



**MINISTÈRE
DE L'ÉCONOMIE,
DES FINANCES
ET DE LA SOUVERAINETÉ
INDUSTRIELLE ET NUMÉRIQUE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Guide du vendeur e-commerce

DG CCRF

Direction générale de la
concurrence, de la consommation
et de la répression des fraudes

Le présent guide a vocation à s'adresser principalement aux entrepreneurs dans le e-commerce mais également aux artisans et professions libérales dans leurs relations avec les prestataires de services de plus en plus nombreux dans le domaine du e-commerce.

Le e-commerce est souvent pour ces entreprises un univers technologique et juridique peu ou mal connu. Ceci est d'autant plus vrai qu'il obéit à un ensemble de réglementation très spécifique issu en partie du droit européen.

Ce guide a pour objectif d'apporter aux entreprises des informations utiles à la mise en place d'une activité en ligne, du démarrage de celle-ci à son développement.

D'une part, il existe certaines règles spécifiques au commerce électronique que le commerçant qui démarre une telle activité doit connaître. D'autre part, certaines pratiques du commerce traditionnel se retrouvent sur la toile. Il s'agit par exemple de l'apparition de nouveaux intermédiaires dans les relations entre les PME et certains prestataires. Pour des PME mal informées il peut être difficile de gérer les relations avec ces nouveaux intervenants.

L'objectif de ce guide est d'informer les TPE/PME, les artisans, les petits commerçants et professions libérales qui souhaiteraient se développer sur internet aussi bien sur les moyens d'y accéder que sur les usages qui y sont associés.

04	ÉTAPE 1 : Créer une boutique en ligne
04	La création d'un site
08	Droit de propriété intellectuelle
10	ÉTAPE 2 : Respecter les règles applicables aux relations commerciales entre professionnels
	<ul style="list-style-type: none">• Les conditions générales de vente (article L. 441-6 du code de commerce)• Les règles de facturation
13	ÉTAPE 3 : Respecter les règles applicables aux relations entre professionnels et consommateurs - (relations B to C)
	<ul style="list-style-type: none">• L'exercice des pratiques commerciales – Règles générales• Les obligations d'information du consommateur propres à la vente sur internet• Qu'est-ce que le droit de rétractation ?• Le régime du contrat de vente conclu par internet• Le délai de livraison• La résiliation en ligne des contrats• Tout au long de l'année: la réduction de prix• Deux fois par an: les soldes
25	ÉTAPE 4 : Utiliser les voies de recours en cas de problèmes
25	Informers les services de l'État
26	Les voies judiciaires



ÉTAPE 1 — Créer une boutique en ligne

La création d'un site

Pour démarrer une activité de commerce électronique, la première étape est la création du site internet.

Comment exister sur internet ?

Aujourd'hui, il peut être important d'apparaître sur la toile, car pour beaucoup de consommateurs, c'est une source naturelle et privilégiée d'information, notamment parce que les sites sont accessibles 7 jours sur 7 et 24 heures sur 24.

Pour le commerçant, c'est une nouvelle vitrine qui peut accroître sa clientèle et lui permettre d'interagir avec ses clients, de les tenir informés rapidement (nouvelles offres, rabais, etc.).

On peut créer deux types de sites internet :

- soit créer une simple vitrine du magasin sur internet, dans ce cas, le site sera non marchand et sera dit « passif » ;
- soit ouvrir une boutique en ligne, permettant au client d'acheter directement sur internet, et ainsi faire du commerce électronique (ou e-commerce) et dans ce cas le site sera marchand et sera dit « actif ».

Bien entendu, dans le cadre d'une boutique en ligne, il faudra prévoir une organisation logistique supplémentaire pour répondre aux exigences du commerce électronique (lire délais de livraison, page 20).

La nature même du site internet entraîne des spécificités en matière de propriété intellectuelle et de fiscalité.

Choix d'un prestataire

Il convient d'être très vigilant lors de la conception du « pack » de création du site.

La création du site est une étape très technique. Il peut donc être utile de recourir à un professionnel qui maîtrisera la réalisation et sa mise en ligne.

Créer un site ce n'est pas uniquement créer une interface qui soit accessible par tous sur internet. Il convient, dans l'établissement du cahier des charges, de veiller à ce que le site soit opérationnel, facile à actualiser (mise à jour des prix, des produits, des informations) et aisément repérable sur la toile par des clients potentiels.

En effet, l'opération de création du site confiée à un professionnel comporte également son référencement auprès d'un moteur de recherche, sa maintenance technologique en cas de dysfonctionnement, voire même la maintenance sur le contenu pour permettre de modifier les pages web.

Il faut ainsi veiller à faire préciser dans le contrat, ou à vérifier dans les CGV :

- qui assure les prestations de référencement et de maintenance ;
- à quelles conditions ;
- pour quel prix : si la prestation de création du site est présentée comme gratuite, qu'en est-il des autres services proposés (référencement, maintenance, etc.) ;
- pour combien de temps : une durée de plusieurs années avec une clause de tacite reconduction peut représenter un investissement non négligeable ;
- quels sont les moyens prévus pour mettre un terme à la relation contractuelle. Quels droits et obligations sont stipulés dans le contrat, pour vous et pour votre prestataire ?

Faites jouer la concurrence pour créer votre site

Les professionnels que vous sollicitez ou qui vous sollicitent directement par démarchage auront recours à plusieurs arguments pour vous vendre leur produit ou prestation, tels que l'accroissement ou la fidélisation de la clientèle de votre entreprise, le renforcement de son attractivité et de sa visibilité.

Une façon d'opérer très courante notamment chez les prestataires de sites internet/agences web est le démarchage en cycle court. Le commercial a pour objectif de n'effectuer qu'une seule visite qui doit s'achever par la signature d'un contrat, d'où le nom de "one shot" (une visite = un contrat).

Par principe, il est préférable de faire appel à la concurrence. Même si vous êtes intéressé par la prestation qui vous est proposée, n'hésitez pas à contacter d'autres prestataires du secteur et comparez ce qu'ils vous proposent pour choisir celui qui répondra le mieux à vos attentes.

Consultez les fédérations professionnelles. Avant de signer, prenez connaissance de ce qui est dit sur le prestataire que vous venez de rencontrer.

Les précautions à prendre avant de signer

Les contrats qui vous sont proposés peuvent comporter des engagements importants qui n'apparaissent pas toujours clairement.

Ne signez pas sans vous donner le temps de lire attentivement le contrat. Si une offre correspondant à vos attentes vous est présentée et que vous avez décidé de signer, prenez d'abord connaissance du contrat dans son intégralité. Chaque clause est importante, veillez à toutes les lire, y compris les dispositions figurant en petits caractères et qui sont peu lisibles. De même, si le commercial vous laisse penser que l'offre qu'il vous fait n'est valable que le jour même, ne vous laissez pas convaincre de donner un accord immédiat.

Sachez qu'une offre de prestation de site internet présentée comme gratuite, mais qui en réalité vous engage financièrement sur plusieurs années pour des prestations de maintenance, constitue une pratique commerciale trompeuse prévue aux articles L.121-2 et L.121-5 du code de la consommation (lire page 14).

Vigilance supplémentaire à apporter : de plus en plus fréquemment, des contrats sont cédés à des sociétés de financement (contrat de crédit-bail). Veillez à interroger le commercial sur une éventuelle cession de votre contrat. En effet, la clause prévoyant cette cession peut ne pas figurer dans le contrat mais se trouver dans un autre document dont vous n'auriez pas pris connaissance.

Dans ce cas de figure, si le prestataire avec lequel vous contractez fait faillite, vous restez lié à la société de crédit-bail à laquelle votre contrat a été cédé pour toute la durée du contrat restant à courir. Ainsi, la société de crédit-bail va continuer à vous réclamer des mensualités que vous devrez acquitter même si vous cessez de bénéficier des services du prestataire avec lequel vous avez contracté.

Un contrat comporte un objet et engage les deux parties. Assurez-vous donc avant de signer que l'objet du contrat est précis et correspond à vos besoins (contenu et usage) et que le professionnel s'engage pleinement à remplir cet objectif.

Lisez avec attention les conditions de résiliation du contrat : bien souvent en cas de résiliation anticipée, des pénalités, voire la totalité du solde peuvent vous être réclamées.



Une fois que vous avez signé

Si vous avez contracté, vérifiez, avant de signer le bon de livraison, que le site est conforme à vos attentes et que le prestataire a rempli ses obligations. La non-exécution du contrat peut entraîner sa résiliation (cf. arrêt Cour d'appel de Bordeaux du 15 février 2012), ainsi que la nullité du contrat de location financière qui lui est associé (Cour de Cassation Ch. mixte du 17 mai 2013).

Souvent conclu pour une longue durée (48 mois en moyenne), ce type de contrat peut prévoir en outre une tacite reconduction (sur 1 ou 2 ans). N'oubliez pas de manifester votre volonté de le résilier, dans les délais (3 mois le plus souvent) et selon les formalités prévues au contrat.

Droit de propriété intellectuelle

Propriété intellectuelle et cession de droits

Lorsque vous confiez la création de votre site internet à un prestataire, il établit l'identité visuelle du site: l'architecture technique (mise en forme des pages, arborescence, navigation, fonctionnalités, applications), la charte graphique, la création d'un logo si nécessaire, de pictogrammes, etc.). Il réalise des créations graphiques et des contenus éditoriaux et détient de ce fait des informations capitales sur le fonctionnement du site (codes sources, programmes grâce auxquels le site fonctionne, etc.).

La conception du site web ainsi que ses éléments constitutifs sont reconnus comme étant des œuvres de l'esprit protégées par le droit d'auteur, en vertu des articles L 111-1 et suivants du code de la propriété intellectuelle.

C'est donc le prestataire lui-même qui est titulaire de ces droits de propriété intellectuelle, à moins qu'il en soit convenu autrement dans un contrat écrit (pour plus d'informations vous pouvez consulter le site de l'Institut national de la propriété intellectuelle à l'adresse suivante: www.inpi.fr).

Ainsi, si vous décidez ultérieurement de rompre vos relations avec le prestataire, et que vous n'avez pas conclu en votre faveur un contrat de cession de tous les droits de propriété intellectuelle se rattachant à la conception de votre site, sachez qu'il conservera ses droits sur les éléments qu'il a créés pour vous et pourra donc les réutiliser.

Cela signifie que vous ne pourrez pas reprendre, reproduire, modifier, utiliser dans le cadre de votre activité professionnelle ces éléments sans vous rendre coupable d'un acte de contrefaçon (article L. 335-2 et suivants du code de la propriété intellectuelle).

Souvent, les prestataires, qui n'ont pas informé leur client sur l'existence de ces droits d'auteur, leur demandent à la sortie du contrat une somme importante pour leur céder ces droits.

La cession des droits d'auteur

Pour éviter ces mauvaises surprises, vous pouvez demander à votre prestataire qu'il vous cède ses droits sur les éléments de votre site et ce dès la conclusion du contrat. Cette cession des droits est prévue par la loi (article L.131-3 du code de la propriété intellectuelle) qui l'encadre de manière stricte.

En effet, l'acte de cession doit :


- comporter une mention distincte pour chaque droit cédé;
- délimiter l'étendue et la destination du domaine d'exploitation des droits cédés;
- et délimiter la cession dans le temps et dans l'espace.

Cette cession peut être totale ou partielle (ne porter que sur certains éléments). Pour éviter tout désagrément, une cession totale sur l'ensemble du site et pour une durée indéterminée est la solution la plus judicieuse.

Le nom de domaine

Pour créer un site internet, le prestataire va acheter un nom de domaine. Il faudra alors veiller à ce qu'il vous fasse apparaître comme le contact administratif associé à ce nom de domaine.

À défaut, le nom de domaine ne vous appartiendrait pas. Pire encore, le prestataire pourrait vous réclamer de l'argent pour vous revendre votre propre nom de domaine !



ÉTAPE 2 — Respecter les règles applicables aux relations commerciales entre professionnels

Des règles spécifiques relatives aux conditions générales de vente et à la facturation doivent être observées.

Les conditions générales de vente (article L. 441-1 du code de commerce)

Les conditions générales de vente (CGV) constituent le socle unique de la négociation commerciale. Leur rédaction n'est pas obligatoire, mais elle est recommandée.

Si vous en avez établi, vous devez les fournir à tout acheteur de produits ou demandeur de prestations de service qui en fait la demande.

Elles doivent comporter un certain nombre de mentions obligatoires.

- les éléments de détermination du prix tels que le barème de prix unitaire et les éventuelles réductions de prix ;
- Les CGV sont communiquées par le vendeur par tout moyen constituant un support durable et sont le socle de la négociation commerciale. Dans le cadre de cette négociation, les parties peuvent convenir de conditions particulières de vente qui ne sont pas soumises à l'obligation de communication.



Les conditions de règlement (article L.441-10-II du code de commerce)

Elles doivent préciser les conditions d'application, le taux d'intérêt des pénalités de retard exigibles le jour suivant la date de règlement figurant sur la facture ainsi que le montant de l'indemnité forfaitaire pour frais de recouvrement dans le cas où les sommes dues sont réglées après cette date.

Sauf disposition contraire qui ne peut toutefois fixer un taux de calcul des pénalités inférieur à trois fois le taux d'intérêt légal, ce taux est égal au taux d'intérêt directeur appliqué par la Banque centrale européenne à son opération de refinancement la plus récente, majoré de 10 points de pourcentage. Dans ce cas, le taux applicable pendant le premier semestre de l'année concernée est le taux en vigueur au 1er janvier de l'année en question. Pour le second semestre de l'année concernée, il s'agit du taux en vigueur au 1er juillet de l'année en question (exemple: taux d'intérêt directeur de 2,5 % au 1er janvier 2023 + 10 points = 12,5% pour le premier semestre 2023).

Les pénalités de retard sont exigibles sans qu'un rappel soit nécessaire.

Sanctions en cas de non-communication de ces informations

Le professionnel qui ne respecte pas cette obligation de communication s'expose à une amende administrative dont le montant ne peut excéder 15 000 € pour une personne physique et 75 000 € pour une personne morale (article L. 441-1- IV du code de commerce).

En outre, encourt une amende administrative de 75 000 € pour une personne physique et 2 millions d'€ pour une personne morale, le professionnel qui n'indiquerait pas dans les conditions de règlement les mentions légales précisées ci-dessus ou qui fixerait un taux ou des conditions d'exigibilité des pénalités de retard non conformes aux prescriptions également précisées ci-dessus (article L. 441-16 du code de commerce).



Les règles de facturation

Quelles opérations facturer ?

Il est obligatoire de facturer toutes les opérations conclues avec d'autres professionnels (activités de production, de distribution et de service). La facturation est réglementée à l'article L. 441-9, du code de commerce.

Qui doit remettre la facture ?

C'est le vendeur du bien ou de la prestation de service qui doit délivrer une facture conforme aux prescriptions légales à l'acheteur professionnel.

À quel moment doit-elle être délivrée ?

La délivrance de la facture a lieu dès la réalisation de la vente ou de la prestation de service au sens du 3 du I de l'article 289 du code général des impôts. C'est au vendeur de la remettre, et au client de la réclamer.

Chaque partie doit garder en sa possession un exemplaire du document.

Que doit mentionner la facture ?

- le nom des parties ;
- l'adresse des parties et leur adresse de facturation si elle est différente ;
- la date de la transaction ;
- la date du règlement ;
- la quantité et la dénomination précise du produit vendu ou du service effectué ;
- le prix unitaire hors TVA et le prix total (prix de vente x quantité) ;
- toute réduction de prix acquise à la date de la vente ou de la prestation de service et directement liée à cette opération ;
- les conditions d'escompte si le paiement est antérieur à la date résultant des conditions générales de vente ;
- le taux des pénalités exigibles le jour suivant la date de règlement inscrite sur la facture ;
- le montant de l'indemnité forfaitaire pour frais de recouvrement due au créancier en cas de retard de paiement ;
- le numéro du bon de commande lorsqu'il a été préalablement établi par l'acheteur.



Les sanctions du non-respect des règles de facturation

Les manquements aux obligations prévues en matière de facturation sont constitutifs d'un délit puni d'une amende de 75 000 € pour les personnes physiques et de 375 000 € pour les personnes morales. Cette amende peut être portée à 50 % de la somme facturée ou qui aurait dû être facturée.



ÉTAPE 3 — Respecter les règles applicables aux relations entre professionnels et consommateurs (relation B to C)

Il s'agit ici de préciser quelles sont les règles générales relatives à l'exercice des pratiques commerciales, quelles sont les obligations d'information à l'égard du consommateur, quelles sont les dispositions spécifiques applicables aux contrats conclus à distance et quelles sont les règles spécifiques relatives aux soldes et à la réduction des prix.

L'exercice des pratiques commerciales – règles générales

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

Une pratique est déloyale quand :

- elle ne respecte pas les usages de la profession ;
- elle altère ou est de nature à altérer, de manière substantielle, le comportement économique de ce consommateur.

En clair, une pratique commerciale est déloyale quand elle amène, ou peut amener le consommateur à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement. Il existe deux catégories de pratiques commerciales déloyales :

- les pratiques trompeuses (articles L.121-2 à L.121-4 du code de la consommation) ;
- les pratiques agressives (articles L.121-6 et L.121-7 du code de la consommation).

Qu'appelle-t-on une pratique commerciale trompeuse ?

Une pratique commerciale est trompeuse quand elle a pour effet d'induire en erreur le consommateur, de créer une confusion dans son esprit ou de lui dissimuler certaines informations sur le produit proposé.

La loi a prévu une liste de 22 pratiques qui sont présumées trompeuses (article L.121-4 du code de la consommation). Parmi celles-ci, on en retiendra certaines qui peuvent vous concerner et qu'il faudra veiller à éviter :

- afficher un certificat, un label de qualité ou un équivalent sans avoir obtenu l'autorisation nécessaire ;
- proposer l'achat de produits et ensuite refuser de prendre des commandes concernant ce produit, de les livrer ou de les fournir dans un délai raisonnable ;
- de déclarer faussement qu'un produit ou un service ne sera disponible que pendant une période très limitée ou sous des conditions particulières pour obtenir une décision immédiate et priver le consommateur d'une possibilité ou d'un délai suffisant pour opérer un choix en connaissance de cause ;
- décrire un produit ou un service comme étant « gratuit », « sans frais », « à titre gracieux » ou autres termes similaires si le consommateur doit payer quoi que ce soit d'autre que les coûts inévitables de réponse (téléphonique ou postale) ou de prise de possession ou de livraison de l'article.

Qu'appelle-t-on une pratique commerciale agressive ?

Une pratique commerciale est agressive lorsque du fait de sollicitations répétées et insistantes ou de l'usage d'une contrainte physique ou morale :

- elle altère ou est de nature à altérer de manière significative la liberté de choix d'un consommateur ;
- elle vicie ou est de nature à vicier le consentement d'un consommateur ;
- elle entrave l'exercice des droits contractuels d'un consommateur.

Ce type de comportement concerne moins les activités de commerce électronique, mais notez que le fait de se livrer à des sollicitations répétées et non souhaitées par téléphone, télécopieur ou courrier électronique est une pratique agressive (article L. 121-7 du code de la consommation).



Les sanctions des pratiques commerciales trompeuses ou agressives

Le fait de mettre en oeuvre une pratique trompeuse ou agressive est puni d'un emprisonnement de deux ans et d'une amende de 300 000 €.

Les personnes physiques déclarées coupables encourent également des peines complémentaires prévues aux articles L.132-3 et 132-12 du code de la consommation, notamment l'interdiction d'exercer une activité commerciale, pour une durée maximale de cinq ans.

Les obligations d'information du consommateur propres à la vente sur internet

La vente par voie électronique impose certaines obligations supplémentaires par rapport à la vente classique. Ces obligations concernent notamment l'information à fournir au consommateur tant à la phase précontractuelle qu'au cours de la phase contractuelle.

Les informations à fournir au consommateur au moment de l'offre

Vous devez fournir au consommateur les informations précontractuelles mentionnées par l'article L.221-5 et R.221-2 du code de la consommation. Ainsi vous devez notamment communiquer aux consommateurs, de manière lisible et compréhensible :

- lorsqu'il existe, les conditions, le délai et les modalités d'exercice du droit de rétractation ainsi que le formulaire type de rétractation (lire le droit de rétractation page 17) ;
- le fait que le consommateur supporte les frais de renvoi du bien en cas de rétractation et, pour les contrats à distance, le coût de renvoi du bien lorsque celui-ci, en raison de sa nature, ne peut normalement être renvoyé par la poste ;
- l'information sur l'obligation du consommateur de payer des frais lorsque celui-ci exerce son droit de rétractation d'un contrat de prestation de services dont il a demandé expressément l'exécution avant la fin du délai de rétractation ;
- le cas échéant, l'information selon laquelle le consommateur ne bénéficie pas d'un droit de rétractation ou, les circonstances dans lesquelles il le perd ;
- les informations relatives aux coordonnées du professionnel.

De plus, vous êtes tenus d'indiquer à vos clients la date ou le délai auquel vous vous engagez à livrer le bien ou à réaliser la prestation de service.

L'offre proposée par la voie électronique doit également énoncer (article 1127-1 du code civil) :

- 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.

Les autres informations à fournir au consommateur tant sur les sites « marchands » que sur les sites « vitrines »

- Tant les sites « marchands » que les sites « vitrines » relèvent du commerce électronique défini par **la loi pour la confiance en l'économie numérique (LCEN) n° 2004-575 du 21 juin 2004**. Dès lors, les informations telles que l'adresse de la société, sa raison sociale, son numéro de téléphone, son n° Siren, son n° de TVA, etc., doivent être indiquées sur votre site internet.
- L'article R.616-1 du code de la consommation précise qu'en application de l'article L. 616-1 du même code, en tant que professionnel, vous devez communiquer au consommateur les **coordonnées du ou des médiateurs de la consommation dont vous relevez**, en inscrivant ces informations de manière visible et lisible sur votre site internet, qu'il s'agisse d'un site « marchand » ou d'un site « vitrine ». Vous devez dans ce cadre également préciser **l'adresse du site internet du ou de ces médiateurs**. Afin de connaître les modalités d'adhésion au dispositif de médiation de la consommation, obligatoire pour tous les professionnels susceptibles de conclure avec des consommateurs des contrats de vente ou de prestation de service, vous pouvez utilement consulter la page suivante : <https://www.economie.gouv.fr/mediation-conso/vous-etes-professionnel>.

Qu'est-ce que le droit de rétractation

C'est le droit octroyé au consommateur de revenir sur sa volonté de contracter (article 1122 code civil). Pour la vente en ligne, l'instauration d'un droit de rétractation vient pallier le fait que le consommateur n'a pas vu le produit avant de conclure le contrat. Il est prévu par les articles L.121-18 à L.121-29 du code de la consommation. Ces dispositions sont d'ordre public et toute clause par laquelle le consommateur abandonne son droit de rétractation est nulle (L. 242-3 code de la consommation). Ce délai est de **quatorze jours francs**.

Dans quels cas s'applique t-il ?

Le droit de rétractation s'exerce notamment dans les **contrats conclus à distance entre un professionnel et un consommateur**. Pour un contrat à distance, conclu entre deux professionnels, cette faculté de rétractation n'existe pas.

Toutefois, il est exclu dans certains cas prévus par la loi (article L.221-28 du Code de la consommation): biens confectionnés selon les spécifications du consommateur ou nettement personnalisés, biens périssables ou encore prestations de services d'hébergement, de transport, de biens d'activité de loisirs et de restauration devant être fournis à une date ou selon une périodicité déterminée, etc. Ces exceptions sont à interpréter restrictivement.

Quand informer le client sur l'existence ou l'absence de ce droit ?

L'information précontractuelle doit préciser l'existence ou l'absence du droit de rétractation.

Quand le client va conclure le contrat, vous devez impérativement lui communiquer les conditions et les modalités d'exercice de ce droit (point de départ et durée du délai de rétractation, remboursement du produit, paiement des frais de retour, etc.) ainsi qu'un formulaire-type de rétractation (article L.221-5).

Si vous ne fournissez pas ces informations, le délai de rétractation est prolongé de douze mois. Si au cours de cette période vous donnez au client les informations prévues par la loi, un nouveau délai de quatorze jours court à compter de la date à laquelle vous aurez satisfait à l'obligation de communication.

À partir de quand le délai de quatorze jours court-il ?

Le consommateur bénéficie d'un délai de quatorze jours pour se rétracter à partir du lendemain de la réception du bien pour les ventes de biens et à partir du lendemain de l'acceptation du contrat dans le cas des prestations de service. Quand le délai expire un samedi, un dimanche ou un jour férié, il est prorogé jusqu'au jour ouvrable suivant. Par exemple: en cas de réception du bien le 10 janvier, le délai de rétractation court du 11 au 24 janvier inclus. À compter du 25, la rétractation n'est donc plus possible.

Si le 24 est un samedi, le délai court jusqu'au lundi 26.

Le consommateur doit-il justifier la mise en œuvre du droit de rétractation ?

Le droit de rétractation s'exerce sans motif: vous ne pouvez pas imposer au consommateur de justifier des raisons pour lesquelles il exerce son droit de rétractation. En cas de difficulté, il reviendra toutefois au consommateur de prouver qu'il s'est rétracté par l'envoi du formulaire type ou de toute déclaration dénuée d'ambiguïté.

Les sanctions en cas de non-respect de l'obligation d'information précontractuelle liée au droit de rétractation

Il est encouru une amende administrative de 15000 € maximum pour une personne physique et de 75000 € pour une personne morale.

Comment doit se présenter le formulaire de rétractation ?

Lorsque le délai de rétractation existe, un formulaire doit être communiqué au consommateur. Il permet au consommateur de s'identifier, avec son nom et son adresse, d'identifier sa commande et de préciser la date de la rétractation. Toutefois, le consommateur n'est pas obligé d'utiliser ce formulaire-type pour se rétracter et pourra toujours se rétracter par une déclaration dénuée d'ambiguïté exprimant sa volonté de se rétracter.

Quelles sont les conséquences de la rétractation du consommateur ?

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

1 - Vous êtes tenus de rembourser le bien (et ses frais de livraison initiaux) au plus tard dans les quatorze jours suivant la rétractation de votre client ou après récupération des biens ou fourniture d'une preuve de réexpédition de ces biens si celle-ci intervient avant. Le remboursement doit se faire par le moyen de paiement de la transaction initiale.

2 - Si vous n'organisez pas vous-même la récupération des biens, le consommateur est tenu de vous renvoyer le bien dans les quatorze jours à compter de la transmission de sa décision de se rétracter du contrat, en prenant à sa charge les frais de retour, ce dont vous êtes tenu de l'informer. A défaut d'en avoir été informé, il n'est pas tenu au paiement de ces frais.

Le régime du contrat de vente conclu par internet

La conclusion du contrat

Tout ajout d'un bien ou d'un service, qui représenterait un coût supplémentaire, à l'objet principal du contrat, non consenti expressément par le consommateur, notamment via une case pré-cochée, est interdit (article L 121-17 du code de la consommation). Par exemple, l'ajout d'un abonnement avec des avantages, une option de livraison rapide ou un contrat d'entretien.

Le vendeur doit rappeler au consommateur les termes de sa commande avant que celui-ci ne la passe. Le consommateur doit par ailleurs être informé que le fait de passer sa commande l'obligera à la payer.

Pour éviter toute inattention de la part du consommateur, la fonction qu'il utilisera pour valider sa commande comportera, sous peine de nullité, la mention claire et lisible: « Commande avec obligation de paiement ».

Après la conclusion du contrat, le professionnel devra fournir au consommateur, sur un support durable, au plus tard au moment de la livraison du bien ou avant l'exécution du service, une confirmation du contrat contenant toutes les informations fournies au titre de l'obligation d'information pré-contractuelle dont le formulaire type de rétractation (article L.211-13 du code de la consommation).

L'inexécution contractuelle

- Indisponibilité du produit commandé par le consommateur

Est réputée trompeuse la pratique commerciale qui a pour objet de proposer l'achat de produits ou la fourniture de services à un prix indiqué, et, ensuite, de refuser de présenter aux consommateurs l'article ayant fait l'objet de la publicité.

Ainsi, il convient de s'assurer a priori de la disponibilité des produits offerts à la vente.

- Si vous ne pouvez pas livrer en cas d'un événement de force majeure.

Lorsque vous ne pouvez pas livrer vos clients à temps à cause des intempéries (neige par exemple) ou autres circonstances qui ne sont pas de votre fait, vous pourrez, en cas de contentieux, invoquer la force majeure. Celle-ci est toutefois rarement admise.

Si une telle situation se présentait, il faudrait rechercher un autre moyen de satisfaire le consommateur.

En matière de vente à distance, la loi prévoit que vous êtes responsable de plein droit de la bonne exécution du contrat y compris si vous faites intervenir des prestataires pour exécuter une partie du contrat, par exemple la livraison (L. 221-15 du code de la consommation). Si vous ne respectez pas vos engagements, le client pourra vous demander réparation de son préjudice, notamment en vous demandant des dommages-intérêts sans avoir à démontrer que vous avez commis une faute. Les cas d'exonération/limitation de responsabilité sont limités à la force majeure et à la faute du consommateur.



Le délai de livraison

Dans le cadre des contrats conclus à distance, vous devez impérativement indiquer au consommateur, en l'absence d'exécution immédiate du contrat, la date ou le délai auquel vous vous engagez à livrer le bien ou à exécuter la prestation de service (article L.111-1 du code de la consommation).

En cas de défaut de livraison à la date ou au délai prévu ou, à défaut, au plus tard trente jours après la conclusion du contrat, le client peut vous enjoindre, par un écrit, d'effectuer la livraison ou de fournir le service dans un délai supplémentaire raisonnable. Si vous ne vous êtes pas exécuté dans ce nouveau délai, le client pourra demander, toujours par un écrit, la résolution de la vente. Celle-ci devient effective dès que vous recevez son écrit.

Toutefois, les circonstances qui entourent la signature du contrat ou une demande expresse du client peuvent faire de la date ou du délai prévu une condition essentielle du contrat. Si le client n'est pas livré à cette date ou dans ce délai, il peut annuler immédiatement le contrat (article L.216-2).

En cas de résolution du contrat, vous devez rembourser le consommateur dans les quatorze jours. A noter qu'un retard de remboursement pourra entraîner le paiement de pénalités (L. 241-4 du code de la consommation).

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

La résiliation en ligne des contrats

Tout professionnel qui propose la conclusion de contrats par internet doit mettre à disposition des consommateurs sur son interface en ligne une fonctionnalité permettant à ceux-ci de résilier leurs contrats. En revanche, cette nouvelle modalité de résiliation en ligne des contrats ne modifie pas les conditions prévues par le contrat ou la loi pour pouvoir résilier son contrat.

Les articles L. 215-1-1 et D. 215-1 à D. 215-3 fixent précisément les conditions d'accès et de procédure à suivre pour permettre au consommateur d'effectuer cette résiliation en ligne s'agissant, par exemple, les informations qu'il doit fournir pour identifier le contrat à résilier. Une fois la résiliation notifiée en ligne par le consommateur, le professionnel doit lui confirmer la réception de la notification et l'informer, sur un support durable et dans des délais raisonnables, de la date à laquelle le contrat prend fin et des effets de la résiliation.



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

Comment faire une annonce de réduction de prix ?

Vous pouvez informer le consommateur de votre intention d'effectuer une réduction de prix. Une annonce de réduction de prix doit clairement entendre pour le consommateur une baisse de prix par rapport à un prix antérieur pratiqué.

Vous êtes libre de choisir la manière d'afficher la réduction de prix en tant que telle, par exemple en valeur absolue (-10€), en pourcentage (-15%) ou par prix barré (50€ - ~~100€~~), voire de manière littérale (prix en baisse).

Vous pouvez chiffrer librement le montant de la réduction sous réserve de pouvoir justifier de sa loyauté.

La licéité des annonces de réductions de prix s'apprécie au regard des pratiques commerciales trompeuses. Ainsi, les infractions aux dispositions de l'article L. 112-1-1 du code de la consommation ne sont pas sanctionnées par un texte spécifique mais permettent de caractériser l'élément matériel d'une pratique commerciale trompeuse.

Quelles sont les mentions obligatoires ?

Comme le prévoit l'article L 112-1-1 du code de la consommation, lorsqu'un professionnel annonce une réduction de prix, il doit indiquer le prix antérieur qu'il a pratiqué avant la réduction de prix, entendu comme le prix le plus bas qu'il a pratiqué au cours des 30 jours précédant la réduction. Il ne peut réaliser une annonce de réduction de prix que sur un bien qu'il a précédemment proposé à la vente et par rapport à son prix antérieur. Le décompte des 30 jours s'entend de manière calendaire, c'est-à-dire qu'il comprend tous les jours, y compris les week-ends et jours fériés. Le prix antérieur est le prix le plus bas auquel le bien a été proposé à la vente au cours des 30 jours avant la réduction à l'égard de la clientèle courante.

Dès lors que l'annonce de réduction de prix indiquera, en guise de prix de référence, un prix qui ne correspond pas à la définition qui en est donnée par l'article L. 112-1-1 du code de la consommation, la pratique commerciale est susceptible d'être considérée comme trompeuse dans la mesure où, la réduction de prix étant fautive, le consommateur n'aurait peut-être pas pris de décision commerciale relative au bien ou au service qui fait l'objet de la réduction, s'il avait eu connaissance de la véritable réduction calculée sur la base du prix antérieur défini par la loi.

Ce dispositif d'encadrement des annonces de réduction de prix s'applique lorsqu'une réduction est proposée à l'égard de « tous les consommateurs », c'est-à-dire la clientèle courante, sans avoir à remplir de conditions particulières ou à effectuer de démarches particulières.

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, sous peine de constituer une pratique commerciale trompeuse sur les conditions de la vente, énoncer clairement les conditions dans lesquelles le

consommateur pourra accéder à ces offres préférentielles. Mais dans ce cas, le dispositif d'encadrement d'annonces de réduction de prix prévu à l'article L. 112-1-1 du code de la consommation ne s'applique pas puisque les opérations promotionnelles sont réservées à certains consommateurs.

En revanche, l'article L 112-1-1 du code de la consommation s'applique à ces réductions de prix, si elles sont présentées comme personnalisées alors qu'en réalité elles sont proposées à tous les consommateurs. C'est le cas par exemple lorsque le professionnel met à disposition des codes promotionnels à l'intention de tous les consommateurs sur le site de vente en ligne ou que les promotions consenties dans le cadre de ventes privées sont accessibles à tous les consommateurs qui font une demande de carte de fidélité le jour même.

Deux fois par an: les soldes

Qu'appelle-t-on précisément les soldes ?

Les soldes sont des ventes dites « réglementées » (article L.310-3 du code de commerce). Ce sont des ventes qui vous permettent d'écouler vos stocks de manière accélérée, grâce à des réductions plus ou moins importantes de prix, annoncées par des publicités. L'interdiction de revente à perte ne s'applique pas pendant les soldes.

Quand peuvent-elles avoir lieu ?

Les soldes saisonniers ont lieu au cours de deux périodes annuelles strictement définies : il s'agit de deux périodes de quatre semaines dont les dates sont prévues à l'échelle nationale (soldes d'hiver et soldes d'été) et définies par l'arrêté modifié du 27 mai 2019 fixant les dates et heures de début des soldes ainsi que leur durée en application de l'article L. 310-3 du code de commerce. Les dates dérogatoires prévues pour certains départements ne sont pas applicables aux ventes à distance.

Quelles sont les particularités des produits soldés ?

Les produits soldés doivent avoir été payés et proposés à la vente depuis au moins un mois à la date de début de la période de soldes.

Vous devez clairement identifier comme tels les produits soldés sur le site de vente à distance pour ne pas tromper le client.

Ces produits doivent bénéficier des mêmes conditions de garantie en matière de défauts de fabrication non apparents ou de service après-vente que tout autre article non soldé. Ainsi, en cas de vice caché, vous devrez remplacer ou rembourser le produit. En cas de défaut de conformité identifié dans les 2 ans après l'achat, le vendeur est tenu de vous proposer la réparation ou le remplacement du bien non conforme, ou, en cas d'impossibilité de ces deux options, de vous rembourser le bien.



ÉTAPE 4 — Utiliser les voies de recours en cas de problèmes

Vous vous estimez victime des mauvaises pratiques d'un concurrent ou d'un cocontractant, vous avez des moyens d'agir pour dénoncer ces pratiques, les faire sanctionner et y mettre fin.

Dans un premier temps, vous pouvez informer les services de l'État de ces pratiques. Parallèlement, vous pouvez exercer des recours judiciaires.

Informer les services de l'État

Lorsqu'un de vos partenaires ou de vos concurrents met en œuvre des pratiques qui ne sont pas loyales, vous pouvez dénoncer ces pratiques aux services locaux de la DGCCRF qui peuvent effectuer des contrôles et si nécessaire sanctionner les pratiques illicites :

- la direction régionale de l'économie, de l'emploi, du travail et des solidarités (DREETS) ou si vous vous estimez victime de pratiques déloyales de la part du concepteur de votre site internet, par exemple ;
- la direction départementale de la protection des populations (DDPP) ou la direction départementale de l'emploi, du travail, des solidarités et de la protection des populations (DDETS-PP) lorsque vous constatez des pratiques déloyales à l'égard des consommateurs de la part d'un concurrent (par exemple, non-respect de l'obligation d'information précontractuelle, des règles en matière de promotion ou de soldes).

Par ailleurs, vous pouvez informer la Chambre de commerce et d'industrie (CCI) des pratiques d'un professionnel de votre secteur. Cette institution représente les entreprises de son territoire auprès des pouvoirs publics, elle a ainsi pour mission de faire prendre en compte les besoins des entreprises. Si certaines pratiques ont un impact important sur les professionnels considérés individuellement, elles peuvent également avoir des répercussions économiques sur l'ensemble du secteur, d'où l'intérêt d'en informer les services de la CCI.

Vous pouvez aussi informer l'organisation professionnelle dont vous dépendez des difficultés que vous rencontrez ; celle-ci pourra vous informer, vous guider, vous dire comment défendre vos intérêts et vous protéger.



Les voies judiciaires

Lorsque vous subissez un préjudice du fait des pratiques déloyales mises en œuvre par certains professionnels, vous pouvez agir en justice.

- Devant le tribunal de commerce de votre ressort lorsqu'il s'agit d'un litige commercial avec un autre professionnel.
- Devant les tribunaux judiciaires si vous voulez demander la nullité ou l'annulation du contrat conclu avec un prestataire de service web, pour vice de consentement.
- En portant plainte auprès des services de police ou de gendarmerie si vous pensez être victime d'un délit d'escroquerie.

Les vices de consentement, définis aux articles 1130 et suivants du Code civil

Il s'agit de :

- l'erreur, qui porte sur la substance même de la chose qui en est l'objet ;
- la violence, lorsqu'elle est de nature à faire impression sur une personne raisonnable ;
- le dol lorsque les manœuvres pratiquées par l'une des parties sont telles, qu'il est évident que, sans ces manœuvres, l'autre partie n'aurait pas contracté. Le dol doit être prouvé.

www.economie.gouv.fr/dgccrf



DGCCRF, 59 boulevard Vincent Auriol
75703 Paris CEDEX 13
Tel : 01 44 87 17 17

