

Depuis 30 ans, nous conseillons et accompagnons les entreprises françaises, suisses et belges ainsi que leurs filiales allemandes dans tous les aspects juridiques de leurs activités en Allemagne. Aux côtés des cadres dirigeants, des départements ressources humaines, des services juridique et financier ainsi que des équipes commerciales, nous assistons de la même manière les sociétés allemandes en France.



Publication | E-Commerce | Allemagne

Bouton de commande et récapitulatif de commande : adapter votre checkout au marché e-commerce allemand

18 mai 2026

Lorsque vous adaptez un site e-commerce français pour vendre en ligne en Allemagne, le checkout n'est pas qu'une question d'ergonomie.

Sur le principe, le cadre est harmonisé au niveau de l'Union européenne, aussi bien en France qu'en Allemagne.

En pratique, la réglementation est toutefois appliquée de manière plus formaliste en Allemagne : la formulation du bouton de commande et de la page présentant le récapitulatif de commande doit être particulièrement transparente.

Ignorer ces règles peut rendre le contrat contestable et exposer votre webshop français orienté vers des consommateurs allemands à des mises en demeure.

La règle du bouton de commande

Comme règle principale le client doit comprendre sans ambiguïté qu'il s'engage à payer à la dernière étape de la commande.

En pratique, cela signifie que le bouton de commande qui résulte directement dans l'obligation de payer, doit porter une mention du type :

« **Zahlungspflichtig bestellen** » (commander avec obligation de paiement), « **Kaufen** » (acheter), « **Kauf abschließen** » (finaliser l'achat) ou « **kostenpflichtig abonnieren** » (Souscrire abonnement payant) ou une formulation équivalente, clairement associée à l'obligation de paiement.



Ninja Buks

Rechtsanwältin

buks@rechtsanwalt.fr

T + 33 (0) 3 88 45 65 45



Vanina Vedel LL.M.

Avocat

vedel@rechtsanwalt.fr

T + 49 (0) 7221 30 23 70



Anja Hergesell

Rechtsanwältin

hergesell@rechtsanwalt.fr

T + 49 (0) 7221 30 23 70

www.rechtsanwalt.fr

Strasbourg

16 rue de Reims
F-67000 Strasbourg
T + 33 (0) 3 88 45 65 45
strasbourg@rechtsanwalt.fr

Paris

4 rue Paul Baudry
F-75008 Paris
T + 33 (0) 1 53 93 82 90
paris@rechtsanwalt.fr

Baden-Baden

Schützenstraße 7
D-76530 Baden-Baden
T + 49 (0) 7221 30 23 70
baden@rechtsanwalt.fr

Zürich

Bahnhofstrasse 10
CH-8001 Zürich
T + 41 (0) 43 456 25 86
zuerich@rechtsanwalt.fr

Bordeaux

48 cours d'Alsace et Lorraine
F-33000 Bordeaux
T + 33 (0) 5 56 28 38 07
bordeaux@rechtsanwalt.fr

Sarreguémès

50 rue de Grosbliederstroff
F-57200 Sarreguémès
T + 33 (0) 3 87 02 99 87
sarreguemes@rechtsanwalt.fr

La jurisprudence allemande, notamment la jurisprudence de la Cour fédérale de justice (BGH), et de plusieurs tribunaux supérieurs régionaux, a confirmé à plusieurs reprises que le texte du bouton final doit indiquer de manière claire et explicite que le client passe une commande payante.

Des formulations ambiguës comme « Commander », « S'inscrire » ou « Devenir membre » ont été jugées non conformes lorsqu'elles déclenchent en réalité un achat ou un abonnement payant.

Dans ces cas, les tribunaux considèrent à la fois que le contrat conclu avec le consommateur est juridiquement contestable et que la configuration du bouton constitue une pratique concurrentielle déloyale, exposant le site à des actions en cessation et à des mises en demeure (« *Abmahnungen* »).

Le récapitulatif de commande : transparence maximale

Juste avant le clic final, le récapitulatif de commande (« *Bestellübersicht* ») doit afficher de manière claire et lisible :

- les produits/services commandés,
- le prix total toutes taxes comprises,
- les frais de livraison,
- les éventuels coûts supplémentaires (abonnements, supplément pour options),
- la durée du contrat et les conditions de résiliation, en cas d'abonnement ou de service récurrent.

Quand bien même l'Union Européenne prévoit un niveau de protection harmonisé en France comme en Allemagne, les conséquences d'une violation sont différentes dans les deux pays.

En France, le fait de « cacher » certains coûts (par le design, la mise en page ou la typographie) peut être qualifié de pratique commerciale trompeuse et sanctionné sur la base du Code de la consommation, notamment par la DGCCRF ou les tribunaux.

La différence avec l'Allemagne ne réside pas nécessairement dans la lettre des dispositions légales applicables mais plutôt dans la pratique qui en est faite : en Allemagne, les configurations de checkout qui rendent certains frais difficilement visibles sont beaucoup plus fréquemment attaquées par des concurrents ou des associations de consommateurs via des mises en demeure (*Abmahnungen*), ce qui crée une pression de conformité particulièrement forte pour les sites e-commerce qui ciblent des consommateurs allemands.

En pratique, une *Abmahnung* en Allemagne n'est pas une simple lettre de rappel : le concurrent ou l'association exige généralement la cessation immédiate de la pratique (par exemple un

checkout non conforme) et la signature d'un engagement de non-répétition assorti d'une pénalité contractuelle en cas de récidive.

L'entreprise visée doit en outre souvent rembourser les frais d'avocat du plaignant.

Si elle refuse de signer ou de payer, le dossier peut rapidement se transformer en procédure judiciaire (injonction, action en cessation), avec des coûts supplémentaires et un risque de sanctions financières plus lourdes à moyen terme.

Dans notre pratique, nous constatons malheureusement qu'en Allemagne certains cabinets d'avocats agissent de façon très proactive pour identifier des sites non conformes, en se plaçant sous le mandat d'un concurrent ou d'une association.

L'objectif est alors d'adresser une « *Abmahnung* », d'exiger une mise en conformité rapide et de réclamer, en plus, la prise en charge de leurs honoraires et frais liés à cette démarche.

Les points d'attention pour un site français qui se « déploie » en Allemagne

Pour un webshop français déjà existant, l'instinct est souvent de dupliquer le parcours de commande et de simplement le traduire. Comme mentionné ci-dessus, en Allemagne, cela peut être insuffisant.

Nous conseillons donc avant d'ouvrir votre site français au marché allemand, de faire relire le parcours de commande (checkout) par un spécialiste du droit allemand notamment sur les points suivants :

- Le *wording* du bouton final doit être revu spécifiquement pour la version allemande.
- La structure de la page de confirmation doit permettre que toutes les informations essentielles soient visibles avant le clic de commande.
- Dans le cas des essais gratuits (par exemple d'un abonnement), la transparence sur les modalités de la transition du modèle gratuit au modèle payant est cruciale.

Une adaptation ciblée vous permet de sécuriser vos ventes en ligne en Allemagne et d'éviter des litiges inutiles.

Pour toute question sur ce sujet, notre équipe en droit allemand est à votre disposition :

[Nous contacter](#)



Avec le développement de notre branche d'activité EPP TAX, nous accompagnons les sociétés françaises, belges et suisses et leurs filiales en Allemagne dans toutes les problématiques fiscales, comptables et de gestion des ressources humaines rencontrées outre-Rhin.
welcome@expertisecomptable.de