

PROTECTION DU CONSOMMATEUR DANS LES CONTRATS À DISTANCE, HORS ÉTABLISSEMENT ET NUMÉRIQUES

**Naviguer dans les méandres d'un cadre
légal en mutation**

Noémie GILLARD

Avocate

 Wolters Kluwer

Comité de rédaction de la collection

Pierre VANDERNOOT, Directeur de la collection, Président de chambre au Conseil d'État, Maître de conférences à l'U.L.B.

Marie Amélie DELVAUX, Avocat au Barreau de Namur, Maître de conférences à l'Université de Namur, Chargée de cours à l'Université Saint-Louis de Bruxelles.

Isabelle FERRANT, Avocat au Barreau de Bruxelles, associée du bureau d'avocats SYBARIUS.

Olivier MICHIELS, Conseiller à la Cour d'appel de Liège, Chargé de cours à la Faculté de Droit de l'U.L.g.

Editeur responsable : Paul De Ridder

© 2020 Wolters Kluwer Belgium SA
Zénobe Gramme (bâtiment G)
Square des Conduites d'Eau 9-10
4031 Liège

Service clientèle et adresse de correspondance :

Motstraat 30
2800 Malines
Tél. : 015 78 76 00
client.BE@wolterskluwer.com
www.wolterskluwer.be

Hormis les exceptions expressément fixées par la loi, aucun extrait de cette publication ne peut être reproduit, introduit dans un fichier de données automatisé, ni diffusé, sous quelque forme que ce soit, sans l'autorisation expresse et préalable et écrite de l'éditeur.

D/2020/2664/265
ISBN 978-94-03-01878-2
BP/PRAT-BI20085

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION	1
CHAPITRE I ^{ER} . QUI EST PROTÉGÉ ET À L'ÉGARD DE QUI ?	5
Section 1 ^{re} . Une entreprise	5
Section 2. Un consommateur	18
CHAPITRE II. PROTECTION DU CONSOMMATEUR DANS LES CONTRATS À DISTANCE ET HORS ÉTABLISSEMENT	23
Section 1 ^{re} . Champ d'application <i>ratione materiae</i>	23
§ 1 ^{er} . Le contrat à distance	23
§ 2. Le contrat hors établissement	26
§ 3. Pourquoi des règles particulières ?	29
Section 2. Mécanismes de protection des consommateurs	30
§ 1 ^{er} . Règles générales de protection du consommateur – bref aperçu	32
§ 2. Règles communes aux contrats à distance ne portant pas sur des services financiers et aux contrats hors établissement	35
A. L'obligation d'information	35
B. Le droit de rétractation	47
§ 3. Règles spécifiques aux contrats à distance portant sur des services financiers	57
A. Mise en contexte	57
B. Contenu du régime particulier	59
CHAPITRE III. CONTRAT PRÉSENTANT DES ASPECTS NUMÉRIQUES ET PROTECTION DU CONSOMMATEUR	63
Section 1 ^{re} . Protection du consommateur de contenu numérique – Nouveautés et points d'achoppement	64
§ 1 ^{er} . La particularité du contenu numérique	64
§ 2. Le régime pré-réforme	65
§ 3. Vers une meilleure protection du consommateur	70
A. La « Stratégie pour un marché unique numérique »	70

TABLE DES MATIÈRES

	B.	Les nouvelles règles de protection du consommateur issues de la directive contenu numérique	72
	C.	Les modifications apportées par la directive Omnibus	83
§ 4.		Un coup porté à la protection des données à caractère personnel ?	86
	A.	La délicate conciliation de la directive contenu numérique avec le RGPD	87
	B.	La tentation d’une patrimonialisation des données à caractère personnel	93
		1. Les critiques de la patrimonialisation des données – Difficultés conceptuelles	97
		2. Les critiques de la patrimonialisation des données – L’amoindrissement de la protection de la personne	100
		3. Evolutions récentes en droit européen	103
		4. Dernières réflexions	105
Section 2.		Contrat conclu dans l’environnement numérique	107
	§ 1 ^{er} .	La protection du consommateur destinataire d’un service de la société de consommation.	108
	A.	Notions et champ d’application.	108
	B.	Normes protectrices – Information et transparence.	109
	§ 2.	Protection du consommateur dans l’économie collaborative.	111
	§ 3.	La nouvelle directive Omnibus	114
Section 3.		Point d’attention : le consommateur mineur	118
Section 4.		Articulation des différents instruments de protection du consommateur.	119
CONCLUSION			121
BIBLIOGRAPHIE.			123