

Réglementation et protection du consommateur : le commerce électronique à l'âge adulte

Par Fabrice Naftalski, Avocat Associé, Ernst & Young, société d'avocats

Signe de maturité et contrairement aux idées reçues, le commerce électronique est sans doute aujourd'hui plus réglementé que le commerce offline. Cette évolution était sans doute nécessaire pour surmonter la méfiance de l'internaute français, peu habitué à l'éloignement géographique de son prestataire ou vendeur et à l'absence de contact direct avec le produit. Le nom donné par le législateur au texte français de transposition de la directive sur le commerce électronique, Loi « pour la confiance dans l'économie numérique » du 21 juin 2004 (ci-après « LCEN ») était emblématique de cet embarras.

La LCEN définit le commerce électronique comme « l'activité économique par laquelle une personne propose ou assure à distance et par voie électronique la fourniture de biens ou de service ». Cette définition est large et appréhende les sites qui se contentent de présenter des services sans même les commercialiser directement (sites d'informations en ligne, outils de recherches même non rémunérés). Ainsi, les acteurs économiques utilisant Internet comme vecteur de communication se doivent de respecter la réglementation applicable au commerce électronique. Or, force est de constater que les règles applicables, dont voici un premier aperçu, sont nombreuses, éparées (en termes de sources) et sévèrement sanctionnées :

- certaines règles visent à la protection des données à caractère personnel transmises par internet comme la loi Informatique et Libertés. Leur violation expose son auteur à des sanctions administratives décidées par la CNIL et pénales ;
- d'autres règles visent à protéger l'internaute consommateur, il s'agit de dispositions du code de la consommation, notamment celles relatives à la vente à distance qui prévoient des mentions d'information à l'intention du consommateur qui s'ajoutent à celles prévues par la LCEN visant à informer tout utilisateur avant, pendant et après la conclusion du contrat en ligne ;
- certaines règles visent à la protection des droits d'auteur (la reproduction non autorisée de contenus expose son auteur aux sanctions de la contrefaçon) ;
- le droit des sociétés considère aussi une page web comme un document commercial, imposant corrélativement des mentions supplémentaires sur le cybercommerçant dont l'absence est sanctionnée par une amende de 750 euros par mention manquante ;
- le droit de la presse s'applique aussi avec une responsabilité éditoriale pour l'éditeur du site qui s'apparente à celle du directeur de publication en matière de presse écrite.

La protection du consommateur à l'ère du numérique, préoccupation majeure du législateur communautaire et français, s'articule notamment autour des mentions d'information précontractuelles (sur l'identité du cybervendeur, les caractéristiques des produits et services, le prix ...), des règles sur la livraison et de transfert du risque, de délais de réflexion/rétractation permettant au consommateur de renoncer à la commande (l'article L 121-1 du code de la consommation prévoit ainsi un délai de rétractation de 7 jours francs porté à 3 mois quand les informations nécessaires à la conclusion du contrat n'ont pas été fournies). La Commission a également annoncé le 8 octobre dernier une proposition de directive pour unifier la protection du consommateur à l'échelle de l'Union Européenne, les Etats membres ayant ajouté de manière peu concertée des règles différentes depuis la transposition des directives en vigueur promulguées pour la plupart avant 2000.

A titre d'illustration, le projet de Directive préconise l'instauration, à l'échelle communautaire d'un délai de réflexion unique applicable en matière de vente sur internet, par téléphonie mobile ou sur catalogue de quatorze jours civils pendant lequel le consommateur pourrait changer d'avis et l'introduction d'un formulaire type de rétractation. A l'heure actuelle les délais de réflexion varient de 7 à 15 jours selon le pays de l'Union européenne concerné.

Ils sont de surcroît différents selon le type de service concerné, ainsi en France le délai de 7 jours francs précité n'est pas applicable aux services financiers (produits financiers et d'assurance) puisque l'article L.121-20-12 du Code de la consommation stipule un délai de principe de 14 jours avec une série d'exceptions (par exemple pour les contrats d'assurance vie).

En synthèse, ces textes imposent à toute personne qui exerce une activité de commerce électronique un

certain nombre d'obligations, notamment d'information et de comportement (par exemple pour la conclusion du contrat en ligne) dont l'identification et le respect peuvent s'avérer complexes dans un contexte de surveillance accrue des régulateurs (CNIL, DGCCRF...).

Dans ces conditions, un audit juridique du site et la rédaction appropriée de conditions générales d'utilisation sont souvent des incontournables pour sécuriser le cybercommerçant dans un environnement réglementaire de plus en plus complexe et exigeant.

Pour en savoir plus:

http://ec.europa.eu/consumers/overview/cons_policy/index_en.thm
www.foruminternet.org

<< [Retour au sommaire](#)

 [Télécharger le PDF de l'article](#)

PRES@JE.COM

Une publication de l'association PRES@JE

(Prospective, Recherche et Etudes Sociétales Appliquées à la Justice et à l'Economie)

Siège social : 2 avenue Hoche 75008 Paris - Courrier : 30 rue Claude Lorrain 75016 Paris

Tél. 01 46 51 12 21 - E-mail : contact@presaje.com - www.presaje.com

Directeur de la publication : Michel Rouger