

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

La BFSG (« Barrierefreiheitsstärkungsgesetz »), loi allemande sur le renforcement de l'accessibilité numérique

16 novembre 2026



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

EN BREF

- ✓ Chaque État membre la met en œuvre selon ses propres règles basées sur la directive européenne sur l'accessibilité numérique.
- ✓ En Allemagne, depuis le 28 juin 2025, certains produits et services destinés aux consommateurs doivent être accessibles, notamment les sites de commerce en ligne et les applications permettant de conclure un contrat.
- ✓ Une entreprise française qui vend en ligne en Allemagne doit donc vérifier séparément la conformité de ses offres au regard des règles allemandes.
- ✓ Le site ou l'application doit mettre à disposition une déclaration d'accessibilité expliquant le service, son utilisation et la manière dont les exigences d'accessibilité sont respectées.

Depuis le 28 juin 2025, les exigences du droit allemand en matière d'accessibilité numérique sont applicables à certaines catégories de produits et de services proposés aux consommateurs.

Plus d'un an après l'entrée en vigueur de la BFSG, la préoccupation centrale ne doit plus être uniquement celle de la préparation en interne.

À ce stade, les entreprises doivent d'ores et déjà être en mesure de démontrer, pour chaque produit ou service concerné, qu'elles respectent les exigences applicables en matière d'accessibilité.

Le cas contraire, elles doivent être en mesure de présenter les raisons documentées pour lesquelles la BFSG ne s'applique pas.

Cette obligation concerne potentiellement les entreprises établies en Allemagne, mais également les entreprises étrangères qui proposent des produits ou services numériques à des consommateurs en Allemagne.

Le non-respect des dispositions applicables peut entraîner des mesures correctives, des restrictions ou interdictions de mise à disposition et, selon la nature du manquement, des amendes.

Quelles différences entre la France et l'Allemagne

La France et l'Allemagne mettent en œuvre la même directive européenne, la directive (UE) 2019/882. Le socle européen est donc commun, mais la transposition, les textes d'application, les autorités compétentes et les modalités de contrôle sont différents dans chaque État.

En France, les principaux textes de transposition comprennent l'ordonnance n° 2023-859 du 6 septembre 2023 et le décret n° 2023-931 du 9 octobre 2023, sous réserve des textes français applicables au produit ou au service concerné.

Les exigences françaises s'insèrent notamment dans le Code de la consommation ainsi que dans les règles françaises préexistantes relatives à l'accessibilité numérique.

La France dispose déjà, notamment pour les personnes publiques et certains organismes, d'un cadre d'accessibilité numérique fondé sur l'article 47 de la loi n° 2005-102 du 11 février 2005 et le Référentiel Général d'Amélioration de l'Accessibilité (« RGAA »).

Toutefois le champ d'application du RGAA de droit français ne couvre pas nécessairement le champ d'application de la BFSG allemand : une conformité au RGAA ne permet pas, à elle seule, de conclure automatiquement à la conformité au droit allemand.

Les exigences concrètes selon le droit allemand

En Allemagne, les obligations applicables depuis le 28 juin 2025, dans le cadre du régime spécial de protection des consommateurs, concernent uniquement les produits et services destinés aux consommateurs qui entrent dans le champ d'application de la BFSG, compte tenu de leur nature et de leurs caractéristiques concrètes.

Peuvent notamment relever du champ d'application de la BFSG certains produits destinés aux consommateurs, tels que les terminaux de paiement, les distributeurs automatiques de billets, les

automates de délivrance de titres de transport, les bornes d'enregistrement et certains appareils électroniques grand public.

S'agissant des services, sont notamment concernés les services de télécommunications, certains éléments des services de transport de voyageurs, les services bancaires destinés aux consommateurs, les livres électroniques ainsi que les services de commerce électronique.

Les services de commerce électronique comprennent les services numériques proposés au moyen d'un site internet ou d'une application mobile et fournis, sur demande individuelle d'un consommateur, en vue de la conclusion d'un contrat de consommation.

Un site de commerce en ligne destiné aux consommateurs peut donc relever de la BFSG.

Cette qualification doit toutefois être vérifiée au regard de la fonctionnalité concrète du site ou de l'application et ne signifie pas que tout site internet est automatiquement soumis à la BFSG.

Pour une entreprise française active en Allemagne, il convient de vérifier : la qualification du produit ou du service, le rôle de l'entreprise dans la chaîne de commercialisation, les exceptions applicables aux microentreprises, les exigences documentaires, les autorités de contrôle, la langue des informations destinées aux consommateurs et les règles procédurales nationales, qui peuvent différer, en pratique, des règles françaises.

Une analyse d'un produit ou d'un service réalisé au regard du droit français peut servir de base, notamment au regard des tests techniques et de la documentation, mais elle doit être complétée par une analyse distincte au regard de la BFSG pour les offres destinées aux consommateurs en Allemagne.

Pour une offre transfrontalière, il est utile d'établir une matrice par pays et par produit ou service.

Afin de faciliter la mise en conformité avec la BFSG, nous recommandons à nos clients français de viser, pour leurs sites internet destinés aux consommateurs allemands, un niveau de conformité au moins équivalent au niveau AA des Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.1.

La déclaration d'accessibilité

En plus des exigences d'accessibilité au niveau du produit ou du service, lui-même, une obligation complémentaire consiste à mettre à la disposition des utilisateurs, sous une forme accessible, des informations expliquant dans quelle mesure le produit ou le service respecte les exigences applicables en matière d'accessibilité, ce qu'on appelle « la déclaration d'accessibilité ».

Pour les services de commerce électronique, la déclaration doit notamment comprendre une description générale du service, les explications nécessaires à sa compréhension et à son utilisation,

ainsi qu'une description de la manière dont le service satisfait aux exigences d'accessibilité pertinentes. Ces informations doivent être intégrées aux conditions générales ou être rendues accessibles d'une autre manière clairement identifiable.

En outre, vous pouvez compléter la déclaration d'accessibilité par une présentation structurée des critères techniques effectivement respectés, cela afin de documenter la conformité et faciliter les contrôles.

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

Nous contacter

EPP TAX EXPERTISE COMPTABLE

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