

## ***La vente sur Internet***

### **I - Un contrat de vente à distance**

- A. Loi applicable*
- B. Juridiction compétente*

### **II - Formation du contrat de vente en ligne**

- A. Manifestement du consentement*
- B. Moment de la conclusion du contrat*
- C. Preuve du contrat*

### **III - Obligations à l'égard des consommateurs**

- A. Réglementation française*
- B. Réglementation internationale*

### **IV - Obligations à l'égard des partenaires commerciaux**

## **I - Le contrat de vente à distance**



Le contrat de vente sur Internet est un contrat de vente à distance soumis en France à l'article L 121-16 du Code de la Consommation qui vise toutes les opérations de vente négociées à distance (la plus courante est la VPC).

Le contrat de vente sur Internet n'est qu'une des formes de la vente à distance, c'est à dire de la vente réalisée sans présence physique simultanée du fournisseur et du consommateur.

La LCEN est venue récemment renforcer les règles du commerce électronique.

Ce contrat entre absents devra notamment :

- répondre à certaines conditions essentielles pour sa validité
- respecter le code de la consommation tel que modifié par la Directive européenne Vente à Distance du 20 mai 1997 et de la directive européenne du 8 juin 2000 sur les aspects juridiques du commerce électronique
- respecter, pour les sites français, la Loi Toubon
- respecter les dispositions de la loi Royer qui prohibe les publicités de nature à induire en erreur.

### **A. Champ d'application de la loi française :**

Il faut la connaître pour interpréter le contrat et déterminer les obligations respectives des parties.

La question ne se posera que lorsque le contrat sera international.

C'est pourquoi, la LCEN est intervenue à ce sujet en tenant compte du caractère transnational du commerce en ligne.

## **1. Principe : application de la loi du pays d'établissement**

Selon la LCEN, la loi applicable est celle de l'Etat membre sur le territoire duquel la personne qui exerce l'activité de commerce électronique est établie. Elle précise que ce critère d'établissement s'entend d'une installation stable et durable pour l'exercice effectif de cette activité, quelque soit, s'agissant d'une personne morale, le lieu d'implantation de son siège social.

## **2. Exceptions**

Plusieurs exceptions à l'application de la loi du pays d'établissement du cybervendeur ont néanmoins été prévues par le législateur.

- Le contrat dans le cadre de relations entre professionnels

Les professionnels peuvent déroger à l'application de la loi du pays d'établissement du vendeur par contrat.

- Application des dispositions impératives de la loi française dans le cadre de relations entre professionnels et consommateurs

Cette exception est issue des dispositions de l'article 5-1 de la Convention de Rome du 19 Juin 1980 qui limite le principe d'autonomie de la volonté en présence d'un consommateur.

Ainsi, même en cas de stipulation contractuelle contraire, le consommateur ayant sa résidence habituelle sur le territoire national ne peut être privé des dispositions impératives de la loi française relative aux obligations contractuelles.

- Application du régime français concernant les biens immobiliers.

Il n'est plus possible de déroger aux règles de forme impératives prévues par la loi française pour les contrats créant ou transférant des droits sur un bien immobilier situé sur le territoire national.

- Application du régime français concernant les contrats d'assurance

On ne peut pas déroger aux règles déterminant la loi applicable aux contrats d'assurance pour les risques situés sur le territoire d'un ou plusieurs Etats membres à l'accord sur l'Espace économique européen et pour les engagements qui y sont pris (articles L.181-1 et L.181-2 du Code des assurances).

- Application de certaines règles au cybervendeur établi dans un autre Etat membre de la Communauté européenne

Cette exception vaut même en cas de stipulations contractuelles contraires.

Selon l'article L.16-II de la LCEN, les cybervendeurs établis dans un Etat membre de la Communauté européenne autre que la France doivent respecter:

- Les dispositions relatives à la liberté d'établissement et à la libre prestation des services à l'intérieur de la Communauté européenne dans le domaine de l'assurance (articles L.361-1 à L.364-1 du Code des assurances).
- Les dispositions relatives à la publicité et au démarchage des organismes de placement collectif en valeurs mobilières (article L.214-12 du Code monétaire et financier).
- Les dispositions relatives aux pratiques anticoncurrentielles et à la concentration économique (titres II et III du livre IV du Code de commerce sur la liberté des prix et de la concurrence).
- Les dispositions relatives à l'interdiction ou à l'autorisation de la publicité non sollicitée envoyée par courrier électronique.
- Les dispositions du Code général des impôts.
- Les droits protégés par le Code la propriété intellectuelle.

## **B. Les juridictions compétentes**

### **1. Le contrat a prévu une clause attributive de juridiction :**

Elle n'est valable qu'entre commerçants et ne peut être opposée aux consommateurs.

### **2. Le contrat n'a rien prévu :**

Il faudra distinguer selon la qualité des parties: consommateurs ou professionnels.

■ Mise en présence d'un consommateur:

La convention de Bruxelles du 27 septembre a été remplacée par le Règlement communautaire dit « Règlement sur la compétence judiciaire et l'exécution des décisions civiles et commerciales » adopté le 22 décembre 2000.

En vigueur dans l'ensemble des Etats membres (sauf le Danemark) depuis le 1er mars 2002, son article 16 prévoit que :

*« ...l'action intentée par un consommateur contre l'autre partie au contrat peut être portée soit devant les tribunaux de l'Etat membre sur le territoire duquel est domiciliée cette partie, soit devant le tribunal du lieu où le consommateur est domicilié... ».*

Le cyberconsommateur aura donc le choix d'agir :

- soit devant le tribunal de l'Etat membre du vendeur,
- soit devant le tribunal du lieu de son domicile.

En revanche, le professionnel, lui, ne peut agir contre le consommateur que devant le tribunal de l'état de résidence de ce consommateur.

■ Les deux parties sont professionnelles :

La convention de Bruxelles donne en principe compétence au tribunal du domicile du défendeur.

Quand il s'agit d'un litige non communautaire, le tribunal sera celui désigné par les parties ou, à défaut, par les règles de droit international privé.

A noter que la proposition de Directive Commerce Electronique préconise, en cas de conflit entre un prestataire et un destinataire de service, l'utilisation de mécanismes de résolution extra judiciaire, y compris par la voie électronique.

On citera à cet égard l'initiative canadienne du cyber-tribunal.

## II - La formation du contrat de vente en ligne



La LCEN, conformément à la directive « commerce électronique », prévoit que les modalités de formation du contrat par voie électronique doivent être expliquées, préalablement à la conclusion du contrat, par le prestataire de manière claire et non équivoque aux consommateurs.

Rappelons que le contrat de vente sur Internet est un contrat de vente entre absents.

■ Il devra donc être localisé dans le temps, date à laquelle le contrat devient parfait; cette date déterminant un certain nombre de conséquences juridiques :

- date du transfert du bien et des risques
- point de départ du délai de rétractation et de livraison

■ Il devra être localisé dans l'espace, ce qui permettra, en l'absence de tout autre critère de rattachement, de déterminer la loi applicable.

Enfin, l'offre étant émise sur le réseau Internet, comment va-t-elle rencontrer l'acceptation de la part de l'internaute ?

### A. La manifestation du consentement

Le droit commun des contrats exige la rencontre dans le temps et dans l'espace de deux manifestations de volonté concordantes dans leur objet.

La question de l'acceptation de l'offre pose deux problèmes :

- L'identification du consommateur et la protection des données
- La forme que doit revêtir l'acceptation.

### **1. Identification du consommateur :**

Absent physiquement, il doit nécessairement décliner son identité.

Cette information est indispensable, le commerçant ayant besoin de la connaître :

- parce que le consommateur doit être majeur pour certaines catégories de biens et de services
- parce qu'il doit s'assurer de l'identité de son cocontractant au moment du paiement.

Enfin, du fait de l'identification, le commerçant collecte des données nominatives et se trouve soumis aux obligations de la Loi informatique et liberté du 06 Janvier 1978, renforcée par la loi relative à la protection des personnes physiques à l'égard des traitements de données à caractère personnel. Cette loi a été adoptée le 15 juillet 2004.

### **2. Les principes de la collecte et les droits des fichés :**

#### **\* Les principes :**

- Principe de loyauté et de licéité de la collecte
- Droit de contrôle sur les données collectées
- Principe de finalité : les données doivent être enregistrées pour des finalités déterminées et légitimes
- Principe d'exactitude : les données doivent être exactes et mises à jour
- Interdiction de collecte des données sensibles (origines raciales, opinions politiques ...)
- Principe de sécurité des données : l'accès aux données collectées doit être restreint et confidentiel

#### **\* Les droits des fichés :**

- Droit du consommateur à l'information préalable de la collecte
- Droit d'accès
- Droit aux rectifications des données erronées.

### **3. Forme de l'acceptation :**

***\*Elle doit être expresse.***

Comment se manifeste-t-elle sur le web ? En cliquant au moyen de la souris sur le produit désiré ou sur le "oui" prévu à cet effet.

Tout l'art du commerçant sera de préparer minutieusement le cheminement vers les clics essentiels (saisie par le consommateur de ses coordonnées, clic sur l'icône ou sur un oui).

D'ailleurs, la LCEN impose désormais d'employer la technique du double clic qui permet de s'assurer que le consommateur n'a pas commis une erreur de manipulation.

***\*Elle doit être éclairée : règle du double clic***

■ **La LCEN** impose au cybervendeur professionnel de mettre à la disposition du consommateur, préalablement à son acceptation, ses conditions générales de vente tout en permettant leur conservation et leur reproduction. Cela permet de s'assurer que le consommateur a bien pris connaissance des obligations auxquelles il a souscrit.

Les conditions générales du cybervendeur doivent dès lors mentionner (article 1369-1 du Code civil) :

- Les langues proposées pour la conclusion du contrat ;
- Les moyens de consulter par voie électronique les règles professionnelles et commerciales auxquelles l'auteur de l'offre entend, le cas échéant, se soumettre.
- Les différentes étapes à suivre pour conclure le contrat
- Les moyens permettant de corriger les erreurs de manipulation
- L'archivage ou non du contrat, une fois conclu et son accessibilité

Le processus contractuel de la vente électronique, prévu au nouvel article 1369-2 du Code civil, s'effectue ainsi en deux étapes permettant ainsi d'éviter les conséquences de mauvaises manipulations des internautes :

- Tout d'abord, le cybervendeur doit offrir la possibilité au consommateur de vérifier le détail de sa commande ainsi que son prix total, et de corriger d'éventuelles erreurs.
- Ensuite, l'internaute doit confirmer sa commande pour exprimer son acceptation et valider ainsi la transaction.

Cependant, ce processus contractuel en deux étapes ne s'applique pas pour les contrats conclus exclusivement par échange de courriers électroniques.

Il est également possible d'y déroger dans les relations entre professionnels.

■ **La directive Vente à Distance du 20 Mai 1997**, dont les dispositions ont été intégrées dans le Code de la Consommation, a prévu quant à elle que la fourniture de toutes les informations visées aux articles 4 et 5 de ladite directive sont prescrites à peine de nullité du contrat ou de sanction telle que la prolongation du délai de rétractation de 7 jours à 3 mois.

**Rappel :**

- Article 4 : obligation d'identification du fournisseur, des modalités de paiement, de livraison ou d'exécution, durée de validité de l'offre ou du prix
- Article 5 : confirmation écrite ou sur tout support durable des informations mentionnées à l'article 4, en temps utile et au plus tard au moment de la livraison.

**B. Le moment de la conclusion du contrat:**

La LCEN a prévu, dans son article 25 II, une obligation pour le cybervendeur «*d'accuser réception sans délai injustifié et par voie électronique de la commande qui lui a été adressée*».

Bien que cette disposition ne semble revêtir qu'«*un rôle purement technique, dépourvue de valeur contractuelle*» (Avis n°608 de Mme Michèle Tabarot, fait au nom de la Commission des lois, 11 février 2003), son respect est fortement conseillé dans la mesure où il permet de confirmer la prise en compte de la commande, ce qui est un gage de confiance non négligeable pour l'internaute.

Elle ajoute que «*la commande, la confirmation de l'acceptation de l'offre et l'accusé de réception sont considérés comme reçus lorsque les parties auxquelles ils sont adressés peuvent y avoir accès.*»

Il faut comprendre lorsque l'e-mail se trouve disponible dans la boîte de réception.

*NB : les professionnels peuvent en décider autrement dans le cadre du B to B.*

**CONSEIL :**

Enfin, il est fortement conseillé aux commerçants de prévoir un accès incontournable par la page contenant les conditions générales de vente.

Le consommateur ne peut, à notre sens, être simplement avisé de ce que les conditions générales de vente sont consultables par un simple clic.

L'accès incontournable fera, entre autres moyens, la preuve de la parfaite information du consommateur, exigence rappelée dans le Code de la consommation et dans la législation européenne en cours de transposition (cf. ci-dessous : obligations à l'égard des consommateurs).

**C. La preuve du contrat**

L'absence de support durable pose le problème de la preuve de la relation contractuelle.

Il y a contradiction entre le monde cybernétique dématérialisé et virtuel d'Internet et la tradition juridique française qui exige, selon l'article 1341 du Code Civil, un écrit pour tout acte juridique dont la valeur excède la somme de 5.000,00 Francs.

Le rapport LORRENZ du 7 janvier 1998 préconisait déjà une réévaluation d'une plage comprise entre 10.000 et 50.000 Francs où se situe l'essentiel des transactions.

En outre, l'acte doit contenir une signature privée permettant l'identification de celui qui s'oblige.

Ces règles pouvant freiner le développement du commerce électronique, le parlement européen et le gouvernement français ont été amenés à prendre des mesures d'assouplissement.

## **1. L'écrit :**

### ***\* L'exigence traditionnelle d'un écrit en droit français***

L'article 1341 du Code Civil ne fait pas référence à une forme particulière d'écrit, ni ne définit l'écrit mais exige un original, ce qui suppose un support matériel.

Cette exigence de l'écrit comporte cependant des exceptions :

- en cas de commencement de preuve par écrit (article 1347 du Code Civil), exemple : un document informatique ou un fax constitue un commencement de preuve par écrit
- en cas d'impossibilité matérielle ou morale de se procurer un écrit (article 1348 du Code Civil)
- pour les commerçants pour qui les moyens de preuve sont libres.

### ***\* La loi française du 13 mars 2000 relative à l'adaptation du droit de la preuve aux nouvelles technologies et à la signature électronique :***

■ **Nouvelle définition de la preuve par écrit**, indépendante du support utilisé.

Le nouvel article 1316 du Code Civil définit la preuve par écrit comme "*une suite de lettres, de caractères, de chiffres ou de tous autres signes dotés d'une signification intelligible quels que soient leur support et leurs modalités de transmission*".

Cet article précise que la nature de l'écrit ne dépend ni de son support ni des modalités de son transfert en cas de communication à distance.

Cette reconnaissance de la nature juridique de l'écrit, indépendamment de son support matériel remet en cause définitivement l'assimilation écrit / support papier.

Il s'agit d'une définition très large de la preuve par écrit qui permettra d'appréhender,

sous une notion commune, différentes sortes d'écrits, allant de l'écrit traditionnel au document électronique.

#### ■ **Reconnaissance de l'écrit électronique ad probationem:**

Le nouvel article 1316-1 reconnaît la valeur probante de l'écrit électronique sous réserve :

- qu'il soit signé par la personne dont il émane
- que celle-ci soit dûment identifiée
- qu'il soit établi et conservé dans des conditions de nature à garantir son intégrité.

On constate immédiatement que la validité de l'écrit électronique sera conditionnée par les moyens techniques qui auront été mis en place pour assurer l'identification.

#### ***\* Loi pour la confiance dans l'économie numérique: reconnaissance de l'écrit électronique ad validitatem***

La LCEN insère un nouvel article 1108-1 dans le Code civil qui consacre la valeur juridique de l'écrit électronique.

Son premier alinéa pose le principe d'équivalence entre un écrit exigé à titre de validité d'un contrat papier (bail, contrat divers de consommation, contrat de travail à durée déterminée, contrat d'assurance, statuts d'une société, cession de brevets d'invention...) et un écrit exigé à titre de validité d'un contrat sur support électronique.

Cependant, l'écrit électronique doit respecter certaines conditions posées par le Code civil, notamment aux articles 1316-1 et 1316-4. Autrement dit, il faut que l'écrit permette d'identifier la personne dont il émane et qu'il soit établi et conservé dans des conditions de nature à en garantir l'intégrité.

Notons, par ailleurs, que la loi habilite le Gouvernement à adapter par ordonnances les dispositions législatives subordonnant la conclusion, la validité ou les effets de certains contrats à des formalités autres que celles mentionnées à l'article 1108-1 du Code civil (article 26 de la LCEN). Cette disposition est destinée à faciliter l'accomplissement de certains de ces actes par voie électronique.

En revanche, il existe deux exceptions à ce principe. En effet, il est nécessaire de passer par un écrit traditionnel pour :

- les actes relatifs aux droits de la famille et des successions ;
- les actes relatifs à des sûretés personnelles ou réelles, de nature civile ou commerciale, sauf s'ils sont passés par une personne pour les besoins de sa profession.

#### ***\* Article 1316-2 du Code civil: reconnaissance de la licéité des conventions sur la preuve.***

Enfin, l'article 1316-2 consacre la faculté reconnue de longue date par la jurisprudence aux parties de passer entre elles des conventions sur la preuve.

Ce nouvel article prévoit qu'en l'absence de telles conventions, « Lorsque la loi n'a pas fixé d'autres principes, et à défaut de convention valable entre les parties, le juge règle les conflits de preuve littérale en déterminant par tous moyens le titre le plus vraisemblable, quel qu'en soit le support. »

## **2. La signature électronique :**

Le nouvel article 1316-4 définit la signature comme : " *La signature nécessaire à la perfection d'un acte juridique identifie celui qui l'appose. Elle manifeste le consentement des parties aux obligations qui découlent de cet acte. Quand elle est apposée par un officier public, elle confère l'authenticité à l'acte..*"

" *Lorsqu'elle est électronique, elle consiste en l'usage d'un procédé fiable d'identification garantissant son lien avec l'acte auquel elle s'attache. La fiabilité de ce procédé est présumée, jusqu'à preuve contraire, lorsque la signature électronique est créée, l'identité du signataire assurée et l'intégrité de l'acte garantie, dans des conditions fixées par décret en Conseil d'Etat.*"

C'est la première fois, en droit français qu'est proposée une définition juridique de la signature et qui reconnaît la validité de la signature électronique dès lors qu'elle repose sur l'usage d'un processus fiable.

Conformément à la directive européenne du 13 décembre 1999, la loi française prévoit une présomption de fiabilité pour les signatures électroniques dites sécurisées (article 1316-4 du Code civil), qui répondent à la définition du décret du 30 mars 2001.

Dans cette hypothèse, la charge de la preuve est inversée, et par conséquent il incombe à celui qui conteste l'acte juridique d'en rapporter la preuve!

## **3. Obligation de conserver l'écrit constatant le contrat (article 27 de la LCEN)**

Afin d'éviter des problèmes de preuve en cas de litige, le vendeur doit conserver l'écrit constatant le contrat, dès lors que celui-ci porte sur une somme supérieure ou égale à un montant qui sera fixé par décret. Ce décret précisera également le délai de conservation.

Le vendeur doit en outre en garantir à tout moment l'accès à son cocontractant qui lui en fait la demande.

Cette obligation est insérée dans le Code de la consommation à l'article L.134-2.

## **III- Obligations à l'égard des consommateurs**



## **A. La Réglementation française** (pour les sites français ou destinés aux français) :

La vente à distance est réglementée par les articles L 121-16 à L 121-20 du Code de la Consommation et par le droit commun des contrats.

Les dispositions de ces articles ont été renforcées par l'ordonnance du 23 août 2001 qui transpose la directive européenne du 20 mai 1997 concernant la protection des consommateurs en matière de contrats à distance, et par la LCEN.

### **1. Obligation d'information du cybervendeur**

La LCEN renforce la protection des consommateurs notamment quant aux informations que le vendeur doit porter à leur connaissance.

#### **■ Informations concernant l'identité du cybervendeur (article 19 LCEN)**

Le cybervendeur est dans l'obligation d'informer les internautes en mentionnant sa raison sociale (société) ou ses nom et prénoms (si c'est une personne physique), son adresse physique (lieu de son établissement) et électronique, son numéro de téléphone, ainsi que, le cas échéant, son numéro d'inscription au RCS ou celui du répertoire des métiers (s'il s'agit d'un artisan), son numéro de TVA, son capital social et l'adresse de son siège social.

Ces informations doivent être d'un accès facile, direct et permanent grâce à un lien depuis la page d'accueil par exemple.

#### **■ Informer le consommateur sur l'offre**

##### **- Selon l'article L 121-18 du Code de la Consommation :**

le professionnel doit joindre à son offre, en plus de ses coordonnées, les informations concernant les frais de livraison, les modalités de paiement, de livraison ou d'exécution, l'existence d'un droit de rétractation, la durée de la validité de l'offre et le prix de celle-ci, le nom du vendeur du produit ou du prestataire de service, étant précisé que toutes ces informations dont le caractère commercial doit apparaître sans équivoque devront être communiquées au consommateur « *de manière claire et compréhensible, par tout moyen adapté à la technique de communication à distance utilisée* ».

Concrètement, les sites marchands sont donc invités à fournir les informations préalables à la conclusion du contrat de vente par un lien hypertexte placé sur la page de l'offre qui renverra l'internaute aux conditions générales de vente.

Le non respect de ces obligations peut être constaté par les agents de la D.G.C.C.R.F. et donne lieu à des amendes pour contravention de 5ème classe.

Le consommateur devra recevoir par écrit, ou sur tout autre support durable et au plus tard au moment de la livraison, confirmation des informations contractuelles visées ci-dessus, ainsi que les modalités d'exercice du droit de rétractation et des garanties

commerciales offertes (article L. 121-19 du Code de la Consommation).

Cette exigence sera considérée comme accomplie par l'envoi d'un simple mail stocké sur le disque dur de l'ordinateur du consommateur.

- **Le Code Professionnel des Entreprises VPC** énonce certaines obligations :

Les entreprises veilleront à ce que les photos ou des dessins reproduisent le produit ou le service offert et ne comportent pas d'ambiguïté sur les notions notamment de dimension, poids, qualité.

**\* L'offre doit comporter tous les éléments essentiels du contrat, à savoir :**

■ **La nature du contrat** (vente, essai gratuit, vente ferme ou sous conditions, publicité), toute proposition n'est pas forcément une offre.

La différence entre l'offre et la publicité ou l'invitation à des pourparlers est essentielle.

Elle tient aux conséquences juridiques d'une éventuelle acceptation.

Dans le cas de l'offre, l'acceptation forme le contrat et l'auteur de l'offre se trouve tenu de l'exécuter.

Dans le cas de l'invitation à pourparlers, il s'agissait tout au plus d'une proposition à débattre qui ne peut provoquer à elle seule la formation du contrat.

Avec l'avènement du commerce électronique, la frontière publicité-offre n'est pas toujours évidente.

Lorsqu'une annonce ne donne pas le choix d'une manifestation de volonté en réponse (par un clic et la possibilité pour l'internaute de s'identifier), nous serons en présence d'une publicité plutôt que d'une offre.

■ **Le prix du produit ou du service** doit être indiqué de façon précise par tous moyens faisant preuve avant la conclusion du contrat.

Une circulaire du 19 juillet 1988 prévoit différents procédés que peuvent utiliser les professionnels pour communiquer leurs prix.

Le prix doit être exprimé en euros et inclure tous les droits et taxes à leur charge.

Cf : article 14 de l'arrêté du 3 décembre 1987.

La LCEN vient renforcer l'obligation d'information sur les prix pesant sur le vendeur sans préjudice des obligations déjà prévues par les textes législatifs et réglementaires en vigueur.

Ainsi, et même en l'absence d'offre de contrat, dès lors qu'elle mentionne un prix, la personne exerçant une activité de commerce électronique *« doit indiquer celui-ci de manière claire et non ambiguë et notamment préciser si les taxes applicables et les frais de livraison sont inclus »* (article 19 de la LCEN).

## ■ Les moyens de paiement

Les systèmes de paiement:

- Espèces et chèques
- Porte-monnaie électronique
- Carte bancaire

Le paiement par carte bancaire est le mode de transaction le plus pratique car il ne nécessite pas de module ou d'intermédiaire pour le consommateur.

## ■ La nature et les caractéristiques du produit ou du service

Article L 111-1 du Code de la Consommation : une obligation générale pèse sur tout professionnel d'informer avant conclusion du contrat le consommateur des caractéristiques essentielles du bien ou du service.

Article L.111-2 du Code de la consommation: le professionnel doit indiquer en outre la période pendant laquelle il est prévisible que les pièces indispensables à l'utilisation du bien seront disponibles sur le marché.

Informations d'ordre quantitatif : dimensions, poids

Informations d'ordre qualitatif : dénomination, nature, quantité

## ■ Les délais et frais de livraison

L'article L 114-1 du Code de la Consommation exige que la date limite à laquelle le professionnel s'engage à livrer le bien soit indiquée.

L'article 2 de l'arrêté du 3 décembre 1987 oblige le professionnel à informer le consommateur de façon complète du montant des frais de livraison par tous moyens appropriés avant la conclusion du contrat.

Si les frais de livraison n'ont pas été expressément mentionnés dans l'offre, ils sont considérés comme étant inclus dans le prix et ne peuvent être réclamés en sus au consommateur.

Enfin, le législateur a instauré un délai d'exécution (art L 121-20-3 du Code de la Consommation).

Sauf si les parties en décident autrement, le fournisseur est tenu d'exécuter la commande dans un délai maximum de 30 jours à compter du jour suivant celui où le consommateur a transmis sa commande au fournisseur du produit ou du service.

En cas de défaillance, le fournisseur devra en informer immédiatement le consommateur lequel doit, le cas échéant, être remboursé sans délai et au plus tard dans les trente jours.

**\* L'offre doit également porter sur les conditions générales de vente**(voir ci-dessus).

**\* L'offre doit être rédigée en français**, ou à tout le moins être accompagnée d'une traduction en français conformément à la Loi Toubon du 4 août 1994 (dispositions d'ordre public, sanctionnées par des sanctions pénales), dès lors que le site s'adresse à des français de façon évidente.

Question : en raison du caractère international du réseau Internet, le consommateur français pourrait-il se prévaloir d'un texte uniquement rédigé en anglais pour obtenir après coup l'anéantissement de son engagement ?

Il semble, et la directive l'a confirmé, que le consommateur répondant à une publicité en langue anglaise ne peut s'attendre à recevoir toutes les informations dans la langue de son pays de résidence.

**\* Durée de validité de l'offre :**

L'entreprise devra faire figurer de façon apparente le délai pendant lequel son offre est valable.

En l'absence d'une telle mention, la jurisprudence considère que l'offre doit être maintenue pendant un délai raisonnable.

Ce délai court à partir du moment où le consommateur a pris connaissance de l'offre, mais sur le Web, il est difficile de savoir quelle est cette date ni le point de départ du délai raisonnable.

Il est donc prudent pour les entreprises d'indiquer clairement sur leur site la date du début et de fin de validité de l'offre.

En effet, la LCEN prévoit que « *sans préjudice des conditions de validité mentionnées dans l'offre, son auteur reste engagé par elle tant qu'elle est accessible par voie électronique de son fait* » (nouvel article 1369-1, dernier alinéa du Code civil).

**3. Les garanties légales ou autres accordées sur les produits vendus, la proposition d'un service après vente.**

**4. Délai de rétractation ou délai de repentir**

**\* Durée du droit de rétractation**

Le consommateur dispose d'un droit de rétractation de 7 jours francs à compter de la réception des biens.

Aujourd'hui, ce délai de rétractation s'applique également aux prestations de services et court à compter de l'acceptation de l'offre.

Lorsque les informations pré-contractuelles obligatoires n'ont pas été confirmées à l'internaute, le délai d'exercice du droit de rétractation est porté à 3 mois.

Cependant, si ces informations sont fournies dans les 3 mois à compter de la réception

des biens ou de l'acceptation de l'offre, le délai de 7 jours s'applique dès confirmation desdites informations.

#### **\* Exercice du droit de rétractation**

Ce droit s'exerce « sans avoir à justifier de motifs ni à payer de pénalités, à l'exception, le cas échéant des frais de retour ».

En cas d'exercice du droit de rétractation, le professionnel est tenu de rembourser le consommateur dans les trente jours qui suivent. Au-delà de cette date, les intérêts au taux légal en vigueur courent de plein droit à l'encontre de celui-ci.

#### **\* La vente à crédit**

En cas de vente à crédit l'offre devra respecter les dispositions relatives au crédit à la consommation (L 311-1 et suivants du Code de la Consommation : taux effectif global, montant des échéances, assurance comprise. L'offre devra être maintenue pendant une durée de moins de 15 jours).

Par ailleurs, d'autres normes spécifiques du Code de la Consommation seront également applicables : prohibition des clauses abusives, interdiction d'envois forcés, sécurité des produits.

## **5. Responsabilité du vendeur en ligne**

#### **\*une responsabilité de plein droit**

La LCEN innove en imposant aux vendeurs professionnels ou non professionnels une responsabilité de plein droit quant à la bonne exécution de leurs obligations contractuelles, dans le cadre de leur activité de commerce électronique. Cette responsabilité s'applique même si le cybervendeur soustrait pour partie ses prestations. Ainsi sa responsabilité pourrait être engagée en cas de défaillance de son transporteur.

Cette responsabilité de plein droit du vendeur est aussi incorporée dans le code de la consommation pour tout achat conclu dans le cadre d'un contrat de vente à distance entre un professionnel et un particulier (article L. 121-20-3). Dès lors elle s'étend aux ventes par téléphone en B to C.

#### **\*Causes d'exonération**

La LCEN a prévu 3 causes d'exonération de responsabilité pour le vendeur. Il peut s'exonérer de sa responsabilité en apportant la preuve que l'inexécution ou la mauvaise exécution du contrat est imputable :

- à l'acheteur

- au fait, imprévisible et insurmontable, d'un tiers étranger à la fourniture des prestations prévues au contrat
- à un cas de force majeure

La jurisprudence va être amenée à se prononcer sur ces causes d'exonération afin d'apporter quelques précisions.

## **B. Réglementation internationale**

Il n'y en a pas à proprement parlé.

Ce sont les règles de droit international privé qui s'appliqueront, et notamment les conventions de La Haye, de Vienne et de Rome, citées ci-dessus.

## **IV- Obligations à l'égard des partenaires commerciaux**



### **■ Les réseaux de distribution.**

Internet constitue un nouveau circuit de distribution qui risque de bouleverser les stratégies commerciales et les réseaux existants, tels que réseaux de distribution sélective, franchise et même les contrats de licence comportant des exclusivités territoriales.

Le cyber commerçant a-t-il intérêt et peut-il s'opposer à ce que ses affiliés commercent sur le Web ?

Certes, le commerçant a intérêt à ce que ses produits soient le plus largement diffusés, même au travers de différents sites Web, mais la stratégie de distribution sur Internet doit être cohérente avec celle déjà mise en place dans l'entreprise.

Elle doit en effet être complémentaire et non s'y substituer.

Cette réflexion doit cependant être temporisée selon les types d'activité.

Sur un plan strictement juridique, il faut attirer l'attention du commerçant sur la nécessité de repenser ses contrats.

### **Distribution sélective**

Très souvent figure dans de tels contrats, l'obligation pour l'affilié de tout mettre en œuvre pour développer les ventes des produits.

Sauf si le contrat interdisait expressément la vente à distance, l'affilié peut parfaitement se fonder sur cette clause du contrat pour justifier de ce nouveau mode de

commercialisation.

C'est le sens de la décision prise par le Tribunal de Commerce de PONTOISE le 15 avril 1999, en référé, opposant la Société Pierre FABRE DERMOCOSMETICS à Monsieur AB.

La Société Pierre FABRE considérait que la vente sur le site Internet de ses produits, et en particulier des produits KLORANE et ADERMA, constituait un trouble manifestement illicite qu'il importait de faire cesser.

Monsieur AB, pharmacien, se reposait lui sur la rédaction des 3 contrats type qui n'excluaient pas une telle commercialisation.

Il faisait valoir par ailleurs que le réseau de distribution sélective était illicite.

La décision a uniquement pris en considération les termes du contrat, estimant que l'appréciation du caractère licite d'un réseau de distribution sélective excédait manifestement les pouvoirs du Juge des Référés.

L'ordonnance se fonde sur les conditions générales de distribution qui n'excluent pas la vente des produits sur Internet et rappelle le principe supranational, constitutionnel et légal de libre concurrence et de liberté de circulation des marchandises, insistant sur le fait que **la distribution sélective est une exception** dont les conditions et les effets doivent s'apprécier strictement.

La Cour d'appel de Versailles n'a pas suivi cette voie, elle a estimé que la commercialisation par le biais d'internet ne permettait pas de parvenir aux mêmes résultats que la vente en officine et ce pour plusieurs raisons:

- l'obligation de conseil n'est pas entièrement satisfaite, en raison des délais de réponse qu'impose la technologie, de l'impossibilité pour le pharmacien d'avoir un contact personnalisé avec le client,
- la présentation n'est pas conforme avec certaines exigences esthétiques.

En d'autres termes, la Cour retient que la vente par Internet, **dans l'état actuel de la technologie**, ne permettait pas de satisfaire aux exigences du réseau de distribution sélective mis en place par Pierre Fabre.

Pour éviter ce type de difficulté, il est souhaitable que le commerçant revoie les accords passés avec ses distributeurs, étant précisé par ailleurs que toute interdiction pourra également être appréciée au regard des règles de la concurrence française et communautaire.

La jurisprudence interprète de façon restrictive toute interdiction de commercialisation.

C'est ainsi qu'a statué la Cour d'Appel de PARIS dans un arrêt du 15 septembre 1993, jugeant que : "*Le contrat de distribution sélective ne peut avoir pour objet ou pour effet d'exclure à priori une forme quelconque de distribution*".

Cette interdiction n'est validée par les Tribunaux qu'à la condition d'être justifiée à la fois par la **nature des produits et l'intérêt des consommateurs**.

Ainsi a été validée l'interdiction de vente par correspondance des parfums Yves St Laurent.

### **Distribution exclusive :**

Pour concilier les enjeux du commerce électronique avec un réseau de distribution exclusive, la solution pourrait consister à prévoir que les clients qui se sont manifestés

sur le site d'un distributeur exclusif mais qui demeure hors de son champ d'exclusivité territoriale, soient renvoyés sur le site du distributeur concerné. Le titulaire de la marque ou le franchiseur pourrait aussi prévoir un site internet-type pour ses distributeur avec limitation territoriale.

La réflexion s'impose donc à ce niveau.

**ACTIVEZ UN LIEN VERS [www.avocats.com](http://www.avocats.com)**