

Le cyber contrat de consommation : quelles obligations à la charge des professionnels ?

Le recours des consommateurs au e-commerce ne cesse d'augmenter. Nous vous apportons un éclairage sur les obligations des professionnels vis-à-vis des consommateurs s'agissant des contrats de vente en ligne.

Une étude publiée en 2015 par la FEVAD (Fédération e-commerce et vente à distance indique que sur plus de 160 000 sites marchands, les ventes sur internet ont continué de progresser en 2014 de 11%. Sur l'année 2015, les premiers chiffres rendus sont les suivants :

- le e-commerce a augmenté de plus de 14% ;
- les Français auront dépensé 64,9 milliards d'euros sur internet, un chiffre en hausse de 14,3% sur un an ;
- le nombre de transactions a augmenté de 19% passant de 700 millions en 2014 à 835 millions en 2015.

On le voit, les consommateurs n'hésitent plus, ou de moins en moins, à effectuer leurs achats sur la toile. 62% des français ont acheté en ligne en 2014.

Depuis 2004 et la Loi sur la Confiance dans l'Economie Numérique du 21 juin 2004 (Loi n° 2004-575 dite Loi LCEN), le législateur se soucie de manière croissante de la protection du consommateur qui achète sur Internet. Les obligations du professionnel s'en trouvent accrues. Mais quelles sont-elles exactement ?

Il s'agit, dans cette étude, de faire état des obligations des professionnels vis-à-vis des consommateurs dans le cadre spécifique de contrats de vente conclus via Internet en France, tant s'agissant de l'information précontractuelle à délivrer **(I)** que des conditions spécifiques tenant à la formation du contrat de vente **(II)**.

I. Quelle protection du consommateur dans la phase précontractuelle ?

Dans la phase précontractuelle, les obligations du professionnel concernent principalement l'information du consommateur. Outre [l'obligation générale d'information des consommateurs](#) prévue par les articles L.111-1 et suivants du Code de la consommation, sont applicables les dispositions du Code de la consommation relatives aux contrats conclus à distance.

Le professionnel doit garder en tête que l'offre de contracter qu'il émet sur internet ainsi que la promotion de ses produits ou services ne doivent pas constituer des [pratiques commerciales déloyales](#), [trompeuses](#) ou [agressives](#).

Le professionnel est tenu à une obligation générale d'information précontractuelle du consommateur, qu'il doit a fortiori respecter dans le cadre de la vente en ligne **(A)**. Le professionnel doit également se conformer aux dispositions du Code de la consommation applicables aux ventes à distance **(b)**.

A. L'obligation générale d'information du consommateur :

Les articles L.111-1 et suivants du Code de la consommation imposent au professionnel d'informer le consommateur sur les produits ou services qu'il commercialise et leurs conditions de vente, notamment le prix. Le professionnel doit également indiquer au consommateur les informations le concernant.

Selon l'article L.111-1 du Code de la consommation, le professionnel est tenu de délivrer au consommateur, avant que celui-ci « ne soit lié par un contrat de vente de biens ou de fourniture de services » les informations suivantes :

- **les caractéristiques essentielles du bien ou du service** : la loi ne dit pas ce que sont ces caractéristiques essentielles du produit ou du service. On devine cependant qu'il s'agit ici des informations relatives au produit ou au service, lui permettant de prendre la décision d'achat en toute connaissance de cause.

On peut par ailleurs les rapprocher des « *caractéristiques essentielles du produit ou du service* » définies à l'article L.121-1 du Code de la consommation, relatif aux pratiques commerciales trompeuses : « *ses qualités substantielles, sa composition, ses accessoires, son origine, sa quantité, son mode et sa date de fabrication, les conditions de son utilisation et son aptitude à l'usage, ses propriétés et les résultats attendus de son utilisation, ainsi que les résultats et les principales caractéristiques des tests et contrôles effectués sur le bien ou le service.* » ;

- **le prix du bien ou du service** : c'est l'article L.113-1 du Code de la consommation qui pose le principe de l'information du consommateur en matière de prix. Cette obligation s'applique à tous les produits et services quels que soient leur nature ou le procédé de vente utilisé. ;

- le cas échéant, si le contrat n'est pas exécuté immédiatement, **la date ou le délai auquel le professionnel s'engage à livrer le bien ou exécuter le service** ;

- **les informations relatives au professionnel** (son identité, ses coordonnées postales, téléphoniques et électroniques et ses activités) ;

- **les informations relatives aux garanties légales**, aux fonctionnalités du contenu numérique et, le cas échéant, à son interopérabilité, à l'existence et aux modalités de mise en œuvre des garanties et autres conditions contractuelles ;

- **la possibilité de recourir à un médiateur de la consommation** : depuis le 1er janvier 2016, en application des articles L.151-1 et suivants et R.152-1 et suivants du Code de la consommation, les professionnels doivent informer leurs clients consommateurs de la possibilité qu'ils ont de recourir à la [médiation de la consommation](#) pour régler leurs litiges, mais également communiquer les coordonnées du médiateur compétent.

En application de l'article L.131-1 du Code de la consommation, tout manquement à l'obligation d'information précontractuelle définie par l'article L.111-1 du Code de la consommation est passible d'une amende administrative d'un montant maximum de 3.000 euros, pour une personne physique, et 15.000 euros, pour une personne morale.

En cas de litige, la preuve de la communication de l'ensemble de ces informations appartient au

professionnel .

B. Les règles spécifiques d'information applicables aux contrats de vente à distance conclus avec des consommateurs

La vente en ligne constitue un [contrat de vente à distance](#) au sens du Code de la consommation, lequel le définit comme « *tout contrat conclu entre un professionnel et un consommateur, dans le cadre d'un système organisé de vente ou de prestation de services à distance, sans la présence physique simultanée du professionnel et du consommateur, par le recours exclusif à une ou plusieurs techniques de communication à distance jusqu'à la conclusion du contrat* ». Internet est en effet considéré comme une technique de communication à distance .

Certains contrats sont exclus du champ d'application de ces dispositions dans la mesure où ils font l'objet de dispositions particulières. Sont visés notamment les contrats portant sur les services sociaux, les services de santé, les jeux d'argent ou les services financiers.

1. Contenu des informations :

En application de l'article L.121-17 du Code de la consommation , d'autres informations doivent être communiquées au consommateur par le professionnel, en plus des informations visées aux articles L.111-1 et suivants du Code de la consommation :

- les informations relatives au droit de rétractation accordé au consommateur pour les contrats conclus à distance, lorsque le droit de rétractation est applicable, à savoir :
 - o le professionnel doit mentionner le délai et les modalités d'exercice de ce droit de rétractation. Le professionnel doit également communiquer le formulaire type de rétractation ;
 - o le cas échéant, le fait que le consommateur supporte les frais de renvoi du bien en cas d'exercice de son droit de rétractation ;
 - o l'information sur l'obligation du consommateur de payer des frais s'il exerce son droit de rétractation alors qu'il avait demandé que l'exécution des prestations de services démarre avant la fin du délai de rétractation (pour certains types de contrat de prestations de services seulement) ;
 - o lorsque le délai de rétractation ne peut pas être exercé, l'information selon laquelle le consommateur ne bénéficie pas de ce droit, ou les circonstances dans lesquelles le consommateur perd ce droit ;

ATTENTION : Lorsque ces informations ne sont pas fournies par le professionnel au consommateur, le délai de rétractation initialement de quatorze jours est prolongé de douze mois à compter de l'expiration du délai de rétractation initial .

- les informations relatives aux coordonnées du professionnel ;
- le cas échéant, les informations relatives aux coûts de l'utilisation des techniques de communication, à l'existence de codes de bonne conduite, aux cautions et garanties, aux modalités de résiliation, aux modes de règlement des litiges et aux autres conditions contractuelles.

L'article L.121-19-3 du Code de la consommation renforce cette obligation d'information pour les contrats conclus par voie électronique. En application de ce texte, le professionnel doit rappeler au consommateur, avant qu'il ne passe sa commande, les informations relatives aux caractéristiques essentielles des biens ou des services qui font l'objet de la commande, à leur prix, à la durée du contrat et, s'il y a lieu, à la durée minimale des obligations contractuelles du consommateur.

2. Modalités de communication des informations :

Ces informations doivent être :

- communiquées avant la conclusion du contrat de vente ou de prestation de service ;
- fournies de manière lisible et compréhensible ou mises à disposition par tout moyen adapté à la technique de communication à distance utilisée .

Si la technique de communication à distance utilisée impose des limites d'espace ou de temps pour la présentation des informations, le professionnel peut se contenter de ne fournir que certaines informations (caractéristiques essentielles du bien ou du service, leur prix, son identité, la durée du contrat et le droit de rétractation) et communiquer les autres par tous moyens .

II. Quelle protection du consommateur lors de la formation du contrat ?

Comme tout contrat, le contrat de vente à distance, catégorie à laquelle appartient la vente en ligne (cf. supra.), se forme par la rencontre d'une offre et d'une acceptation. La rencontre de l'offre du vendeur et de l'acceptation de l'acheteur répond à des exigences légales particulières en matière de vente en ligne.

Interviennent à la fois ici les règles de droit commun des contrats conclus sous forme électronique, visées aux articles 1369-4 et suivants du Code civil **(A)**, et les règles spéciales du droit de la consommation relatives principalement au droit de rétractation accordé au consommateur **(B)**.

A. Modalités d'acceptation et de confirmation de la commande en ligne

En application de l'alinéa 1 de l'article 1369-5 du Code civil, « *Pour que le contrat soit valablement conclu, le destinataire de l'offre - l'acheteur - doit avoir eu la possibilité de vérifier le détail de sa commande et son prix total, et de corriger d'éventuelles erreurs, avant de confirmer celle-ci pour exprimer son acceptation.* »

Ce texte consacre la technique du « double-clic » c'est-à-dire que le consommateur doit pouvoir avoir vérifié le détail de sa commande avant de donner son acceptation. En pratique, le consommateur, après avoir validé sa commande une première fois (premier clic), doit avoir accès à un récapitulatif de sa commande, lui permettant de la modifier ou de la supprimer le

cas échéant, avant de la confirmer (deuxième clic).

Le deuxième alinéa de l'article 1369-5 impose au vendeur d'accuser réception de la commande de l'acheteur : « *L'auteur de l'offre doit accuser réception sans délai injustifié et par voie électronique de la commande qui lui a été ainsi adressée.* »

Ces textes sont d'ordre public . Il n'est donc pas possible d'y déroger.

Des exigences supplémentaires sont imposées par le Code de la consommation.

En application de l'article L.121-19-2 du Code de la consommation , le professionnel doit fournir au consommateur, dans un délai raisonnable, après la conclusion du contrat et au plus tard au moment de la livraison du bien ou le début d'exécution de la prestation de service, la confirmation du contrat comprenant l'ensemble des informations visées à l'article L.121-17 du Code de la consommation (éléments relatifs au droit de rétractation). Cette confirmation du contrat et de ses éléments essentiels devra être communiquée au consommateur sur support durable. La loi ne définit pas ce qu'il faut entendre par « support durable ». On comprend toutefois qu'il s'agit d'un support matériel qui doit pouvoir être conservé par le consommateur.

Le code de la consommation impose également au professionnel de veiller à ce que le consommateur, lors de sa commande, reconnaisse explicitement son obligation de paiement . Pour cela, la fonction utilisée par le consommateur pour valider sa commande doit comporter, à peine de nullité, la mention claire et lisible « *commande avec obligation de paiement* » ou une formule analogue, non ambiguë, indiquant que la passation d'une commande oblige à son paiement.

Les sites de commerce en ligne doivent ainsi indiquer clairement et lisiblement, au plus tard au début du processus de commande, les moyens de paiement acceptés par le professionnel et les éventuelles restrictions de livraison .

B. Droit de rétractation des consommateurs

En application des articles L.121-21 et suivants du Code de la consommation , le consommateur qui conclut un contrat de vente en ligne avec un professionnel bénéficie d'un droit de rétractation d'un délai de quatorze (14) jours.

Cette règle est d'ordre public et toute clause contraire est nulle, sous réserve des exceptions légales.

Certains types de contrats sont exclus du champ d'application des dispositions relatives au droit de rétractation des consommateurs . C'est par exemple le cas des contrats :

- de prestation de services entièrement exécutés afin la fin du délai de rétractation et dont l'exécution a commencé après accord exprès préalable du consommateur et renoncement exprès à son droit de rétractation ;
- de vente de biens confectionnés selon les spécifications du consommateur ou nettement personnalisés ;

La liste complète des exceptions légales figure à l'article L.121-21-8 du Code de la consommation.

Ce délai de quatorze jours court à compter du jour :

- de la conclusion du contrat, pour les prestations de services et les contrats portant sur la fourniture d'eau, de gaz ou d'électricité ainsi que la fourniture de chauffage urbain et de contenu numérique ;
- de la réception par un consommateur ou un tiers, autre que le transporteur, désigné par lui, pour les contrats de vente de biens ou de prestation de services incluant la livraison de biens.

Le choix du consommateur de se rétracter n'a pas à être motivé.

Afin de permettre toutefois au consommateur d'exercer son droit de rétractation, le professionnel doit communiquer au consommateur, préalablement à la conclusion du contrat, le formulaire type de rétractation. Un modèle de formulaire est fourni par le Code de la consommation. Le consommateur sera ensuite libre d'utiliser ou non ce formulaire pour se rétracter. S'il ne le fait pas, sa déclaration doit être dénuée de toute ambiguïté.

Le professionnel a la possibilité, dans le cadre de contrats de vente en ligne, de permettre au consommateur de remplir et transmettre en ligne, sur son site internet, le formulaire ou la déclaration de rétractation. Dans ce cas toutefois, le professionnel doit communiquer au consommateur un accusé de réception de la rétractation, sur un support durable.

Si le consommateur exerce son droit de rétractation, cela met fin à l'obligation des parties d'exécuter le contrat de vente en ligne :

- le consommateur doit restituer le bien au professionnel ou à une personne désignée par ce dernier, au plus tard dans les quatorze (14) jours suivant la communication de sa décision de se rétracter, à moins que le professionnel ne propose de récupérer le bien lui-même ;

Le consommateur ne doit supporter que les coûts directs de renvoi du bien, sauf si le professionnel accepte de les prendre à sa charge ou s'il a omis d'informer le consommateur que les coûts étaient à sa charge.

- le professionnel doit rembourser le consommateur de la totalité des sommes versées, y compris les frais de livraison, au plus tard dans les quatorze (14) jours suivant la date à laquelle il a été informé de la décision du consommateur de se rétracter.

Pour un contrat de vente de bien, le professionnel peut toutefois différer le remboursement jusqu'à la date de récupération du bien ou jusqu'à ce que le consommateur ait fourni une preuve de l'expédition de ce bien.

Le remboursement doit être effectué par le professionnel en utilisant le même mode de paiement que celui utilisé par le consommateur pour la transaction initiale.

1 Rapport de la FEVAD sur les chiffres clés de 2014 concernant le marché e-commerce et les ventes à distance, accessible à l'adresse <http://www.fevad.com/etudes-et-chiffres/chiffres-cle-2015>

2 <http://www.fevad.com/etudes-et-chiffres/bilan-du-e-commerce-2015-previsions-2016>

3 Article L.111-1 du Code de la consommation, dans sa version applicable à compter du 1er juillet 2016 (Ordonnance n°2016-301 du 14 mars 2016 relative à la partie législative du Code de la consommation) :

« Avant que le consommateur ne soit lié par un contrat de vente de biens ou de fourniture de services, le professionnel communique au consommateur, de manière lisible et compréhensible, les informations suivantes :

1° Les caractéristiques essentielles du bien ou du service, compte tenu du support de communication utilisé et du bien ou service concerné ;

2° Le prix du bien ou du service, en application des articles L. 112-1 à L. 112-4 ;

3° En l'absence d'exécution immédiate du contrat, la date ou le délai auquel le professionnel s'engage à livrer le bien ou à exécuter le service ;

4° Les informations relatives à son identité, à ses coordonnées postales, téléphoniques et électroniques et à ses activités, pour autant qu'elles ne ressortent pas du contexte ;

5° S'il y a lieu, les informations relatives aux garanties légales, aux fonctionnalités du contenu numérique et, le cas échéant, à son interopérabilité, à l'existence et aux modalités de mise en œuvre des garanties et aux autres conditions contractuelles ;

6° La possibilité de recourir à un médiateur de la consommation dans les conditions prévues au titre Ier du livre VI.

La liste et le contenu précis de ces informations sont fixés par décret en Conseil d'Etat.

Les dispositions du présent article s'appliquent également aux contrats portant sur la fourniture d'eau, de gaz ou d'électricité, lorsqu'ils ne sont pas conditionnés dans un volume délimité ou en quantité déterminée, ainsi que de chauffage urbain et de contenu numérique non fourni sur un support matériel. Ces contrats font également référence à la nécessité d'une consommation sobre et respectueuse de la préservation de l'environnement. »

4 Article L.121-4 du Code de la consommation à compter du 1er juillet 2016

5 A compter du 1er juillet 2016, les dispositions du Code de la consommation relatives à l'information sur les prix et conditions de vente seront les articles L.112-1 à L.112-7 du Code de la consommation

6 L'article L.112-2 du Code de la consommation, dans sa version applicable au 1er juillet 2016, dispose « Les dispositions de l'article L. 112-1 s'appliquent à toutes les activités de production, de distribution et de services, y compris celles qui sont le fait de personnes publiques, notamment dans le cadre de conventions de délégation de service public ainsi qu'aux prestations mentionnées au titre IV bis du livre IV du code de commerce. »

7 Dans sa version en vigueur à la date du 1er juillet 2016

8 Article L.111-5 du Code de la consommation, dans sa version applicable au 1er juillet 2016

9 Article L.121-16 du Code de la consommation et, à compter du 1er juillet 2016, article L.221-1 du Code de la consommation

10 Directive 2011/83/UE du 25 octobre 2011, Considérant 20

11 Article L.221-5 du Code de la consommation, à compter du 1er juillet 2016

12 Article L.121-21-1 du Code de la consommation et, à compter du 1er juillet 2016, article L.221-20 du Code de la consommation

13 Article L.221-14 du Code de la consommation à compter du 1er juillet 2016

14 Article L.121-19 du Code de la consommation et, à compter du 1er juillet 2016, article L.221-11 du Code de la consommation.

15 Article L.121-19-1 du Code de la consommation et, à compter du 1er juillet 2016, article L.221-12 du Code de la consommation

16 Article 1369-6 du Code civil

17 Article L.221-13 du Code de la consommation, à compter du 1er juillet 2016

18 Article L.121-19 du Code de la consommation et, à compter du 1er juillet 2016, article L.221-14 alinéa 2 du Code de la consommation.

19 Article L.121-19-3 du Code de la consommation et, à compter du 1er juillet 2016, article L.221-14 du Code de la consommation

20 Articles L.121-18 et suivants du Code de la consommation à compter du 1er juillet 2016.

21 Article L.121-21-8 du Code de la consommation et, à compter du 1er juillet 2016, article L.221-28 du Code de la consommation

22 Article L.121-17 du Code de la consommation et, à compter du 1er juillet 2016, article L.221-5 du Code de la consommation

23 Annexe à l'article A.121-1 du Code de la consommation

24 Article L.121-21-2 du Code de la consommation et, à compter du 1er juillet 2016, article L.221-21 du Code de la consommation

25 Article L.121-21-3 du Code de la consommation et, à compter du 1er juillet 2016, article L.221-23 du Code de la consommation

26 Article L.121-21-4 du Code de la consommation et, à compter du 1er juillet 2016, article L.221-24 du Code de la consommation.