

CHAMBRE DES REPRÉSENTANTS
DE BELGIQUE

23 novembre 2021

PROPOSITION DE RÉOLUTION

**relative à l'évolution vers un droit
de rétractation durable et équilibré
dans le cadre du commerce électronique**

(déposée par Mme Kathleen Verhelst)

BELGISCHE KAMER VAN
VOLKSVERTEGENWOORDIGERS

23 november 2021

VOORSTEL VAN RESOLUTIE

**betreffende de evolutie naar een duurzaam en
evenwichtig herroepingsrecht
in het kader van e-commerce**

(ingediend door mevrouw Kathleen Verhelst)

N-VA	: Nieuw-Vlaamse Alliantie
Ecolo-Groen	: Ecologistes Confédérés pour l'organisation de luttes originales – Groen
PS	: Parti Socialiste
VB	: Vlaams Belang
MR	: Mouvement Réformateur
CD&V	: Christen-Democratisch en Vlaams
PVDA-PTB	: Partij van de Arbeid van België – Parti du Travail de Belgique
Open Vld	: Open Vlaamse liberalen en democraten
Vooruit	: Vooruit
cdH	: centre démocrate Humaniste
DéFI	: Démocrate Fédéraliste Indépendant
INDEP-ONAFH	: Indépendant - Onafhankelijk

<i>Abréviations dans la numérotation des publications:</i>		<i>Afkorting bij de numerering van de publicaties:</i>	
DOC 55 0000/000	Document de la 55 ^e législature, suivi du numéro de base et numéro de suivi	DOC 55 0000/000	Parlementair document van de 55 ^e zittingsperiode + basisnummer en volgnummer
QRVA	Questions et Réponses écrites	QRVA	Schriftelijke Vragen en Antwoorden
CRIV	Version provisoire du Compte Rendu Intégral	CRIV	Voorlopige versie van het Integraal Verslag
CRABV	Compte Rendu Analytique	CRABV	Beknopt Verslag
CRIV	Compte Rendu Intégral, avec, à gauche, le compte rendu intégral et, à droite, le compte rendu analytique traduit des interventions (avec les annexes)	CRIV	Integraal Verslag, met links het definitieve integraal verslag en rechts het vertaald beknopt verslag van de toespraken (met de bijlagen)
PLEN	Séance plénière	PLEN	Plenum
COM	Réunion de commission	COM	Commissievergadering
MOT	Motions déposées en conclusion d'interpellations (papier beige)	MOT	Moties tot besluit van interpellaties (beigekleurig papier)

DÉVELOPPEMENTS

MESDAMES, MESSIEURS,

Introduction

Ces dernières années, le commerce électronique¹ a connu une forte croissance et a bouleversé l'ensemble du secteur de la vente au détail. La fermeture temporaire obligatoire des commerces non essentiels à la suite de la pandémie de COVID-19 n'a fait que renforcer cette tendance et a entraîné un changement radical du comportement d'achat des consommateurs. Ce sont surtout les achats en ligne de biens qui ont augmenté d'environ 33 % l'année dernière, alors que l'ensemble du commerce électronique en Belgique a reculé d'environ 10 % au cours des six premiers mois de 2020.²

Il ressort de diverses enquêtes que cette tendance à la hausse se poursuivra dans les années à venir et que les consommateurs continueront à acheter en ligne. La livraison de colis à domicile, par exemple, s'inscrit parfaitement dans le cadre du télétravail. Malgré les coûts d'investissement élevés, la concurrence des prix avec les géants en ligne et les faibles marges, environ un indépendant sur deux s'est lancé dans le commerce électronique lors du premier confinement en 2020.³ Après la réouverture des commerces non essentiels en mai 2020, 85 % de ce groupe de commerçants ont indiqué qu'ils souhaitaient continuer à utiliser les canaux de vente en ligne nouvellement établis.

Il est clair que les différents niveaux de pouvoir en Belgique sont confrontés à un énorme défi, non seulement pour répondre à l'impact de la croissance du secteur du commerce électronique sur, entre autres, l'emploi et la compétitivité des entreprises locales, mais aussi pour rendre le commerce électronique plus durable. La forte croissance des achats de biens en ligne et, par conséquent, des livraisons à domicile, crée une masse de flux logistiques et de mobilité qui ne sont pas toujours efficaces et ont une incidence sur la mobilité et les

¹ L'expression "commerce électronique" désigne toutes les méthodes de vente de biens et de services sur Internet.

² "E-commerce boert 10 procent achteruit", *De Standaard*, 15 septembre 2020.

³ Unizo Retail rapport 2020.

TOELICHTING

DAMES EN HEREN,

Inleiding

E-commerce¹ is de afgelopen jaren sterk toegenomen en heeft de hele retailsector op zijn grondvesten doen daveren. De tijdelijke verplichte sluiting van de niet-essentiële winkels als gevolg van de COVID-19 pandemie heeft deze trend alleen nog maar versterkt en een drastische verschuiving teweeggebracht in het koopgedrag van de consument. Vooral de online aankoop van goederen steeg vorig jaar met circa 33 %, terwijl de ganse elektronische handel in de eerste zes maanden vorig jaar in België in totaal kromp met circa 10 %.²

Uit verschillende bevragingen blijkt dat deze stijgende trend zich komende jaren zal verderzetten en dat de consumenten ook in de toekomst online zullen blijven kopen. De levering aan huis van pakjes speelt bijvoorbeeld perfect in op het telewerk. Ondanks de hoge investeringskosten, de prijsconcurrentie t.a.v. onlinegiganten en de geringe marges, zijn circa 1 op 2 zelfstandigen tijdens de eerste lockdown in 2020 gestart met e-commerce.³ Na de heropening van de niet-essentiële winkels in mei 2020 gaf 85 % van deze groep van handelaars aan dat ze de nieuw opgezette online verkoopkanalen wilden blijven gebruiken.

Het is duidelijk dat de verschillende beleidsniveaus in België voor een gigantische uitdaging staan om niet alleen een antwoord te bieden op de impact van de groeiende e-commercesector op onder meer de tewerkstelling en de concurrentiekracht van lokale ondernemingen, maar ook om e-commerce verder te verduurzamen. De sterke groei van de online aankopen van goederen en bijgevolg ook van de thuisleveringen brengt immers een massa aan logistieke stromen op gang, die niet altijd even efficiënt zijn en een impact hebben op de mobiliteit en de

¹ Onder "e-commerce" verstaat men alle manieren waarop goederen en diensten via het internet verkocht worden.

² "E-commerce boert 10 procent achteruit", *De Standaard*, 15 september 2020.

³ Unizo Retail rapport 2020.

émissions de gaz à effet de serre.⁴ Le “*last mile*”⁵ doit être rendu durable en Belgique. Il est toutefois important de souligner qu’en soi, le commerce électronique B2C (vente aux particuliers) de biens physiques peut avoir en moyenne un impact environnemental plus positif que le commerce de détail traditionnel dans des magasins physiques, mais cela dépend fortement de certains facteurs, et notamment du droit de la consommation applicable.⁶

Le retour de marchandises, dont les consommateurs font de plus en plus usage en invoquant leur droit de rétractation au sens des articles 47 et suivants du CDE, constitue un élément important dans le contexte du commerce électronique. Ce droit, qui s’applique aux contrats à distance conclus entre consommateurs et entreprises, permet aux consommateurs de renvoyer les produits achetés sans motif dans un délai de 14 jours.

Le pourcentage de retours dans le commerce électronique varie selon les pays et les catégories de produits. Selon une étude de 2019-2020, les Pays-Bas étaient, avec un taux de retour moyen de 9 %, le leader européen des retours (moyenne établie sur toutes les catégories de produits), par rapport à une moyenne européenne de 5 %.⁷ En ce qui concerne plus spécifiquement les catégories de produits, une étude européenne de 2016 relevait qu’environ 12 % des appareils électroniques et 16,5 % des articles de mode commandés en ligne étaient renvoyés.⁸ Selon une étude néerlandaise, le taux de retour des articles de mode aux Pays-Bas est le plus élevé de toutes les catégories de produits: il se situe entre 20 % et 50 %, et peut atteindre 70 % pour les chaussures.⁹ Quant à l’Allemagne, en 2018, environ 16,3 % du total des envois et environ 12,1 % du nombre total d’articles livrés ont fait l’objet d’un retour (toutes

uitstoot van broeikasgassen.⁴ De zgn. “*last mile*”⁵ dient in België te worden verduurzaamd. Het is niettemin belangrijk te onderstrepen dat B2C e-commerce van fysieke goederen op zich gemiddeld een positievere milieu-impact kan hebben dan de traditionele detailhandel in fysieke winkels, maar dit is sterk afhankelijk van een aantal factoren, waaronder het toepasselijke consumentenrecht.⁶

Belangrijk binnen deze context zijn de retourzendingen, waarvan consumenten gebruik maken door zich te beroepen op hun herroepingsrecht in de zin van artikel 47 e.v. WER. Dit recht, dat van toepassing is op overeenkomsten op afstand tussen consumenten en ondernemingen, laat consumenten toe om zonder reden hun aangekochte producten binnen 14 dagen terug te sturen.

Het percentage retourzendingen bij e-commerce varieert per land en per productcategorie. Volgens een studie van 2019-2020 was Nederland met een gemiddelde van 9 % de Europese koploper wat het aantal retourzendingen betreft (gemiddelde over alle productcategorieën heen), terwijl het Europese gemiddelde op 5 % lag.⁷ Als men specifiek kijkt naar de productcategorieën geeft een Europese studie van 2016 aan dat gemiddeld circa 12 % van de elektronische apparaten en 16,5 % van de online bestelde modeartikelen werden teruggestuurd.⁸ Nederlands onderzoek toont dan weer aan dat het retourpercentage van modeartikelen in Nederland het hoogst is van alle productcategorieën: dit percentage ligt tussen de 20 % en 50 % en bij schoenen kan dit oplopen tot wel 70 %.⁹ Wat Duitsland betreft, werden in 2018 circa 16,3 % van alle geleverde zendingen en circa 12,1 % van alle geleverde artikelen teruggestuurd (over alle

⁴ Avis du CCE 2019-2545 “*Œuvrer pour une logistique de l’e-commerce et un last mile durables*” du 19 décembre 2019.

⁵ Le *last mile* désigne l’itinéraire emprunté par un colis depuis le dernier centre de distribution où il a été stocké jusqu’au consommateur et le trajet de retour du véhicule de livraison qui a transporté le colis. Il s’agit donc non seulement de la logistique liée à l’approvisionnement de marchandises vers le consommateur mais aussi la logistique inverse engendrée par les livraisons infructueuses et par les retours de marchandises vers les fournisseurs. (Avis CCE 2019-2545 “*Œuvrer pour une logistique de l’e-commerce et un last mile durables*” du 19 décembre 2019).

⁶ E. Terryn en E. Van Gool, “*The Role of the European Consumer Regulation in Shaping the Environmental Impact of E-commerce*”, *Journal of European Consumer and Market Law 2021*, vol. 10, issue. 3, 89.

⁷ *Get Rid of Returns (groupe d’experts néerlandais), ‘Blue Paper’, shoppingtomorrow.nl/nl/themas/logistics/delivery-distribution/get-rid-of-returns.*

⁸ E. Terryn et E. Van Gool, “*Kunnen we e-commerce vergoenen door het consumentencontractenrecht te herzien?*”, *Tijdschrift voor consumentenrecht en handelspraktijken*, 2021-1, 21.

⁹ *Get Rid of Returns, ‘Blue Paper’, shoppingtomorrow.nl/nl/themas/logistics/delivery-distribution/get-rid-of-returns.*

⁴ Advies CRB 2019-2545 “*Ijveren voor een duurzame e-commercelogistiek en ‘last mile’*” van 19 december 2019.

⁵ Dit staat voor de weg die een pakje aflegt vanaf het laatste distributiecentrum waar het werd opgeslagen tot bij de consument en voor het retourtraject van het bestelvoertuig dat het pakje heeft vervoerd. Het gaat dus niet alleen om de logistiek die dient om de goederen bij de consument te brengen, maar ook om de omgekeerde logistiek als gevolg van vruchteloze leveringen en terugzendingen (Advies CRB 2019-2545 “*Ijveren voor een duurzame e-commercelogistiek en ‘last mile’*” van 19 december 2019).

⁶ E. Terryn en E. Van Gool, “*The Role of the European Consumer Regulation in Shaping the Environmental Impact of E-commerce*”, *Journal of European Consumer and Market Law 2021*, vol. 10, issue. 3, 89.

⁷ *Nederlandse Expertgroep Get Rid of Returns, ‘Blue Paper’, shoppingtomorrow.nl/nl/themas/logistics/delivery-distribution/get-rid-of-returns.*

⁸ E. Terryn en E. Van Gool, “*Kunnen we e-commerce vergoenen door het consumentencontractenrecht te herzien?*”, *Tijdschrift voor consumentenrecht en handelspraktijken*, 2021-1, 21.

⁹ *Nederlandse Expertgroep Get Rid of Returns, ‘Blue Paper’, shoppingtomorrow.nl/nl/themas/logistics/delivery-distribution/get-rid-of-returns.*

catégories de produits confondues).¹⁰ Le nombre de retours varie ici aussi fortement selon la catégorie de produits, mais on observe la même tendance: pour les articles de mode, en 2018, le taux de retour était d'environ 45,1 % du nombre total d'envois et de 21 % du nombre total d'articles livrés, tandis que pour les appareils électroniques, les taux correspondants étaient de respectivement 5,6 % et 5,1 %. On peut en conclure qu'en moyenne, le nombre de retours est le plus élevé pour les articles de mode. En Allemagne, par exemple, le coût total, pour le secteur, des retours effectués par des consommateurs (comprenant notamment les frais de transport, les pertes de valeur, les frais d'emballage et l'inspection des articles renvoyés) a été estimé à 5,46 milliards d'euros.¹¹ Pour les petites boutiques en ligne, les coûts sont en moyenne plus élevés en raison de contrats logistiques moins favorables.¹²

En raison de la concurrence féroce qui règne dans le secteur du commerce électronique et qui se traduit par de faibles marges bénéficiaires et la crainte d'avis négatifs de la part des consommateurs, de nombreux détaillants en ligne en Europe ont construit leur modèle commercial sur une politique de retour flexible et gratuite. Cela implique souvent que le retour des biens achetés est totalement gratuit pour le consommateur et, partant, qu'aucun frais ne lui est facturé. Une étude publiée en 2019 par le SPF Économie indique qu'environ 88 % de l'ensemble des retours de marchandises sont gratuits en Belgique. Une étude allemande indique quant à elle qu'environ 81 % des détaillants en ligne ne facturent aucun frais de retour.¹³ La raison est simple: la majorité des consommateurs sont moins enclins à acheter un produit s'ils doivent payer pour le retourner. Si une contribution est demandée pour le retour du produit, le client se tournera rapidement vers la concurrence. Pour faire diminuer le nombre de retours de marchandises tout en préservant la croissance du secteur du commerce électronique et en évitant de porter un préjudice disproportionné au consommateur, l'Université de Bamberg est arrivée à la conclusion qu'il faudrait fixer des frais de retour minimums d'un montant assez faible, à savoir entre deux et trois euros.¹⁴ La conclusion à cet égard était que des frais de retour minimums d'un montant de trois

productcategorieën heen).¹⁰ Het aantal retourzendingen varieert opnieuw sterk per productcategorie maar men ziet dezelfde trend: voor modeartikelen ging het in 2018 om circa 45,1 % van alle geleverde zendingen en 21 % van alle geleverde items, terwijl het voor elektronische apparaten ging om circa 5,6 % van alle geleverde zendingen en 5,1 % van alle geleverde items. Daaruit kan worden geconcludeerd dat het aantal retourzendingen gemiddeld het hoogst voor modeartikelen (online fashion). De totaalcost (o.m. transportkosten, waardevermindering, verpakkingskosten en inspectie van geretourneerde goederen) van het retourneren door de consument voor de industrie in Duitsland bijvoorbeeld werd geraamd op 5,46 miljard euro.¹¹ Voor kleinere webwinkels liggen de kosten gemiddeld hoger vanwege minder goede logistieke contracten.¹²

Door de moordende onderlinge concurrentie in de e-commerce sector met geringe winstmarges tot gevolg en de angst voor negatieve reviews van consumenten, hebben een groot aantal e-retailers in Europa hun businessmodel gebouwd op een soepel en gratis retourbeleid. Dit houdt dikwijls in dat men het terugzenden van de aangekochte goederen volledig gratis maakt voor de consument en er dus geen kosten worden aangerekend. Volgens een studie van de FOD Economie van 2019 was circa 88 % van alle retourzendingen gratis in België. Duits onderzoek toont dan weer aan dat circa 81 % van de e-retailers geen retourkosten aanrekenen.¹³ Dat heeft een duidelijke reden: de meerderheid van de consumenten is namelijk minder geneigd een aankoop te doen als men moet betalen voor een retourzending. Indien men een bijdrage vraagt voor de retourzending gaat de klant al snel naar de concurrent. Om het aantal retourzendingen te laten dalen en tegelijk de groei van e-commerce niet te fnuiken en de consument geen onevenredig nadeel te bezorgen, kwam de Universiteit van Bamberg tot de conclusie dat een minimum retourkost relatief laag zou moeten zijn, meer bepaald gemiddeld tussen de 2 en 3 euro.¹⁴ Daarbij werd geconcludeerd dat een minimumkost van 3 euro het aantal retourzendingen met 16 % zou doen verminderen. De uitdaging bestaat er aldus in om het aantal retourzendingen te laten dalen en tegelijk

¹⁰ German Advisory Council for Consumer Affairs, "E-commerce and the trade-off between consumer protection and sustainability", 2020, 12.

¹¹ Idem.

¹² Get Rid of Returns, 'Blue Paper', shoppingtomorrow.nl/nl/themas/logistics/delivery-distribution/get-rid-of-returns.

¹³ German Advisory Council for Consumer Affairs, "E-commerce and the trade-off between consumer protection and sustainability", 2020, 12.

¹⁴ German Advisory Council for Consumer Affairs, "E-commerce and the trade-off between consumer protection and sustainability", 2020.

¹⁰ German Advisory Council for Consumer Affairs, "E-commerce and the trade-off between consumer protection and sustainability", 2020, 12.

¹¹ Idem.

¹² Nederlandse Expertgroep Get Rid of Returns, 'Blue Paper', shoppingtomorrow.nl/nl/themas/logistics/delivery-distribution/get-rid-of-returns.

¹³ German Advisory Council for Consumer Affairs, "E-commerce and the trade-off between consumer protection and sustainability", 2020, 12.

¹⁴ German Advisory Council for Consumer Affairs, "E-commerce and the trade-off between consumer protection and sustainability", 2020.

euros diminueraient de 16 % le nombre de retours de marchandises. Le défi consistera dès lors à diminuer le nombre de retours de marchandises tout en améliorant l'efficacité du traitement de ces retours et en préservant au mieux la valeur des produits.

Bien que la majorité des détaillants en ligne couvrent tous les frais de retour et que les consommateurs utilisent fréquemment leur droit de rétractation, cette pratique n'est pas gratuite et a un coût économique et environnemental.

Premièrement, les nombreux retours de colis ont un coût écologique. Il y a tout d'abord le transport, qui peut revêtir différentes formes mais qui implique souvent des déplacements en véhicule de consommateurs, d'entreprises postales et/ou de coursiers. Il faut ensuite prendre en compte le coût des déchets qui vont notamment de pair avec le réemballage des biens. La majorité des articles qui sont retournés sont remis en vente en tant qu'articles neufs. Aux Pays-Bas, cette situation concernait environ 72 % des retours de marchandises en 2019, les commerces électroniques d'articles de mode obtenant un score plus élevé que la moyenne.¹⁵ Une portion plus faible des articles retournés peuvent être remis en vente (à un prix éventuellement réduit) après réparation ou révision. Les articles faits sur mesure et les articles d'hygiène, comme une brosse à dents électrique déballée, qui ont été retournés ne peuvent plus être vendus en tant qu'articles neufs.¹⁶ Enfin, une portion minime des articles retournés sont détruits pour éviter des frais liés à l'organisation d'un stockage supplémentaire ou des frais de stockage desdits articles par exemple. Cette dernière pratique engendre une production de déchets supplémentaires et contraint de procéder à de nouvelles extractions de matières premières et à produire de nouveaux biens. Les chiffres relevés à ce sujet aux Pays-Bas et en Allemagne sont peu ou prou identiques. En Allemagne, environ 4 % des articles retournés en 2018, soit environ vingt millions d'articles, ont été détruits.¹⁷

Outre le coût écologique, cette pratique engendre un coût économique, surtout pour les détaillants en ligne de plus petite taille et pour la majorité des consommateurs qui font des achats en ligne. La pratique actuelle de la gratuité des retours menace la rentabilité des commerçants en ligne, les risques étant généralement plus élevés pour les petites entreprises ou les nouveaux venus sur le marché du commerce électronique. Ceux-ci n'ont ni le volume ni les marges nécessaires

om de retourzendingen efficiënter te verwerken en de waarde van de producten zoveel mogelijk te behouden.

Hoewel de meerderheid van de e-retailers de kosten dekken van het retourneren en consumenten veelvuldig gebruik maken van hun herroepingsrecht, is deze praktijk niet gratis en is hieraan wel degelijk een economische en ecologische kost verbonden.

Ten eerste hebben de vele retourzendingen een ecologische impact. Zo is er het transport, dat op verschillende wijzen kan worden uitgevoerd maar dikwijls bestaat uit verplaatsingen met voertuigen door consumenten, postbedrijven en/of koeriers. Daarnaast is er de kost van het afval, die gepaard gaat met o.m. het opnieuw verpakken van retourzendingen. De meeste artikelen die worden teruggestuurd worden opnieuw als nieuw verkocht. In Nederland ging het in 2019 over circa 72 % van de retourzendingen, waarbij online fashion hoger dan gemiddeld scoort.¹⁵ Een kleiner deel kan na herstel of revisie opnieuw (eventueel met korting) worden verkocht. Maatwerkartikelen en hygiëneartikelen, denk bijvoorbeeld aan een elektrische tandenborstel die uit de verpakking is gehaald, kunnen na terugzending niet meer als nieuw verkocht worden.¹⁶ Tenslotte wordt een klein gedeelte van de retourzendingen vernietigd, bijvoorbeeld om de kosten van een bijkomende stockorganisatie en opslagkosten van retourzendingen te vermijden. Dit laatste resulteert in bijkomend afval en de noodzaak voor nieuwe grondstoffenontginning en productie van nieuwe goederen. De cijfers hieromtrent in Nederland en Duitsland zijn min of meer dezelfde en het ging in Duitsland in 2018 om circa 4 % van de retourzendingen die werd vernietigd, wat neerkwam op circa 20 miljoen artikelen.¹⁷

Naast een ecologische kost is er een economische kost voor vooral de kleinere e-retailers en de meerderheid van de consumenten die gebruik maken van e-commerce. De huidige praktijk van het kosteloos retourneren bedreigt de winstgevendheid van e-retailers, met doorgaans hogere risico's voor vooral kleinere ondernemingen of nieuwkomers op de e-commerce markt. Zij beschikken niet over het volume en de marges om te concurreren met de grote e-retailers die agressief inzetten op een

¹⁵ Nederlandse Expertgroep ReturnOnReturns, 'Blue paper', shoppingtomorrow.nl/nl/themas/logistics/delivery-distribution/return-on-returns-2020.

¹⁶ *Idem*.

¹⁷ German Advisory Council for Consumer Affairs, "E-commerce and the trade-off between consumer protection and sustainability", 2020, 13.

¹⁵ Nederlandse Expertgroep ReturnOnReturns, 'Blue paper', shoppingtomorrow.nl/nl/themas/logistics/delivery-distribution/return-on-returns-2020.

¹⁶ *Idem*.

¹⁷ German Advisory Council for Consumer Affairs, "E-commerce and the trade-off between consumer protection and sustainability", 2020, 13.

pour concurrencer les grands acteurs du commerce électronique qui appliquent de manière agressive une politique de retour extrême.¹⁸ Face à une concurrence acharnée, toutes les entreprises de commerce électronique ne peuvent pas couvrir le coût des retours et, de ce fait, ces retours ont une incidence sur leurs marges. De plus en plus de détaillants locaux indiquent qu'ils sont découragés par la législation relative aux ventes en ligne, et notamment par les inconvénients liés aux retours.¹⁹ Abstraction faite des détaillants omnicanaux qui vendent leurs articles en ligne et en magasin au même prix, le droit de rétractation et les retours gratuits qui y sont associés entraînent aussi dans certains cas une hausse des prix pour la "majorité silencieuse" des consommateurs qui n'utilisent que rarement, voire jamais, leur droit de rétractation pour retourner des biens achetés.²⁰ Dans la mesure du possible, certains détaillants en ligne répercutent les coûts des retours sur les consommateurs, sous la forme de prix fixes, ce qu'ignorent la plupart des consommateurs.

Par le passé, les fédérations sectorielles européennes du commerce électronique ont déjà dénoncé les abus du droit de rétractation, dès lors que les biens retournés sont de plus en plus souvent endommagés.²¹ D'autres formes spécifiques d'abus de ce droit sont, par exemple, l'achat de plusieurs modèles d'un même bien ou d'un même bien en plusieurs coloris dans le but délibéré de retourner tous les biens, sauf un, après les avoir testés, ou encore l'achat et l'utilisation d'un bien lors d'une occasion spécifique pour ensuite le retourner gratuitement.²² Soumis à la pression de la concurrence et par crainte de recevoir des avis négatifs, de nombreux détaillants en ligne n'osent pas agir contre ces formes d'abus extrêmes du droit de rétractation.

Pour tous les motifs exprimés ci-dessus, il convient de plaider pour une modification des règles applicables en droit européen des consommateurs, par exemple une modification du droit de rétractation (voir *infra*). Pour

verregaand retourbeleid.¹⁸ In de harde concurrentiestrijd kunnen niet alle e-retailers de kosten van het retourneren dekken en retourzendingen hebben op die manier een impact op hun marges. Steeds meer lokale handelaars geven aan dat ze worden ontmoedigd door de wetgeving rond online verkoop, met onder meer de nadelen van het retourneren.¹⁹ Afgezien van omnichannel retailers, die online- en offlineproducten aan dezelfde prijs verkopen, resulteert het herroepingsrecht en het daaraan gekoppelde kosteloos retourneren in bepaalde gevallen ook in hogere prijzen voor de "stille meerderheid" van de consumenten die zelden of nooit gebruik maken van hun herroepingsrecht om aangekochte goederen terug te sturen.²⁰ In de mate van het mogelijke rekenen bepaalde e-retailers de kosten van het retourneren door aan de consument in de vorm van de vaste prijzen, zonder dat de meeste consumenten zich daarvan bewust zijn.

In het verleden hebben Europese e-commerce sectorfederaties al verwezen naar het misbruik van het herroepingsrecht, doordat men alsmaar vaker te maken krijgt met beschadigde goederen die worden teruggestuurd.²¹ Specifieke andere vormen van misbruik zijn bijvoorbeeld het aankopen van vele modellen of kleuren van eenzelfde soort goed met de bedoeling bij aanvang om buiten één exemplaar alle goederen na een testgebruik terug te sturen of voor één specifieke gelegenheid een goed aan te kopen en te gebruiken en het erna kosteloos terug te sturen.²² Omwille van de concurrentiedruk en de vrees voor negatieve reviews durven vele e-retailers niet op te treden tegen dergelijke vormen van verregaand misbruik van het herroepingsrecht.

Omwille van al deze redenen moet er daarom gepleit worden voor wijzigingen aan de toepasselijke regels van het Europees consumentenrecht, zoals aanpassingen aan het herroepingsrecht (zie *infra*). Om een gelijk

¹⁸ Voir Klas Hjort and Björn Lantz, "The impact of returns policies on profitability: A fashion e-commerce case", *Journal of Business Research*, Volume 69, Issue 11, novembre 2016.

¹⁹ Unizo Retail rapport 2020.

²⁰ Voir Oren Bar-Gill en Omri Ben-Shahar, "Regulatory Techniques in Consumer Protection. A Critique of European Consumer Contract Law" *Common Market Law Review* 2013, vol. 50, (109) 120-121; E. Terryn et E. Van Gool, "The Role of the European Consumer Regulation in Shaping the Environmental Impact of E-commerce", *Journal of European Consumer and Market Law* 2021, vol. 10, issue. 3, (89) 95-96 et 98-99.

²¹ ecommerce-europe.eu/news-item/handlerbund-product-returns-study-2016; slideshare.net/Haendlerbund/returns-study-2016-how-fair-are-customers-in-online-trade.

²² Voir Groupe d'expert GetRidofReturns, "Blue Paper" (2020), 7; Mark Rosenbaum et Ronald Kuntze, "Looking good at the retailer's expense: investigating unethical retail disposition behaviour among compulsive buyers", *Journal of Retailing and Consumer Services* 2005, vol. 12, (217) 217-220.

¹⁸ Zie Klas Hjort and Björn Lantz, "The impact of returns policies on profitability: A fashion e-commerce case", *Journal of Business Research*, Volume 69, Issue 11, November 2016.

¹⁹ Unizo Retail rapport 2020.

²⁰ Zie Oren Bar-Gill en Omri Ben-Shahar, "Regulatory Techniques in Consumer Protection. A Critique of European Consumer Contract Law" *Common Market Law Review* 2013, vol. 50, (109) 120-121; E. Terryn en E. Van Gool, "The Role of the European Consumer Regulation in Shaping the Environmental Impact of E-commerce", *Journal of European Consumer and Market Law* 2021, vol. 10, issue. 3, (89) 95-96 en 98-99.

²¹ ecommerce-europe.eu/news-item/handlerbund-product-returns-study-2016; slideshare.net/Haendlerbund/returns-study-2016-how-fair-are-customers-in-online-trade.

²² Zie Expertgroep GetRidofReturns, 'Blue Paper' (2020), 7; Mark Rosenbaum en Ronald Kuntze, "Looking good at the retailer's expense: investigating unethical retail disposition behaviour among compulsive buyers", *Journal of Retailing and Consumer Services* 2005, vol. 12, (217) 217-220.

instaurer des conditions de concurrence équitables au niveau européen et dès lors que le droit de rétractation émane du droit européen des consommateurs, un traitement du dossier à l'échelle européenne s'impose.

En 2020, M. Wouter Torfs, CEO de la chaîne de magasin Torfs, indiquait pour sa part que la pratique commerciale des retours gratuits était devenue intenable et il plaidait lui aussi pour l'élaboration de mesures contre cette pratique au niveau européen.²³ Enfin, nous pouvons également évoquer les initiatives de certains détaillants en ligne, qui tentent d'utiliser certaines technologies, comme les cabines d'essayage numériques et les avatars 3-D, pour limiter autant que possible les retours.

Droit de rétractation et commerce électronique au niveau européen

Le droit de rétractation du consommateur et la possibilité qui lui est offerte d'exercer ce droit pour retourner, dans les quatorze jours, un bien acheté émane des articles 9 et suivants de la directive 2011/83/UE relative aux droits des consommateurs.²⁴ Tous les vendeurs à distance, y compris donc les détaillants en ligne, doivent respecter ce droit de rétractation, qui doit permettre au consommateur d'établir la nature, les caractéristiques et le bon fonctionnement du bien²⁵, tout comme il pourrait le faire dans les magasins physiques. Cette directive n'impose cependant aux commerçants en ligne aucune obligation légale de supporter le coût du retour de colis lorsque le consommateur exerce son droit de rétractation, ce coût étant en principe supporté par le consommateur,²⁶ à moins que, pour des raisons commerciales, le détaillant en ligne ne décide de le supporter à sa place. Comme indiqué ci-dessus, ces "retours gratuits" sont progressivement devenus la norme, ce qui renforce l'attractivité des formes d'abus déjà évoquées (voir *supra*).

Alors que le nouvel agenda du consommateur (lien) de l'Union européenne, document qui expose la vision de l'Union en matière de politique des consommateurs pour la période 2020-2025, définit la transition verte de la politique des consommateurs comme l'un des cinq domaines prioritaires, la Commission européenne a indiqué, par la voix du Commissaire européen Didier Reynders, qu'aucune modification concrète du droit de

speelveld te creëren op Europees niveau en vermits het herroepingsrecht zijn oorsprong heeft in het Europese consumentenrecht, primeert een Europese aanpak hieromtrent.

In 2020 gaf CEO Wouter Torfs dan weer aan dat de commerciële praktijk van het gratis retourneren onhoudbaar is geworden en ook hij pleit om op Europees vlak hiertegen maatregelen uit te werken.²³ Tot slot kan nog verwezen worden naar de initiatieven van sommige e-retailers, die trachten gebruik te maken van bepaalde technologieën, zoals digitale pashokjes en 3-D avatars, om retours zoveel als mogelijk te beperken.

Herroepingsrecht en e-commerce op EU-niveau

Het herroepingsrecht van de consument en de mogelijkheid om binnen 14 dagen dit recht uit te oefenen en het product terug te sturen, vindt zijn oorsprong in de artikelen 9 e.v. van de Richtlijn 2011/83/EU betreffende consumentenrechten.²⁴ Dit herroepingsrecht moeten alle verkopers op afstand en dus ook e-retailers verplicht respecteren en is bedoeld om de consument, net zoals in fysieke winkels, de mogelijkheid te geven om de kenmerken en de werking van de goederen na te gaan.²⁵ Deze richtlijn legt evenwel geen wettelijke verplichting op aan online handelaars om de kosten van de terugzending te dekken wanneer consumenten beroep doen op hun herroepingsrecht. Deze kosten worden in principe gedragen door de consument zelf,²⁶ tenzij e-retailers beslissen om uit commerciële overwegingen deze kosten te dekken voor de consument. Zoals reeds vermeld, zijn deze "gratis retours" stilaan de norm geworden, wat de reeds vermelde vormen van misbruik aantrekkelijker maakt (zie *supra*).

Terwijl in de *New Consumer Agenda* (link) van de EU, waarin de visie van de EU opgenomen is omtrent het consumentenbeleid van 2020 tot 2025, de groene transitie van het consumentenbeleid als één van de vijf beleidsprioriteiten wordt bestempeld, heeft de Europese Commissie bij monde van Europees Commissaris Didier Reynders aangegeven dat men momenteel geen concrete wijzigingen van het in Richtlijn 2011/83/EU neergelegde

²³ vrt.be/vrtnws/nl/2020/01/03/wouter-torfs-gratis-terugsturen-pakjes-moet-anders-vandaag-ko.

²⁴ directive 2011/83/EU 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.

²⁵ Considérant 37 de la directive 2011/83/EU relative aux droits des consommateurs.

²⁶ Article 14 de la directive 2011/83/EU relative aux droits des consommateurs.

²³ vrt.be/vrtnws/nl/2020/01/03/wouter-torfs-gratis-terugsturen-pakjes-moet-anders-vandaag-ko.

²⁴ Richtlijn 2011/83/EU van het Europees Parlement en de Raad van 25 oktober 2011 betreffende consumentenrechten, tot wijziging van Richtlijn 93/13/EEG van de Raad en van Richtlijn 1999/44/EG van het Europees Parlement en de Raad en tot intrekking van Richtlijn 85/577/EEG en van Richtlijn 97/7/EG van het Europees Parlement en de Raad Voor de EER relevante tekst.

²⁵ Overweging 37 Richtlijn 2011/83/EU betreffende consumentenrechten.

²⁶ Artikel 14 Richtlijn 2011/83/EU betreffende consumentenrechten.

rétractation établi dans la directive 2011/83/EU n'est en cours d'élaboration.²⁷ La Commission européenne a toutefois l'intention d'examiner des mesures permettant de lutter contre les conséquences environnementales du nombre excessif de retours de biens achetés en ligne.

Il est intéressant de noter que dans sa proposition de directive concernant une meilleure application et une modernisation des règles de protection des consommateurs de l'UE²⁸, la Commission européenne avait initialement l'intention en 2018 de supprimer le droit des consommateurs de retourner des biens après les avoir utilisés "dans une mesure qui excède ce qui est nécessaire pour établir leur nature, leurs caractéristiques et leur bon fonctionnement" du champ d'application de la directive 2011/83. Les biens que le consommateur a utilisés dans une mesure qui excède ce qui est nécessaire pour les tester ont été rangés dans une catégorie exclue du droit de rétractation et ont été intégrés dans la liste des exceptions au droit de rétractation prévu par l'article 16 de la directive 2011/83/UE. Cette proposition de la Commission européenne n'a finalement pas été retenue. L'obligation d'accepter le retour de tels biens utilisés crée des difficultés pour les professionnels (surtout pour les PME) et constitue une charge disproportionnée, étant donné qu'ils sont tenus de revendre ou de détruire ces biens qui se sont dépréciés. Les PME déclaraient perdre chaque année en moyenne 2 223 euros à cause de l'obligation qui leur incombe d'accepter le retour de ce type de biens testés de manière excessive²⁹. Elle rompt clairement l'équilibre entre un niveau élevé de protection des consommateurs et la compétitivité des entreprises. En outre, l'obligation d'accepter le retour des biens utilisés de ce type ne concorde pas avec le Pacte vert pour l'Europe ni avec le plan d'action de l'Union européenne en faveur de l'économie circulaire.³⁰

Dans ce contexte, il convient d'œuvrer à l'échelle européenne à un droit de rétractation plus durable et à une politique de retour plus stricte, qui doit également offrir au consommateur une meilleure visibilité de la chaîne logistique. En principe, cette meilleure visibilité permettra au consommateur d'opter pour la solution la plus durable, comme aux Pays-Bas, où le consommateur peut notamment recourir au simulateur "*Bewust bezorgd*"³¹ pour calculer les émissions de CO₂ liées à la livraison. Conformément au nouvel agenda du consommateur de l'Union européenne, il convient d'informer correctement

herroepingsrecht voorbereidt.²⁷ Wel is de Europese Commissie van plan om maatregelen te onderzoeken om de milieueffecten van het buitensporig vaak terugsturen van online aangekochte goederen te bestrijden.

Interessant is dat de Europese Commissie in 2018 in haar voorstel voor een richtlijn wat betreft de betere handhaving en modernisering van de regels voor consumentenbescherming in de EU²⁸ initieel de bedoeling had om het recht van consumenten om goederen, waarvan "het gebruik verder is gegaan dan nodig was om de aard, de kenmerken en de werking ervan vast te stellen", terug te zenden te schrappen uit het toepassingsgebied van Richtlijn 2011/83. Goederen die de consument meer heeft gebruikt dan nodig was om ze uit te proberen werden als categorie uitgesloten van het herroepingsrecht en opgenomen in de lijst van uitzonderingen op het herroepingsrecht in artikel 16 van Richtlijn 2011/83 EU. Dat voorstel van de Europese Commissie werd uiteindelijk niet weerhouden. De verplichting om dergelijke gebruikte goederen terug te nemen levert aanzienlijke problemen op voor handelaren (vooral voor kmo) en is een onevenredige last, aangezien zij verplicht worden om deze goederen, die in waarde zijn verminderd, opnieuw te verkopen of te vernietigen. kmo verklaarden jaarlijks gemiddeld 2223 euro verlies te lijden als gevolg van de vigerende verplichting om dit soort niet naar behoren uitgeprobeerde goederen terug te nemen.²⁹ Dit verstoort duidelijk het evenwicht tussen een hoog niveau van consumentenbescherming en het concurrentievermogen van ondernemingen. Daarenboven strookt de verplichting om dergelijke gebruikte goederen terug te nemen niet met de Europese *Green Deal* en het Europese Actieplan voor de Circulaire Economie³⁰.

Tegen deze achtergrond dient op EU-niveau werk te worden gemaakt van een duurzamer herroepingsrecht en een strikter retourbeleid, waarbij er ook voor meer transparantie in de logistieke keten t.a.v. de consument moet gezorgd worden. Hierdoor kan de consument in principe voor de meest duurzame optie kiezen, zoals in Nederland waar verwezen kan worden naar de "*Bewust bezorgd*"-calculator³¹, waarmee de consument de CO₂-impact kan nagaan van de levering. In overeenstemming met *New Consumer Agenda* (link) van de EU, dient de consument correct te worden geïnformeerd over de

²⁷ Réponse du Commissaire européen Didier Reynders à la question E-000477/2020 de Kris Peeters. (https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/E-9-2020-000477-ASW_EN.html).

²⁸ Article 2, points 14 et 15 de la proposition COM (2018) 185 version finale de la Commission européenne du 11 avril 2018.

²⁹ Proposition COM (2018) 185 version finale de la Commission européenne du 11 avril 2018.

³⁰ COM (2020) 98 final.

³¹ Cf. <https://bewustbezorgd.org>.

²⁷ Antwoord van Europees Commissaris Didier Reynders op vraag E-000477/2020 van Kris Peeters (www.europarl.europa.eu/doceo/document/E-9-2020-000477-ASW_NL.html).

²⁸ Artikel 2, punten 14 en 15 van het voorstel COM (2018) 185 finale versie van de Europese Commissie van 11 april 2018.

²⁹ Voorstel COM (2018) 185 finale versie van de Europese Commissie van 11 april 2018.

³⁰ COM (2020) 98 final.

³¹ Zie hiervoor <https://bewustbezorgd.org>.

le consommateur de l’empreinte environnementale de la livraison (insatisfaisante) et du retour éventuel du bien acheté.

Œuvrer à la durabilité du commerce électronique en rendant le droit de rétractation plus durable à l’échelle européenne

Il semble nécessaire de procéder, à l’échelle européenne, à une actualisation du droit de rétractation qui permette de créer des conditions de concurrence équitables, réponde à la réalité économique et tende à accroître la durabilité du commerce électronique, afin d’inciter les détaillants en ligne à rendre la livraison et le retour de biens plus durables, d’une part, et de sensibiliser le consommateur au coût écologique et économique des retours gratuits, d’autre part. À cet égard, il est essentiel de trouver un équilibre idéal entre un niveau élevé de protection des consommateurs et la compétitivité des entreprises³² tout en intégrant l’importance du facteur de la durabilité. Cet équilibre peut être atteint de différentes manières.

Il pourrait d’abord être envisagé de prévoir explicitement dans le droit européen des consommateurs que le consommateur est tenu d’exercer son droit de rétractation de bonne foi, ce qui permettrait d’attaquer les abus en justice³³, par exemple la commande de plusieurs vêtements par un consommateur ayant d’emblée l’intention de ne garder qu’un seul vêtement et de retourner gratuitement toutes les autres pièces après les avoir essayées. S’ils disposaient d’une base juridique explicite le permettant, les détaillants en ligne pourraient plus facilement agir contre les abus les plus graves sans nuire gravement à leur réputation.

Conformément au Pacte vert pour l’Europe et au plan d’action de l’Union européenne en faveur de l’économie circulaire³⁴, il convient d’inclure les marchandises utilisées “dans une mesure qui excède ce qui est nécessaire pour établir leur nature, leurs caractéristiques et leur bon fonctionnement” sur la liste des exceptions au droit de rétractation prévu à l’article 16 de la directive 2011/83/UE afin que le consommateur ne puisse plus renvoyer ce type de marchandises. Les marchandises renvoyées qui n’ont pas été essayées correctement et qui ont perdu de la valeur peuvent parfois être revendues en deuxième main (éventuellement à un prix réduit),

³² Considérant 4 directive 2011/83/EU relative aux droits des consommateurs.

³³ E. Terryn et E. Van Gool, “The Role of the European Consumer Regulation in Shaping the Environmental Impact of E-commerce”, *Journal of European Consumer and Market Law* 2021, vol. 10, issue. 3, (89) 98.

³⁴ COM (2020) 98 final.

milieukosten van de (mislukte) levering en eventuele terugzending van het aangekochte goed.

Verduurzaming e-commerce door verduurzaming van herroepingsrecht op EU-niveau

Een actualisering van het herroepingsrecht op EU-niveau, die kan zorgen voor een gelijk speelveld, die beantwoordt aan de economische realiteit en die eveneens gericht is op de verduurzaming van e-commerce, lijkt noodzakelijk om enerzijds de e-retailers ertoe aan te zetten om de levering en terugzending van goederen duurzamer te maken en anderzijds de consument bewust te maken van de ecologische en de economische kost van het gratis retourneren. Essentieel hierbij is om een ideaal evenwicht te vinden tussen het verzekeren van een hoog beschermingsniveau voor de consument enerzijds en het garanderen van de competitiviteit van het bedrijfsleven anderzijds³², waarbij duurzaamheid als belangrijke factor mee in overweging dient genomen te worden. Deze afweging kan op verschillende manieren worden bereikt.

Vooreerst kan gedacht worden aan het expliciet stipuleren in het Europese consumentenrecht dat de consument zijn/haar herroepingsrecht te goeder trouw moet uitvoeren. Hierdoor kan misbruik, zoals het bestellen van verschillende kledingstukken waarbij men bij aanvang de bedoeling heeft om buiten één exemplaar alle goederen na een testgebruik kosteloos terug te sturen, juridisch worden aangepakt.³³ Met een expliciete eenduidige juridische basis hiervoor, is het haalbaarder voor e-retailers om op te treden tegen de ergste misbruiken zonder ernstig reputatieverlies te lijden.

In overeenstemming met de Europese *Green Deal* en het Europese Actieplan voor de Circulaire Economie³⁴, dienen goederen, waarvan “het gebruik door de consument verder is gegaan dan nodig was om de aard, de kenmerken en de werking ervan vast te stellen”, in de lijst van uitzonderingen op het herroepingsrecht in artikel 16 van Richtlijn 2011/83/EU te worden opgenomen, zodat de consument dergelijke gebruikte goederen niet meer kan retourneren. Teruggezonden goederen, die niet naar behoren zijn uitgeteerd en in waarde zijn verminderd, kunnen tweedehands opnieuw (eventueel met korting) worden verkocht, maar in bepaalde

³² Overweging 4 Richtlijn 2011/83/EU betreffende consumentenrechten.

³³ E. Terryn en E. Van Gool, “The Role of the European Consumer Regulation in Shaping the Environmental Impact of E-commerce”, *Journal of European Consumer and Market Law* 2021, vol. 10, issue. 3, (89) 98.

³⁴ COM (2020) 98 final.

mais les détaillants en ligne doivent parfois détruire les marchandises renvoyées. Cette correction du droit de rétractation permettrait de rétablir l'équilibre entre un niveau élevé de protection des consommateurs et la compétitivité des entreprises.

L'inscription d'une interdiction de retour gratuit dans le droit européen des consommateurs serait une autre solution plus efficace et plus radicale.³⁵ Une modification réglementaire pourrait imposer au consommateur qui invoque le droit de rétractation l'obligation de payer les frais de renvoi des marchandises, les détaillants en ligne ne pouvant dès lors plus prendre ces frais en charge à la place du consommateur. Le détaillant en ligne devra alors communiquer au consommateur qu'il devra s'acquitter de ces frais. Comme indiqué ci-dessus, cette solution se justifie sur les plans écologique et économique et bénéficie du soutien d'une partie des entreprises. Dès lors, les consommateurs seraient incités à opérer un choix réfléchi lorsqu'ils achètent en ligne en utilisant, notamment, les technologies existantes (comme les cabines d'essayage en ligne et les avatars 3D³⁶) et ils seraient davantage sensibilisés aux frais de renvoi. Dans cette hypothèse, la "majorité silencieuse" des consommateurs qui ne recourent que rarement ou jamais à leur droit de rétractation et qui renvoient peu de marchandises ne seront plus obligés de payer pour les retours gratuits des autres consommateurs.

En plus des mesures évoquées ci-dessus concernant le droit européen de la consommation, il faudra enfin s'atteler à une série de mesures complémentaires et d'accompagnement afin de réduire le nombre de retours et leur impact écologique par le biais d'un ensemble de mesures politiques. Premièrement, il faudra encore miser davantage sur des points d'enlèvement et des points de dépôt locaux pour respectivement réceptionner et renvoyer les biens commandés en ligne.³⁷ On peut en outre envisager une indication uniforme de la taille des vêtements au niveau européen, en plus des visualisations des tailles (cf. *supra*) que les détaillants en ligne utilisent déjà. Cela implique l'utilisation d'une étiquette indiquant la taille en centimètres uniquement.³⁸ À terme, le consommateur connaîtra par cœur ses propres tours

gevalen moeten e-retailers teruggestuurde goederen vernietigen. Door deze correctie van het herroepingsrecht wordt het evenwicht tussen een hoog niveau van consumentenbescherming en het concurrentievermogen van ondernemingen hersteld.

Doeltreffender en meer ingrijpend is het inschrijven van een verbod op het gratis retourneren in het Europees consumentenrecht.³⁵ Via een regelgevende aanpassing wordt het retourneren van goederen betalend gemaakt voor de consument die beroep doet op het herroepingsrecht, waarbij e-retailers niet meer over de mogelijkheid beschikken om de kosten van het retourneren voor de consument te dekken. De e-retailer dient daarbij de consument mee te delen dat de consument deze kosten zelf dient te dragen. Zoals hierboven reeds aangehaald is dit ecologisch en economisch verantwoord en wordt dit gesteund door een deel van de bedrijfswereld. Op die manier geeft men aan consumenten een incentive om een doordachte keuze te maken wanneer men een goed online koopt, door o.m. gebruik te maken van bestaande technologieën (zoals online pashokjes en 3D-avatars³⁶) en wordt zijn/haar kostenbewustzijn omtrent retours verhoogd. Hierdoor zal de "stille meerderheid" van de consumenten, die weinig tot geen gebruik maken van hun herroepingsrecht en weinig retourneren, niet langer moeten betalen voor kosteloze retourzendingen van de andere consumenten.

Naast de hierboven aangehaalde maatregelen die betrekking hebben op het Europees consumentenrecht, moet tot slot werk worden gemaakt van een aantal aanvullende en begeleidende maatregelen om met een mix van beleidsmaatregelen het aantal retourzendingen en de ecologische impact hiervan te laten dalen. In de eerste plaats dient nog meer te worden ingezet op lokale "drop-off" punten om online bestelde goederen te retourneren en lokale "pick-up" punten om online bestelde goederen af te halen.³⁷ Daarnaast kan gedacht worden aan een Europese uniforme maataanduiding voor kleding, naast maatvisualisaties (zie *supra*), waarvan e-retailers al gebruik maken. Dit houdt het hanteren van een maatetiket in waarop de maat alleen maar in centimeters staat vermeld.³⁸ Op termijn weet de consument de eigen

³⁵ German Advisory Council for Consumer Affairs, "E-commerce and the trade-off between consumer protection and sustainability", 2020, 33; E. Terryn et E. Van Gool, "The Role of the European Consumer Regulation in Shaping the Environmental Impact of E-commerce", *Journal of European Consumer and Market Law* 2021, vol. 10, issue. 3, (89) 98.

³⁶ Voir par exemple: <https://www.shavatar.me>.

³⁷ E. Terryn et E. Van Gool, "The Role of the European Consumer Regulation in Shaping the Environmental Impact of E-commerce", *Journal of European Consumer and Market Law* 2021, vol. 10, issue. 3, (89), 100.

³⁸ Nederlandse Expertgroep Get Rid of Returns, 'Blue Paper', [shoppingtomorrow.nl/nl/themas/logistics/delivery-distribution/get-rid-of-returns](https://www.shoppingtomorrow.nl/nl/themas/logistics/delivery-distribution/get-rid-of-returns).

³⁵ German Advisory Council for Consumer Affairs, "E-commerce and the trade-off between consumer protection and sustainability", 2020, 33; E. Terryn et E. Van Gool, "The Role of the European Consumer Regulation in Shaping the Environmental Impact of E-commerce", *Journal of European Consumer and Market Law* 2021, vol. 10, issue. 3, (89) 98.

³⁶ Zie bijvoorbeeld: <https://www.shavatar.me>.

³⁷ E. Terryn et E. Van Gool, "The Role of the European Consumer Regulation in Shaping the Environmental Impact of E-commerce", *Journal of European Consumer and Market Law* 2021, vol. 10, issue. 3, (89), 100.

³⁸ Nederlandse Expertgroep Get Rid of Returns, 'Blue Paper', [shoppingtomorrow.nl/nl/themas/logistics/delivery-distribution/get-rid-of-returns](https://www.shoppingtomorrow.nl/nl/themas/logistics/delivery-distribution/get-rid-of-returns).

de poitrine, de taille et de bassin et choisira ainsi sur la base de tailles exprimées en centimètres au lieu des S/M/M ou des 36/38/40 peu parlants. Qui plus est, l'élaboration d'un outil unique neutre des autorités au niveau de l'UE ou au niveau belge cartographiant l'impact écologique de la livraison et d'un retour éventuel pourra faire davantage prendre conscience au consommateur de l'impact écologique du commerce électronique et des retours. Grâce à un tel instrument, le consommateur pourra choisir l'option la plus appropriée en connaissance de cause.

borst-, taille- en heupafmetingen uit zijn hoofd, en kiest hij dan op basis van centimeters in plaats van de weinig zeggende S/M/L- of 36/38/40-aanduidingen. Verder kan de ontwikkeling van één neutrale overheidstool op EU-niveau of op Belgisch niveau, die de ecologische impact van de levering en een eventuele retour in kaart brengt, het bewustzijn van de consument over de ecologische impact van e-commerce en retourzendingen verder doen verhogen. Met behulp van zulke tool kan de consument, met kennis van zaken, kiezen voor de meest duurzame optie.

Kathleen VERHELST (Open Vld)

PROPOSITION DE RÉSOLUTION

LA CHAMBRE DES REPRÉSENTANTS,

A. considérant que le commerce électronique s'est considérablement développé au cours des dernières années, que la pandémie de COVID-19 n'a fait que renforcer cette tendance et que l'on s'attend à ce que cet essor se poursuive dans les années à venir et à ce que les consommateurs continuent à faire une plus grosse partie de leurs achats en ligne;

B. considérant que les différents niveaux de pouvoir en Belgique sont confrontés au défi de rendre le commerce électronique plus durable, dès lors que la forte croissance des achats en ligne et, par conséquent, des livraisons à domicile, génère une masse de flux logistiques qui ont un impact considérable sur l'environnement; que les déchets ont en outre un coût lié au reconditionnement des retours, que la durée de vie des retours vendus en secondes main est souvent plus courte et qu'une petite partie des retours est même détruite;

C. considérant que, dans l'Union européenne, un grand nombre de boutiques en ligne ont fondé leur modèle commercial sur une politique de retours souples et gratuits qui permet aux consommateurs d'utiliser leur droit de rétractation et de renvoyer facilement et gratuitement les biens qu'ils ont achetés;

D. considérant que l'article 14 de la directive 2011/83/UE relative aux droits des consommateurs n'impose pas aux commerçants en ligne l'obligation légale de couvrir les frais de renvoi des marchandises lorsque les consommateurs invoquent leur droit de rétractation, mais que ces commerçants sont *de facto* contraints de le faire pour des raisons commerciales, compte tenu de la très vive concurrence et par crainte d'avis négatifs de la part de consommateurs mécontents;

E. considérant que le renvoi de marchandises n'est pas gratuit et représente un coût économique pour les boutiques en ligne et le consommateur, dès lors que la grande quantité de retours, conjuguée à la rude concurrence dans le secteur du commerce électronique, exerce une pression sur la rentabilité des boutiques en ligne, ce qui peut à son tour conduire à des économies ou à une répercussion sur les prix fixes, sans que le consommateur en ait conscience;

F. considérant qu'en plus du coût économique, du coût environnemental et de la dépréciation des marchandises renvoyées, la pratique des retours gratuits crée des conditions de concurrence inégales au détriment des

VOORSTEL VAN RESOLUTIE

DE KAMER VAN VOLKSVERTEGENWOORDIGERS,

A. gezien e-commerce de afgelopen jaren sterk toegenomen is en de COVID-19-pandemie deze trend alleen nog maar heeft versterkt, waarbij men verwacht dat deze stijgende trend zich komende jaren zal verderzetten en dat consumenten ook in de toekomst meer online zullen blijven kopen;

B. gezien verschillende beleidsniveaus in België voor de uitdaging staan om e-commerce te verduurzamen. De sterke groei van online aankopen en bijgevolg ook van thuisleveringen en retourzendingen brengt een massa aan logistieke stromen op gang die een aanzienlijke impact op het milieu hebben. Daarnaast is er de kost van het afval, die gepaard gaat met het opnieuw verpakken van retourzendingen. De levensduur van retourzendingen die als "tweedehands" worden verkocht is vaak korter en een klein gedeelte van de retourzendingen wordt zelfs vernietigd;

C. overwegende het feit dat in de EU de meerderheid van de e-retailers hun businessmodel hebben gebouwd op een soepel gratis verzend- en retourbeleid, waardoor consumenten, gebruikmakend van hun herroepingsrecht, gemakkelijk en gratis hun aangekochte goederen kunnen terugsturen;

D. overwegende het feit dat artikel 14 van de Richtlijn 2011/83/EU betreffende consumentenrechten geen wettelijke verplichting oplegt aan online handelaars om de kosten van de terugzending te dekken wanneer consumenten beroep doen op hun herroepingsrecht, maar dat online handelaars *de facto* gedwongen worden om de kosten van het retourneren te dekken uit commerciële overwegingen gelet op de moordende concurrentie en uit angst voor negatieve "*consumer reviews*";

E. gelet op het feit dat het retourneren van goederen niet gratis is en hieraan een economische kost hangt voor de e-retailers en de consument. De grote hoeveelheid retourzendingen, in combinatie met de harde concurrentiestrijd in e-commerce, legt immers een druk op de winstgevendheid van de e-retailers wat dan weer kan leiden tot besparingen of een doorrekening in de vaste prijzen, zonder dat de consument zich daarvan bewust is;

F. afgezien van de economische kost, de milieukost en de waardevermindering van de teruggezonden goederen, zorgt de praktijk van gratis retourzendingen voor een ongelijk speelveld met lokale handelaars en kmo

boutiques et des PME locales qui tentent de mettre en place un modèle de vente en ligne rentable;

G. considérant que différentes boutiques en ligne ont demandé que l'on modifie le droit européen de la consommation et que des mesures soient prises contre les retours gratuits et l'abus du droit de rétractation;

H. considérant que, dans le nouvel agenda du consommateur de l'Union européenne, la transformation écologique de la politique des consommateurs est l'une des cinq priorités politiques que l'Union européenne veut mettre en œuvre à l'horizon 2025;

DEMANDE AU GOUVERNEMENT FÉDÉRAL:

1. d'aborder au niveau de l'UE la durabilisation du commerce électronique B2C des biens et du droit de rétractation en particulier en plaidant, à la lumière du nouvel agenda du consommateur de l'UE, pour un droit de rétractation plus durable, une politique de retour plus stricte et une transparence accrue des chaînes logistiques afin de mieux conscientiser le consommateur;

2. d'inciter la Commission européenne à élaborer des mesures visant à lutter contre les effets environnementaux des retours beaucoup trop fréquents de biens achetés en ligne;

3. de plaider au niveau de l'UE pour la mise en œuvre d'une politique européenne de lutte contre les retours gratuits afin de pouvoir créer des conditions de concurrence équitables aux niveaux belge et européen;

4. de plaider au niveau de l'UE pour que l'on précise de façon explicite dans le droit européen des consommateurs que ces derniers doivent exercer leur droit de rétractation de bonne foi, de manière à pouvoir intervenir plus facilement contre les abus du droit de rétractation en cas de retour gratuit de biens;

5. de plaider au niveau de l'Union européenne, compte tenu du nouvel agenda du consommateur de l'Union européenne, du Pacte vert pour l'Europe et du plan d'action européen pour une économie circulaire, en faveur de l'ajout de «la fourniture de biens que le consommateur a manipulés, durant le délai de rétractation, plus que de besoin pour établir la nature, les caractéristiques et le bon fonctionnement des biens» à la liste des exceptions au droit de rétractation prévu à l'article 16 de la directive 2011/83/UE, afin que le consommateur ne puisse plus retourner ces biens utilisés. Il conviendra d'instaurer parallèlement l'obligation, pour le détaillant en ligne, d'en informer le consommateur;

die trachten om een rendabel onlineverkoopmodel uit te bouwen;

G. gelet op het feit dat verschillende e-retailers hebben gepleit voor wijzigingen aan het Europese consumentenrecht en om maatregelen te treffen tegen het gratis retourneren en tegen het misbruik van het herroepingsrecht;

H. terwijl in de *New Consumer Agenda* (link) van de EU, de groene transformatie van het consumentenbeleid één van de vijf beleidsprioriteiten is waar men werk van wil maken met het oog op 2025;

VERZOEKT DE FEDERALE REGERING:

1. op EU-niveau de verduurzaming van B2C e-commerce van goederen en van het herroepingsrecht in het bijzonder aan te kaarten door in het licht van de *New Consumer Agenda* van de EU te pleiten voor een duurzamer herroepingsrecht, een strikter retourbeleid en meer transparantie in de logistieke keten om het bewustzijn van de consument te verhogen;

2. de Europese Commissie ertoe aan te zetten om maatregelen uit te werken om de milieueffecten van het buitensporig vaak terugsturen van online aangekochte goederen te bestrijden;

3. op EU-niveau te pleiten voor een Europese aanpak tegen het gratis retourneren opdat een gelijk speelveld kan gecreëerd worden op Belgisch en Europees vlak;

4. op EU-niveau te pleiten voor een expliciete vermelding in het Europese consumentenrecht, dat de consumenten hun herroepingsrecht te goeder trouw dienen uit te oefenen, waardoor men gemakkelijker kan optreden tegen misbruik van het herroepingsrecht bij het kosteloos terugzenden van goederen;

5. gelet op de *New Consumer Agenda*, gelet op de EU *Green Deal* en gelet op het Europese Actieplan voor de Circulaire Economie, op EU-niveau te pleiten voor het toevoegen van "de levering van de goederen die de consument tijdens de herroepingstermijn heeft behandeld op een wijze die verder gaat dan nodig is om de aard, de kenmerken en de werking van de goederen vast te stellen" aan de lijst van de uitzonderingen op het herroepingsrecht in artikel 16 van de Richtlijn 2011/83/EU zodat de consument dergelijke gebruikte goederen niet meer kan terugsturen. Dit dient hand in hand te gaan met een informatieverplichting die rust op de e-retailer t.a.v. de consument;

6. de plaider en dernier recours au niveau de l'UE pour que les retours soient payants pour les consommateurs, les frais de retour ne pouvant donc désormais plus être payés pour le consommateur par les détaillants en ligne. Le détaillant en ligne sera tenu de prévenir le consommateur qu'il devra supporter lui-même ces coûts;

7. dans le même temps, de préconiser au niveau de l'Union européenne, l'adoption d'une série de mesures complémentaires et d'accompagnement qui ne relèvent pas du droit européen de la consommation mais qui pourraient avoir pour effet de réduire le nombre de retours, telles qu'une indication de taille uniforme pour les vêtements en Europe, tout en continuant à miser sur l'installation de points de dépôt et d'enlèvement locaux en Belgique et en œuvrant au développement d'un outil public unique destiné à cartographier l'impact écologique de la livraison et du retour éventuel des biens commandés en ligne.

12 juillet 2021

6. in laatste instantie op EU-niveau te pleiten voor het betalend maken van retourzendingen voor de consument, waarbij e-retailers de kosten van het retourneren voor de consument voortaan niet meer kunnen dekken. De e-retailer dient daarbij de consument mee te delen dat de consument deze kosten zelf dient te dragen;

7. tegelijk te pleiten op EU-niveau voor een aantal aanvullende en begeleidende maatregelen die geen betrekking hebben op het Europese consumentenrecht maar die het aantal retourzendingen kunnen laten dalen, zoals een Europese uniforme maataanduiding voor kleding tegelijk verder in te zetten in België op lokale "drop-off" en "pick-up" punten en werk te maken en de ontwikkeling van één overheidstool die de ecologische impact van de levering en een eventuele retourzending van online bestelde goederen in kaart brengt.

12 juli 2021

Kathleen VERHELST (Open Vld)