

Pourquoi enregistrer le nom commercial de son entreprise ? Protection juridique garantie!

Si la plupart des entreprises savent combien il est important d'avoir recours à un signe suffisamment distinctif pour pouvoir se différencier de leurs concurrents, elles ne réalisent par contre pas toutes combien il est aussi (voire encore plus!) important de protéger cette marque en la faisant enregistrer. Que vous soyez commerçant, artisan, grande société, PME ou même start-up, vous avez un intérêt certain à protéger votre enseigne (nom commercial) en l'enregistrant en tant que marque. Nous allons vous expliquer pourquoi.

La marque joue un rôle fondamental dans la stratégie publicitaire et la politique commerciale de toute société. Elle contribue en effet à forger l'image et à asseoir la réputation des produits d'une société aux yeux des consommateurs. Et de l'image et de la réputation d'une société naît bien sûr la confiance, elle-même indispensable à la fidélisation de la clientèle et à la valorisation de l'entreprise. Une marque bien choisie et soigneusement protégée constitue donc un actif commercial inestimable pour la plupart des entreprises.

Mais combien de fois n'arrive-t-il pas qu'une société tente de profiter du succès d'une autre en utilisant une marque identique ou similaire à la sienne ? Avant même que vous ne vous en rendiez compte, quelqu'un s'est emparé de votre signe distinctif et profite de votre investissement. Il est heureusement possible d'éviter cela!

Prémunissez votre entreprise contre ce type de désagréments !

L'une des meilleures façons de protéger l'identité de son entreprise consiste à enregistrer le nom commercial de celle-ci comme marque, ce qui permet d'obtenir un titre légal de propriété intellectuelle (tout comme l'acte notarié constitue le titre de propriété d'un bien immobilier).

Il est utile de rappeler à cet égard que la simple existence d'un nom de commerce ne crée pas, comme tel, de droit à la marque. Beaucoup pensent que l'inscription de leur société au registre des sociétés offre automatiquement au nom commercial de celle-ci une protection en tant que marque, mais ce n'est pas vrai. Cette inscription ne procure qu'un droit d'usage du nom de commerce, mais en aucune façon un usage ou une protection de celui-ci en tant que marque. Pour pouvoir utiliser et protéger un nom commercial comme marque, il est en effet nécessaire de l'enregistrer en tant que marque.

L'enregistrement, et lui seul, confère à votre entreprise un droit d'utilisation exclusif sur la marque, et vous permet donc d'interdire à tout tiers de faire usage d'un signe identique ou ressemblant à la marque, dans le cadre d'un nom de domaine ou de la commercialisation de produits identiques ou similaires, par exemple. Seul l'enregistrement permet l'opposabilité du nom de commerce aux tiers. En l'absence d'enregistrement, il ne vous est pas possible d'entamer des démarches contre l'éventuel usage de votre marque par un tiers. Les investissements que vous aurez consacrés à la commercialisation de votre produit ou service pourront ainsi s'avérer tout à fait vains et inutiles. A défaut de tout droit exclusif, il est en effet admis qu'une entreprise concurrente utilise une marque identique ou semblable, ce qui peut conduire les consommateurs à acheter le produit ou service de cette dernière en pensant qu'il s'agit du vôtre. Dans ces circonstances, votre entreprise pourrait non seulement connaître un manque à gagner plus ou moins important, mais aussi voir sa réputation et son image ternies, surtout si le produit ou le service concurrent est de qualité inférieure.

Pire encore, si vous prenez le risque de remettre à plus tard l'enregistrement de votre marque, un tiers pourrait l'avoir enregistrée dans l'intervalle. Vous pourriez ainsi vous voir intenter une action en contrefaçon par l'utilisateur d'un nom similaire et/ou identique qui, lui, aurait pris soin de déposer la

marque, et vous voir en conséquence empêchés de pouvoir encore utiliser à l'avenir le nom de votre entreprise, pourtant si bien choisi. Ne soyez pas seulement le premier utilisateur d'une marque, mais aussi le premier à l'enregistrer!

N'oubliez pas non plus qu'une marque enregistrée peut être concédée sous licence en vue de l'ouverture de nouveaux établissements portant le même nom que le vôtre, en contrepartie du versement de redevances. Le dépôt d'une marque peut donc éventuellement représenter une nouvelle source de revenus pour votre propre entreprise, via l'octroi de licences d'exploitation à des tiers.

Pourquoi donc ne pas profiter immédiatement des avantages de l'enregistrement? Les coûts de celui-ci ne sont pas si élevés que cela en comparaison des multiples bénéfices que vous pouvez en tirer. Votre dénomination sociale, votre logo, votre slogan,... sont autant de signes qui sont le reflet de votre entreprise et que vous avez donc tout intérêt à protéger juridiquement.

les obligations sur le site & les réseaux sociaux

Check-list des mentions légales sur le site d'e-commerce

Le volet VI "Pratiques du marché et protection du consommateur" du nouveau code belge de droit économique est entré en vigueur le 31 mai 2014.

Il comprend de nouvelles règles concernant notamment l'information précontractuelle que l'e-commerçant doit fournir au consommateur et l'exercice du droit de rétractation (transposition de la directive européenne 2011/83/UE relative aux droits des consommateurs).

Quelles sont les informations à reprendre sur son site d'e-commerce ?

Check-list des informations obligatoires à mentionner en cas de vente en ligne

Ces mentions doivent être communiquées sous une forme adaptée à la technique de communication à distance utilisée, dans un langage clair et compréhensible.

a) Informations obligatoires dans les mentions légales:

L'identité de l'entreprise :

- le numéro d'entreprise (n° banque carrefour des entreprises);
- le nom commercial et la dénomination sociale
- La forme juridique de l'entreprise **les coordonnées** :
- l'adresse géographique où l'entreprise est établie (REM: pas une boîte postale);
- le numéro de téléphone, le numéro de télécopieur et l'adresse électronique (lorsqu'ils sont disponibles), pour permettre au consommateur de contacter l'entreprise rapidement et de communiquer avec elle efficacement
- Si elle diffère de l'adresse du siège social, l'adresse géographique du siège commercial de l'entreprise, à laquelle le consommateur peut adresser une éventuelle réclamation;

Engagements extra-judiciaires (le cas échéant):

- 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.
- si l'entreprise y est soumise, la possibilité de recourir à une procédure extrajudiciaire de réclamation et de réparation et les modalités d'accès à celle-ci le cas échéant.
- Les principales caractéristiques de l'activité économique
- Si l'entreprise est obligée de souscrire une assurance rc professionnelle, les coordonnées de l'assureur et la couverture géographique de l'assurance
- Le numéro d'au moins un compte bancaire belge

Nouveautés :

La mention du numéro de téléphone ainsi que du numéro de fax, quand il existe, est une nouvelle obligation depuis le 31 mai 2014. Il en est de même de l'indication de la localisation du siège commercial, s'il diffère du siège social, et des coordonnées d'éventuels mandants (par exemple en matière d' "e-commerce délégué").

Doivent être mentionnés l'identité et les coordonnées tant du siège social que du siège commercial de l'entreprise. Si l'entreprise agit pour le compte d'une autre (ex: e-commerce délégué : vente de produits en ligne pour le compte d'une autre entreprise), l'identité et les coordonnées des 2 entreprises doivent être indiqués.

Interprétation de l'administration belge: Ces mentions légales doivent être aisément accessibles à partir de toutes les pages du site, y compris évidemment les fiches produits et le tunnel d'achat, via par exemple un hyperlien conduisant vers une page spécifique (distincte des conditions générales de vente). Selon l'exposé donné par le SPF Economie le 3/6/2014, "il ne faut pas forcer le consommateur à chercher". L'obligation d'être facilement accessible ne sera pas respectée si le surfeur doit scroller pour atteindre ce lien ou s'il doit rechercher ces informations parmi les conditions générales de vente.

Et sur les réseaux sociaux ?

Les règles de communication des données d'identification (c'est-à-dire celles qui doivent être communiquées indépendamment de la possibilité de conclure un contrat de vente) doivent être respectées par tout professionnel, **quelle que soit la plateforme utilisée**, y compris, par exemple, eBay et Facebook, même si ces plateformes ne sont pas utilisées pour vendre.

Ainsi, une simple page Facebook doit comporter ces données, notamment l'adresse email et le numéro d'entreprise.

Pour un compte Twitter, la réglementation pourra être considérée comme respectée si, dans le profil, il est indiqué explicitement que les données d'identification sont disponibles sur une page Web permanente, avec un hyperlien permettant d'y accéder directement. Il en est de même pour les différentes formes de publicité en ligne (liens sponsorisés, affiliation, etc.), le consommateur devant disposer d'un accès direct, facile et permanent à ces informations.

Les autres informations (voir liste ci-dessus) doivent être accessibles (par exemple via un hyperlien conduisant vers le site web de l'entreprise reprenant les informations complètes).

SIGNATURES DES CONTRATS A DISTANCE

Je vais tenter de faire simple...

La **loi du 20.09.2018** « visant à harmoniser les concepts de signature électronique et de support durable et à lever des obstacles à la conclusion de contrats par voie électronique » est en vigueur depuis le **20.10.2018**.

Le mail est-il **un écrit** susceptible de faire preuve ? la réponse est positive, l'article 8 de la loi du 20.09.18 précise : « *l'exigence d'un écrit est satisfaite par un ensemble de signes alphabétiques ou de tous autres signes intelligibles apposés sur un support permettant d'y accéder pendant un laps de temps adapté aux fins auxquelles les informations sont destinées et de préserver leur intégrité, quels que soient le support et les modalités de transmission* »

Le mail est donc un écrit qui ne peut **plus être automatiquement rejeté pour constater l'accord des parties sur une transaction immobilière et qui, à mon sens, et à défaut d'être réalisé sous une forme sécurisée, doit être complété par présomption ou témoignage, pour devenir aussi probant qu'un écrit signé.**

EN TRES CLAIR

Mission, bail ou compromis peuvent recevoir un accord à distance et donc produire leurs effets

Veillez :

- Dans la mesure du possible à la transmettre sous une forme imprimable (pièce jointe) et d'en obtenir le retour en pièce jointe **signée** imprimable.
- Outre la pièce jointe, veillez à ce que la réponse précise bien :

« j'ai pris connaissance du contenu (du compromis / du bail) que vous m'avez adressé en annexe du courriel daté du xxxx.

Après lecture et analyse, je marque formellement accord sur ce dernier et vous le transmets, dûment revêtu de ma signature, en pièce jointe au présent courriel.

Je joins également la copie recto/verso de ma carte d'identité attestant ainsi de ce que j'ai, personnellement, accepté les termes du compromis/bail. »

Attention : un simple mail d'accord pourrait être sujet à contestations s'il n'est pas corroboré par d'autres éléments !

La signature électronique

À l'instar des contrats traditionnels, les contrats conclus en ligne peut être prouvés par différents modes de preuve. Le mode le plus fréquent est l'existence d'un document signé. Cependant, la conclusion de contrats par Internet n'est propice à l'aménagement d'un acte signé par les parties.

C'est pourquoi le législateur est intervenu pour instaurer la signature électronique. Il s'agit d'un mécanisme permettant de garantir l'intégrité du contrat et d'en authentifier l'auteur comme le fait la signature manuscrite apposée sur un document écrit classique. Une signature scannée est assimilée à une signature électronique. En ce qui concerne les contrats traditionnels, c'est généralement le

support sur lequel est apposée la signature manuscrite qui sert à garantir l'intégrité de l'acte qu'il contient.

Il existe deux types de signature électronique : la signature ordinaire et la signature qualifiée.

La signature électronique qualifiée est celle qui répond à certaines conditions fixées par la loi. Il faut que cette signature soit liée uniquement au signataire, qu'elle permette son identification, qu'elle soit créée par des moyens que le signataire puisse garder sous son contrôle exclusif et qu'elle soit liée aux données auxquelles elle se rapporte de telle sorte que toute modification ultérieure des données soit détectée. La réunion de toutes ces conditions est importante car, si c'est le cas, le juge doit assimiler cette signature à une signature manuscrite.

La signature électronique ordinaire est celle qui ne répond pas à toutes les conditions énumérées ciavant. Cette signature a alors une force probante moindre. En effet, le juge n'est pas obligé de la reconnaître. Il doit procéder à son examen afin de vérifier qu'elle réponde effectivement aux fonctions attribuées à la signature d'une personne. Cela signifie que le juge doit pouvoir constater que la signature électronique appartient bien à celui qui l'a apposée. Les moyens mis en œuvre dépendent du cas par cas mais l'utilisation des données d'une carte de crédit ou d'un digipass peuvent orienter la décision du juge.

PHOTOGRAPHIES DE L'AGENT IMMOBILIER, DROIT A L'IMAGE ET VIE PRIVEE...

Un agent immobilier missionné pour vendre un immeuble occupé par un locataire ou un propriétaire peut-il réaliser librement un dossier photographique de présentation du bien ?

Cette situation récurrente semble mêler, tout à la fois, le droit à l'image et le droit à la vie privée, dont le RGPD est un des nouveaux remparts !

Le droit à l'image est reconnu à chacun d'entre nous. C'est à la personne concernée, et à elle seule, qu'il appartient de décider si des images d'elle peuvent être prises et utilisées. Mais, dans le cas qui nous occupe, il ne s'agit pas d'images de la personne mais bien des éléments intérieurs et extérieurs d'un bâtiment, images sur lesquelles personne n'est censé apparaître.

La Cour de Cassation française a exprimé le principe suivant : "le propriétaire d'une chose ne dispose pas d'un droit exclusif sur l'image de celle-ci" (hors propriété intellectuelle liée aux caractéristiques "créatives"). Les "objets" ne bénéficient donc pas d'un droit à l'image... Mais, il faut également examiner la situation sous l'angle de la vie privée.

Dans le contexte d'un bien loué, le droit de visite du bailleur, qui n'est d'ailleurs pas réglementé, ne doit pas s'exercer en violation de l'obligation qu'a le propriétaire de garantir la jouissance paisible à son locataire. Il est vrai qu'un locataire est chez lui et qu'il a droit de jouir paisiblement du bien loué. Il peut donc refuser les visites intempestives du propriétaire et, ni ce dernier, ni une autre personne missionnée par lui, ni en son absence, ne peut pénétrer même s'il possède les clés des lieux.

Toutefois le propriétaire peut avoir des raisons légitimes de visiter le bien loué... Il peut vouloir constater s'il existe des réparations urgentes à effectuer ou estimer si les réparations demandées par le locataire se justifient. Il a aussi le droit de s'assurer que le locataire respecte bien ses obligations.

La visite et la promotion de son bien par le propriétaire et/ou une agence immobilière en vue de sa vente ou de sa relocation apparaissent légitimes.

Il n'en demeure pas moins, que dans ce contexte, le droit de visite du propriétaire doit s'exercer raisonnablement.

Le caractère raisonnable du droit de visite et de ses modalités peut être fixé contractuellement, ce qui peut, dans certains cas, éviter de longues et stériles discussions... et permet de fixer les autorisations préalables telles que postulées par la Cour de Cassation française qui indique : "Le droit de chacun au respect de sa vie privée s'étend à la présentation interne de ses locaux d'habitation, de sorte que l'utilisation faite des photographies qui en sont prises demeure soumise à l'autorisation de la personne concernée" (07.11.2006)

Il peut donc être admis que la divulgation d'une photo du logement est une atteinte à la vie privée si cette dernière est réalisée sans le consentement de la personne occupant ledit logement.

Pour rappel, le consentement est la manifestation de volonté, libre, spécifique et informée par laquelle la personne concernée accepte le traitement de données la concernant. 'Libre' signifie qu'aucune pression ne peut être exercée pour parvenir à un consentement. 'Spécifique' implique que la photo ne peut pas être traitée pour une autre finalité que celle pour laquelle le consentement a été donné.

En résumé, si les immeubles et meubles ne disposent pas d'un droit à l'image, il n'en demeure pas moins que les propriétaires et/ou titulaires du droit au logement disposent du droit à la vie privée, droit qui ne permet pas l'exploitation, sans leur consentement, des photographies réalisées.

Ce consentement du propriétaire est, à mon sens, induit de la mission signée avec l'agent immobilier et peut être formalisé avec le locataire de ce dernier.

Par contre, si, sur la photographie de l'agent immobilier, apparaissent des éléments du bâtiment voisin, pour lesquels il n'a pas reçu le consentement du propriétaire, ces derniers peuvent-ils être utilisés ?

À mon estime, le propriétaire ne pourra s'opposer à l'utilisation de cette image que si – et seulement si – cette utilisation lui cause un "trouble anormal". Le propriétaire devra donc prouver que l'utilisation de l'image en cause porte atteinte à l'intimité de sa vie privée ou à sa tranquillité, par exemple en drainant des cars de touristes devant chez lui, ou encore en provoquant des tentatives de cambriolage après avoir facilité le repérage des lieux.

Pour éviter toute contestation à ce sujet, il convient de veiller à la "disparition" de tout élément d'identification sur la photo réalisée ! Il est bien évident que même sous le couvert clause contractuelle, le dialogue et le bon sens demeurent les meilleurs atouts d'une opération immobilière réussie

Texte du bail :

Le Bailleur ou son représentant pris dans le sens le plus large, sera en droit de faire procéder, dans les trois mois précédant la fin du contrat, celle-ci opérant par l'effet d'un congé ou l'échéance d'un terme, à la visite du bien par des amateurs, trois jours par semaine, à raison de deux heures consécutives, à convenir avec le preneur.

Sauf convention contraire, le Bailleur veillera à ce que les affiches (devant être tolérées par le Preneur pendant cette même période sur des endroits apparents du bien loué), ne soient pas de nature à causer au Preneur un trouble anormal, au niveau de leur emplacement, ou à créer chez lui des visites ou contacts intempestifs.

Ce qui précède s'applique également en cas de mise en vente du bien, même si celle-ci est faite plus de trois mois avant le terme du bail.

Dans un même contexte, le preneur autorise également le bailleur ou toute autre personne missionnée par lui, à réaliser un dossier photographique (intérieur et extérieur) de présentation de l'immeuble au public pour autant que ledit dossier ne laisse pas apparaître les éléments touchant à la vie privée du preneur (photographies, documents...) ou permettant son identification par des tiers.

Utilisation d'images et droit d'auteur

Non, toutes les photos ne sont pas protégées par le droit d'auteur!

Et voilà que récemment j'ai encore découvert une perle sur le site d'une société active dans la récupération de droits d'auteur en lien avec des photographies.

Cette société explique, en substance, que prendre des photographies requiert beaucoup de savoir-faire, raison pour laquelle le droit d'auteur protège les photographes et qu'il faut obtenir leur autorisation pour utiliser leurs photographies. A défaut, il y aura atteinte au droit d'auteur (c'est-à-dire contrefaçon).

Première erreur: le savoir-faire n'est en aucun cas une condition du droit d'auteur et n'intervient absolument pas dans le cadre de la protection par le droit d'auteur.

Le savoir-faire, la compétence spécifique, l'expérience dans un domaine, etc., ne déclenche en aucun cas la protection par le droit d'auteur.

La cour d'appel de Bruxelles l'a encore rappelé récemment à propos de la création d'un programme d'ordinateur sur lequel un certain Monsieur D. revendiquait des droits d'auteur en mettant en avant son expérience dans le domaine de conception de sites web et du commerce électronique (Cour d'appel de Bruxelles (9e ch.), 19/03/2015, A&M, 2015/3-4, pp. 292-296):

« De même, la circonstance que D. dispose d'une expérience dans le domaine de la conception de site internet et du commerce électronique alors qu'« à l'origine, soit 1996, Abssys Consulting n'avait rien à voir avec le Net » (extrait d'un article paru dans le journal Le Soir du 10 mars 2011) ne démontre pas en soi une mise en forme par lui de l'idée au départ du projet envisagé avec Abssys Consulting ».

Autrement dit, ce n'est pas parce que l'on a un savoir-faire particulier, une compétence spécifique ou une expérience considérable dans tel ou tel domaine (par ex. la photographie) que l'on aurait automatiquement un droit d'auteur sur telle ou telle oeuvre (par ex. une photographie) et que celle-ci serait automatiquement protégée par le droit d'auteur. Non, au contraire, il faut encore démontrer que l'oeuvre en question est, concrètement, susceptible d'être protégée et, pour ce faire, prouver qu'elle est originale.

Par conséquent, même si l'on est un photographe chevronné ou même réputé, cela ne veut pas dire que toutes les photographies que l'on prendra seront protégées par le droit d'auteur. Elles ne le seront que si ces photographies sont originales (ce qui devra être prouvé au cas par cas, photo par photo).

Et, à l'inverse, cela signifie également qu'un photographe tout à fait amateur voire novice (qui n'a, par définition, aucune compétence, aucun savoir-faire...) peut très bien prendre un cliché qui sera tout à fait original et donc protégé par le droit d'auteur.

La nuance est là et le texte trouvé sur le site de cette société active dans la récupération de droits d'auteur n'opère pas cette nuance. Il indique (ou, en tout cas, laisse entendre) de façon générale que

les photographies sont toujours le résultat d'un grand-savoir faire et que, pour ce motif, elles sont protégées par le droit d'auteur.

Deuxième erreur: le droit d'auteur prévoit que vous avez besoin de l'autorisation du photographe, sinon il y aura une atteinte au droit d'auteur.

C'est, en réalité, davantage une approximation ou un raccourci qu'une erreur pure et dure...

Mais il faut rectifier et compléter cette assertion.

Il aurait fallu écrire: le droit d'auteur prévoit que vous avez besoin de l'autorisation du photographe, sinon il y aura atteinte au droit d'auteur si (et seulement si!) la photographie en cause est protégée c'est-à-dire si elle est originale.

A lire cette société active dans la récupération de droits d'auteur, on a l'impression (et c'est lié, dans le contexte, à la première erreur que je relevais ci-dessus) que toutes les photographies (n'importe lesquelles) sont protégées par le droit d'auteur car elles sont le résultat d'un grand-savoir faire et d'une grande créativité; et que donc si une personne n'obtient pas l'autorisation des photographes, elle sera dans tous les cas coupable ou responsable de contrefaçon (c'est-à-dire: d'atteinte à leurs droits d'auteur).

Mais non, et vous l'aurez désormais compris:

- toutes les photographies ne sont pas protégeables ni protégées par le droit d'auteur; seules celles qui sont originales le seront;
- et vous ne devez donc obtenir l'autorisation du photographe que pour les photographies protégées;
- pour les autres, celles qui ne sont pas originales, pas besoin d'autorisation et donc pas d'atteinte...

Je vous donnais d'ailleurs un exemple de photographie non-originale (car banale et sans apport créatif du photographe) dans mon billet intitulé « *Photographie et droit d'auteur : le cas des paparrazis* »:

La Cour de justice de l'Union européenne a, par ailleurs, indiqué dans son arrêt *Painer* C-145/10, les circonstances dans lesquelles une photographie peut être originale (ce qui suppose, par définition, que toutes les photographies ne sont pas originales...).

Comme je l'écrivais [ici](#) :

« Dans ce même arrêt *Painer*, la Cour explique en quoi l'auteur d'une photo peut effectuer des choix libres et créatifs. Selon la Cour, l'auteur peut, par exemple, effectuer des choix libres et créatifs :

- en mettant en scène l'objet qu'il va photographier;
- en demandant à la personne qu'il va photographier de prendre une pose particulière;
- en faisant le choix d'un éclairage particulier;
- en prenant sa photo avec cadrage ou un angle de vue particulier; – en créant une atmosphère particulière avant de prendre sa photo;
- en retouchant ses photos avec des logiciels ».

De façon générale, on peut également indiquer qu'une photographie qui serait banale ne satisfera pas à la condition d'originalité (la Cour de cassation a, en effet, jugé que le caractère banal d'une œuvre l'empêche d'être originale et donc d'être protégée par le droit d'auteur: Cour de cassation (3e ch.), 14/12/2015, *Ing.-Cons.*, 2016/1, p. 193-205).

Conclusion: non toutes les photographies ne sont pas protégées par le droit d'auteur !

Sur le principe, une photographie est potentiellement protégeable; mais en pratique, il faudra établir l'existence de la protection au cas par cas, en prouvant l'originalité de telle ou telle photographie (et c'est bien entendu au photographe ou à celui qui gère ses droits de prouver cette originalité).

Soyez toutefois toujours vigilants quand vous utilisez des photos trouvées sur Internet (sans en connaître l'origine exacte) car si elles sont finalement jugées originales et que vous n'avez pas sollicité l'autorisation de l'auteur ou de ses représentants, il y aura vraisemblablement atteinte aux droits de l'auteur (même si, dans ce cas, d'autres possibilités de contestation peuvent exister, au cas par cas, en fonction du dossier et des pièces du dossier).

Mode d'emploi (simplifié) de l'offre en cas de visite virtuelle

La visite virtuelle s'exécute, veuillez à confirmer par écrit :

- A. La (les) date(s) à laquelle (auxquelles) la (les) visite(s) est (sont) réalisée(s)**
- B. Le procédé utilisé**
- C. S'il existe des conditions et/ou restrictions liées au procédé utilisé (voir les conditions du fournisseur de services)**

Les visiteurs veulent faire une offre : deux choix sont possibles (dans le document proposé)

Soit (1), ils font une offre qui démontre leur intérêt et qui fixe les conditions du futur achat MAIS qui n'est pas liante tant qu'elle n'est pas confirmée par une visite « physique ». Cette offre, même acceptée, n'est pas contraignante pour le vendeur qui peut accepter une autre offre tant que les offres reçues ne sont pas définitives. Attention : Si l'offre non définitive est acceptée et qu'elle le devient suite à une visite « physique », la vente est finalisée.

Soit (2) : l'intérêt est tel et l'information étant suffisante, les visiteurs font une offre définitive

ALTERNATIVE POSSIBLE : le visiteur est très intéressé et ne souhaite pas se faire « doubler » par un autre acheteur potentiel ➡ utiliser une option d'achat « payante » (en ce cas, le vendeur s'engage, moyennant finance, à ne pas vendre son bien à une autre personne pendant le délai de validité de l'option) texte

Ci-après dénommé(e)(s) « l'Offrant »,

Déclare, après en avoir réalisé la (les) visite(s) virtuelle(s) en date du xxx via le support xxxx,

CHOISIR LA FORMULE

Soit 1 : prendre l'engagement de se porter acquéreur du bien décrit ci-dessous. Cet engagement est conditionné par la réalisation d'une contre-visite physique sous xxx jours à l'issue de laquelle l'offrant disposera d'un délai de 48 heures pour confirmer ou retirer son offre. Il est précisé que l'acceptation de cet engagement non définitif, ne confère à l'offrant, aucun droit (priorité), et qu'en conséquence, le propriétaire reste libre d'accepter une offre ferme et définitive qui lui serait proposée AVANT confirmation définitive de l'offrant.

Soit 2 : prendre l'engagement ferme, définitif et irrévocable de se porter acquéreur du bien immobilier décrit ci-dessous :

Biddit : Le nouvel outil d'enchères online, les avantages et inconvénients expliqués

Analyse

En 2017 le législateur a créé la possibilité d'organiser une vente publique immobilière sous une forme « dématérialisée », permettant aux candidats acheteurs d'y participer plus aisément, étant libérés des contraintes géographiques et temporelles inhérentes à l'organisation d'une vente publique classique (« physique »).

Cette alternative interactive autorise le recours à une approche principalement digitale de la vente immobilière publique au sein d'une plateforme électronique dédiée, intitulée Biddit. Mise en place par la Fédération Royale du Notariat belge en mai 2018, cet outil d'enchères, se voulant « simple, fiable, facile et intuitif », a pour objectif de mettre la technologie au service de l'immobilier. Mais est-ce le cas ? Et le système est-il aussi univoque qu'une vente de gré à gré ? Vous trouverez les réponses cidessous.

1. Comment fonctionne cette plateforme ?

Les candidats acheteurs doivent se connecter avec une carte d'identité électronique (et lecteur de carte) ou via l'*Application Itsme*. Le notaire peut ainsi vérifier l'identité et l'âge des enchérisseurs. Une fois sur le site, le candidat acheteur peut voir dans quelle gamme de prix il peut trouver un bien immobilier, car il y a un prix de départ pour chaque offre. Sur chaque annonce se trouvent les renseignements habituels (localisation, superficie, état, etc.) ainsi que les documents obligatoires liés à la vente (certificat PEB, installation électrique, attestation du sol, renseignements urbanistiques).

Celui qui est connecté peut alors placer une enchère. Les acheteurs potentiels peuvent voir quelles offres sont faites, mais ne connaissent pas l'identité des enchérisseurs. Le vendeur ne connaît pas non plus l'identité des différents enchérisseurs.

Toute offre faite par les acheteurs potentiels est contraignante. Le notaire attribue le bien immobilier à la personne qui a fait l'enchère la plus élevée. Si, par exemple, il apparaît ultérieurement qu'aucun prêt ne peut être obtenu, cela ne constituera en principe pas une raison valable pour renoncer à

l'offre (la plus élevée). Les acheteurs doivent donc s'assurer avant de soumettre leur offre qu'ils peuvent effectivement payer le montant offert. Il n'en est autrement que si les conditions de vente prévoient expressément une condition suspensive à l'obtention d'un crédit immobilier.

De plus, non seulement l'offre la plus élevée est contraignante mais les 4 offres suivantes le sont également pour un maximum de 10 jours ouvrables après la clôture des offres. Si, pour une raison quelconque, la vente ne peut être conclue avec le plus offrant, le contrat d'achat est conclu avec le suivant. Les vendeurs ne peuvent également plus sortir du processus de vente, sauf dans le cas où le prix souhaité n'a pas été atteint.

Après clôture des enchères, le notaire notifie au vendeur le montant de l'enchère la plus élevée. Ce n'est que si le vendeur accepte le montant que le bien immobilier est également effectivement attribué au plus offrant. Celui qui a fait l'enchère la plus élevée n'est donc pas encore certain de l'achat.

Le tout se clôturera par un contact avec le notaire attitré afin de finaliser la vente. Le pv d'adjudication de vente est signé très rapidement dans l'étude du notaire attitré. Chaque offre qui sera faite par d'autres internautes sera visible par tout le monde. La période d'enchère est également visible et dure 8 jours.

Comme souvent en ligne, les enchères ne commencent réellement qu'au cours de la dernière heure. Afin éviter que tous les candidats ne fassent d'offre en dernière minute, le système utilise un sablier. Dans ce cas, si une offre arrive durant les cinq dernières minutes, le délai est prolongé de cinq minutes supplémentaires.

2. Quand a lieu le paiement?

Le prix d'achat est à régler dans les **6 semaines** après l'adjudication définitive.

Pour les frais de vente comme les honoraires du notaire et les droits d'enregistrement, tout devra être réglé dans les **5 jours**.

3. Quels sont les avantages de cette plateforme pour l'acheteur ?

Les avantages de cette plateforme pour l'acheteur sont les suivants :

- Le processus est transparent puisque le candidat acheteur assiste en temps réel à la montée des enchères ;
- Le procédé d'enchères certifie que le prix atteint est celui du marché ;
- Tout est surveillé par un notaire, notamment les vérifications concernant le bien immobilier ;
- Le candidat devient propriétaire en quelques semaines ;
- Le processus dure environ 6 semaines, ce qui laisse au candidat un certain temps de préparation ;
- Tout se fait de manière digitale ce qui permet d'éviter plusieurs déplacements.

4. Quels sont les inconvénients de cette plateforme pour l'acheteur ?

Pour l'acheteur la plateforme a les inconvénients suivants :

- Il faut réunir les fonds nécessaires le plus rapidement possible ;

- Il n'est pas toujours prévu de condition suspensive d'obtention de crédit. Sans cette clause, cela signifie que si le candidat acheteur n'obtient pas cette clause, cela signifie que si le candidat acheteur n'obtient pas de crédit bancaire, cela ne constitue pas une raison valable pour renoncer à l'offre ;
- Les frais sont légèrement plus élevés qu'une vente de gré à gré (c'est la vente classique : accord entre un vendeur et un acheteur établi dans un compromis, suivi par une acte notariale pour authentifier la vente)

5. Comment renoncer à l'offre la plus élevée ?

La renonciation à l'offre la plus élevée ne sera généralement possible que sous réserve du paiement de l'indemnité prévue dans les conditions de vente. Il peut s'agir d'une somme forfaitaire, d'un pourcentage du prix d'achat proposé ou de la différence entre le prix d'achat proposé et la deuxième enchère la plus élevée.

Si aucun mécanisme de sanction n'est prévu dans les conditions de vente, le droit commun est d'application, c'est-à-dire qu'il est possible de poursuivre l'enchérisseur en justice, de le contraindre à procéder à l'achat ou de demander la résolution de la vente avec des dommages et intérêts à hauteur de la perte réelle supportée par l'acheteur.

6. Conclusion

La plateforme Biddit est une nouvelle réalité, offrant de nombreuses possibilités de réaliser une vente de manière rapide et d'optimiser la rentabilité d'une transaction.

Une vente via Biddit offre notamment de nombreux avantages pour le vendeur. Le vendeur peut rapidement mettre un bien sur le marché et selon les conditions qu'il peut déterminer lui-même unilatéralement. Les risques sont limités, car le vendeur peut décider lui-même des engagements qu'il prend. En outre, Biddit garantit que la transaction envisagée est juridiquement concluante, grâce à l'intervention du notaire désigné.

Outre les nombreux avantages, il existe également des inconvénients, surtout en ce qui concerne l'acheteur.

D'une part, le fait de placer une offre via la plateforme compte comme une offre ferme, souvent sans condition suspensive à l'obtention d'un crédit immobilier.

Il appartiendra donc à l'acheteur de vérifier au moins de manière informelle sa solvabilité et ses possibilités financières auprès d'un établissement de crédit avant de faire une offre.

Il est également recommandé à tout acheteur de vérifier soigneusement au préalable quelle sanction il risque s'il se retire de l'enchère. Cette sanction est indiquée dans les conditions de vente. Cela revêt une importance particulière pour les acheteurs qui ne sont pas sûrs d'obtenir un financement et ne souhaitent donc pas conclure la vente.

D'autre part, le plus offrant n'a aucune garantie que le bien en question lui sera également vendu. En effet, sauf stipulation contraire dans les conditions de vente, le vendeur a le droit de décider de ne pas accepter l'offre la plus élevée, empêchant ainsi la conclusion de la vente.