

Vade-mecum de la valorisation des produits agricoles
et de leur commercialisation en circuits courts

Version 2017

Avec le soutien de
la



Wallonie



VENTE À DISTANCE

AVERTISSEMENT

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 ([lien¹](#)).

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

FABRIQUER ET COMMERCIALISER DES PRODUITS ARTISANAUX : DIVERSIFERM PEUT VOUS CONSEILLER ET VOUS ACCOMPAGNER

MISSIONS GÉNÉRALES DE DIVERSIFERM

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 encadrement pluridisciplinaire portant sur trois niveaux : hygiénique, technologique et économique/administratif.

Pour toute information complémentaire :



www.diversiferm.be

081/ 62 23 17

infos@diversiferm.be

¹ http://diversiferm.be/wp-content/uploads/2015/10/VadeMecum_r%C3%A9vision2017.pdf

Les différentes formes de vente à distance qui sont proposées aux consommateurs sont réglementées par la loi du 6 avril 2010, article 45, relative aux pratiques du marché et à la protection du consommateur. Celle-ci 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. 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, le consommateur doit être informé de manière claire, compréhensible et sans équivoque, des points suivants :

- l'identité de l'entreprise et son adresse géographique (une boîte postale ne suffit pas !)
- les caractéristiques essentielles du bien ou du service ;
- 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 accès² 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 (article 47), la clause suivante doit être rédigée en caractères gras dans un cadre distinct du texte, en première page :

« Le consommateur a le droit de notifier à l'entreprise qu'il renonce à l'achat, sans pénalité et sans indication de motif, dans les ... jours calendrier à dater du lendemain du jour de la livraison du bien ou de la conclusion du contrat de service ».

Cette clause est complétée du nombre de jours calendrier, lequel ne peut être inférieur à 14.

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.

Si le droit de rétractation ne s'applique pas (article 47 § 4), la clause suivante est rédigée en caractères gras dans un cadre distinct du texte en première page : « Le consommateur ne dispose pas du droit de renoncer à l'achat ».

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.

Lorsque l'on pratique la vente par Internet, la loi du 11 mars 2003 prévoit que des mentions légales doivent apparaître sur le site, et que 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.

² Par exemple par courriel ou tout autre support audio ou vidéo (disquette, cassette audio ou vidéo, CD ou DVD).

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 est soumise à un régime d'autorisation, 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.

Le vendeur doit mentionner de manière permanente, durant tout le processus de vente, si le consommateur a le droit d'exercer, ou pas, son droit de rétractation de 14 jours. Cette information mise sous la forme d'un onglet par exemple serait une façon de la rendre toujours visible sur le site internet.

Parallèlement, la clause de rétractation doit être reprise telle que prévue dans la Loi dans les « conditions générales de vente ». Il en va de même en cas d'absence du droit de rétractation.

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

Dans le cas d'un paiement à l'avance, il est obligatoire de fournir un bon de commande. Le bon de commande matérialise la commande 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.

D/2016/11802/60

Editeur responsable : Brieuc QUEVY, 15 avenue Prince de Liège-5100 Jambes

N° vert : 1718 – www.wallonie.be