



E.commerce :
les règles applicables aux relations entre
professionnels et consommateurs
(relation B to C)

Il s'agit ici de préciser les **règles générales** relatives à l'exercice des pratiques commerciales, les obligations d'information du consommateur, **le régime du contrat de vente conclu par internet** et les règles spécifiques relatives aux soldes et à la réduction des prix.

L'exercice des pratiques commerciales – Règles générales

Les pratiques commerciales que vous mettez en œuvre dans le cadre de votre activité ne doivent **pas être déloyales, trompeuses ou agressives**.

Une pratique commerciale est déloyale quand elle vise à influencer abusivement le choix du consommateur, pour le pousser à contracter, à acheter sur un site.

Il existe deux catégories de pratiques commerciales déloyales :

- les pratiques trompeuses (article L.121-1 et suivants du Code de la consommation)
- les pratiques agressives (articles L.122-11 à L.122-15 du Code de la consommation).

Les obligations d'information du consommateur propres au e-commerce

En plus des informations traditionnelles à fournir (articles L 111-1 et L 111-2 du Code de la consommation), vous devez indiquer aux consommateurs sur votre site internet, **de façon claire et compréhensible** (article L.121-18 du Code de la consommation) :

- votre nom ou raison sociale
- vos coordonnées téléphoniques grâce auxquelles on peut rentrer effectivement en contact avec vous
- votre adresse ou votre siège social (si vous êtes une personne morale)
- le prix (**le coût total du produit ou du service ainsi que les éventuels frais supplémentaires**)¹

- les frais de livraison
- les modalités de paiement, de livraison ou d'exécution
- l'existence ou l'absence d'un droit de rétractation (voir encadré) et les modalités
 - _ la durée de la validité de l'offre et du prix proposés.
 - _ la date à laquelle vous vous engagez à livrer le bien ou à réaliser la prestation de service (article L. 121-20-3 du Code de la consommation).

L'offre de vente sur internet étant une proposition de contrat, elle devra également énoncer, de manière à ce que le consommateur puisse les conserver et les reproduire, les conditions contractuelles applicables (article 1369-4 du Code Civil), à savoir :

- les différentes étapes à suivre pour conclure le contrat par voie électronique
- les moyens techniques permettant à l'utilisateur, avant la conclusion du contrat, d'identifier les erreurs commises dans la saisie des données et de les corriger
- les langues proposées pour la conclusion du contrat
- en cas d'archivage du contrat, les modalités de cet archivage par l'auteur de l'offre et les conditions d'accès au contrat archivé
- les moyens de consulter par voie électronique les règles professionnelles et commerciales auxquelles l'auteur de l'offre entend, le cas échéant, se soumettre.

Au plus tard au moment de la livraison, il faudra fournir au consommateur, sur un support écrit ou tout autre support durable (article L.121-19 du Code de la consommation) :

- la confirmation des informations précédemment données (votre nom, vos coordonnées, les frais de livraison, etc.) ;
- une information sur les conditions et les modalités du droit de rétractation ;
- **l'adresse de l'établissement du fournisseur où le consommateur peut présenter ses réclamations**
- les informations relatives au service après-vente et aux garanties commerciales.

¹ Selon la directive européenne 2011/83/UE dont le délai de transposition en droit national expire fin 2013

Le droit de rétractation

Le droit de rétractation, permet au consommateur de **revenir sur ses engagements**, De **sept jours francs actuellement** (article L.121.20 du Code de la consommation), il **passera à quatorze jours en 2014**.

Toutefois, certains cas prévus par la loi ne sont pas concernés par ce délai (articles L.121-20-2 et L.121-20-4) : biens confectionnés selon les spécifications du consommateur (produits sur mesure, etc.), ventes de biens périssables ou encore prestations de services d'hébergement, de transport et de restauration devant être fournis à une date ou selon une périodicité déterminée.

Au moment de l'offre, vous devez préciser si le droit de rétractation existe ou non.

Quand le client va conclure le contrat, vous devez impérativement l'informer sur les conditions et les modalités d'exercice de ce droit (durée du délai de rétractation, point de départ, remboursement du produit, paiement des frais de retour, etc.).

Si vous ne fournissez pas ces informations, le délai de rétractation est étendu à trois mois (article L.121-20-3) (**à un an à partir de 2014**). Si au cours de cette période vous donnez au client les informations prévues par la loi, un nouveau délai de sept jours court à compter de la date à laquelle vous aurez satisfait à l'obligation de communication.

Le délai de rétractation de sept jours court à partir du lendemain de la réception du bien pour les ventes de biens et à partir du lendemain de l'acceptation de l'offre dans le cas des prestations de service.

Quand il expire un samedi, un dimanche ou un jour férié, il est prorogé jusqu'au prochain jour ouvrable.

Par exemple : en cas de réception du bien le 10 janvier, le délai de rétractation court du 11 au 17 janvier inclus. À compter du 18, la rétractation n'est donc plus possible. Si le 17 est un samedi, le délai court jusqu'au lundi 19.

Le consommateur peut **se rétracter sans justifier sa décision**. La seule limite est l'abus de droit mais celui-ci est difficile à démontrer. En pratique, la mauvaise foi du consommateur est rarement établie.

L'exercice du droit de rétractation a pour effet d'annuler le contrat, dans les conditions suivantes :

- vous devez rembourser le bien (et ses frais de livraison initiaux) dans les meilleurs délais et au plus tard dans les trente jours (**dans les quatorze jours à partir de 2014**) après la rétractation de votre client (article L.121-20-1 du Code de la consommation). Le remboursement peut se faire par tout moyen de paiement.

- le consommateur est quant à lui tenu de vous renvoyer le bien en prenant à sa charge les frais de retour, ce dont vous êtes tenu de l'informer.

En cas de non-respect de l'obligation d'information précontractuelle liée au droit de rétractation peuvent s'appliquer :

- une sanction pénale : amende de 1 500 euros (article R.121-1 du Code de la consommation).
- des sanctions civiles (nullité du contrat, responsabilité délictuelle, etc.).

Le délai de livraison

La date limite de livraison est impérativement indiquée. À défaut, le client pourra réclamer la livraison immédiate de son produit et demander la résolution de la vente (article L. 121-20-3 1er alinéa du Code de la consommation). Attention toutefois à ne pas faire de publicité mensongère en indiquant par exemple un délai impossible à tenir. En effet toute publicité mensongère vous expose à une sanction de 37 500 euros (montant multiplié par 5 pour une personne morale) et/ou de 2 ans de prison.

Pour respecter les délais de livraison, il faut veiller à disposer de stocks suffisants et de la logistique nécessaire pour préparer et envoyer les commandes.

La conclusion du contrat

Du fait de l'absence physique des parties, une procédure spéciale est prévue par l'article 1369-5 du Code civil :

- la commande (étape « du premier clic »)
- le récapitulatif de la commande : on doit avoir la possibilité de modifier ses choix et de corriger ses erreurs éventuelles ;
- la confirmation de la commande (étape « du deuxième clic ») c'est-à-dire l'acceptation véritable de l'offre et donc la conclusion du contrat.

Cependant, lorsque le contrat est conclu à la suite d'un échange de courriers électroniques, il n'est pas nécessaire de respecter toute cette procédure (article 1369-6 du Code civil).

L'inexécution du contrat en cas d'impossibilité de livrer

Si vous ne pouvez pas livrer car le produit est indisponible : il faut en informer le client et

- le rembourser dans un délai de 30 jours
- lui proposer clairement un produit d'une qualité et d'un prix équivalents.

Si vous ne pouvez pas livrer pour cause de force majeure, intempéries ou autres circonstances qui ne sont pas de votre fait, vous pourrez, en cas de contentieux, invoquer la force majeure. Mais il faut savoir qu'elle est rarement admise. Si une telle situation se présentait, il faudrait rechercher un autre moyen de satisfaire le consommateur.

Que risquez-vous si vous n'exécutez pas le contrat ?

Vous êtes responsable de la bonne exécution du contrat. Si vous ne respectez pas vos engagements, le client pourra vous demander réparation de son préjudice et notamment des dommages-intérêts sans avoir à démontrer que vous avez commis une faute.

Par ailleurs l'article 15 de la LCEN a instauré pour le vendeur à distance une « **responsabilité de plein droit** » c'est-à-dire que vous êtes responsable de la bonne exécution du contrat tout au long de la chaîne de commande-transport-livraison.

Le **cas de force majeure** (un fait irrésistible et imprévisible) ou bien la **faute du consommateur** lui-même sont seuls susceptibles de vous exonérer de cette responsabilité.

Tout au long de l'année : la réduction de prix

Vous pouvez **informer le consommateur des réductions de prix** par le biais d'une **publicité**. Le pourcentage de réduction doit être chiffré et la remise faite par rapport à un prix de référence strictement défini par la réglementation (arrêté du 31 décembre 2008 relatif aux annonces de réduction de prix à l'égard du consommateur).

Sur les sites non marchands, il faut indiquer :

- **l'importance de la réduction du prix** ;
- les produits ou services concernés ;
- **la période pendant laquelle elle s'exerce**, les produits ou services devant alors être disponibles pendant toute cette période, ou **la date de début de l'opération accompagnée de l'importance des quantités** offertes au début de la période de promotion, ou la mention « **jusqu'à épuisement des stocks** » (la publicité devant alors cesser avec l'épuisement des stocks).

Sur les sites marchands, il faut indiquer, pour chaque produit ou service :

- **le prix réduit**
- **et le prix de référence.**

Cas particulier : quand un taux unique de remise est pratiqué pour des produits ou services parfaitement identifiés, le prix réduit peut ne pas être indiqué sur chaque produit, à condition de l'indiquer clairement (par exemple : -30 % sur prix indiqué pour toutes les chemises).

Le prix de référence peut être, (article 2 de l'arrêté du 31 décembre 2008) :

- soit le prix le plus bas pratiqué dans les trente derniers jours avant la publicité pour un article ou une prestation similaire sur le même site de vente à distance ;
- soit le prix conseillé par le fabricant ou l'importateur du produit et couramment pratiqué par les autres distributeurs du produit ;
- soit le dernier prix conseillé par le fabricant ou l'importateur dans les conditions fixées pour les sites de vente spécialisés dans le déstockage.

Les offres spécialement adressées à certains consommateurs, par exemple, les réductions liées à l'âge, à la possession d'une carte de fidélité ou autre, doivent **apparaître sur votre site internet ainsi que les conditions préférentielles** accordées à cette occasion.

Textes applicables

- code de la consommation - articles L.111-1 et 2 – obligations d’information du consommateur
 - articles L.121-1 et suivants - pour les pratiques trompeuses
 - articles L.121-18 et L.121-19 – vente de biens et services à distance
 - articles L.122-11 à L.122-15 - pour les pratiques agressives
 - article L.121-20 - droit de rétractation
- code du commerce - article L.310-3 – soldes et ventes réglementées
- code civil – article 1369-4 et 5 – régime du contrat de vente conclu sur internet

Les éléments ci-dessus sont donnés à titre d'information. Ils ne sont pas forcément exhaustifs et ne sauraient se substituer à la réglementation applicable.

Pour tout renseignement complémentaire, reportez-vous aux textes applicables ou rapprochez-vous de la direction départementale de la protection des populations (DDPP) ou de la direction départementale de la cohésion sociale et de la protection des populations (DDCSPP) de votre département.

Actualisation en octobre 2013