Observations[1]

Contrats « à distance » et « hors établissement » : une communication avant tout « directe » et « efficace » avec le consommateur !

I. INTRODUCTION : LE DÉFICIT INFORMATIONNEL DU CONSOMMATEUR

1. La conclusion d'un contrat « à distance » ou « hors établissement » avec un professionnel est devenue monnaie courante pour le consommateur. D'une part, le développement accru que connaît le commerce électronique, depuis une vingtaine d'années, permet au consommateur de conclure des contrats « à distance » en seulement quelques clics. D'autre part, que ce soit à son domicile, sur son lieu de travail, sur la voie publique (plages, rues, transports publics) ou encore lors d'une excursion touristique, il n'est pas rare que le consommateur soit amené à négocier ou à conclure des contrats en dehors de l'établissement commercial habituel du professionnel. Bien que ces contrats aient pour avantage d'éviter ou de limiter le déplacement des consommateurs, le contexte de leur conclusion et/ou de leur négociation a pour inconvénient de placer le consommateur en dehors du cadre dans lequel il réalise habituellement ses achats[2]. Le consommateur est donc particulièrement vulnérable[3] en ce que cet environnement particulier est de nature à créer, dans son chef, un déficit informationnel. En effet, le consommateur pourrait souffrir, lors de la formation de ces contrats, d'un manque de connaissances relatif tant à des éléments de fait (caractéristiques du produit, identité du professionnel, prix) que de droits (existence d'un droit de rétractation, d'une garantie ou encore d'un service après-vente) propres au futur rapport contractuel[4].

2. Depuis le début des années 1990, le législateur européen tente d'établir, à charge du professionnel, un véritable « droit formalisé à l'information du consommateur »[5] dans le but de contrer cette asymétrie de connaissance. En ce sens, la finalité première de l'obligation précontractuelle d'information et des formes qui l'accompagnent est de rétablir l'équilibre contractuel[6] en attirant l'attention du consommateur sur des éléments qu'il a tout intérêt à connaître (*i.e.* les conditions et l'objet du contrat)[7] en vue de contracter en pleine

1 Guillaume Schultz. Assistant à l'Université Saint-Louis – Bruxelles (Centre de droit Privé – CePri). Avocat au barreau de Bruxelles.

2 G. Chantepie, « Les contrats hors établissement (obligations d'information et droit de rétractation) en Belgique et en France », *R.E.D.C.*, 2013, p. 459.

3 Sur cette question, voy. G. Schultz, « Le contrat de vente conclu à distance au prisme des vulnérabilités du consommateur : état des lieux et évolutions européennes récentes », *D.C.C.R.*, 2020, pp. 63 à 92.

4 H. Jacquemin et J. Lesage, « Aspects contractuels et de protection du consommateur dans le commerce en ligne », *La révolution digitale et les start-ups*, J.-A. Delcorde (dir.), coll. de la Conférence du Jeune Barreau de Bruxelles, Bruxelles, Larcier, 2016, p. 108.

5 H. Jacquemin et E. De Duve, « L'information précontractuelle et contractuelle des consommateurs », *Contrats et protection des consommateurs*, C. Verdure (dir.), coll. Recyclage en droit, Limal, Anthemis, 2016, p. 9.

6 L. Vogel et J. Vogel, *Traité de droit économique*, t. 3 : *Droit de la consommation*, Bruxelles, Bruylant, 2017, p. 763.

7 H. Jacquemin, « Heurs et malheurs du formalisme contractuel comme mécanisme de protection du consommateur », *D.C.C.R.*, 2013, pp. 270 et 271.

this jurisquare copy is licenced to UNIVERSITE LIBRE DE BRUXELLES

connaissance de cause et d'éviter ainsi d'éventuelles mauvaises surprises lors de l'exécution du contrat[8].

De telles considérations ont mené à l'adoption, dans un premier temps, de la directive 85/577 relative aux contrats «hors établissement»[9] et, dans un second temps, de la directive 97/7 relative aux contrats «à distance»[10] qui toutes deux, isolément, mettaient, à charge du professionnel, une obligation précontractuelle d'information envers le consommateur concluant de tels contrats.

Épris de son souci d'une protection toujours plus accrue des consommateurs tout en garantissant la compétitivité des entreprises européennes, le législateur européen adopta la directive 2011/83 relative aux droits des consommateurs[11]. L'adoption de cette directive a principalement eu pour objet d'abroger les directives 85/577 et 97/7 précitées afin d'uniformiser et de rassembler en un seul instrument les protections similaires qu'elles offraient isolément aux consommateurs «à distance» et «hors établissement» comme l'obligation précontractuelle d'information.

En droit belge, cette directive fut transposée dans le livre VI du Code de droit économique (ci-après, C.D.E.).

II. L'OBLIGATION PRÉCONTRACTUELLE D'INFORMATION DANS LES CONTRATS «À DISTANCE» OU «HORS ÉTABLISSEMENT»

3. «Avant que le consommateur ne soit lié par un contrat à distance[12] ou hors établissement[13] ou par une offre du même type», c'est-à-dire au stade précontractuel, l'article 6 de la directive 2011/83[14] – intitulé «Obligations d'information concernant les contrats à distance et hors établissement» – prévoit, en son paragraphe 1er, l'obligation pour le professionnel de fournir au consommateur certaines informa-

8 L. Vogel et J. Vogel, *op. cit.*, pp. 762 et 763.

9 Directive (CEE) 85/577 du Conseil du 20 décembre 1985 concernant la protection des consommateurs dans le cas de contrats négociés en dehors des établissements commerciaux, *J.O.C.E.*, L 372, 31 décembre 1985.

10 Directive (CE) 97/7 du Parlement européen et du Conseil du 20 mai 1997 concernant la protection des consommateurs en matière de contrats à distance, *J.O.C.E.*, L 144, 4 juin 1997.

11 Directive (UE) 2011/83 du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2011 relative aux droits des consommateurs, modifiant la directive 93/13/CEE du Conseil et la directive 1999/44/CE du Parlement européen et du Conseil et abrogeant la directive 85/577/CEE du Conseil et la directive 97/7/CE du Parlement européen et du Conseil, *J.O.U.E.*, L 304, 22 novembre 2011; sur cette directive, voy. E. Cruysmans *et al.*, «La directive 2011/83/UE du 25 octobre 2011 relative aux droits des consommateurs», *R.G.D.C.*, 2013, pp. 170 à 207; E. Terryn, «La transposition de la directive droits des consommateurs en Belgique – Champ d'application personnel et exclusions», *R.E.D.C.*, 2013, pp. 369 à 398.

12 À savoir, «tout contrat conclu entre le professionnel et le consommateur, dans le cadre d'un système organisé de vente ou de prestation de services à distance, sans la présence physique simultanée du professionnel et du consommateur, par le recours exclusif à une ou plusieurs techniques de communication à distance, jusqu'au moment, et y compris au moment, où le contrat est conclu» (art. 2, 7°, de la directive 2011/83).

13 À savoir, «tout contrat entre le professionnel et le consommateur: a) conclu en la présence physique simultanée du professionnel et du consommateur, dans un lieu qui n'est pas l'établissement commercial du professionnel; ou b) ayant fait l'objet d'une offre du consommateur dans les mêmes circonstances, comme indiqué au point a); ou c) conclu dans l'établissement commercial du professionnel ou au moyen d'une technique de communication à distance immédiatement après que le consommateur a été sollicité personnellement et individuellement dans un lieu qui n'est pas l'établissement commercial du professionnel, en la présence physique simultanée du professionnel et du consommateur; ou d) conclu pendant une excursion organisée par le professionnel ayant pour but ou pour effet de promouvoir et de vendre des biens ou des services au consommateur» (art. 2, 8°, de la directive 2011/83); voy. G. Chantepie, *op. cit.*, pp. 459 à 474.

14 Transposé aux articles VI.45, § 1er (contrats «à distance») et VI.64, § 1er (contrats «hors établissement») du C.D.E.

this jurisquare copy is licenced to UNIVERSITE LIBRE DE BRUXELLES

tions[15]. Au rang de ces informations, figurent notamment « l'adresse géographique où le professionnel est établi ainsi que le numéro de téléphone du professionnel, son numéro de télécopieur et son adresse électronique, lorsqu'ils sont disponibles » et ce, afin que le consommateur puisse contacter le professionnel « rapidement » et communiquer avec lui « efficacement » (point c).

De manière générale, le paragraphe 1er de l'article 6 prévoit que toutes les informations fournies doivent l'être « sous une forme claire et compréhensible ».

III. L'ARRÊT COMMENTÉ

4. Dans l'arrêt commenté par la présente contribution[16], la Cour de justice de l'Union européenne (ci-après, « la Cour ») précise la portée de cette exigence particulière et ce qu'elle implique techniquement pour le professionnel. Seront successivement présentés, les faits (A), l'objet des questions préjudicielles (B) et enfin, le raisonnement adopté par la Cour pour y répondre (C).

A. Les faits

5. Le « Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände, Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. » (*i.e.* « l'Union fédérale des centrales et associations de consommateurs allemands », ci-après l'« Union fédérale ») reproche à Amazon, célèbre plateforme de vente en ligne, de ne pas indiquer au consommateur, au stade antérieur à la vente, son numéro de télécopie et de contraindre ce dernier à plusieurs clics sur son site et à répondre à plusieurs questions sur son identité, avant de pouvoir visualiser le numéro de téléphone du centre d'appel d'Amazon. Selon l'Union fédérale, Amazon viole la législation allemande transposant la directive 2011/83 qui impose au professionnel d'indiquer, d'une manière claire et compréhensible, outre son adresse géographique, son numéro de téléphone (en toutes circonstances) et, le cas échéant, son numéro de télécopie et son adresse e-mail permettant au consommateur de le contacter rapidement et de communiquer avec lui efficacement. En outre, le système de rappel automatique et de discussion en ligne, également proposés par Amazon, ne sauraient suffire, selon l'Union fédérale, à satisfaire aux obligations prévues par la loi allemande.

B. L'objet des questions préjudicielles posées à la Cour

6. Dans ce contexte, le Bundesgerichtshof (*i.e.* la Cour fédérale de justice allemande), saisi du litige en dernier ressort et nourrissant des doutes quant à la conformité du droit allemand au regard du droit de l'Union européenne, décida de surseoir à statuer et de s'en remette à la Cour de justice de l'Union européenne afin de savoir, si :

(1) l'article 6, § 1er, sous c), de la directive 2011/83 s'oppose à la réglementation allemande dont question – qui impose au professionnel, avant de conclure avec un consommateur un contrat « à distance » ou « hors établissement », de fournir, en toutes circonstances, (et pas seulement lorsqu'il est disponible) son numéro de téléphone – et si le professionnel est obligé, en vertu de cette même disposition, de mettre en place une ligne téléphonique, ou de télécopieur, ou une nouvelle adresse électronique

[15] Comme les principales caractéristiques du bien ou du service ; l'identité du professionnel ; le prix total des biens ou services toutes taxes comprises ; les modalités de paiement et de livraison ; les conditions, le délai et les modalités d'exercice du droit de rétractation (lorsqu'il existe)…

[16] C.J.U.E., arrêt *Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale Bundesverband eV c. Amazon EU Sàrl*, 10 juillet 2019, C-649/17, EU:C:2019:576.

this jurisquare copy is licenced to UNIVERSITE LIBRE DE BRUXELLES

pour permettre aux consommateurs de le contacter ?

(2) si un professionnel tel qu'Amazon peut recourir à d'autres moyens de communication, tels qu'un système de rappel automatique ou de messagerie instantanée ?

C. Le raisonnement de la Cour

7. Afin de répondre à la première question, la Cour va, conformément à sa jurisprudence constante[17], procéder à une analyse littérale (1), contextuelle (2) et téléologique (3) de l'article 6, § 1er, sous c), de la directive 2011/83. La réponse à la seconde question constituera le corollaire logique de cette analyse tripartite (4).

1. Une interprétation littérale

8. La Cour s'est d'abord concentrée sur le libellé de l'article 6, § 1er, sous c), de la directive 2011/83. Elle avance que deux interprétations en seraient envisageables[18]. D'une part, cette disposition pourrait entraîner une obligation, pour le professionnel, d'informer le consommateur « de son numéro de téléphone et de son numéro de télécopieur seulement dans l'hypothèse où ce professionnel dispose de ces numéros ». D'autre part, « ladite disposition mettrait à charge du professionnel une telle obligation uniquement si ce dernier utilise [habituellement] le téléphone ou le télécopieur dans ses contacts avec les consommateurs ».

Alors que l'avocat général G. Pitruzzella était arrivé aux conclusions inverses, la Cour a étonnement décidé que ni le libellé[19] de l'article 6, § 1er, sous c), de la directive 2011/83 ni l'analyse de ses différentes versions linguistiques[20] ne permettent d'en déterminer la portée exacte.

9. Face à cette impasse, il convient, selon la Cour, de procéder, tout d'abord, à une interprétation contextuelle (*cfr* point 2) et ensuite téléologique (*cfr* point 3) de l'article 6, § 1er, sous c), de la directive 2011/83.

2. Une interprétation contextuelle

10. Sur le plan du contexte, la Cour rappelle que « cette disposition prévoit une obligation précontractuelle d'information en ce qui concerne [tous] les contrats à distance et les contrats hors établissement »[21] conclus entre un professionnel et un consommateur, sans distinction du moyen de communication à distance utilisé (téléphone, télécopieur, Internet…). C'est pourquoi, comme le rappelle l'avocat général G. Pitruzzella dans ses conclusions, cette disposition prévoit « une liste hétérogène et diversifiée de moyens de

17 Voy. par analogie C.J.U.E., arrêt *Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale Bundesverband eV c. Deutsche Apotheker-und Ärztebank eG*, 25 juin 2020, C-380/19, EU:C:2020:48, point 25 (et la jurisprudence citée) ; C.J.U.E., arrêt *Raad van bestuur van de Sociale Verzekeringsbank c. D. Balandin, I. Lukachenko, Holiday on Ice Services BV*, 24 janvier 2019, C-477/17, EU:C:2019:60, point 31 (et la jurisprudence citée) et C.J.U.E., arrêt *Lukoyl Neftohim Burgas AD c. Nachalnik na Mitnicheski punkt Pristanishte Burgas Tsentar pri Mitnitsa Burgas*, 12 juin 2014, C-330/13, EU:C:2014:1757, point 59 (et la jurisprudence citée).

18 Arrêt commenté, point 34.

19 Arrêt commenté, point 35 *contra* av. gén. G. Pitruzzella, concl. préc. C.J.U.E., arrêt *Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale Bundesverband eV c. Amazon EU Sàrl*, 10 juillet 2019, C-649/17, EU:C:2019:165, point 68 : « dans le texte de l'article 6, paragraphe 1, sous c), les trois modalités de contact (téléphone, télécopie et adresse électronique) sont placées sur le même plan et suivies de l'expression "lorsqu'ils sont disponibles" qui, de ce fait, doit nécessairement se rapporter aux trois moyens de communication, à la différence de l'adresse géographique qui est placée dans la phrase introductive de l'énumération, en position séparée, et donc de nature à en imposer au professionnel l'indication en tout état de cause ».

20 Arrêt commenté, point 36 *contra* av. gén. G. Pitruzzella, *ibidem*, points 65 à 67, spéc. 67 : « Sur la base d'une interprétation littérale, l'article 6, paragraphe 1, sous c), de la directive 2011/83 n'impose pas au professionnel une obligation absolue et inconditionnelle d'indiquer toutes les coordonnées de contact qui y sont énumérées ».

21 Arrêt commenté, point 38.

this jurisquare copy is licenced to UNIVERSITE LIBRE DE BRUXELLES

communication dont l'aptitude à atteindre le but de l'article varie en fonction du contexte spécifique [domicile, lieu de travail du consommateur, Internet…] dans lequel se déroule la transaction »[22] et qu'il convient ainsi, de mettre « en corrélation la manière dont le professionnel communique avec le consommateur et les caractéristiques du moyen technique employé pour conclure la transaction »[23]. Ainsi, il n'y aurait aucun sens d'imposer aux professionnels, de manière abstraite, un moyen de communication avec le consommateur – comme le téléphone – sans tenir compte des modalités concrètes de la transaction.

11. D'un point de vue du contexte temporel, les conclusions de l'avocat général G. Pitruzzella précisent que « lorsque la directive a été rédigée, il était pratiquement impossible, tout comme aujourd'hui, d'envisager l'existence d'une entreprise sans ligne téléphonique. Si le législateur de l'Union avait entendu imposer aux entreprises qui ont une ligne téléphonique (pratiquement toutes) l'usage du téléphone pour communiquer avec le consommateur, l'emploi de l'expression "lorsqu'ils sont disponibles" n'aurait eu aucun sens »[24]. En effet, « tout ce qui existe ou se trouve dans un contexte donné n'est pas nécessairement disponible ou à la disposition de tous ceux qui souhaitent en faire usage »[25]. Ce qui est évidemment le cas du téléphone dont l'utilisation pour communiquer entre le consommateur et le professionnel peut, bien évidemment, être éventuelle[26].

12. À l'aune de ces considérations contextuelles, la Cour estime logiquement qu'« il convient d'interpréter les termes "lorsqu'ils sont disponibles", figurant à l'article 6, paragraphe 1, sous c), de la directive 2011/83, en ce sens qu'ils visent les cas où le professionnel dispose d'un numéro de téléphone ou de télécopieur et qu'il ne les utilise pas uniquement à des fins autres que le contact avec les consommateurs. À défaut, cette disposition ne lui impose pas d'informer le consommateur de ce numéro de téléphone, voire de mettre en place une ligne téléphonique, ou de télécopieur, ou de créer une nouvelle adresse électronique pour permettre aux consommateurs de le contacter »[27].

Ainsi, ce n'est que si le professionnel disposait déjà d'une ligne téléphonique, d'une ligne de télécopieur ou d'une adresse e-mail dédiée à la communication avec les consommateurs qu'il se doit de communiquer au consommateur les informations y relatives au stade précontractuel. En aucun cas, il se doit de créer une ligne de téléphone, de télécopieur ou une adresse e-mail spécifiquement pour permettre au consommateur de le contacter.

13. Il est intéressant de souligner que la Cour a récemment appliqué ces principes dans un arrêt du 14 mai 2020[28] en matière d'information précontractuelle du consommateur quant au droit de rétractation. Dans cet arrêt, la Cour a dit pour droit que « l'article 6, paragraphe 1, sous c), de la directive 2011/83/UE (…) doit être interprété en ce sens que, dans une situation où le numéro de téléphone d'un professionnel apparaît sur son site Internet de telle manière qu'elle suggère, aux yeux d'un consommateur moyen, à savoir un consommateur normalement informé et raisonnable-

22 Av. gén. G. Pitruzzella, *op. cit.*, point 59.

23 Av. gén. G. Pitruzzella, *ibidem*, point 26; ainsi, « pour les contrats conclus par téléphone, il sera naturel que le moyen de communication choisi pour les communications ultérieures soit le téléphone, mais pour les contrats conclus en ligne, d'autres techniques peuvent être plus appropriées pour contacter rapidement le professionnel et communiquer efficacement avec lui » (av. gén. G. Pitruzzella, *ibidem*, point 60).

24 Av. gén. G. Pitruzzella, *ibidem*, point 71.

25 Av. gén. G. Pitruzzella, *ibidem*, point 74.

26 Av. gén. G. Pitruzzella, *ibidem*, point 75.

27 Arrêt commenté, point 51.

28 C.J.U.E., arrêt *EIS GmbH c. TO*, 14 mai 2020, C-266/19, EU:C:2020:384.

this jurisquare copy is licenced to UNIVERSITE LIBRE DE BRUXELLES

ment attentif et avisé, que ce professionnel *utilise ce numéro de téléphone aux fins de ses contacts avec les consommateurs*, ledit numéro de téléphone doit être considéré comme "disponible", au sens de cette disposition. Dans un tel cas, l'article 6, paragraphe 1, sous c) et h), ainsi que paragraphe 4, de cette directive, lu en combinaison avec l'annexe I, point A, de celle-ci, doit être interprété en ce sens que le professionnel qui fournit au consommateur, avant que celui-ci ne soit lié par un contrat à distance ou hors établissement, les informations relatives aux modalités d'exercice du droit de rétractation, en ayant recours à cet effet aux informations standardisées figurant à ladite annexe I, point A[29], est tenu de mentionner le même numéro de téléphone de manière à permettre à ce consommateur de lui communiquer sa décision éventuelle de faire usage de ce droit au moyen de celui-ci »[30]. *A contrario*, la Cour estime que « le professionnel qui conclut avec un consommateur un contrat par l'intermédiaire d'un site Internet et *qui n'utilise pas, à cette fin, le téléphone*, tout en disposant d'une ligne téléphonique pour les besoins de la gestion des autres aspects de l'activité de son entreprise, n'est *pas* en principe tenu de communiquer le numéro attribué à cette ligne téléphonique à ce consommateur lorsqu'il décide d'avoir recours aux informations standardisées figurant à l'annexe I, point A, de la directive 2011/83 »[31]. À l'instar de l'arrêt commenté, la Cour veille à ce qu'il existe une certaine concordance entre le contexte de la transaction commerciale et le degré de protection du consommateur dans ce cadre.

3. *Une interprétation téléologique*

14. En ce qui concerne les objectifs que poursuit la directive 2011/83, la Cour rappelle, dans l'arrêt commenté, que cette directive vise, d'une part, à « assurer un niveau élevé de protection des consommateurs en garantissant leur information et leur sécurité dans les transactions avec les professionnels »[32]. Dans ce cadre, « la possibilité, pour le consommateur, de contacter le professionnel rapidement et de communiquer avec lui efficacement (…) revêt une importance fondamentale pour la sauvegarde et la mise en œuvre effective [de ses droits] »[33] tel que le droit de rétractation[34]. D'autre part, la Cour rappelle que la directive 2011/83 vise aussi à « assurer un juste équilibre entre [ce] niveau élevé de protection des consommateurs et la compétitivité des entreprises »[35].

29 Pour rappel, l'article 6 de la directive 2011/83 prévoit, en son paragraphe 1er, l'obligation pour le professionnel de fournir au consommateur, au stade précontractuel, certaines informations concernant le droit de rétractation (son existence ou son absence, ses conditions, le délai, les modalités d'exercices, les coûts devant le cas échéant être supportés par le consommateur…). Afin de faciliter la tâche des professionnels, un formulaire contenant les « informations standardisées sur la rétractation » est annexé à la directive 2011/83 (*i.e.* l'annexe I, point A). Il suffit que le professionnel porte ces « informations standardisées » à la connaissance du consommateur – en les reprenant dans ses conditions générales par exemple – avant la conclusion du contrat pour qu'il ait respecté son obligation précontractuelle d'information relative au droit de rétractation (art. 6, § 4, de la directive 2011/83) ; pour plus de détails, voy. H. Jacquemin, « Le droit de la vente à l'aune de la directive sur les droits des consommateurs », *Contrats et protection des consommateurs*, P. Wéry (dir.), coll. de la Conférence du Jeune Barreau de Bruxelles, Bruxelles, Larcier, 2013, pp. 266 à 270.

30 C.J.U.E., arrêt *EIS GmbH c. TO*, 14 mai 2020, C-266/19, EU:C:2020:384, point 41, nous soulignons ; voy. aussi point 35.

31 C.J.U.E., arrêt *EIS GmbH c. TO*, 14 mai 2020, C-266/19, EU:C:2020:384, point 36, nous soulignons.

32 Arrêt commenté, point 39.

33 Arrêt commenté, point 41.

34 Voy. en ce sens l'arrêt commenté, points 42 et 43 ; sur le droit de rétractation, voy. A. Michel, « Matelas et vêtements dans le même sac ? », note sous C.J.U.E. (6e ch.), 27 mars 2019, *D.C.C.R.*, 2020, pp. 34 à 46.

35 Arrêt commenté, point 44 ; voy. le considérant no 4 de la directive 2011/83.

this jurisquare copy is licenced to UNIVERSITE LIBRE DE BRUXELLES

C'est pourquoi, la Cour estime logiquement qu'« une obligation inconditionnelle de mettre à disposition du consommateur, en toutes circonstances, un numéro de téléphone, voire de mettre en place une ligne téléphonique, ou de télécopieur, ou de créer une nouvelle adresse électronique pour permettre aux consommateurs de contacter le professionnel paraît disproportionnée, en particulier dans le contexte économique du fonctionnement de certaines entreprises, notamment les plus petites, qui peuvent chercher à réduire leur coût de fonctionnement en organisant la vente ou la prestation de services à distance ou hors établissement »[36]. Cela engendrerait, pour ces petites entreprises, de nombreux bouleversements – disproportionnés – tant sur le plan technique (*i.e.* mise en place de centres d'appel) que structurel (*i.e.* du personnel supplémentaire pour gérer ces centres d'appel).

15. Cette analyse tant contextuelle que téléologique est de nature à justifier la première partie du dispositif de l'arrêt commenté dans lequel la Cour dit pour droit que l'article 6, paragraphe 1er, sous c), de la directive 2011/83, (1) « s'oppose à une réglementation nationale, telle que celle en cause au principal, qui impose au professionnel, avant de conclure avec un consommateur un contrat à distance ou hors établissement, de fournir, en toutes circonstances, son numéro de téléphone » et (2) « n'implique pas une obligation pour le professionnel de mettre en place une ligne téléphonique, ou de télécopieur, ou de créer une nouvelle adresse électronique pour permettre aux consommateurs de le contacter et n'impose de communiquer ce numéro ou celui du télécopieur ou son adresse électronique que dans les cas où ce professionnel dispose déjà de ces moyens de communication avec les consommateurs ».

[36] Arrêt commenté, point 48.

4. Corollaire : une liberté relative pour le professionnel

16. L'ensemble des considérations développées ci-dessus ont pour corollaire logique que la liste des moyens de communication figurant à l'article 6, § 1er, sous c), de la directive 2011/83 n'est en rien exhaustive et n'a qu'un caractère indicatif. L'inverse aurait pour conséquence, comme le rappelle l'avocat général G. Pitruzzella dans ses conclusions, « de priver le consommateur de la possibilité d'utiliser des moyens de contact particulièrement rapides et efficaces rendus possibles par le développement technologique »[37]. Il rappelle, à cet égard, que certains moyens de communication tendent, aujourd'hui, à devenir obsolètes (comme la télécopie) alors que des dispositifs d'interaction sur le web, toujours nouveaux, font leur apparition[38], comme les « *chatbots* »[39] intégrés aux plateformes de messagerie instantanée.

C'est donc logiquement que la Cour a décidé, dans la deuxième partie de son dispositif, que l'article 6, § 1er, sous c), de la directive 2011/83 « doit être interprété en ce sens que, si cette disposition impose au professionnel de mettre à la disposition du consommateur un moyen de communication de nature à satisfaire aux critères d'une communication directe et efficace, elle ne s'oppose pas à ce que ledit professionnel fournisse d'autres moyens de communication que ceux énumérés dans ladite disposition aux fins de satisfaire à ces critères » tels que des formulaires de contact électroniques ou des systèmes de messagerie instan-

[37] Av. gén. G. Pitruzzella, *op. cit.*, point 97.

[38] Av. gén. G. Pitruzzella, *ibidem*, point 98.

[39] « *Chat* » comme discussion en ligne et « *Bot* » comme robot. Il s'agit d'« agents conversationnels capables d'interagir avec les humains » (A. Bensoussan et J. Bensoussan, *IA, robots et droit*, Bruxelles, Bruylant, 2019, p. 227).

this jurisquare copy is licenced to UNIVERSITE LIBRE DE BRUXELLES

tanée – munis, le cas échéant, de *chatbots* – ou de rappel téléphonique.

IV. OBSERVATIONS ET RÉFLEXIONS SUR L'ARRÊT COMMENTÉ

17. Après avoir fait le point sur l'obligation précontractuelle d'information telle que revisitée par l'arrêt commenté (A), nous soulignerons que, dans certains cas, la directive 2000/31 sur le commerce électronique[40] trouvera à s'appliquer de manière cumulative (B). Enfin, nous constaterons que l'enseignement de l'arrêt commenté est, d'ores et déjà, voué à une certaine désuétude (C).

A. L'obligation précontractuelle d'information revisitée par l'arrêt commenté

18. Concrètement, pour que l'obligation précontractuelle d'information relative aux moyens de communication soit remplie dans le chef du professionnel, ce dernier doit veiller, tout d'abord, à rendre cette information accessible aux consommateurs « sous une forme claire et compréhensible » (article 6, § 1er, de la directive 2011/83).

L'avocat général G. Pitruzzella rappelle, dans ses conclusions, que la clarté « se rapporte aux modalités externes par lesquelles l'information est montrée au consommateur et donc à la lisibilité et au caractère reconnaissable de celle-ci au sein de l'environnement où a lieu l'opération »[41]. En ce sens, nous ne pouvons qu'encourager les professionnels à recourir aux techniques de *legal design*[42] qui foisonnent en vue de traduire le droit et d'offrir une plus grande accessibilité à une information juridique souvent abondante et complexe[43]. Une accessibilité qui est de nature à sécuriser et à améliorer les relations contractuelles, prévenant ainsi la survenance d'éventuels conflits[44].

Le caractère compréhensible se rapporte, quant à lui, « au contenu spécifique de l'information, qui doit être de nature à informer le consommateur des conséquences juridiques de ses choix »[45].

19. Ensuite, en vertu de l'arrêt commenté, bien que les moyens de communication fournis au consommateur « à distance » ou « hors établissement » puissent être différents de ceux énumérés dans l'article 6, § 1er, sous c), de la directive 2011/83, ils doivent satisfaire aux critères d'une communication « directe » et « efficace »[46].

20. Notons qu'il appartiendra aux juridictions nationales d'apprécier, d'une part, si les moyens de communication mis à la disposition du consommateur par le professionnel permettent au consommateur de contacter le professionnel directement et de communiquer avec lui efficacement et, d'autre part, si les informations sur ces moyens de communication sont accessibles de manière claire et compréhensible[47].

40 Directive (CE) 2000/31 du Parlement européen et du Conseil du 8 juin 2000 relative à certains aspects juridiques des services de la société de l'information, et notamment du commerce électronique, dans le marché intérieur (« directive sur le commerce électronique »), *J.O.C.E.*, L 178, 17 juillet 2000.

41 Av. gén. G. Pitruzzella, *op. cit.*, point 107.

42 « Le *legal design* au sens large englobe toute une série de projets, qui ont pour matière première l'information juridique, comme *credo* une plus grande accessibilité du droit, et qui utilise les potentialités des outils numériques au sens large » (O. Zarcate et S. Manzoli, « Legal design ou design du droit, révolution copernicienne de l'information juridique », *Communication juridique et judiciaire de l'entreprise*, H. Bouthinon-Dumas (dir.), Bruxelles, Larcier, 2015, p. 117) ; voy. également A. Rossi *et al.*, « When Design Met Law : Design Patterns for Information Transparency », *D.C.C.R.*, 2019, pp. 79 à 121.

43 O. Zarcate et S. Manzoli, *op. cit.*, p. 126.

44 O. Zarcate et S. Manzoli, *ibidem*, p. 129.

45 Av. gén. G. Pitruzzella, *op. cit.*, point 107.

46 Sur ces critères, *cf. infra*, n° 22.

47 Arrêt, commenté, point 52.

this jurisquare copy is licenced to UNIVERSITE LIBRE DE BRUXELLES

B. L'application cumulative de la directive 2000/31 sur le commerce électronique lors de la conclusion d'un contrat « à distance » en ligne

21. Le recours à l'Internet ajoute de nouveaux risques aux aléas qui entourent déjà tout contrat « à distance ». Ce qui justifie que lorsque le contrat « à distance » est conclu en ligne[48] – que ce soit pour l'achat d'un bien ou la fourniture d'un service –, il faille combiner les obligations d'information prévues par l'article 6, § 1er, de la directive 2011/83 et celles prévues par l'article 5, § 1er, de la directive 2000/31 sur le commerce électronique[49], dont les dispositions figurent à l'heure actuelle, en grande partie, dans le livre XII du C.D.E. consacré au droit de l'économie électronique[50].

Sans entrer dans les détails, la directive 2000/31 sur le commerce électronique a notamment vocation à régir les rapports entre un « prestataire » qui fournit un « service de la société de l'information » et un « destinataire de service ». Lorsque le service de la société de l'information consiste à vendre des biens ou à prester des services marchands en ligne, le « prestataire de service » s'identifie au « professionnel » alors que le « destinataire du service », lorsqu'il intervient à des fins non professionnelles, n'est autre que le consommateur au sens de la directive 2011/83 sur les droits des consommateurs.

L'article 5, § 1er, de la directive 2000/31 sur le commerce électronique dispose que : « outre les autres exigences en matière d'information prévues par le droit communautaire [*i.e.* l'article 6, § 1er, de la directive 2011/83], (…) le prestataire ren[d] possible un accès facile, direct et permanent, pour les destinataires du service (…), au moins aux informations suivantes : (…) c) les coordonnées du prestataire, y compris son adresse de courrier électronique, permettant d'entrer en contact rapidement et de communiquer directement et efficacement avec lui (…) ».

22. Dans un arrêt du 16 octobre 2008[51], la Cour de justice de l'Union européenne a dit pour droit que ladite disposition implique que le prestataire de service (*i.e.* le professionnel) doit fournir aux destinataires de service intervenant à des fins non professionnelles (*i.e.* le consommateur), « dès avant toute conclusion de contrat avec ces derniers, en sus de son adresse de courrier électronique, d'autres informations permettant une prise de contact rapide, ainsi qu'une communication directe et efficace ». La Cour a ensuite précisé que ces « autres informations ne doivent pas nécessairement correspondre à un numéro de téléphone » et qu'un formulaire de contact disponible sur le site Internet du professionnel et auquel celui-ci répond par courrier électronique est suffisant.

Sur le plan des principes, bien que l'arrêt commenté s'inscrive totalement dans la lignée de l'arrêt du 16 octobre 2008, ce dernier a l'avantage de définir ce qu'il faut entendre par

48 Pour rappel, un contrat « à distance » n'est pas nécessairement un contrat conclu en ligne. Un contrat « à distance » peut – mais cela devient de plus en plus rare – être conclu par téléphone, télécopie (fax) ou encore par envoi de documents contractuels par voie postale ; voy. Y. Ninane et A. Bochon, « Actualités en matière de contrats de consommation », *Le droit de la consommation dans le nouveau Code de droit économique*, coll. UB³, Bruxelles, Bruylant, 2014, pp. 94 à 96.

49 Pour plus de détails quant à l'articulation de ces deux réglementations, voy. Y. De Cordt *et al.*, *Manuel du droit de l'entreprise*, Limal, Anthemis, 2019, pp. 547 à 555.

50 Voy. en l'espèce, C.D.E., art. XII.6 à XII.11.

51 C.J.U.E., arrêt *Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände c. deutsche internet versicherung AG*, 16 octobre 2008, C-298/07, EU:C:2008:572 ; sur cet arrêt, voy. D. Kabre, « Portée et sanction de l'obligation des prestataires de services Internet de rendre accessibles les coordonnées de communication », *R.D.T.I.*, 2009, pp. 65 à 71 ; D. Melison, « Arrêt *Bundesverband c. DIV* : l'indication du numéro de téléphone par les prestataires de services de la société de l'information », *R.E.D.C.*, 2009, pp. 582 à 594.

this jurisquare copy is licenced to UNIVERSITE LIBRE DE BRUXELLES

une communication « directe »[52] et « efficace »[53], ce qui sera de nature à guider des juridictions nationales lorsqu'elles seront amenées à apprécier le caractère directe et efficace d'une communication[54] en application des dispositions nationales transposant l'article 6, § 1er, de la directive 2011/83[55].

C. La directive *Omnibus* du 27 novembre 2019 : obsolescence programmée de l'arrêt commenté

23. Trois nouvelles directives ont pour objet de modifier la législation-cadre en matière de pratiques du marché et de protection du consommateur[56]. La plus significative en matière de contrats « à distance » et de contrats « hors établissement » est la directive 2019/2161 du 27 novembre 2019[57] dite « directive *Omnibus* » qui doit être transposée par les États membres au plus tard le 28 novembre 2021 pour une application à partir du 28 mai 2022.

La directive *Omnibus* remplace le point c) du paragraphe 1er de l'article 6 de la directive 2011/83 par le texte suivant :

> « 1. Avant que le consommateur ne soit lié par un contrat à distance ou hors établissement ou par une offre du même type, le professionnel lui fournit, sous une forme claire et compréhensible, les informations suivantes :
>
> (…)
>
> c) l'adresse géographique où le professionnel est établi *ainsi que* le numéro de téléphone du professionnel *et* son adresse électronique ; *en outre*, lorsque le professionnel fournit d'autres moyens de communication *en ligne* qui garantissent au consommateur d'être en mesure de *conserver tous les échanges écrits avec le professionnel sur un support durable*, y compris la date et l'heure desdits échanges, les informations contiennent également des indications détaillées concernant ces autres moyens ; tous ces moyens de communication fournis par le professionnel permettent au consommateur de le contacter *rapidement* et de communiquer avec lui *efficacement* ; le cas échéant, le professionnel fournit également l'adresse géographique et l'identité du professionnel pour le compte duquel il agit »[58].

24. Premièrement, la référence au numéro de télécopieur disparaît. Ce qui peut se comprendre à une époque où le télécopieur est rarement utilisé.

25. Deuxièmement, force est malheureusement de constater que la nouvelle mouture de l'article 6, § 1er, sous c), de la directive 2011/83 sonne le glas de la première partie du dispositif de l'arrêt commenté[59]. Alors que dans l'arrêt commenté, la Cour a dit pour droit que l'article 6, § 1er, sous c), de la directive 2011/83 « s'oppose à une réglementation nationale (…)

52 Voy. le point 29 : « l'adverbe "directement" (…) implique non pas nécessairement une communication sous forme d'échange de paroles, à savoir un véritable dialogue, mais uniquement l'absence d'intermédiaire ». Ce qui importe donc est de communiquer avec la personne physique ou morale assurant la prestation (D. Melison, *ibidem*, p. 588).

53 Voy. le point 30 : « une communication efficace ne saurait signifier que la réponse apportée à une question posée soit instantanée. Il convient, au contraire, de considérer qu'une communication est efficace si elle permet l'obtention d'informations adéquates dans un délai compatible avec les besoins ou les attentes légitimes du destinataire ».

54 *Cfr supra*, n° 20.

55 Pour rappel, en Belgique, il s'agit des articles VI.45, § 1er, 3° (contrats « à distance ») et VI.64, § 1er, 3° (contrats « hors établissement ») du C.D.E.

56 C. Delforge, « Bientôt de nouvelles règles de protection des consommateurs ! », *Les pages : obligations, contrats et responsabilités*, 2020, n° 71.

57 Directive (UE) 2019/2161 du Parlement européen et du Conseil du 27 novembre 2019 modifiant la directive 93/13/CEE du Conseil et les directives 98/6/CE, 2005/29/CE et 2011/83/UE du Parlement européen et du Conseil en ce qui concerne une meilleure application et une modernisation des règles de l'Union en matière de protection des consommateurs, *J.O.U.E.*, L 328, 18 décembre 2019 ; sur cette directive, voy. G. Schultz, *op. cit.*, pp. 63 à 92.

58 Nous soulignons.

59 *Cfr supra*, n° 15.

this jurisquare copy is licenced to UNIVERSITE LIBRE DE BRUXELLES

qui impose au professionnel, avant de conclure avec un consommateur un contrat à distance ou hors établissement, de fournir, en toutes circonstances, son numéro de téléphone » et « n'implique pas une obligation pour le professionnel de mettre en place une ligne téléphonique ou de créer une nouvelle adresse électronique pour permettre aux consommateurs de le contacter (…) », la directive *Omnibus* impose désormais au professionnel, sans plus d'explication[60], de fournir au consommateur son numéro de téléphone ainsi que son adresse e-mail, en toutes circonstances.

La locution « lorsqu'ils sont disponibles » disparaît purement et simplement de l'article 6, § 1er, sous c), de la directive 2011/83 alors qu'elle était au cœur du raisonnement et de l'interprétation de la Cour dans l'arrêt commenté. Le législateur européen a fait le choix d'une disposition fermée (*i.e.* « le numéro de téléphone du professionnel *et* son adresse électronique ») ne laissant plus aucune place à l'interprétation. L'on remarque aussi que les « autres moyens de communication » ne peuvent être fournis par le professionnel que de manière subsidiaire au téléphone et à l'adresse e-mail (*i.e.* « *en outre*, *lorsque* le professionnel fournit d'autres moyens de communication »).

Cette modification est aussi contraire à l'objectif poursuivi par la directive 2011/83 qui, pour rappel, est « d'établir un juste équilibre entre un niveau élevé de protection des consommateurs et la compétitivité des entreprises »[61]. C'est pourquoi, la Cour avait souligné, dans l'arrêt commenté, qu'« une obligation inconditionnelle de mettre à disposition du consommateur, en toutes circonstances, un numéro de téléphone, voire de mettre en place une ligne téléphonique (…) ou de créer une nouvelle adresse électronique (…) paraît disproportionnée »[62] notamment pour les petites entreprises qui cherchent à réduire leurs frais de fonctionnement.

Une telle modification aura également pour effet d'entrer en conflit avec l'enseignement développé par la Cour dans son arrêt du 16 octobre 2008 relatif à la directive 2000/31 sur le commerce électronique. Une plateforme de vente, telle qu'Amazon, opérant exclusivement en ligne, doit, pour se conformer à la directive 2000/31 sur le commerce électronique, fournir au professionnel, son adresse e-mail et un autre moyen de communication devant offrir au consommateur une communication « directe » et « efficace ». Dans son arrêt du 16 octobre 2008, la Cour avait dit pour droit que cet autre moyen de communication ne devait « pas nécessairement correspondre à un numéro de téléphone ». Or, en vertu de la nouvelle mouture de l'article 6, § 1er, sous c) – qu'il s'agit, en l'espèce, d'appliquer de manière cumulative – le professionnel doit fournir au consommateur[63], en toutes circonstances, en plus de son adresse e-mail, son numéro de téléphone… La liberté des professionnels quant au second moyen de communication à fournir est donc restreinte car il devra nécessairement s'agir du téléphone[64].

La directive 2011/83 étant d'harmonisation totale[65], du moins sur ce point, les législateurs

60 En effet, ce choix n'est expliqué ni dans les considérants de la directive *Omnibus*, ni dans la proposition de directive du 11 avril 2018 (COM(2018) 185 final).

61 Considérant no 4 de la directive 2011/83.

62 Arrêt commenté, point 48.

63 C'est-à-dire le destinataire de service qui intervient à des fins non professionnelles au sens de la directive 2000/31 (*cfr supra*, nos 21 et 22).

64 De plus, rappelons que « si une disposition (…) de la directive 2000/31/CE concernant le contenu de l'information ou ses modalités de fourniture est contraire à une disposition de la présente directive, la disposition de la présente directive prime » (art. 6, § 8, al. 2, de la directive 2011/83).

65 C'est-à-dire qu'elle « établi[t] des règles communes qui ne tolèrent plus aucune plus-value nationale à la faveur des consommateurs, les États membres ne pouvant ni maintenir ni adopter des règles assurant

this jurisquare copy is licenced to UNIVERSITE LIBRE DE BRUXELLES

nationaux, en transposant cette modification apportée par la directive *Omnibus* n'auront d'autre choix que de la transposer telle quelle. Nous verrons ainsi fleurir dans l'ensemble des États membres, une série de réglementations nationales qui imposeront au professionnel, avant de conclure un contrat « à distance » ou « hors établissement » avec un consommateur, de lui fournir, en toutes circonstances, son numéro de téléphone ainsi que son adresse e-mail.

26. Troisièmement, la nouvelle mouture de l'article 6, § 1er, sous c), de la directive 2011/83 prévoit, en des termes assez ambigus, la possibilité, pour le professionnel, de fournir au consommateur « d'autres moyens de communication en ligne qui garantissent au consommateur d'être en mesure de conserver tous les échanges écrits avec le professionnel sur un support durable ». Alors que la deuxième partie du dispositif de l'arrêt commenté accorde une certaine liberté aux professionnels dans le choix des « autres » moyens de communication qu'il fournit au consommateur[66], la directive *Omnibus* semble doublement restreindre cette liberté. D'une part, les « autres moyens de communication » seraient restreints aux seuls moyens de communication « en ligne ». En ce sens, le système de rappel téléphonique mis en place par Amazon et validé par l'arrêt commenté[67] – comme par l'avocat général G. Pitruzzella[68] – semble banni par la directive *Omnibus*. D'autre part, encore faudra-t-il que ces autres moyens de communication en ligne « garantissent au consommateur d'être en mesure de conserver tous les échanges écrits (…) sur un support durable[69] », ce qui ne manquera pas, encore une fois, de peser lourd – d'un point de vue technique essentiellement – pour les petites entreprises qui cherchent à limiter leurs frais de fonctionnement. La directive *Omnibus* précise, enfin, que « tous ces moyens de communication fournis par le professionnel permettent au consommateur de le contacter rapidement et de communiquer avec lui efficacement ». Il est fort probable que les deux restrictions relevées *supra* (*i.e.* une limitation aux seuls moyens de communication en ligne et l'exigence du support durable) viennent mettre à mal le caractère « direct » et « efficace » de la communication.

27. Face à de telles incohérences et à ce manque flagrant de lisibilité, il est plus que souhaitable que le législateur européen revoie, *in extremis*, sa copie avant que les États membres n'entament leur processus de transposition[70]. Dans le cas contraire, une fois

un "niveau différent" – moindre, mais aussi plus élevé – de "protection des consommateurs"» (E. Cruysmans *et al.*, « La directive 2011/83/UE du 25 octobre 2011 relative aux droits des consommateurs », *R.G.D.C.*, 2013, p. 180).

66 *Cfr supra*, n° 16.

67 Arrêt, commenté, point 52.

68 Av. gén. G. Pitruzzella, *op. cit.*, point 100 : « (…) le système de rappel automatique mis en place par Amazon est plus efficace qu'un contact téléphonique avec un centre d'appel et qu'en toute hypothèse, il constitue une évolution technologique de ce dernier service ».

69 C'est-à-dire « tout instrument permettant au consommateur ou au professionnel de stocker des informations qui lui sont adressées personnellement d'une manière permettant de s'y reporter ultérieurement pendant un laps de temps adapté aux fins auxquelles les informations sont destinées et qui permet la reproduction à l'identique des informations stockées » (art. 2, 7°, de la directive 2011/83). Il s'agit, par exemple, du papier, des clés USB, des CD-Rom, des DVD, des cartes à mémoire ou des disques durs d'ordinateur ainsi que des e-mails ; pour plus d'informations sur la notion de « support durable », voy. H. Jacquemin, « Arrêt 'Content Services' : l'exigence de support durable dans les contrats à distance », *J.D.E.*, 2012, pp. 243 à 246.

70 En Belgique, la ministre de l'Économie et des Consommateurs a saisi la Commission consultative spéciale « Consommation » d'une demande d'avis sur la transposition de la directive *Omnibus* en droit belge. L'avis rendu dans ce cadre, le 6 juillet 2020, ne relève pas, à regret, les écueils soulevés dans la présente contribution. Cet avis peut être consulté à

this jurisquare copy is licenced to UNIVERSITE LIBRE DE BRUXELLES

la directive *Omnibus* transposée par les États membres, il ne faudra pas attendre très longtemps pour qu'une kyrielle de questions préjudicielles soient posées à la Cour de justice de l'Union européenne sur l'interprétation qu'il s'agira de donner à la nouvelle mouture de l'article 6, § 1er, sous c), de la directive 2011/83.

V. CONCLUSION

28. L'arrêt commenté fait du téléphone « un outil d'assistance optionnel »[71] pour le consommateur. La Cour favorise ainsi le recours à d'autres outils de communication – tels que les *chatbots* – qui se développent grâce à l'intelligence artificielle. Or, nous avons constaté que l'enseignement de l'arrêt commenté était malheureusement voué à l'obsolescence de par l'adoption de la directive *Omnibus*. En remettant le téléphone sur le devant de la scène, la directive *Omnibus* fait ainsi fi de l'objectif premier de la directive 2011/83 qui était, pour rappel, d'établir un équilibre entre un niveau élevé de protection des consommateurs et la compétitivité des entreprises. Il serait illusoire de croire que les professionnels investiront des sommes astronomiques afin de mettre en place des lignes téléphoniques de qualité à l'attention des consommateurs. Tout laisse à penser que les professionnels contourneront la règle en indiquant un numéro de téléphone auquel personne ne répondra, ou encore en proposant de laisser un message sans en assurer le traitement…. De plus, en limitant « les autres moyens de communication » aux seuls moyens de communication en ligne et en imposant que le consommateur soit en mesure de conserver tous les échanges écrits sur un support durable, la directive *Omnibus* s'inscrit, définitivement, en contradiction avec l'esprit de la directive 2011/83 et de l'arrêt commenté…

Guillaume Schultz

l'adresse suivante : https://www.ccecrb.fgov.be/dpics/fichiers/2020-07-16-10-19-59_CCE20201320AvisdirectiveOmnibusDEF.pdf.

71 T. Espeel, « Arrêt *Amazon EU* : Commerce en ligne : libre choix des moyens de communication avec les consommateurs ? », *R.E.D.C.*, 2020, p. 334.

this jurisquare copy is licenced to UNIVERSITE LIBRE DE BRUXELLES