utilisé	Non utilisé
Irlande (IE)	Oui, limite de 50 €	Non utilisé	Non utilisé	Oui	Non utilisé	Non utilisé
Italie (IT)	Oui, limite de 50 €	Oui, si le client le demande	Non utilisé	Non utilisé	Oui	Non. Pas de billet à ordre avec une date d'exigibilité inférieure à 15 jours après la livraison des marchandises
Lettonie (LV)	Oui, limite de 35 €	Non utilisé	Non utilisé	Non utilisé	Non utilisé	Non utilisé
Lituanie (LT)	Oui, moins de 100 LTL (environ 29€)	Oui	Non utilisé	Oui	Oui	Non utilisé
Luxembourg (LU)	Oui, limite de 50 €	Non utilisé	Non utilisé	Non utilisé	Oui	Non utilisé
Malte (MT)	Oui. La limite est de 30€	Oui, l'une ou l'autre langue officielle est nécessaire	Non utilisé	Non utilisé	Oui	Oui, le dépôt de garantie ne peut être versé que 14 jours après la conclusion du

²⁷ Le paragraphe 5 de l'Article L221-16 du code français de la consommation stipule qu'il est illégal de conclure un contrat par l'intermédiaire d'un numéro de téléphone masqué (numéro bloqué).

- Article L221-17.



28 La Grèce a transposé le texte de l'Art 6(8) de la Directive (presque mot pour mot) dans la formulation de l'Article 3(7) de sa Loi 2251/1994 (telle que modifiée) mais n'a introduit aucune information exigée supplémentaire. Les entretiens ont confirmé qu'aucune mesure réelle n'a été prise dans ce domaine.

29 Il a établi des exigences supplémentaires concernant la transmission d'informations sur les garanties, le droit de conciliation et d'information dans les correspondances électroniques. La traduction non officielle est disponible sur : http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/files/hu_reg_choices_art_29_en_version.pdf

Pays	Article 3 (4)	Article 6 (7)	Article 6(8)	Article 7(4)	Art 8(6)	Article 9 (3)
						contrat
Pays-Bas (NL)	Oui, limite de 50 €	Non utilisé	Non utilisé	Oui	Oui (application limitée)	Non utilisé
Pologne (PL)	Oui ; limite 50 PLN [environ 12 €]	Oui	Non utilisé	Non utilisé	Oui. L'article s'applique uniquement lorsque le représentant commercial appelle le client	Non utilisé
Portugal (PT)	Oui, mais uniquement à la souscription d'éléments périodiques dans la limite de 40€	Oui	Non utilisé	Oui	Oui. L'article s'applique uniquement lorsque le représentant commercial appelle le client	Non utilisé
Roumanie (RO)	Oui, limite de 50 €	Oui	Non utilisé	Non utilisé	Oui	Non utilisé
Slovaquie (SK)	Non utilisé	Non utilisé	Non utilisé	Oui	Oui	Oui - jusqu'à la Fin de la période de rétractation
Slovénie (SI)	Oui, limite de 20 €	Oui	Non utilisé	Oui	Oui	Non utilisé
Espagne (ES)	Non utilisé	Oui	Non utilisé	Oui	Oui. L'article s'applique uniquement lorsque le représentant commercial appelle le client	Non utilisé
Suède (SE)	Oui, limite de 43 € ³⁰	Non utilisé	Non utilisé	Non utilisé	Non utilisé	Non utilisé

Royaume-Uni (UK)	Exemption partielle contrats conclus en dehors des locaux < 50€ exemptés de certaines informations et Droit de rétractation	Non utilisé	Oui, partiellement - pour les fournisseurs d'énergie et les agents immobiliers	Non utilisé	Non utilisé	Non utilisé
------------------	---	-------------	--	-------------	-------------	-------------

30 Le montant est de 400SEK.