

# Expertise

## Télévision

### Interdire la publicité pour enfants ?

20 000 : c'est le nombre de messages publicitaires vus par un enfant en 1 an. Les petits sont la cible privilégiée des publicitaires car l'enfant influence les achats de



toute la famille. Faut-il interdire la publicité pour enfants, demande l'émission « Questions à la une ».

Ce mercredi 7/1 à 20h20 sur la Une.

## Colloque

### Le marketing sur le net

Le Webvertising Forum se penche sur tout ce qui compte dans une campagne publicitaire en ligne. Vaut-il mieux travailler par l'achat de mots-clés ou avec du marketing viral ? Comment calculer le retour sur investissement ? Le 27/1 à Bruxelles. [www.webvertisingforum.be](http://www.webvertisingforum.be)

## Séminaire

### Quand le travail mène à la dépression

L'épuisement professionnel et le stress sont des facteurs de dépression. Beci propose le séminaire « dépressivité, dépression et monde du travail », qui abordera les techniques de base pour approcher les membres du personnel concernés par ce problème. Le 29/1 à 1050 Bruxelles. [www.beci.be](http://www.beci.be) ou 02/643.78.19.



## Keno

### Tirage du mardi 6 janvier 2009

1 - 4 - 11 - 13 - 14 -  
18 - 22 - 24 - 26 - 27 -  
30 - 32 - 40 - 41 - 46 -  
47 - 49 - 51 - 65 - 69 -

# Le cyberacheteur contacte le cybervendeur

**COMMERCE SUR INTERNET** Un marchand ne peut se limiter à ne proposer qu'une adresse électronique comme moyen de communication.

Le commerce électronique séduit de plus en plus les internautes. Un cyberacheteur et un cybervendeur peuvent rapidement contracter à distance pour des produits indisponibles via les canaux de distribution classique ou, autre exemple, pour lesquels des services supplémentaires sont offerts pour un coût total similaire. Mais certains produits peuvent susciter plus d'interrogations que d'autres dans le chef du cyberacheteur. Les contrats d'assurance font partie de cette catégorie. Contracter une assurance en ligne est souvent avantageux d'un point de vue pécuniaire mais peut être déroutant. Le cyberacheteur aimerait être certain d'éviter les pièges d'un produit aux conditions générales subtiles et tentaculaires. Il voudrait donc pouvoir redevenir quelques instants un acheteur classique et poser quelques questions par téléphone à son cybervendeur.

## CONTACT DIRECT

Selon l'article 5 de la directive 2000/31/CE (dite « commerce électronique »), le cybervendeur doit rendre « possible un accès facile, direct et permanent, pour les destinataires du service et pour les autorités compétentes, au moins aux informations suivantes : son nom, son adresse géographique et ses coordonnées y compris son adresse de courrier électronique, permettant d'entrer en contact rapidement et de communiquer directement et efficacement avec lui ». En Belgique, ces mêmes obligations d'information sont inscrites dans



Bertrand Vandeveld



Thibault Verbiest

l'article 7 de la loi sur certains aspects juridiques des services de la société de l'information du 11 mars 2003.

Il est remarquable que dans cet article le législateur européen utilise le terme de « destinataire du service ». Cette formulation englobe les consommateurs et les acheteurs contractant à titre professionnel, qui sont tout autant démunis que les consommateurs face à un vendeur invisible.

Selon la directive donc, tous les cyberacheteurs ont droit à ces informations préalables. Ce droit n'interdit cependant pas des dérogations convenues entre un cybervendeur et des cyberacheteurs professionnels.

## ASSURANCE AUTO EN LIGNE

Dans une affaire intéressant la fédération allemande des associations de consommateur et une compagnie d'assurances automobiles qui offre exclusivement ses services sur internet, la Cour de justice des Communautés européennes (CJCE) a apporté des précisions importantes pour la confiance des cyberacheteurs.

La question porte sur l'article 5 de la directive. Il s'agit de savoir si cette compagnie d'assurances doit obligatoirement communiquer son numéro de téléphone à ses clients avant même la conclusion d'un contrat en ligne. Et si non, de savoir si un formulaire en ligne peut suffire en tant que moyen de communication

## Le vendeur doit envisager les cas où ses contractants sont dans l'impossibilité d'être connectés à internet.

conforme au prescrit du législateur européen.

L'information disponible sur le site de la compagnie d'assurances allemande est conforme à la Telemediengesetz (loi allemande de transposition de la directive).

En plus des obligations légales, la compagnie a prévu un formulaire en ligne au moyen duquel les cyberacheteurs peuvent poser leurs questions avant de contracter. Les réponses sont envoyées par cour-

rier électronique. Mais pour connaître le numéro de téléphone, le cyberacheteur devra tout d'abord avoir contracté.

Selon la fédération des associations de consommateurs, seul le téléphone permet une communication directe au sens de la directive. Le formulaire en ligne serait insuffisant parce qu'indirect.

En première instance, le Landgericht de Dortmund a été convaincu par les arguments de la fédération et en a conclu que l'assureur devait proposer à ses futurs clients un contact téléphonique.

La Cour d'appel est arrivée aux conclusions inverses en estimant que le formulaire en ligne permet un contact direct, d'autant plus que les réponses fournies le sont dans un délai oscillant entre 30 et 60 minutes.

Internet, afin de ne pas être exclu du Marché, il devrait pouvoir communiquer avec le cybervendeur en utilisant d'autres modes de communication que les modes électroniques. La Cour précise les choix terminologiques.

Lorsque le législateur choisit le terme « y compris », il est certain que ce terme traduit la volonté de ne pas restreindre les modes de communication entre les cyberacheteurs et les cybervendeurs au seul courrier électronique. Une voie supplémentaire au courrier électronique est donc justifiée, d'autant plus que le coût d'un tel moyen ne peut être considéré comme une lourde charge économique pour le cybervendeur.

Lorsque le terme « directement » est choisi pour la directive, ce terme implique uniquement la notion de communication sans intermédiaire.

## AVANT LE CONTRAT

Selon la Cour, une communication sans intermédiaire peut mais « ne saurait nécessairement inclure un numéro de téléphone » ; un formulaire en ligne permet lui aussi une communication sans intermédiaire.

Ce moyen présente cependant un défaut majeur : il ne peut être utilisé sans un accès à internet. La Cour conclut que :

Dès avant la conclusion du contrat, le cyberacheteur doit pouvoir entrer en communication directe avec le cybervendeur par un autre moyen que le courrier électronique.

## L'ANALYSE DE LA CJCE

La Cour précise les lignes de force de la directive.

Le législateur européen a voulu que les intérêts du cyberacheteur puissent être protégés à tous les stades du contrat.

Tout en voulant promouvoir le commerce électronique, le législateur n'a pas voulu l'isoler du reste du Marché intérieur. Ainsi, si un cyberacheteur se retrouvait dans l'impossibilité de se connecter à in-

Le téléphone est un des moyens que le cybervendeur peut décider de mettre à la disposition du cyberacheteur.

Le formulaire électronique peut également être proposé, « sauf dans des situations où un destinataire du service [cyberacheteur], se trouvant, après la prise de contact par voie électronique avec le prestataire de services [cybervendeur], privé d'accès au réseau électronique, demande à ce dernier l'accès à une voie de communication non électronique ».

## ALTERNATIVES À L'ÉLECTRONIQUE

L'ère du « tout électronique exclusif » n'est pas praticable pour le développement du marché. Le cybervendeur doit envisager les cas où ses contractants sont dans l'impossibilité d'être

connectés à internet. Le cybermarchand ne peut donc se limiter à proposer une adresse électronique comme seul moyen de communication.

Selon la CJCE, trois combinaisons sont envisageables :

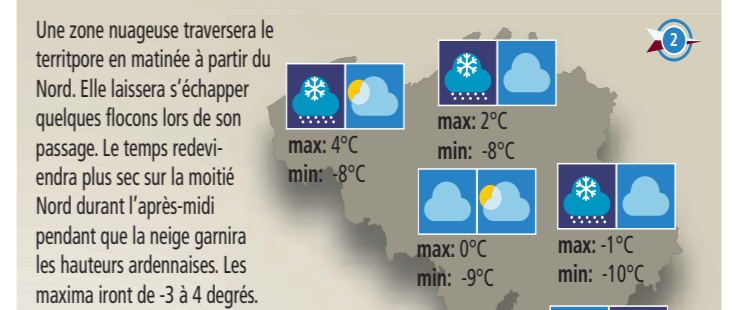
- adresse électronique + formulaire en ligne + autre moyen hors réseau
- adresse électronique + téléphone
- adresse électronique + moyen de communication sans intermédiaire également disponible hors réseau.

Aux cybervendeurs de choisir leur combinaison pour se mettre en conformité avec les exigences de la CJCE ; aux cyberacheteurs de choisir de ne contracter qu'avec des vendeurs conformes.

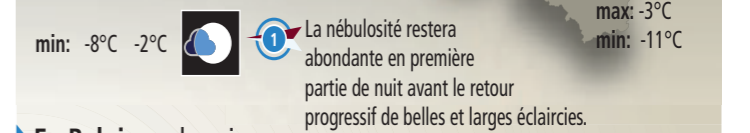
<http://www.ulys.net>

## MÉTÉO

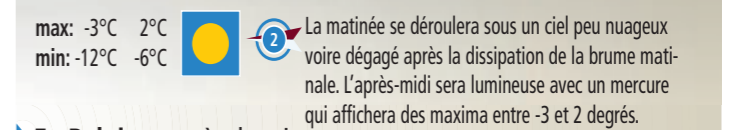
### En Belgique aujourd'hui



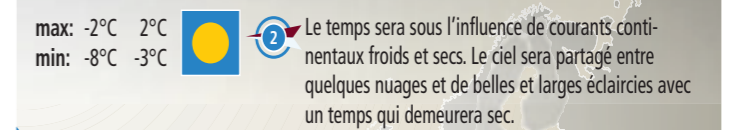
### En Belgique cette nuit



### En Belgique demain



### En Belgique après-demain



### En Europe aujourd'hui

Amsterdam	Ciel très nuageux	4°	Lyon	Ciel très nuageux	0°
Athènes	Ciel nuageux	2°	Madère	Ciel très nuageux	17°
Barcelone	Ciel peu nuageux	7°	Madrid	Ciel serein	4°
Birmingham	Ciel très nuageux	3°	Majorque	Averses de pluie	9°
Budapest	Ciel nuageux	-1°	Malte	Ciel peu nuageux	17°
Cardiff	Ciel nuageux	4°	Manchester	Ciel couvert	4°
Cologne	Ciel très nuageux	-3°	Milan	Pluie et neige	2°
Copenhague	Ciel peu nuageux	2°	Moscou	Neige légère	-10°
Dublin	Ciel nuageux	4°	Munich	Ciel peu nuageux	-4°
Dubrovnik	Ciel nuageux	11°	Naples	Pluie modérée	13°
Edimbourg	Ciel couvert	5°	Nice	Pluie modérée	7°
Faro	Ciel serein	13°	Nicosie	Ciel peu nuageux	20°
Francfort	Ciel nuageux	-3°	Oslo	Ciel serein	-4°
Genève	Ciel très nuageux	0°	Paris	Ciel serein	0°
Gibraltar	Ciel serein	13°	Prague	Ciel très nuageux	-7°
Glasgow	Ciel couvert	5°	Reykjavik	Pluie modérée	7°
Hambourg	Ciel nuageux	2°	Riga	Averses de neige	-1°
Helsinki	Ciel peu nuageux	-8°	Rome	Pluie forte	13°
Istanbul	Ciel peu nuageux	8°	Stockholm	Ciel serein	-5°
Jersey	Ciel très nuageux	4°	Strasbourg	Ciel peu nuageux	-3°
Las Palmas	Ciel nuageux	19°	Venise	Pluie légère	5°
Lisbonne	Ciel serein	9°	Vienne	Ciel peu nuageux	-1°
Ljubljana	Ciel très nuageux	-1°	Varsovie	Averses de neige	-6°
Londres	Ciel couvert	4°	Zagreb	Ciel couvert	-3°
Luxembourg	Ciel peu nuageux	-2°	Zurich	Ciel nuageux	-2°

Météo internationale sur [www.lecho.be/meteo](http://www.lecho.be/meteo)

mediafin

source: Meteo Services

Même si le journal est déjà sous presse, les cours continuent à évoluer.

Suivez les informations boursières en temps réel sur [lecho.be](http://lecho.be)

Soyez de ceux qui comptent.

**L'ECHO**  
[www.lecho.be](http://www.lecho.be)

## L'ECHO

Adresse  
Mediafin - Avenue du Port 86c Boite 309  
1000 Bruxelles - Tél.: 02/423 16 11  
(Les jours ouvrables de 8h30 à 18 h)

Abonnements et distribution  
[abo@lecho.be](mailto:abo@lecho.be)  
Tél.: 02/454 28 54 - Fax: 02/423 16 35

Rédaction  
Tél.: 02/423 16 11 - Fax: 02/423 16 77

Numéro de compte  
Mediafin s.a.  
412-7508051-21

TVA  
0404.800.301

Publicité Trustmedia  
Tél.: 02/422 05 11  
Fax: 02/422 05 10

<b>mediafin</b>	L'ECHO est une publication de Mediafin	
Directeur Général Dirk Velghe	Directeur Opérationnel Geert Wellens	
Directeur des rédactions Frederik Delaplace	Directeur financier Arnaud Delmarcelle	
Rédactrice en chef Martine Maelschack	Economie & Politique ( <a href="mailto:conomie@lecho.be">conomie@lecho.be</a> ) Nathalie Bamps (éditrice), Jean-Paul Bombaerts, Christophe De Caevol, Stéphanie Dechamps, Françoise Delstanche, Caroline Geuzaine, Olivier Gosset, Gérard Guillaume, Catherine Mommaerts, Alain Narinx, Frédéric Rohart, Magali Uytterhaeghe	Lay-out Christine Dubois, Guy Gillain, André Heerinx, Bernard Longfils, Stéphane Nobels, Raphaël Toussaint
Rédacteurs en chef adjoints Marc Lambrechts, Nicolas Ghislain	News managers Laurent Fabri, Denis Laloy, Serge Vandaele, Stéphane Wulle (Internet)	Infographie Fabrizio Colucci, Patrick D'Haeyere, Benoit Haesen, Livio Marcolli, Frank Schulpé
Central News Desk <a href="mailto:cmd@mediafin.be">cmd@mediafin.be</a> Anne-Sophie Bailly, Amandine Clout, David Collin, Isabelle Dykmans, Vincent Georis, Sarah Godard	Marchés & Placements ( <a href="mailto:finances@lecho.be">finances@lecho.be</a> ) Luc Charlier (éditeur), Marc Collet, Carine Mathieu, Jennifer Nille, Serge Quoidbach	Photo Nima Ferdowsi, Pieter Janssen, Alexia Mangelindx, Sofie Van Hoof
Entreprises & Business ( <a href="mailto:entreprises@lecho.be">entreprises@lecho.be</a> ) Michel Lauwers (éditeur), Françoise Antoine, Jean-Pierre Coppens, Arnaud De Handschutter, Nicolas Keszel, Jean-Yves Klein, Fabian Lacasse, Jean-Michel Lallieu, François-Xavier Lefèvre, Dominique Liesse, Jean-François Sacré, Luc Van Driessche	Focus & Dossier Pro Didier Bédard (éditeur)	<a href="http://www.lecho.be">www.lecho.be</a> Isabelle Andris Roxana Sedevicic Caroline Sury
	Débats & Opinions <a href="mailto:debats@lecho.be">debats@lecho.be</a> Sophie Leroy (éditrice)	Mon Argent François Mathieu (éditeur), Muriel Michel
	L'ECHO week-end Luc Dechamps (éditeur) Cécile Berthaud	Sabato Gerda Ackaert, Luc Dechamps
	Documentation Secrétariat de rédaction ( <a href="mailto:p.degouy@lecho.be">p.degouy@lecho.be</a> ) Philippe Degouy Tél 02/423 17 66	Cotations vwdgroup

Ce journal est protégé par le droit d'auteur. Si vous souhaitez copier un article, une photo, une infographie, ... en de nombreux exemplaires, les utiliser commercialement, les scanner, les stocker et/ou les diffuser électroniquement, veuillez contacter Copypress au 02/558.97.80 ou via [info@copypress.be](mailto:info@copypress.be). Plus d'infos : [www.copypress.be](http://www.copypress.be)  
Editeur Responsable Dirk Velghe - Avenue du Port 86c - Boite 309 - 1000 Bruxelles