

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

Protection des données et cookies : adapter un site e-commerce français aux attentes des clients allemands

20 mai 2026

Base commune : RGPD harmonisé, pratique plus stricte en Allemagne

En théorie, la base est la même en France et en Allemagne étant donné que le RGPD (Règlement Général sur la Protection des Données de l'UE) s'applique partout dans l'UE et que par conséquent les grandes règles sont identiques :

- transparence,
- base légale (consentement, contrat, intérêt légitime, etc.),
- droits des personnes (accès, suppression, opposition...).

La différence se joue ailleurs :

- en Allemagne, la culture de la protection des données (en allemand : « *Datenschutz* ») est très installée,
- les autorités de contrôle, les tribunaux, mais aussi les associations de consommateurs et certains cabinets d'avocats regardent de près ce qui se passe sur les sites qui ciblent des consommateurs allemands,
- le design (bannière de cookies, boutons, mise en page des informations) est souvent analysé dans le détail.

Pour un e-commerçant français, cela signifie :

Être « RGPD-compliant » de manière générale est une bonne base, mais ce n'est pas toujours suffisant pour être conforme avec les règles applicables au marché allemand.



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

Cookies et tracking : ce que les clients allemands (et les autorités) attendent

En pratique, les points sensibles sont assez clairs :

- les cookies non essentiels (tracking, marketing, analytics détaillés) doivent être désactivés par défaut,
- le consentement doit être actif, libre et éclairé, et ne doit pas résulter de la simple poursuite de la navigation,
- et surtout, le refus de consentement doit être aussi simple que l'acceptation.

Par conséquent, les exemples suivants sont susceptibles de poser problème en Allemagne :

- un bouton « Tout accepter » très visible,
- un bouton « Tout refuser » caché dans un lien discret ou plusieurs écrans plus loin,
- des formulations volontairement vagues (« améliorer l'expérience », sans expliquer clairement les finalités).

Ce type de design est vite perçu comme une manipulation et peut être qualifié de pratique déloyale et/ou de violation du RGPD, et en Allemagne il est particulièrement exposé à la critique des autorités et des associations de consommateurs.

En outre, les consommateurs allemands s'attendent à :

- comprendre rapidement quels types de cookies sont utilisés,
- savoir pourquoi ils le sont (statistiques, publicité, personnalisation),
- pouvoir changer d'avis facilement (centre de préférences, lien visible pour gérer le consentement).

Pour les sites e-commerce, cela signifie :

- éviter les textes standard copiés-collés d'autres sites,
- vérifier que la bannière de cookies correspond vraiment à ce que votre site fait techniquement,
- et être capable de prouver que le consentement a été obtenu dans les règles afin de pouvoir traiter les données personnelles obtenues.

Politique de confidentialité (Datenschutzerklärung)

Beaucoup de sites français qui se lancent en Allemagne gardent leur politique de confidentialité telle quelle, parfois uniquement en français. En pratique, cela pose plusieurs problèmes.

Pour un site qui vise des consommateurs allemands, il est recommandé de :

- **Adapter le contenu** et décrire clairement quelles données sont collectées (compte client, commandes, newsletter, formulaires), à quelles fins (exécution du contrat, marketing, statistiques, personnalisation), avec quels prestataires (solutions de paiement, logistique, outils d'emailing, analytics, etc.), et s'il y a des transferts hors UE (par ex. certains services US).
- **Être cohérent avec la réalité technique** si votre politique annonce un certain outil, il doit réellement être utilisé, inversement, tout outil qui collecte des données doit être mentionné. En Allemagne, cette cohérence est très scrutée.
- **Penser à la langue** si vous visez le marché allemand, une version de la politique de confidentialité en allemand est fortement recommandée, cela aide vos clients à comprendre, et montre que vous prenez le sujet au sérieux.
- **Informations au moment de la collecte** lors de la création de compte, de l'inscription à une newsletter, ou d'un formulaire de contact, mention claire des finalités, de la base légale et des droits (accès, rectification, suppression, opposition, etc.).
- **Traçabilité du consentement** avec la capacité à démontrer que le consentement a été donné de manière libre, spécifique, informée et univoque.

En Allemagne, les tribunaux et autorités accordent une attention particulière à la cohérence : Ce qui est promis dans la politique de confidentialité doit correspondre exactement à ce qui est techniquement fait sur le site.

Conséquences d'un manquement en matière de protection de données

Un élément surprend souvent les entreprises françaises : Le système des mises en demeure (en allemand : « *Abmahnungen* »).

Concrètement des concurrents ou des associations de consommateurs peuvent faire envoyer une *Abmahnung* par un avocat, pour critiquer, par exemple :

- une bannière de cookies non conforme,
- une politique de confidentialité incomplète,
- un tracking mis en œuvre sans consentement valable.

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 mise en demeure, 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 conséquences peuvent être :

- l'obligation de signer un engagement de cesser la violation (avec pénalité contractuelle en cas de récidive),
- le paiement des frais d'avocat du plaignant,
- et, en cas de refus ou de non-réaction, une procédure en urgence (injonction) devant un tribunal.
- Risque d'image et de confiance, critiques publiques, perte de confiance d'une clientèle allemande très sensible à la protection des données.

Synthèse et recommandations pour les sites e-commerce français visant l'Allemagne

Pour être à la fois conforme et compétitif sur le marché e-commerce allemand, un site français devrait :

- assurer une conformité RGPD solide,
- adapter la bannière de cookies et les mécanismes de consentement à un niveau de transparence attendu par les consommateurs allemands,
- proposer une politique de confidentialité claire, accessible et, idéalement, disponible en allemand,
- anticiper le risque des mises en demeure en vérifiant sa conformité non seulement du point de vue des autorités, mais aussi du point de vue de concurrents et d'associations,
- ne pas considérer la protection des données comme une contrainte, mais comme un argument de confiance pour les clients allemands.

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