

VADE-MECUM DE LA VALORISATION DES PRODUITS AGRICOLES ET DE LEUR COMMERCIALISATION EN CIRCUIT COURT

Version 2019

Cette fiche est issue du **Vade-mecum** de la valorisation des produits agricoles et de leur commercialisation en **circuit court**. La publication complète est disponible en ligne sur le site de DiversiFerm : <https://www.diversiferm.be/vade-mecum/>

La définition et l'explication des acronymes utilisés dans ce document sont données en page 5 de la version intégrale du Vade-mecum.

DiversiFerm a pour vocation de proposer son appui aux personnes souhaitant valoriser les produits issus de l'agriculture de Wallonie.

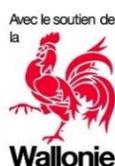
DiversiFerm s'adresse aux :

- agriculteurs transformateurs à la ferme ;
- artisans dont les activités relèvent de la production primaire (apiculture, héliciculture, pisciculture, ...) ;
- artisans transformateurs de produits agricoles wallons ;
- petits abattoirs de volailles, lapins, gibiers et abattoirs d'ongulés de faible capacité ;
- producteurs s'inscrivant dans une démarche AOP, IGP, STG ;
- groupements d'achats alimentaires ;
- restaurants à la ferme.

Selon une formule de guichet unique, DiversiFerm se propose de répondre en un seul endroit à toute question, de quelque nature que ce soit, émise suite à un projet d'activité de transformation, son démarrage ou la pérennité/le développement d'une activité existante.

A cet effet, DiversiFerm réunit plusieurs partenaires dont les compétences, complémentaires, permettent d'aborder tous les domaines touchés par la transformation et/ou la commercialisation en circuit court. L'équipe propose un accompagnement pluridisciplinaire portant sur trois niveaux : qualité et hygiène alimentaire, technologies alimentaires et aspects économique/administratif.

Contacts : www.diversiferm.be - 081/ 62 23 17 - infos@diversiferm.be



VENTE A DISTANCE

Les différentes formes de vente à distance qui sont proposées aux consommateurs sont réglementées par la loi du 21 décembre 2013 (Moniteur belge du 30 décembre 2013), qui a introduit le Livre VI du Code de droit économique. Ce livre porte sur les « Pratiques du marché et la protection du consommateur » et traite notamment des contrats à distance. La loi s'applique dès lors que l'offre de vente et l'acceptation de cette offre se font à distance, donc sans la présence physique simultanée de l'entreprise et du consommateur (par téléphone, via un site de commerce électronique). Elle a pour grands principes, l'information du consommateur et le droit de rétractation. En cas de vente à un (ou plusieurs) client(s) étranger(s), il est vivement conseillé de consulter son comptable fiscaliste pour lui demander s'il s'agit :

- soit d'une vente intra-communautaire (facture sans TVA à un client assujetti) ;
- soit du régime particulier de « vente à distance » (facture avec la TVA étrangère et formalités à l'étranger à accomplir) en cas de ventes d'une certaine ampleur, vers des clients étrangers d'un (ou plusieurs) autre(s) Etats membres de l'Union Européenne. En effet, en cas de dépassement du seuil de ventes (les seuils diffèrent d'un pays à l'autre), il y a lieu de s'immatriculer à la TVA dans ce (ou ces) Etat(s) membre(s) dans lequel, le seuil de chiffre d'affaires est dépassé. Exemple : lorsque les ventes annuelles réalisées vers la France dépassent 100.000 € par année (le seuil de chiffre d'affaire réalisé vers la France, à ne pas dépasser pour éviter de passer au régime de « vente à distance » s'élève à 100.000 € par an) ;
- soit d'une exportation si le client réside en dehors de l'UE (facture sans TVA moyennant des preuves).

L'INFORMATION DU CONSOMMATEUR

Lors de l'offre en vente à distance, l'entreprise met à la disposition du consommateur les informations ci-dessous sous une forme adaptée à la technique de communication à distance utilisée dans un langage clair et compréhensible. Dans la mesure où ces informations sont fournies sur un support durable, elles doivent être lisibles (art.VI.45§1er) :

- l'identité de l'entreprise et son adresse géographique (une boîte postale ne suffit pas !);
- les caractéristiques essentielles du bien ou du service ;
 - pour les denrées alimentaires préemballées, il s'agit de :
 - 1. la dénomination des denrées alimentaires ;
 - 2. la liste des ingrédients ;
 - 3. les matières et produits qui causent des allergies et des intolérances (ceux-ci sont communiqués dans l'annexe II du règlement (UE) nr 1169/2011
 - 4. la quantité de certains ingrédients ou catégories d'ingrédients ;
 - 5. les conditions particulières de conservation et d'utilisation ;
 - 6. le nom ou la raison sociale et l'adresse de l'exploitant responsable de l'information alimentaire au sein d'une entreprise de denrées alimentaires;
 - 7. un mode d'emploi au cas où son omission ne permettrait pas de faire un usage approprié de la denrée alimentaire ;
 - 8. le titre alcoométrique volumique acquis pour les boissons titrant plus de 1,2 % d'alcool en volume ;
 - 9. la quantité nette ;

- 10. le lieu d'origine ou le lieu de provenance (en accord avec les cas prévus par le règlement 1169/2011) ;
 - 11. la communication de la valeur nutritionnelle si nécessaire
 - pour les denrées alimentaires non préemballées, il s'agit de :
 - les allergènes
 - toute mention supplémentaire spécifiée par l'état membre
 - au moment de la livraison, que la denrée alimentaire soit préemballée ou non, la date de durabilité minimale ou, dans le cas de denrées alimentaires très périssables microbiologiquement, la date limite de consommation devra être ajoutée à l'ensemble des mentions citées précédemment.
- le prix du bien ou du service ;
- les frais éventuels de livraison ;
- les modalités de paiement, de livraison ou d'exécution du contrat ;
- l'existence ou l'absence d'un droit de rétractation (le cas échéant, les modalités de reprise ou de restitution du bien) ;
- le coût de l'utilisation de la technique de communication à distance (si calculé sur une base autre que le tarif de base) ;
- la durée de validité de l'offre ou du prix ;
- le cas échéant, la durée minimale du contrat dans le cas de contrats portant sur la fourniture durable ou périodique d'un bien ou d'un service.

Lors des communications téléphoniques, l'entreprise est tenue d'indiquer explicitement au début de toute conversation avec le consommateur son identité et le but commercial de son appel.

Toutes ces informations doivent en outre être confirmées par écrit, ou sur « un autre support durable » à sa disposition et auquel il a accès¹ au plus tard lors de la livraison du bien ou avant l'exécution du service.

L'entreprise doit également mentionner l'adresse géographique de l'établissement où le consommateur peut adresser ses plaintes.

Sauf si le contrat le prévoit expressément, l'entreprise doit livrer la commande ou prester le service au plus tard dans les trente jours à compter du lendemain du jour où le consommateur a transmis sa commande. L'envoi de biens et de titres représentatifs de services se fait toujours aux risques et périls de l'entreprise.

DROIT DE RÉTRACTATION

Si le consommateur peut bénéficier d'un droit de rétractation (art. VI.47.), les conditions, le délai et les modalités d'exercice de ce droit lui sont communiqués de façon claire et compréhensible.

Si le droit de rétractation ne s'applique pas, dans le cas de denrées alimentaires très périssables par exemple, l'information selon laquelle le consommateur ne dispose pas du droit de renoncer à l'achat doit être faite de manière explicite en première page du site internet ou tout autre support durable. Exemple de mention : « Le droit de rétractation est exclu pour les contrats conclus à distance par l'intermédiaire du Site, compte tenu de la nature des produits commandés (à savoir des denrées périssables), en vertu de l'article VI.53 de la loi du 21 décembre 2013 relative aux pratiques du marché et à la protection du consommateur ».

¹ Par exemple par courriel ou tout autre support audio ou vidéo (disquette, cassette audio ou vidéo, CD ou DVD).

Le consommateur dispose d'un délai de 14 jours pour se rétracter d'un contrat à distance, sans avoir à motiver sa décision, sans encourir d'autres coûts que ceux prévus et ce dans les 14 jours de la notification de sa décision.

Le délai de rétractation expire après une période de 14 jours à compter du jour où le consommateur ou un tiers autre que le transporteur et désigné par le consommateur prend physiquement possession du bien.

Il incombe à l'entreprise de fournir la preuve qu'elle a satisfait aux obligations concernant l'information du consommateur, le respect des délais, le consentement du consommateur à la conclusion du contrat et, le cas échéant, à son exécution pendant le délai de rétractation.

L'entreprise peut donner au consommateur, la faculté de remplir et de transmettre en ligne, sur son propre site internet, soit le modèle de formulaire de rétractation figurant à l'annexe du livre VI (p46) du Code Economique, soit une autre déclaration dénuée d'ambiguïté. L'entreprise communique sans délai au consommateur un accusé de réception de la rétractation sur un support durable.

En cas d'omission de cette dernière clause, le bien ou le service est considéré comme fourni au consommateur sans demande préalable de sa part et ce dernier n'est pas tenu de le payer ni de le restituer.

LA VENTE PAR INTERNET

La vente de denrées alimentaires par ce biais connaît un succès croissant. Le producteur peut proposer un système d'achat via son propre site ou via un site commun à différents producteurs. Certaines sociétés privées ou asbl proposent également ce service de mise en ligne de produits alimentaires.

Certains produits ne nécessitent que peu de mise à jour (ex. : foie gras) tandis que d'autres demandent une mise à jour quasi hebdomadaire (ex. : légumes). Il existe des systèmes de décompte automatique des stocks qui facilitent la gestion des commandes.

Le Livre XII du Code économique, introduit par la loi du 15 décembre 2013 (Moniteur belge du 14 janvier 2014) est consacré au « droit de l'économie électronique ».

Le titre 1er du Livre XII porte sur les règles en matière d'information, de publicité, de contrats conclus par voie électronique et de responsabilité des prestataires intermédiaires. Lorsque l'on pratique la vente par Internet, certaines mentions légales doivent apparaître sur le site, celles-ci doivent être directement accessibles, de manière permanente durant tout le processus de vente. Ces mentions obligatoires peuvent être regroupées dans un onglet mais ne peuvent être diluées dans les conditions générales de vente.

Outre les données mentionnées au point « information du consommateur », le vendeur doit ainsi mentionner :

- son numéro d'entreprise ;
- ses coordonnées, y compris son adresse de courrier électronique, permettant d'entrer en contact rapidement et de communiquer directement et efficacement avec lui ;
- dans le cas où l'activité/profession est réglementée, les coordonnées de l'autorité de surveillance compétente ;
- en ce qui concerne les professions réglementées :
 - > l'association professionnelle ou l'organisation professionnelle auprès de laquelle le prestataire est inscrit,
 - > le titre professionnel et l'état dans lequel il a été octroyé,
 - > une référence aux règles professionnelles applicables et aux moyens d'y avoir accès ;
- le numéro de TVA si assujetti à la TVA.
- les conditions du droit de rétraction (voir précédemment)

En ce qui concerne le prix des produits, celui-ci doit être indiqué au poids ou à l'unité et toutes taxes comprises (TTC). Le consommateur doit pouvoir connaître les frais de livraison éventuels à tout moment. Si les frais varient selon le poids commandé, il doit y avoir un « tableau » permettant d'évaluer les frais de livraison. Ce tableau doit être facilement accessible durant le processus de vente. Il est possible aussi, en plus de ce tableau, de calculer ces frais au moment du récapitulatif.

Ex. : 5 kg de pommes + 5 kg de poires = X € + frais de livraison = Y €. Si la livraison est gratuite, cela doit être mentionné.

La présélection des cases est interdite dans la vente via internet. Par exemple, cocher toutes les cases des produits laitiers et laisser le soin au consommateur de décocher ce qu'il ne veut pas, est interdit. Il en va de même pour les quantités : le vendeur ne peut prévoir, par défaut par exemple, 1 kg de fromage, alors que le consommateur a le droit d'en commander 200 gr en modifiant le nombre dans la case « quantité ».

PARTICULARITÉ DU PAIEMENT ANTICIPÉ DE LA COMMANDE

Si une commande à distance devant être conclue par voie électronique oblige le consommateur à payer, l'entreprise l'informe, dès le début du processus de commande, d'une manière claire et apparente, des restrictions de livraison éventuels et des moyens de paiement acceptés.

L'entreprise veille à ce que le consommateur, lorsqu'il passe sa commande, reconnaisse explicitement que celle-ci implique une obligation de payer (description, prix, durée). Si, pour passer une commande, il faut activer un bouton ou une fonction similaire, ceux-ci portent uniquement la mention facilement lisible "commande avec obligation de paiement" ou une formule analogue, dénuée d'ambiguïté, indiquant que passer la commande oblige à payer l'entreprise. Si cette condition n'est pas respectée, le consommateur n'est pas lié par la commande.

Dans le cas d'un paiement anticipé, il est obligatoire de fournir un bon de commande. Le bon de commande matérialise celle-ci et confirme l'engagement juridique et financier entre l'acheteur et le vendeur. Le bon de commande doit être donné au consommateur dès qu'il a payé l'acompte ou la totalité de la somme. Ce document lui servira de preuve de paiement à la livraison. Il y a un exemplaire pour le client et un pour le vendeur. Le vendeur est libéré de sa responsabilité (par exemple pour une détérioration du produit qui interviendrait après livraison et qui serait liée à de mauvaises conditions de stockage) lorsque le consommateur a signé la preuve qu'il a pris possession de sa marchandise.

Le bon de commande doit mentionner la clause de renonciation en caractère gras, dans un encadré distinct du texte, au recto de la première page. Le bon de commande mentionne obligatoirement :

- le nom ou la dénomination et l'adresse ainsi que le numéro d'entreprise ;
- la date et le numéro d'ordre de ce bon ;
- une description permettant l'identification certaine du produit ou service ;
- le prix unitaire, la quantité et le prix total ;
- le montant de l'acompte payé ;
- le montant restant à payer ;
- la date ou le délai de la livraison du produit ou de la fourniture du service ;
- la signature du vendeur.

Lorsque le destinataire du service passe une commande **par voie électronique** :

- le prestataire accuse réception de la commande du destinataire sans délai injustifié et par voie électronique ;
- l'accusé de réception contient, notamment, un récapitulatif de la commande en plus des mentions visées plus haut ;

- la commande et l'accusé de réception sont considérés comme étant reçus lorsque les parties auxquelles ils sont adressés peuvent y avoir accès.

RÉFÉRENCES LÉGALES

Directive 2000/31/CE 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 2011/83/UE 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 Texte présentant de l'intérêt pour l'EEE

Loi du 15 décembre 2013 portant insertion du Livre XII, « Droit de l'économie électronique » dans le Code de droit économique, portant insertion des définitions propres au Livre XII et des dispositions d'application de la loi propres au Livre XII, dans les Livres I et XV du Code de droit économique

Loi du 21 décembre 2013 portant insertion du Livre VI « Pratiques du marché et protection du consommateur » dans le Code de droit économique et portant insertion des définitions propres au Livre VI, et des dispositions d'application au Livre VI, dans les Livres Ier et XV du Code de droit économique