

Commentaire des lois sur les services de la société de l'information

Loi du 11 mars 2003 sur certains aspects juridiques des services de la société de l'information, *M.B.*, 17 mars 2003, p. 12963.

Loi du 11 mars 2003 sur certains aspects juridiques des services de la société de l'information visés à l'article 77 de la Constitution, *M.B.*, 17 mars 2003, p. 12960.

A retenir :

La loi du 11 mars 2003 transpose en droit interne la [directive sur le commerce électronique du 8 juin 2000](#). Elle met en place un cadre juridique pour les services en ligne et le commerce électronique sur l'internet. Ainsi, le nouveau dispositif établit des règles concernant l'établissement du prestataire et la libre circulation des services en ligne, la promotion des activités (via la publicité sur le web ou par courrier électronique), la conclusion de contrats par voie électronique, la responsabilité des prestataires intermédiaires, ainsi que des mesures de contrôle et des sanctions.

Mots-clés : Service de la société de l'information – Commerce électronique – Libre circulation des services – Information – Protection du consommateur – Publicité – Spamming – Contrats – Responsabilité – Action en cessation.

Table des matières :

- I. Le champ d'application de la loi
 - II. Les principes fondamentaux posés par la loi
 - III. L'information et la transparence sur les réseaux
 - IV. La publicité sur les réseaux
 - V. La conclusion de contrats par voie électronique
 - VI. La responsabilité des prestataires intermédiaires
 - VII. Les mesures de contrôle et les sanctions
- Pour en savoir plus...

I. LE CHAMP D'APPLICATION DE LA LOI

La loi sur les services de la société de l'information s'articule autour d'une notion centrale : le service de la société de l'information. De cette notion découlent celles de prestataire et de destinataire du service, qui sont, avec le consommateur, les acteurs principaux de la loi. Il convient de noter enfin que la loi a exclu de son champ d'application un certain nombre de matières.

A. La notion fondamentale de la loi : le service de la société de l'information

La loi s'applique à tout service de la société de l'information, c'est-à-dire « tout service presté normalement contre rémunération, à distance par voie électronique et à la demande individuelle d'un destinataire de services »¹.

Cette définition complexe entend viser, *grosso modo*, toutes les activités à caractère économique qui ont lieu en ligne. Les explications qui suivent développent brièvement chaque élément de cette définition².

Sont seuls visés par la loi, bien entendu, les services fournis par voie électronique³, c'est-à-dire tous les services on line. Cela ne veut pas dire qu'on ne vise que les services fournis d'un bout à l'autre par voie électronique (p. ex. l'achat et le téléchargement en ligne d'un logiciel payant). Sont également visés les services « mixtes », c'est-à-dire fournis en partie en ligne et en partie hors ligne (p. ex., la commande en ligne d'un ordinateur qui est ensuite livré à domicile). Dans ce cas, seule la partie en ligne du service est soumise à la loi. Bref, sont exclus de la loi tous les services fournis hors ligne. Néanmoins, la loi ne s'applique pas au simple motif qu'un dispositif électronique est impliqué. Par exemple, ne sont pas visés les distributeurs de billets de banque, les services d'accès à des réseaux payants (parkings, autoroutes...)⁴.

En outre, il faut que les services « électroniques » soient fournis à distance, c'est-à-dire que les parties ne soient pas en présence l'une de l'autre. Par exemple, vous ne pouvez pas invoquer la loi sous prétexte que vous vous êtes rendu dans une agence de voyage où l'employé vous a réservé un billet d'avion en se connectant au réseau d'une compagnie aérienne. Dans ce cas, entre vous et votre agence, il n'y a pas de service à distance, puisque vous vous êtes rendu dans ses bureaux. Par contre, si vous réservez en ligne un billet d'avion sur le site d'une agence de voyage ou d'une compagnie aérienne, vous bénéficiez d'un service fourni à distance et par voie électronique.

Peu importe que ces services soient payants ou gratuits pour le destinataire. En effet, le service doit être presté « normalement » contre rémunération, ce qui n'exclut pas qu'il puisse être gratuit pour l'utilisateur et financé par la publicité ou le sponsoring. Il suffit que l'activité ait un caractère économique ou qu'elle bénéficie d'une contrepartie économique⁵.

Enfin, le service doit être fourni « à la demande individuelle du destinataire du service ». Sans entrer dans les détails, signalons simplement que cette exigence englobe tous les services transmis « de point à point », telle la vidéo à la demande, et à exclure, au contraire, les services transmis « de point à multipoint », telles la télévision, la radiodiffusion ou encore la quasi-vidéo à la demande⁶.

Bref, une grande variété d'activités économiques en ligne peuvent être considérées comme des services de la société de l'information. On pense en premier lieu aux sites de commerce électronique (vente de produits et prestation de services en ligne), mais également aux services gratuits (journaux en ligne, forums, *chat*...), aux divertissements en ligne (vidéo à la demande, jeux en ligne, visites virtuelles de musées...), aux services d'intermédiaires techniques (fourniture d'accès en ligne, l'hébergement de sites, fourniture de messagerie), aux services de certification (archivage, recommandé, horodatage et signature électroniques...), aux annuaires et moteurs de recherche, etc.

B. Les acteurs concernés

Sont donc concernés au premier chef par la loi tous les prestataires de service de la société de l'information, c'est-à-dire « toute personne physique ou morale qui fournit un service de la société de l'information » (art. 2, 3°).

Il ne s'agit pas uniquement des vendeurs de produits ou de services en ligne, mais de toute personne exerçant en ligne une activité à caractère économique, qu'elle soit commerçante ou titulaire de profession libérale⁷ : les fournisseurs d'accès à internet, les hébergeurs de sites, les fournisseurs de messagerie, les prestataires de services de certification, etc.

Le second acteur principal de la loi est le destinataire du service, qui peut aussi bien être un professionnel qu'un consommateur. En effet, il s'agit de « toute personne physique ou morale qui, à des fins professionnelles ou non, utilise un service de la société de l'information, notamment pour rechercher une information ou la rendre accessible » (art. 2, 5°).

La loi s'applique donc aux relations entre professionnels et consommateurs (B2C) comme aux relations entre professionnels (B2B). Cependant, nous verrons par la suite qu'un régime de protection renforcé est prévu en faveur du consommateur, défini comme « toute personne physique qui acquiert ou utilise des biens ou des services à des fins excluant tout caractère professionnel »⁸ (art. 2, 6°).

C. Les matières exclues par la loi

Le champ d'application de la loi est donc très large et transversal. Cependant, un certain nombre de matières en sont expressément exclues. Ne sont dès lors pas visées les matières suivantes (art. 3) :

- la fiscalité,
- la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel,
- les questions relatives aux accords ou pratiques régis par le droit sur les ententes,
- les activités de notaire, dans la mesure où elles comportent une participation directe et spécifique à l'exercice de l'autorité publique,
- la représentation d'un client et la défense de ses intérêts devant les tribunaux,
- les activités de jeux d'argent impliquant des jeux de hasard, y compris les loteries et les transactions portant sur des paris.

II. LES PRINCIPES FONDAMENTAUX POSÉS PAR LA LOI

A. Le principe de liberté d'établissement

Les prestataires de services de la société de l'information bénéficient du principe de la liberté d'établissement posé par l'art. 50 [Traité CE](#). Ce principe est rappelé à l'article 4, al. 1^{er}, de la loi, qui stipule que « l'accès à l'activité d'un prestataire de services de la société de l'information et l'exercice de celle-ci ne sont soumis à aucune autorisation préalable ni à aucune autre exigence ayant un effet équivalent ». Cette interdiction n'affecte cependant pas les régimes d'accréditation volontaire⁹.

Par ailleurs, cette interdiction n'affecte pas non plus les « régimes d'autorisation qui ne visent pas spécifiquement et exclusivement les services de la société de l'information » (art. 4, al. 2). Sont ici visées les professions réglementées (médecins, avocats, pharmaciens...), soumises à des exigences spécifiques de qualification professionnelle et à une autorisation délivrée par un ordre ou une organisation professionnels. De même, cette interdiction ne remet pas en cause les

autorisations générales et les licences individuelles dans le secteur des services des télécommunications.

B. Le principe de la libre prestation de service

Les articles 5 et 6 de la loi transposent la clause de marché intérieur de la directive sur le commerce électronique (art. 3)¹⁰.

Plus précisément, l'article 5, alinéa 1^{er}, transpose le principe du pays d'origine (art. 3, § 1^{er} de la directive) et le deuxième alinéa rappelle celui de la reconnaissance mutuelle (art. 3, § 2, de la directive). Ce dernier principe signifie que les Etats doivent reconnaître les contrôles effectués par les pays d'origine.

Quant à l'article 6, il prévoit des dérogations à la règle de la liberté d'établissement.

1. Controverses liées à l'interprétation de la clause de marché intérieur

Pour rappel, la clause de marché intérieur fait l'objet de vives controverses quant à la portée qu'il faut lui accorder¹¹. A cet égard deux thèses s'affrontent :

1. Pour certains, la clause de marché intérieur se borne à rappeler les principes relatifs à la libre circulation des services et à la reconnaissance mutuelle. Sa portée est plutôt limitée puisqu'elle ne précise que la mesure dans laquelle les Etats peuvent intervenir pour contrôler l'activité des prestataires. Elle concerne donc essentiellement les aspects de droit public. Pour le reste, les règles de droit international privé demeurent d'application : pour déterminer la loi applicable dans un conflit en matière contractuelle entre un prestataire belge et une entreprise française, par exemple, il faut s'en remettre à la [Convention de Vienne sur les contrats de vente internationale de marchandises](#)¹² ou à la [Convention de Rome de 1980 sur la loi applicable aux obligations contractuelles](#). Cette interprétation peut s'autoriser de l'article 1^{er}, § 4, de la directive, qui précise que la directive « n'établit pas de règles additionnelles de droit international privé » (voy. aussi le considérant n° 23).
2. Pour d'autres, l'article 3, § 1^{er}, constitue une règle d'applicabilité, c'est-à-dire une règle qui accompagne des dispositions de droit matériel et définit leur champ d'application dans l'espace. Il ne faut donc plus tenir compte du droit étranger qui aurait pu être désigné par application d'une règle de conflit de loi classique¹³. Bref, pour toutes les questions relevant du domaine coordonné (information précontractuelle, passation de la commande, responsabilité civile, notamment), il faut appliquer la loi du pays où le prestataire est établi (au sens de l'article 2, c) et écarter les règles conventionnelles de droit international privé (règles de conflit de loi). Ce principe ne s'applique toutefois pas aux contrats conclus avec les consommateurs. En cas de litige en matière contractuelle entre un prestataire belge et une entreprise française, par exemple, il faut appliquer la loi du pays d'origine du prestataire, c'est-à-dire la loi belge. Des arguments plaident en faveur de cette thèse. Ils se fondent sur la cohérence d'ensemble de la directive, la définition du domaine coordonné ou les travaux préparatoires. Cette interprétation permet également aux prestataires d'offrir leurs services dans tous les Etats membres sans se soucier des règles légales autres que celles du pays où ils sont établis.

En simplifiant, on peut imaginer que les Etats transposent la clause de trois manières distinctes :

- (1) soit les articles pertinents de la loi de transposition se limitent à rappeler les principes relatifs à la libre circulation des services et à la reconnaissance mutuelle (1^{ère} thèse) ;
- (2) soit les articles prévoient qu'il convient d'appliquer la loi du pays d'origine du prestataire à l'accès et à l'exercice de son activité en ligne et écarter dès lors les règles conventionnelles de droit international privé (2^{ème} thèse) ;
- (3) soit la loi de transposition est à ce point obscure qu'il est impossible de se prononcer avec un degré raisonnable de certitude sur l'option prise (ni l'une, ni l'autre thèse).

L'article 5, alinéa 1^{er}, prévoit que « La fourniture de services de la société de l'information par un prestataire établi sur le territoire belge doit être conforme aux exigences applicables en Belgique ».

Il est difficile, à la lecture de cet article, d'affirmer avec certitude quelle thèse a été privilégiée par le législateur belge (et les travaux préparatoires de la loi sont de peu de secours à cet égard). La compétence des légistes n'est pourtant pas en cause. Au contraire, conscients des problèmes d'interprétation suscités par la directive, c'est délibérément qu'ils ont opté pour un texte imprécis, évitant ainsi d'être contraints de revoir leur copie, en cas d'arrêt de la Cour de justice des Communautés européennes précisant, dans un sens ou dans un autre, l'interprétation à donner à l'article 3 de la directive¹⁴. Cette démarche est certes prudente mais peu adaptée aux attentes des entreprises. Les opérateurs économiques ont en effet « besoin de réponses claires et d'un cadre juridique assuré pour pouvoir entreprendre et investir »¹⁵.

Bref, les opérateurs économiques établis en Belgique sont pour l'heure incapables de prévoir avec certitude si leur activité est régie par la loi belge ou s'ils doivent s'en remettre aux Conventions internationales ([Convention de Vienne sur les contrats de vente internationale de marchandises](#) ou à la [Convention de Rome de 1980 sur la loi applicable aux obligations contractuelles](#)).

2. Portée du principe du pays d'origine

L'alinéa 3 de l'article 5 circonscrit le champ d'application du principe du pays d'origine en affirmant que « Les alinéas 1^{er} et 2 visent les exigences, spécifiques ou générales, relatives aux services de la société de l'information et aux prestataires de ces services. Ils ne visent pas les exigences relatives aux biens en tant que tels, à leur livraison physique ou aux services qui ne sont pas fournis par voie électronique ». Cet alinéa transpose l'article 2, h, de la directive relatif à la définition du domaine coordonné. Tel que rédigé, il semble clair que, sous réserve des exigences relatives aux biens en tant que tels, à leur livraison physique ou aux services qui ne sont pas fournis par voie électronique, la clause de marché intérieur s'applique non seulement aux règles spéciales relatives aux services de la société de l'information (exigences *spécifiques*), mais également aux règles générales qui leur sont applicables, peu importe la branche du droit concernée (exigences *générales*). Il ne faut donc pas limiter l'application du principe du pays d'origine aux seuls aspects régis par la loi sur le commerce électronique.

3. Restrictions au principe de la liberté d'établissement

Dans la directive sur le commerce électronique, la clause de marché intérieur souffre deux types d'exceptions. Le principe est déclaré inapplicable aux domaines visés à l'annexe, notamment la liberté des parties de choisir la loi applicable au contrat et les obligations contractuelles concernant les contrats conclus avec les consommateurs (art. 3, § 3). De même, conformément aux §§ 4 à 6, les Etats membres peuvent prendre, à l'égard d'un service donné de la société de l'information, des mesures qui dérogent au § 2 si certaines conditions sont remplies.

L'article 6 de la loi belge reprend les thèmes énumérés à l'annexe de la directive. En son alinéa 3, il dispose notamment que l'article 5 ne s'applique pas à la liberté des parties de choisir la loi applicable au contrat ou en matière d'obligations contractuelles dans les contrats conclus avec les consommateurs (voy. à cet égard les dispositions pertinentes de la [Convention de Rome de 1980 sur la loi applicable aux obligations contractuelles](#), notamment l'article 5).

Les §§ 4 et 6 de l'article 3 de la directive sont quant à eux transposés dans l'article 2 de la loi « article 77 ». En vertu de cette disposition, le législateur peut agir au cas par cas et établir des dérogations au principe pour préserver divers objectifs liés à l'intérêt général. Le législateur va d'ailleurs plus loin que la directive puisqu'il prévoit que le juge d'instruction peut enjoindre aux prestataires de prendre les mesures techniques nécessaires vis-à-vis d'un service émanant d'un autre Etat qui mettrait en péril les objectifs d'intérêt général mentionnés au § 2 (art. 2, § 6). Une procédure de coopération est également mise en place (§§ 3 à 5) entre l'Etat d'origine et l'Etat de destination.

III. L'INFORMATION ET LA TRANSPARENCE SUR LES RESEAUX

Pour assurer le développement du commerce électronique, il est essentiel de gagner la confiance du consommateur, en lui assurant une information suffisante. Ce principe n'est pas nouveau : les législations protectrices du consommateur regorgent déjà d'informations à fournir au consommateur. Les informations exigées par la loi viennent s'y ajouter, en tenant compte des exigences de transparence spécifiques aux réseaux numériques.

En premier lieu, le consommateur doit savoir à qui il a affaire. C'est pourquoi le prestataire de services de la société de l'information doit lui fournir un certain nombre d'informations précises relatives à son identité et à son activité professionnelle (art. 7, § 1^{er}) : son nom, son adresse géographique, ses coordonnées (y compris son adresse de courrier électronique), ainsi que, le cas échéant, son numéro de registre du commerce, son numéro de TVA, l'autorité de surveillance à laquelle il est soumis, l'ordre professionnel auprès duquel il est inscrit, son titre professionnel et l'Etat membre dans lequel il a été octroyé, et une référence aux règles professionnelles qui lui sont applicables et au moyen d'y accéder, ainsi que les codes de conduite auxquels il est éventuellement soumis.

Ces informations doivent être fournies par tout prestataire d'un service de la société de l'information, et pas uniquement ceux qui pratiquent le commerce électronique. Elles doivent être accessibles facilement, directement et en permanence, par exemple au moyen d'un hyperlien placé en bas de chaque page du site¹⁶.

Toujours dans un souci de transparence, l'article 7, § 2, détermine de quelle manière les prix doivent être indiqués¹⁷. Lorsque le prix d'un SSI est mentionné, il doit l'être de manière claire et non ambiguë, précisant si les taxes et les frais de livraison sont inclus. Cette obligation de transparence dans l'indication des prix s'ajoute aux autres réglementations des prix existant déjà¹⁸.

L'obligation d'information et de transparence revient à de nombreuses reprises dans la loi, notamment en matière de [publicité](#) et de [contrats conclus en ligne](#).

IV. LA PUBLICITÉ SUR LES RÉSEAUX

A. La notion de publicité

La loi définit la publicité comme « toute forme de communication destinée à promouvoir, directement ou indirectement, des biens, des services ou l'image d'une entreprise, d'une organisation ou d'une personne ayant une activité commerciale, industrielle ou artisanale ou exerçant une activité réglementée » (art. 2, 7°).

Cette définition très large est tempérée de quelques exclusions. La loi précise en effet que « ne constituent pas en tant que telles de la publicité :

- les informations permettant l'accès direct à l'activité de l'entreprise, de l'organisation ou de la personne (notamment un nom de domaine ou une adresse de courrier électronique),
- les communications élaborées d'une manière indépendante, en particulier lorsqu'elles sont fournies sans contrepartie financière » (art. 2, 7°, al. 2).

Par exemple, ne sont pas considérés comme des publicités : le seul fait de détenir un site ou de donner de l'information qui ne serait pas de la promotion (toute la difficulté consistant à distinguer l'une de l'autre...), ou encore, lorsqu'ils sont élaborés sans liens financiers ou autre contrepartie, le lien hypertexte vers un site web publicitaire ou la mention d'un nom de domaine, d'une adresse e-mail, d'un logo ou d'une marque.

A l'inverse, on peut qualifier de communications commerciales les techniques traditionnelles de publicité en ligne : les bannières et bandeaux publicitaires, les messages interstitiels, les fenêtres pop-up, le courrier électronique, le marketing viral, les hyperliens élaborés avec une contrepartie financière, voire les métatags insérés dans les codes sources de certaines pages web. Ceci dit, on se demande quelles sont les frontières de la notion de publicité, dès lors que le contenu de nombreux sites web pourrait être considéré comme une promotion indirecte de l'image de l'entreprise ou de l'organisation qui y présente ses activités.

B. Les principes d'identification et de transparence

Afin de garantir une certaine transparence des pratiques de marketing sur les réseaux, la loi impose la fourniture d'une série d'informations. Ces informations s'ajoutent aux dispositions régissant déjà la publicité (p. ex. la publicité trompeuse et la publicité comparative, la publicité sur le tabac...).

En premier lieu, la publicité doit, étant donné son effet global et y compris sa présentation, être clairement identifiable comme telle, dès sa réception (art. 13, 1°). Plus précisément, elle doit même comporter la mention « publicité » de manière lisible, apparente et non équivoque. Le législateur belge est allé ici beaucoup plus loin que ne l'exigeait la directive sur le commerce électronique, qui se contentait de poser un principe d'identification claire des communications commerciales. L'objectif du législateur européen était de contrer certaines pratiques peu loyales sur les réseaux, consistant à faire de la publicité cachée en la faisant passer pour une information objective. La loi belge, elle, impose indistinctement à toute publicité une

identification systématique et formelle par une mention explicite, même si le caractère promotionnel du message ne faisait aucun doute au départ. Cette solution sans souplesse risque de poser des difficultés pratiques pour certaines techniques de marketing sur les réseaux, d'autant que la notion de publicité est comprise, nous l'avons vu, de manière extrêmement large.

Ensuite, la personne physique ou morale pour le compte de laquelle la communication commerciale est faite doit être clairement identifiable (art. 13, 2°). Cela ne signifie pas nécessairement que le nom de cette personne doit apparaître directement dans la publicité. Un lien hypertexte renvoyant à des informations sur l'annonceur pourrait également faire l'affaire.

Enfin, la directive pose des principes d'identification claire et de transparence en matière d'offres promotionnelles, de concours et de jeux promotionnels. Les offres promotionnelles, telles que les annonces de réduction de prix et les offres conjointes, doivent être clairement identifiables comme telles et les conditions pour en bénéficier doivent être aisément accessibles et présentées de manière précise et non équivoque. De même, les concours ou jeux promotionnels doivent être clairement identifiables comme tels et leurs conditions de participation doivent être aisément accessibles et présentées de manière précise et non équivoque (art. 13, 3° et 4°).

C. La lutte contre le spamming

L'article 14 de la loi règle la question bien connue du spamming, c'est-à-dire de l'envoi de publicités non sollicitées par courrier électronique. On sait que ce mode de promotion, simple et relativement peu coûteux pour les annonceurs, pollue les boîtes aux lettres électroniques et encombre les réseaux. Pour réglementer ce genre de pratique, deux types de solutions sont généralement envisagées : l'*opt-in* (interdiction de principe d'envoyer des publicités non sollicitées sans le consentement préalable du destinataire) ou l'*opt-out* (autorisation de principe, à moins d'une opposition expresse du destinataire). En l'absence de consensus entre les Etats membres, la directive sur le commerce électronique n'a pas tranché la question et se contente de mesures minimales d'encadrement. Par la suite, [la directive « vie privée et communications électroniques » du 12 juillet 2002](#)¹⁹, a en principe interdit l'envoi de publicités non sollicitées par courrier électronique, sauf exceptions (régime de *soft opt-in*). Entre-temps, le législateur belge avait déjà pris position en ce sens dans l'article 14 de la loi, en stipulant que « l'utilisation du courrier électronique à des fins de publicité est interdite, sans le consentement préalable, libre, spécifique et informé du destinataire des messages ». Cette interdiction est immédiatement tempérée par la possibilité accordée au Roi de prévoir des exceptions. Ainsi, [l'arrêté royal du 4 avril 2003 visant à réglementer l'envoi de publicités par courrier électronique](#) précise dans quelles hypothèses le consentement préalable du destinataire du message n'est pas requis. Pour plus de détails, nous renvoyons au [commentaire de cet arrêté royal](#).

Le législateur belge complète cette interdiction d'une série de mesures encadrant l'envoi de toute publicité par courrier électronique, même sollicitée.

Ainsi, le prestataire doit informer le destinataire du message de son droit de s'opposer, à l'avenir, à recevoir de telles publicités (droit d'opposition), et lui donner les moyens d'exercer ce droit (par exemple, une adresse e-mail à laquelle notifier que l'on ne souhaite plus recevoir ce genre de publicité)²⁰. Il revient au Roi de déterminer les modalités de ce droit d'opposition (voy. [l'arrêté royal du 4 avril 2003](#)).

En outre, lors de l'envoi de publicités par e-mail, il est désormais formellement interdit par la loi d'utiliser l'adresse électronique ou l'identité d'un tiers, ou de falsifier ou de masquer toute information permettant d'identifier l'origine du message de courrier électronique ou son chemin de transmission. Ces deux pratiques sont en effet couramment utilisées par les spammeurs, précisément pour éviter qu'on puisse les identifier à des fins de poursuites ou leur notifier son droit d'opposition. Désormais, ces techniques de « camouflages » sont hors-la-loi, et donc passibles de sanctions pénales.

Enfin, la loi précise que la preuve du caractère sollicité des publicités par courrier électronique incombe au prestataire (art. 14, § 4).

D. L'autorisation de principe des communications commerciales dans les professions réglementées

L'article 15 de la loi confirme, pour les professions réglementées, le principe général de liberté d'utilisation de la publicité dans la société de l'information. Cependant, l'exercice de ce droit reste soumis au respect des règles professionnelles visant, notamment, l'indépendance, la dignité et l'honneur de la profession ainsi que le secret professionnel et la loyauté envers les clients et les autres membres de la profession. La loi délègue ainsi aux professions réglementées elles-mêmes le soin de préciser les informations susceptibles d'être communiquées par cette voie, ainsi que les conditions dans lesquelles des communications commerciales peuvent être faites.

V. LA CONCLUSION DE CONTRATS PAR VOIE ÉLECTRONIQUE

La question des contrats conclus par voie électronique est abordée sous deux angles différents par la loi. D'abord, sous l'angle de l'adaptation du formalisme contractuel, ensuite, sous l'angle de l'information du destinataire.

A. Le traitement des obstacles formels à la conclusion des contrats par voie électronique

Depuis quelques années, on constate dans de nombreuses lois la multiplication des exigences de forme dans la conclusion du contrat : exigence d'un écrit, de mentions obligatoires dans le contrat, de mentions manuscrites (p. ex., « lu et approuvé »), etc. Le but principal de ce formalisme croissant est de protéger la partie faible, le plus souvent le consommateur, en entourant tout le processus contractuel d'une série de garanties, pour éveiller son attention, garantir qu'il a eu connaissance de toutes les informations importantes relatives au contrat, et ainsi pu donner son consentement de manière libre et éclairée.

Ces exigences de forme ont été essentiellement pensées dans le contexte traditionnel des contrats conclus sur papier. Or, avec le développement des technologies et la possibilité de conclure des contrats via les réseaux numériques, il est vite apparu que formalités étaient inadéquates à ces nouvelles techniques (impossible d'introduire des mentions écrites à la main dans un bon de commande en ligne !). Aussi était-il indispensable d'adapter ces exigences, faute de quoi les contrats conclus par voie électronique risquaient tout bonnement d'être déclarés non valides !

C'est pourquoi la directive sur le commerce électronique imposait aux Etats membres de procéder à une adaptation de leur système juridique, afin de permettre la conclusion des

contrats par voie électronique. Cette adaptation devait porter sur la totalité du processus contractuel, de l'offre à l'exécution, en passant par le moment crucial de conclusion du contrat. A cet égard, il convient de noter que « la directive sur le commerce électronique n'oblige pas nécessairement de supprimer les exigences de forme, mais de faire en sorte que celles-ci – qui poursuivent divers objectifs – puissent également être satisfaites par voie électronique »²¹.

Le législateur belge a donc procédé à une révision de sa législation, afin de lever les obstacles à la conclusion des contrats par voie électronique (art. 16 de la loi). Cette adaptation a combiné deux méthodes complémentaires : d'une part, l'adoption de dispositions générales à caractère transversal, visant les exigences de forme dans leur ensemble, d'autre part, une délégation au Roi pour supprimer, au cas par cas, tous les obstacles subsistants²².

1. Le traitement du formalisme par des dispositions générales

La loi envisage tout d'abord la notion de formalité dans son ensemble. Elle précise que toute exigence formelle relative au processus contractuel est réputée satisfaite par voie électronique lorsque les qualités fonctionnelles de cette exigence sont préservées (art. 16, § 1^{er}). Cette disposition repose sur le principe que toute formalité poursuit un objectif, une fonction, et que du moment que cet objectif est atteint, on doit considérer que la formalité est remplie, quel que soit le moyen utilisé. Ce principe est connu sous le nom de « théorie des équivalents fonctionnels ». Un exemple permettra d'illustrer notre propos.

Une disposition de la [loi sur le crédit à la consommation](#) prévoit que l'offre de crédit doit contenir, « à la hauteur de l'endroit où le consommateur appose sa signature, la mention : 'Ne signez jamais un contrat non rempli »²³. Cette formalité n'envisage que le cas où l'on appose une signature (manuscrite) sur le papier. Si l'on utilise une signature numérique pour conclure le contrat par voie électronique, il n'y a pas, sur l'offre numérisée, d'endroit où le consommateur appose sa signature. Selon l'approche fonctionnelle, il est évident que cette mention a surtout pour but d'éviter un blanc seing du consommateur. Or, on constate que, dans l'environnement numérique, il existe d'autres moyens, bien plus efficaces que l'affichage d'une mention "Ne signez jamais un contrat non rempli", pour éviter que certains éléments du contrat demeurent indéfinis. Par exemple, si l'offre de crédit se présente comme un formulaire électronique à compléter, il est techniquement possible d'empêcher que le contrat soit signé tant que tous les champs n'ont pas été remplis. Si au moment de signer le contrat était incomplet, un message d'erreur apparaîtrait à l'écran et un logiciel pourrait empêcher la conclusion du contrat tant que le consommateur n'a pas entièrement rempli le champ resté vacant.

Face à ces méthodes originales et spécifiques aux contrats conclus par voie électronique, la clause transversale générale joue un rôle crucial : à première vue, on semble bien loin de la formalité requise par la loi, et le juge pourrait être tenté d'annuler le contrat conclu par voie électronique, au seul motif que la mention requise n'apparaît pas aux yeux du consommateur. Mais la clause transversale générale invite à se détacher d'un formalisme rigide, pour adopter une conception ouverte des exigences de forme. Dans cette optique, *tout procédé permettant d'atteindre efficacement l'objectif de la loi devrait être considéré comme valable*. La clause transversale générale se révèle donc un outil précieux pour reconnaître pleine et entière valeur juridique à des contrats conclus par voie électronique selon des procédés *a priori* éloignés de la formalité requise, mais revêtant les mêmes qualités fonctionnelles.

Dans la même optique, l'article 16, § 2, énonce trois dispositions transversales relatives à trois formalités particulières : l'écrit, la signature et les mentions manuscrites.

Ainsi, la loi précise que l'exigence d'un écrit peut être satisfaite par une suite de signes intelligibles et accessibles pour être consultés ultérieurement, quels que soient leur support et leurs modalités de transmission. Cela signifie clairement que désormais, l'exigence d'un écrit ne doit pas s'entendre d'un écrit sur papier. Un document numérique peut donc être considéré comme un écrit valable, du moment qu'il est lisible et suffisamment stable.

En outre, lorsque la loi exige une signature, cette exigence peut être satisfaite par toute signature remplissant les conditions prévues soit à l'article 1322, alinéa 2, du [Code civil](#), soit à l'article 4, § 4, de [la loi du 9 juillet 2001 fixant certaines règles relatives au cadre juridique pour les signatures électroniques et les services de certification](#). Nous renvoyons au commentaire de ces deux textes pour plus de détails. Signalons seulement que l'article 16, § 2, de la loi vise ainsi à étendre la portée de ces deux textes, au-delà du seul droit de la preuve.

Enfin, l'exigence d'une mention écrite de la main de celui qui s'oblige peut être satisfaite par tout procédé garantissant que la mention émane de ce dernier. En pratique, on constate que l'exigence d'une mention manuscrite est toujours accompagnée de celle d'une signature. Dès lors, même si la clause reste neutre eu égard au procédé d'identification, on peut supposer que le recours à la signature électronique permettra de garantir qu'une mention introduite par clavier et souris interposés émane bien de celui qui s'oblige.

2. L'adaptation par le Roi au cas par cas

Dans la mesure où il est possible que certaines formalités ne soient pas visées par les dispositions transversales développées ci-dessus (§§ 1^{er} et 2), le législateur confie au Roi la tâche d'adapter, à mesure qu'elles seraient relevées, toutes les dispositions législatives ou réglementaires qui constitueraient un obstacle persistant à la conclusion de contrats par voie électronique (art. 16, § 3).

Dès lors, il appartient à présent au Roi de poursuivre l'examen détaillé des textes légaux et réglementaires pour débusquer les exigences de forme non susceptibles d'être prises en charge par les dispositions générales commentées.

3. Exclusions

Notons encore que certaines catégories de contrats sont exclues du champ d'application de l'article 16. Il s'agit notamment des contrats qui créent ou transfèrent des droits sur des biens immobiliers (à l'exception des droits de location), des contrats requérant l'intervention d'un notaire, des contrats de sûretés ou encore des contrats relevant du droit de la famille ou des successions (art. 17).

B. Les informations à fournir lors de la passation d'une commande en ligne

Il est désormais courant que le législateur exige la fourniture d'une série d'informations au cocontractant, en particulier dans les contrats de consommation. Le plus souvent, ces informations concernent les biens et les services fournis, ainsi que les modalités du contrat. Les informations exigées par la loi sont d'une autre nature, puisqu'elles s'attachent à la spécificité

des contrats conclus électroniquement. Il s'agit que le destinataire du service sache quelle est la procédure à suivre pour conclure le contrat.

Ces informations doivent être fournies au destinataire du service de manière claire, compréhensible et non équivoque, avant qu'il ne passe commande en ligne (art. 8, § 1^{er})²⁴ :

- les différentes étapes techniques à suivre pour conclure le contrat ;
- si le contrat une fois conclu est archivé ou non par le prestataire et s'il est accessible ou non ;
- les moyens techniques pour identifier et corriger les erreurs commises dans la saisie des données avant la passation de la commande ;
- les langues proposées pour la conclusion du contrat.

Néanmoins, ces informations ne sont impératives que dans les contrats B2C et ne s'imposent pas dans les contrats conclus entre professionnels. En outre, elles ne s'appliquent qu'aux contrats conclus, en tout ou en partie, sur un site web, et pas aux contrats conclus exclusivement par échange de courriers électroniques (art. 11).

En ce qui concerne les conditions générales, la loi se contente de préciser que lorsqu'elles sont communiquées, elles doivent l'être d'une manière qui permette de les conserver et de les reproduire (art 8, § 2).

La loi prévoit en outre la fourniture d'une information postérieurement à la passation de la commande. En effet, le prestataire doit accuser réception de la commande du destinataire sans délai injustifié et par voie électronique (art. 10, 1^o)²⁵. En outre, l'accusé de réception doit contenir un récapitulatif de la commande (art. 10, 2^o). Cependant, cette obligation n'est pas applicable dans le cadre des contrats conclus entre professionnels, ni pour les contrats conclus par échange de courriers électroniques (art. 11).

VI. LA RESPONSABILITÉ DES PRESTATAIRES INTERMÉDIAIRES

A l'instar de la directive sur le commerce électronique, la loi du 11 mars consacre une section à la responsabilité des prestataires intermédiaires²⁶ (art. 18 à 21). L'un des objectifs majeurs de la directive était en effet d'organiser un régime d'exemption de responsabilité à leur profit. Avant d'aborder l'étude des différentes dispositions, quelques points doivent être précisés.

La problématique à traiter était la suivante. D'un côté, il faut éviter que les prestataires intermédiaires – c'est-à-dire situés entre ceux qui éditent ou produisent le contenu et ceux qui y accèdent – ne soient déclarés responsables des contenus illicites : il n'est pas raisonnablement envisageable d'opérer un contrôle systématique de toutes les informations transmises ou stockées et on peut difficilement leur demander de juger du caractère illicite des informations. D'un autre côté, dès lors qu'il est souvent compliqué d'obtenir réparation des dommages causés par les contenus illicites auprès de leurs auteurs, les victimes ont tendance à engager des poursuites contre les prestataires intermédiaires (fournisseur d'accès ou prestataire d'hébergement par exemple), plus facilement identifiables et plus solvables.

La distinction entre les différents régimes de responsabilité est fondée sur le type d'activité exercée et non sur le type d'opérateur. Seules les activités exercées par certains prestataires techniques bénéficient d'un régime plus favorable : il s'agit des activités de transport, de fourniture d'accès au réseau, de stockage temporaire sous forme de cache et d'hébergement. La fourniture de liens hypertextes ou de moteurs de recherches, les activités de production ou d'édition sur les réseaux sont donc soumises au droit commun de la responsabilité.

Par ailleurs, tous les types de contenu sont visés : les régimes mis en place s'appliquent, de manière horizontale, en matière de concurrence déloyale, d'atteintes à l'honneur et à la réputation, de contrefaçon d'œuvres protégées par les droits intellectuels, etc. Il faut aussi signaler que les règles concernent la responsabilité civile et la responsabilité pénale.

Pour chacun des régimes, la directive prévoit qu'une juridiction ou une autorité administrative peut exiger du prestataire qu'il mette fin à une violation ou qu'il prévienne une violation (art. 12, § 3, 13, § 2 et 14, § 3). Si ce principe n'est pas repris dans la loi, les travaux préparatoires le confirment. Ces dispositions n'empêchent donc pas l'introduction d'actions en référé ou en cessation visant à obtenir que les informations soient retirées ou que leur accès soit rendu impossible. S'il semble clair que les exonérations de responsabilité sont sans conséquence sur les actions en référé, il devrait en aller autrement pour les actions en cessation²⁷.

A. Absence d'obligation générale de surveillance

L'article 21 pose le principe – applicable à tous les prestataires exerçant des activités visées aux articles 18 à 20 – de l'absence d'obligation générale de surveillance. En conséquence, les prestataires sont dispensés d'effectuer des démarches *a priori* pour surveiller les informations transmises ou stockées ou « pour rechercher activement des faits ou des circonstances révélant des activités illicites » (art. 21, § 1^{er}, alinéa 1). L'objectif est évidemment d'éviter toute forme de mesure préventive, coûteuse, compliquée et au résultat incertain. Mais rien n'empêche le prestataire de mener de temps à autre des contrôles spontanés, ne serait-ce que pour préserver son image de marque. Des obligations de surveillance peuvent néanmoins être imposées par les autorités judiciaires, dans des cas spécifiques, pour autant que cette possibilité soit prévue par la loi (art. 21, § 1^{er}, alinéa 2).

Corollairement, la loi instaure une obligation de collaboration des prestataires avec les autorités judiciaires ou administratives compétentes. S'ils apprennent que les destinataires de leurs services exercent des activités illicites alléguées ou fournissent des informations illicites alléguées, ils doivent en effet informer promptement les autorités, en respectant la procédure visée à l'article 20, § 3 (art. 21, § 2, alinéa 1^{er}). Le Procureur du Roi peut dans ce cadre prendre les mesures utiles conformément à l'article 39bis du Code d'instruction criminelle (voy. le [commentaire de la loi du 28 novembre 2000 relative à la criminalité informatique](#)). De même, les autorités judiciaires ou administratives compétentes peuvent demander aux prestataires de leur communiquer « les informations permettant d'identifier les destinataires de leurs services avec lesquels ils ont conclu un accord d'hébergement » (art. 21, § 2, alinéa 2).

B. L'activité de simple transport (mere conduit)

L'activité de simple transport est régie par l'article 18 de la loi qui traite de la transmission des informations, fournies par le destinataire de service, sur un réseau de communication et de la fourniture d'accès au réseau de communication. Ces activités englobent également « le stockage automatique, intermédiaire et transitoire des informations transmises, pour autant que ce stockage serve exclusivement à l'exécution de la transmission sur le réseau de communication et que sa durée n'excède pas le temps raisonnablement nécessaire à la transmission » (art. 18, alinéa 2).

Le prestataire est exonéré de responsabilité « s'il satisfait à chacune des conditions suivantes :
1° il n'est pas à l'origine de la transmission ;

- 2° il ne sélectionne pas le destinataire de la transmission ;
- 3° il ne sélectionne, ni ne modifie, les informations faisant l'objet de la transmission ».

Bref, pour autant que leur activité se limite strictement au transport et à la fourniture d'accès, leur responsabilité ne peut être mise en cause. S'ils restent neutres par rapport aux contenus diffusés et évitent de s'impliquer dans l'information transmise, ils bénéficient de l'exonération de responsabilité.

C. L'activité de stockage sous forme de copie temporaire des données

Lorsque l'activité consiste à stocker de manière automatique, intermédiaire et temporaire de l'information dans le seul but de rendre plus efficace la transmission ultérieure de l'information, à la demande d'autres destinataires du service, l'activité est exonérée en vertu de l'article 19 de la loi, pour autant que diverses conditions soient remplies. Concrètement, des copies de sites et services souvent consultés sont stockés sur des serveurs relais pour améliorer les temps de connexion.

L'exonération est acquise à condition que :

- « 1° le prestataire ne modifie pas l'information ;
- 2° le prestataire se conforme aux conditions d'accès à l'information ;
- 3° le prestataire se conforme aux règles concernant la mise à jour de l'information, indiquées d'une manière largement reconnue et utilisée par les entreprises ;
- 4° le prestataire n'entrave pas l'utilisation licite de la technologie, largement reconnue et utilisée par l'industrie, dans le but d'obtenir des données sur l'utilisation de l'information ;
- 5° le prestataire agit promptement pour retirer l'information qu'il a stockée ou pour rendre l'accès à celle-ci impossible dès qu'il a effectivement connaissance du fait que l'information à l'origine de la transmission a été retirée du réseau ou du fait que l'accès à l'information a été rendu impossible, ou du fait qu'une autorité administrative ou judiciaire a ordonné de retirer l'information ou de rendre l'accès à cette dernière impossible et pour autant qu'il agisse conformément à la procédure prévue à l'article 20, § 3 ».

Examinons brièvement ces différentes conditions. Les points 1° et 4° imposent au prestataire un devoir d'abstention. Les points 2° et 3° l'obligent à se conformer à certaines règles, relatives à l'accès et à la mise à jour de l'information. Quant au point 5°, il prescrit un devoir positif (pour la référence à l'article 20, § 3, voy. le point suivant).

D. L'activité d'hébergement

L'activité d'hébergement, qui consiste à stocker des informations fournies par le destinataire du service, est régie par l'article 20 de la loi.

Le prestataire n'est pas responsable des informations stockées « à condition :

- 1° qu'il n'ait pas une connaissance effective de l'activité ou de l'information illicites et, en ce qui concerne une action civile en réparation, qu'il n'ait pas connaissance de faits ou de circonstances laissant apparaître le caractère illicite de l'activité ou de l'information ; ou
- 2° qu'il agisse promptement, dès le moment où il a de telles connaissances, pour retirer les informations ou rendre l'accès à celles-ci impossible et pour autant qu'il agisse conformément à la procédure prévue au paragraphe 3 ».

Quant au paragraphe 3 de l'article 20, il impose au prestataire qui a une connaissance effective d'une information ou d'une activité illicites, de la communiquer sur le champ au procureur du Roi. Ce dernier prend alors les mesures utiles conformément à l'article 39bis du Code d'instruction criminelle (introduit par la loi du 28 novembre 2000 relative à la criminalité informatique). La loi ajoute qu' « aussi longtemps que le procureur du Roi n'a pris aucune décision concernant le copiage, l'inaccessibilité ou le retrait des documents stockés dans un système informatique, le prestataire peut uniquement prendre des mesures visant à empêcher l'accès aux informations ».

Le prestataire doit donc jouer un rôle actif : dès qu'il a une connaissance effective de contenus illicites, il doit agir promptement, pour retirer ces informations ou en empêcher l'accès, au risque d'engager sa responsabilité.

L'article 14 de la directive posait divers problèmes, tenant essentiellement à l'appréciation du caractère illicite de l'information par le prestataire et à la notion de connaissance effective. Le prestataire était alors pris entre deux feux : soit il décidait de supprimer l'information dénoncée et prenait le risque d'engager sa responsabilité contractuelle avec son client, soit il ne supprimait pas l'information et sa responsabilité délictuelle pouvait être mise en cause à l'égard du tiers lésé.

La loi belge tente de clarifier ces incertitudes et en principe, « tant les prestataires d'hébergement que les autorités judiciaires sont censés y trouver leur compte. Les premiers voient leur sécurité juridique mieux assurée : dès qu'ils ont connaissance d'une activité ou d'une information illicite, il leur suffit de les communiquer au procureur du Roi ; en même temps, ils ne sont pas empêchés de prendre des mesures conservatoires (visant à empêcher l'accès aux informations, à l'exclusion de toute initiative visant à supprimer celles-ci). De leur côté, les autorités judiciaires sont informées de la présence d'informations éventuellement illicites et elles peuvent conserver les preuves. Reste à savoir si les procureurs du Roi seront en mesure de jouer ce nouveau rôle et si le système fonctionnera de manière rapide et efficace. Il est permis d'avoir des doutes à cet égard »²⁸.

VII. LES MESURES DE CONTRÔLE ET LES SANCTIONS

L'article 18 de la directive sur le commerce électronique impose aux Etats membres de veiller à la mise en place de recours juridictionnels efficaces et rapides. Afin de répondre le plus adéquatement possible à la volonté du législateur européen, le législateur belge a mis en place une série de mesures destinées à prévenir, à mettre un terme et à sanctionner toute violation aux dispositions de la loi.

A. Action en cessation

Tout d'abord, la loi « article 77 » instaure une nouvelle action en cessation spécifique à certains aspects juridiques des services de la société de l'information. Cette action en cessation donne lieu à un partage de compétences entre le président du tribunal de première instance et le président du tribunal de commerce, afin de tenir compte de l'étendue du champ d'application de la loi, recouvrant des situations susceptibles de concerner tant des commerçants que des titulaires de professions libérales.

B. Mesures de contrôle et sanctions

L'article 24 met également en place une procédure d'avertissement, afin de prévenir toute violation des dispositions de la loi. Cette procédure se présente comme un mécanisme préventif et alternatif, qui se situe avant tout recours juridictionnel. Pratiquement, cette procédure permet au Ministre (ou aux agents désignés à cet effet) d'adresser un avertissement à l'auteur d'un manquement ou infraction constatés, et de l'enjoindre d'y mettre fin dans les délais fixés.

En outre, l'article 23 de la loi instaure un système de recherche et de constatation des infractions. L'article 24, quant à lui, établit une procédure de règlement transactionnel. Cela signifie que les agents qui constatent une infraction peuvent proposer au contrevenant le paiement d'une somme d'argent qui mettrait fin aux poursuites.

Par ailleurs, l'article 26 prévoit une série de sanctions en cas d'actes contraires aux dispositions de la loi. Il prévoit notamment des peines d'amende en cas d'infractions aux exigences en matière d'information à fournir, de mise en place des moyens d'identification et de correction des erreurs lors de la passation de la commande, d'envoi d'accusé de réception de la commande du destinataire, d'identification des publicités et de spamming. Enfin, l'article 27 de la loi permet au juge d'ordonner l'affichage du jugement ou du résumé qu'il en rédige.

Pour en savoir plus...

M. DEMOULIN et E. MONTERO, « La loi du 11 mars 2003 sur les services de la société de l'information : une vue panoramique et trois zooms », *Revue Ubiquité*, n° 16, 2003, pp. 41-59.

P. VAN EECKE et J. DUMORTIER (ed), *Elektronische handel – Commentaar bij de wetten van 11 maart 2003*, Bruges, Die Keure, 2003, 335 p.

Commentaire rédigé par le CRID, sous la coordination de Marie DEMOULIN et Hervé JACQUEMIN.

¹ Voy. l'art. 2, 1^o, de la loi. Conformément à l'article 2, a, de la directive sur le commerce électronique, la définition de « service de la société de l'information » est amplement calquée sur l'article 1^{er}, § 2, de la directive 98/34/CE du 22 juin 1998 du Parlement européen et du Conseil prévoyant une procédure d'information dans le domaine des normes réglementaire techniques (*J.O.C.E.*, n° L 204 du 21 juillet 1998, p. 37, modifiée par la directive 98/48/CE du 20 juillet 1998 du Parlement européen et du Conseil, *J.O.C.E.*, n° L 217 du 5 août 1998, p. 18).

² Pour de plus amples développements sur cette définition, voy., les précisions fournies par le commentaire de l'article 2, 1^o, du projet de loi sur certains aspects juridiques des services de la société de l'information, exposé des motifs, *Doc. parl.*, Ch. repr., sess. ord. 2002-2003, n° 2100/1, pp. 13 et s. (ci-après, « exposé des motifs »), ainsi que M. ANTOINE, « Objet et domaine de la directive », in E. MONTERO (sous la dir. de), *Le commerce électronique européen sur les rails. Analyse et propositions de mise en œuvre de la directive sur le commerce électronique*, Cahiers du CRID, n° 19, Bruxelles, Bruylant, 2001, pp. 1 et s., n^{os} 2 et s.

³ Un service fourni par voie électronique est « un service envoyé à l'origine et reçu à destination au moyen d'équipements électroniques de traitement (y compris la compression numérique) et de stockage de données, et qui est entièrement transmis, acheminé et reçu par fils, par radio, par moyens optiques ou par d'autres moyens électromagnétiques » (art. 1^{er}, § 2, 2^o tiret, de la directive 98/48). Cette définition est technologiquement neutre et ne vise pas exclusivement les services fournis sur le net ou par courrier électronique. Le m-commerce, par exemple, pourrait également être considéré comme un service de la société de l'information.

⁴ Exposé des motifs de la loi, p. 15.

⁵ Par contre, les activités de l'Etat dans le cadre de sa mission de service public ne peuvent pas être considérées comme des services de la société de l'information. Par exemple, si une commune permet la délivrance en ligne d'un certificat de naissance moyennant le paiement d'une somme d'argent, il ne s'agit pas d'une rémunération ni d'une contrepartie économique (exposé des motifs, p. 14).

⁶ Pour plus de détails, voy. M. ANTOINE, *op. cit.*, pp. 6-7, n^{os} 11-12.

⁷ Définie à l'article 2, 9^o, de la loi.

⁸ Il est à noter que cette définition diffère de celle de l'article 1^{er}, 7^o, de la LPCC : les personnes morales (sont principalement visées ici les ASBL) peuvent être considérées comme des consommateurs au sens de la LPCC, mais pas au sens de la loi sur les services de la société de l'information. Voy. l'exposé de motifs, pp. 4 et 20 ; ainsi que l'avis de la section de législation du Conseil d'État n° 32.682/1 concernant l'avant-projet de loi sur certains aspects juridiques des services de la société de l'information, *Doc. parl.*, Ch. repr., sess. ord. 2002-2003, n° 2100/1, p. 84 (ci-après, « l'avis du Conseil d'État »).

⁹ Exposé des motifs, p. 26.

¹⁰ Sur ce thème, voy. M. DEMOULIN et E. MONTERO, « La loi du 11 mars 2003 sur les services de la société de l'information : une vue panoramique et trois zooms », *Ubiquité*, 2003 ; E. MONTERO, M. DEMOULIN et C. LAZARO, « La loi du 11 mars 2003 sur les services de la société de l'information », *J.T.*, 2004, à paraître.

¹¹ Sur ce thème, M. DEMOULIN et E. MONTERO, « La loi du 11 mars 2003 sur les services de la société de l'information : une vue panoramique et trois zooms », *Ubiquité*, 2003, à paraître ; A. CRUQUENAIRE (avec la collaboration de C. LAZARO), « La clause de marché intérieur : clef de voûte de la directive sur le commerce électronique », in E. MONTERO (sous la dir. de), *Le commerce électronique européen sur les rails ? Analyse et propositions de mise en œuvre de la directive sur le commerce électronique*, Cahier du CRID n°19, Bruxelles, Bruylant, 2001, pp. 41-94 ; S. FRANCO, « Internet : un monde sans frontière. La loi applicable aux contrats conclus sur Internet », *Ubiquité*, 2000, n° 7, pp. 64-67 ; E. CRABIT, « La directive sur le commerce électronique. Le projet 'Méditerranée' », *Revue du Droit de l'Union Européenne*, 2000, n°4, pp. 749 et s. ; M. FALLON et S. FRANCO, « Perspectives de réforme du droit international privé dans le *Cyberespace* », in K. BYTTEBIER, R. FELTKAMP et E. JANSSENS (éds), *Internet & Recht*, Anvers, Maklu, 2001, pp. 255 et s. ; J. ERAUW et R. STEENNOT, « Actualia inzake internationaal privaatrecht bij grensoverschrijdende overeenkomsten », in *Privaatrecht in de reële en virtuele wereld*, XXVIIe Postuniversitaire Cyclus W. Delva 2000-2001, Anvers Kluwer, 2002, pp. 828 et s.

¹² Approuvée par la loi belge du 4 septembre 1996, *M.B.*, 1^{er} juillet 1997. Voy. notamment M. FALLON et D. PHILIPPE, « La Convention de Vienne sur les contrats de vente internationale de marchandises », *J.T.*, 1998, p. 17.

¹³ F. RIGAUX, *Droit international privé*, T. 1, Bruxelles, Larcier, 1987, n° 274.

¹⁴ M. DEMOULIN et E. MONTERO, « La loi du 11 mars 2003 sur les services de la société de l'information : une vue panoramique et trois zooms », *Ubiquité*, 2003/16, pp. 45 et s..

¹⁵ *Ibidem*, p. 49.

¹⁶ On note que cette exigence sera sans doute difficile à remplir dans le cadre du m-commerce.

¹⁷ Il ne s'agit pas ici d'imposer l'indication des prix. Cette obligation de mentionner les prix existe déjà dans les relations B2C. Par contre, dans les relations B2B, les professionnels demeurent libres de négocier leurs prix et tarifs et ne sont pas obligés de les indiquer sur leur site.

¹⁸ Par exemple, concernant l'indication des prix en euros, ou l'obligation d'indiquer les prix dans les relations avec un consommateur.

¹⁹ Directive 2002/58/CE du Parlement européen et du Conseil du 12 juillet 2002 concernant le traitement des données à caractère personnel et la protection de la vie privée dans le secteur des communications électroniques (directive vie privée et communications électroniques), *J.O.C.E.*, n° L 201 du 31 juillet 2002, p. 37.

²⁰ Art. 14, § 2, de la loi.

²¹ Voy. D. GOBERT et E. MONTERO, « Le traitement des obstacles formels aux contrats en ligne », in *Le commerce électronique sur les rails ? Analyse et propositions de mise en œuvre de la directive sur le commerce électronique*, Cahiers du C.R.I.D., n° 19, Bruxelles, Bruylant, 2001, p. 199.

²² Pour de plus amples explications concernant cette disposition, voy. M. DEMOULIN et E. MONTERO, « Le formalisme contractuel à l'heure du commerce électronique », in *Commerce électronique : de la théorie à la pratique*, Cahiers du CRID, n° 23, Bruxelles, Bruylant, 2003, pp. 131-194.

²³ Art. 14, § 3, 1^o, de la loi du 12 juin 1991 relative au crédit à la consommation.

²⁴ Notons d'emblée qu'en ce qui concerne les relations B2B, les professionnels peuvent déroger entre eux à cette obligation d'information.

²⁵ La loi précise d'ailleurs que la commande et l'accusé de réception sont considérés comme étant reçus lorsque les parties auxquelles ils sont adressés peuvent y avoir accès (art. 10, 3^o).

²⁶ Sur ce thème, E. MONTERO, « La responsabilité des prestataires intermédiaires sur les réseaux », in E. MONTERO (sous la dir. de), *Le commerce électronique européen sur les rails ? Analyse et propositions de mise en œuvre de la directive sur le commerce électronique*, Cahier du CRID n°19, Bruxelles, Bruylant, 2001, pp. 273-295.

²⁷ E. MONTERO, M. DEMOULIN et C. LAZARO, « La loi du 11 mars 2003 sur les services de la société de l'information », *J.T.*, 2004, à paraître.

²⁸ E. MONTERO, M. DEMOULIN et C. LAZARO, « La loi du 11 mars 2003 sur les services de la société de l'information », *J.T.*, 2004, à paraître.