

J. 240 / 12-09

annule et remplace la fiche J. 240 / 06-08

ACHETER EN LIGNE : QUESTIONS-RÉPONSES

Acheter un billet de train, des vêtements, des livres, des produits high-tech déstockés, commander le développement de ses photos, c'est facile avec Internet. Le consommateur peut accéder à une offre mondiale, comparer les prix, commander aisément en quelques clics, à tout moment du jour et de la nuit, sans avoir à se déplacer. Le commerce électronique¹ connaît une croissance constante². Les cyberconsommateurs sont en effet de plus en plus nombreux à l'utiliser pour acheter ou pour vendre.

Ce mode d'achat, complémentaire des canaux de vente traditionnels, présente de nombreux avantages. Mais il peut aussi présenter quelques inconvénients, voire cacher certains pièges. C'est pourquoi cette fiche pratique expose les règles auxquelles sont soumis les professionnels, et dispense conseils et informations sur les recours en cas de litige avec un cybercommerçant.

1. PEUT-ON TOUT ACHETER SUR INTERNET ?

Presque tout peut s'acheter (ou se vendre) sur Internet. Et ce d'autant plus que la Toile ne connaît pas de frontières.

Mais attention : des produits ou des services peuvent être proposés alors que leur commercialisation à distance ou leur importation sont strictement interdites. C'est le cas de certains produits pharmaceutiques, d'armes, de produits non conformes aux bonnes mœurs ou portant atteinte à la dignité humaine... De plus, la commercialisation de certaines marchandises est soumise à des réglementations particulières : tabacs, alcools, etc.

S'approvisionner sans respecter la réglementation ou les conditions prévues peut s'avérer dangereux, notamment pour la santé. Les produits importés illicitement en France peuvent être bloqués en douane, sans compter les éventuelles sanctions (en cas de produits de contrefaçon par exemple).

Pour ne pas enfreindre ces restrictions, le commerçant peut délimiter, au préalable, une zone géographique de couverture de l'offre ainsi qu'une zone géographique de livraison. Pour plus de précisions, consultez le site de la Douane : <www.douane.gouv.fr>, espace « particuliers ».

À noter également : les normes concernant les produits audiovisuels et électriques diffèrent d'un continent à l'autre (encodage, voltage, format de prise électrique...). Un appareil peut être totalement inutilisable en raison de ces différences de normes. Vérifiez que le produit dont vous envisagez l'acquisition fonctionnera en France et que vous pourrez remplacer des éléments qui le composent ou avec lesquels il fonctionne, tels que les consommables. Renseignez-vous également sur l'existence d'une éventuelle garantie et sur ses conditions d'application. Par exemple, la réparation pourra-t-elle avoir lieu en France ou faudra-t-il renvoyer le produit à l'étranger ?

¹ Le commerce électronique est défini comme l'activité économique par laquelle une personne propose ou assure, à distance et par voie électronique, la fourniture de biens ou de services (loi n° 2004-575 du 21 juin 2004, article 14 alinéa 1^{er}).

² La Fédération du e-commerce et de la vente à distance (Fevad) publie régulièrement des chiffres, consultables sur son site <www.fevad.com>.

2. LE CYBERCONSOMMATEUR EST-IL BIEN PROTÉGÉ ?

Lorsque vous achetez en ligne auprès de professionnels (commerçants, prestataires de services, etc.), **vous êtes protégé par les dispositions de la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique (LCEN), qui régit le commerce électronique, et par les articles L. 121-16 et suivants du code de la consommation relatifs à la vente à distance**³. Le contrat de vente ou de prestation de services sur Internet est en effet l'une des formes de la vente à distance.

Mais pour que vous puissiez bénéficier de cette protection, votre transaction doit répondre à plusieurs conditions.

La vente ou la prestation doit s'effectuer entre un professionnel et un particulier

Pour être soumise aux règles de la vente à distance, la transaction doit s'opérer entre un consommateur (personne physique contractant pour ses propres besoins) et un professionnel (personne physique, ou morale telle une société) agissant dans le cadre d'une activité habituelle et organisée de production, de distribution, ou de prestation de services (commerçant, prestataire de services, etc.). Est aussi qualifiée de professionnel la personne qui a opté pour le statut d'auto-entrepreneur⁴.

La vente entre particuliers, notamment par le biais des plateformes de mise en relation (surnommées « sites d'enchères ») n'est donc pas concernée par la réglementation sur la vente à distance (voir encadré page xv).

Le contrat doit être conclu à distance et par voie électronique

La conclusion du contrat doit intervenir en dehors de toute présence physique simultanée du consommateur et du professionnel. Elle doit être effectuée à distance et par voie électronique (site web, mail, MMS, SMS, etc.). Il suffit donc que la conclusion du contrat intervienne par voie électronique : les réglementations s'appliquent même si vous retirez ensuite votre commande dans les entrepôts du vendeur, dans un « magasin-catalogue » ou encore dans un « point relais ».

À noter : certains cybermarchands mettent à disposition, dans leurs points de vente physiques, des bornes Internet par lesquelles vous pouvez passer commande. Cette pratique entre également dans le champ de la vente à distance et par voie électronique.

Toutefois, bien que conclus à distance et par voie électronique, certains contrats ne sont pas soumis aux règles de la vente à distance :

- les contrats portant sur la construction ou la vente de biens immobiliers, ou conférant des droits relatifs à un bien immobilier (multipropriété, par exemple). Par contre, les contrats de location, eux, sont soumis à la réglementation (location saisonnière conclue à distance avec une agence immobilière, par exemple) ;
- les contrats portant sur les services financiers (banque en ligne, emprunts et opérations d'assurance), qui font l'objet d'une réglementation particulière du code de la consommation ;

- les ventes aux enchères publiques ;
- les contrats conclus par le moyen de distributeurs automatiques (billets de transport, par exemple) ou pour des prestations fournies dans les locaux commerciaux automatisés.

De plus, certaines activités sont exclues du champ de la réglementation. Il s'agit principalement des jeux d'argent, y compris sous forme de paris et de loteries.

Bon à savoir : l'activité de commerce électronique et les contrats conclus par Internet ont fait l'objet de deux recommandations qui, bien que non contraignantes, sont utiles pour connaître les bonnes pratiques du secteur et les clauses qui sont considérées comme abusives ou illicites :

- le Forum des droits sur l'Internet (FDI) a publié une recommandation dans laquelle il conseille notamment aux professionnels d'adopter certaines bonnes pratiques⁵ ;
- la Commission des clauses abusives (CCA) a adopté une recommandation dans laquelle elle a épinglé seize clauses qu'elle a considérées comme abusives ou illégales⁶. Certaines sont évoquées dans la présente fiche pratique.

À noter : outre cette recommandation, il y a lieu de se référer également aux listes de clauses abusives édictées par les articles R. 132-1 et R. 132-2 du code de la consommation⁷. La première – dite « liste noire » – vise les clauses qui sont toujours déclarées abusives. La seconde – dite « liste grise » – vise les clauses qui sont présumées abusives jusqu'à preuve du contraire rapportée par le professionnel.

Sur ce sujet, consultez la fiche pratique INC J. 245, « Clauses abusives, mode d'emploi », téléchargeable sur <www.conso.net/infos-pratiques.htm> (thème « droit-justice »).

Et en cas d'achat à l'étranger, quelle loi s'applique ?

Si vous achetez auprès d'un professionnel situé à l'étranger, la loi qui s'applique est en principe celle du pays du professionnel. Mais si le site du professionnel vise explicitement le marché français (par exemple, s'il dispose d'une interface en français alors que son pays n'est pas francophone, ou s'il a démarché une clientèle française), c'est la loi française qui prévaut.

Attention : le cybermarchand qui a un site en « .fr » ou en langue française n'est pas forcément français. Pensez à vérifier notamment les mentions légales sur l'entreprise.

Pour plus d'informations sur les achats transfrontières, consultez le site du Centre européen des consommateurs France : <www.europe-consommateurs.eu/fr/vos-droits/commerce-electronique>.

³ Les textes et la jurisprudence cités dans la présente fiche pratique sont consultables sur le site officiel <www.legifrance.gouv.fr>.

⁴ Sur le statut d'auto-entrepreneur et ses obligations, voir le site <www.auto-entrepreneur.fr>.

⁵ Recommandation sur le droit de la consommation appliqué au commerce électronique, adoptée le 31 août 2007, consultable sur le site <www.foruminternet.org> en rubrique « approfondir », sous-rubrique « concertation ».

⁶ Une clause abusive est réputée non écrite : on fait comme si la clause n'existait pas. Recommandation n° 07-02 relative aux contrats de vente mobilière conclus par Internet, consultable sur le site <www.clauses-abusives.fr>.

⁷ Ces articles sont issus du décret n° 2009-302 du 18 mars 2009 portant application de l'article L. 132-1 du code de la consommation, texte applicable aux contrats en cours au 20 mars, date de publication de ce texte.

3. DES INFORMATIONS PRÉALABLES DOIVENT-ELLES ÊTRE FOURNIES ?

L'offre faite par un professionnel vendeur en ligne doit comporter toute une série d'informations destinées à vous permettre de vous engager en toute connaissance de cause (article L. 121-18 du code de la consommation). Le caractère commercial de ces informations doit en outre apparaître sans équivoque.

Ces informations doivent être communiquées en langue française (loi n° 94-665 du 4 août 1994), de manière claire et compréhensible, par tout moyen adapté, permettant à ceux auxquelles elles sont destinées un accès facile, direct et permanent (article 19 de la LCEN).

L'identité du prestataire, de l'entreprise

Le commerçant en ligne doit être clairement identifié. Il doit indiquer les éléments suivants : nom, coordonnées téléphoniques permettant d'entrer effectivement en contact avec lui, adresse physique et adresse de courrier électronique ou, s'il s'agit d'une personne morale : siège social et capital, le cas échéant, adresse de l'établissement responsable de l'offre et, si elle y est assujettie, numéro au registre du commerce et des sociétés (RCS) ainsi que numéro de TVA (article L. 121-18-1° du code de la consommation, article 19 de la LCEN). Si l'activité exercée est soumise à un régime d'autorisation, le nom et l'adresse de l'autorité ayant délivré celle-ci doivent être indiqués.

Attention : méfiez-vous des sociétés qui indiquent seulement une boîte postale et non une adresse complète, et de celles qui sont situées dans des paradis fiscaux (Andorre, Liechtenstein, Monaco, Luxembourg, Gibraltar...).

Si le professionnel n'a pas « pignon sur web », n'hésitez pas à vous informer sur la réputation de son site. Une simple requête dans un moteur de recherche pourra vous renseigner, notamment si des internautes ont fait des évaluations ou des commentaires négatifs.

Vous pouvez aussi vérifier que les mentions figurant sur le site sont bien les mêmes que celles qui ont été fournies au centre de gestion des noms de domaine Internet, en consultant par exemple <www.whois.net> ou <www.afnic.fr>.

Si vous envisagez d'effectuer une dépense importante : pour éviter certains sites factices ou pour connaître la santé financière d'une entreprise française (et vérifier qu'elle ne soit pas en « faillite », c'est-à-dire l'objet d'une procédure de redressement ou de liquidation judiciaire), consultez des sites tels que <www.infogreffe.fr> ou <www.bodacc.fr>, à partir du numéro d'inscription au registre du commerce et des sociétés (RCS) ou de la dénomination sociale du professionnel.

Enfin, vous pouvez vérifier si le site est adhérent à une organisation professionnelle, par exemple la Fevad qui publie un annuaire de ses membres sur son site <www.fevad.com>.

En pratique : vous pouvez trouver les informations légales sur le cybermarchand dans différentes parties ou rubriques de son site web : « Qui sommes-nous ? », « Mentions légales » ou « Informations légales ». Elles peuvent aussi être indiquées dans les conditions contractuelles généralement appelées « conditions générales de vente » (CGV). Si vous ne trouvez pas ces rubriques, mieux vaut passer votre chemin...

L'identité de l'hébergeur

Le cybervendeur, responsable en tant qu'éditeur de contenu, doit mentionner l'identité et les coordonnées de son prestataire d'hébergement (article 6 de la LCEN). Cette disposition permet ainsi

aux victimes d'un contenu manifestement illicite (site négationniste, pédophile, etc.) de le notifier à l'hébergeur afin que ce dernier le supprime ou en rende l'accès impossible.

L'information sur les caractéristiques essentielles des produits ou services proposés

Tout professionnel a une obligation générale d'information vis-à-vis du consommateur. Il doit, avant la conclusion du contrat, vous mettre en mesure de connaître les caractéristiques essentielles du bien ou du service (article L. 111-1, alinéa 1 du code de la consommation). En cas de litige sur ce point, c'est au professionnel de prouver qu'il a exécuté cette obligation d'information (alinéa 2 du même article).

Les caractéristiques qualitatives et quantitatives doivent être décrites précisément et sans équivoque. Cette description en ligne peut s'accompagner de photographies. Elles doivent alors reproduire le plus fidèlement possible le bien ou le service proposé à la vente. Il peut s'agir également de la mise à disposition de fiches techniques.

Par exemple : outre la description d'un appareil photo numérique, vous devez savoir quelle est la capacité de la carte mémoire qui l'accompagne, si la batterie est fournie ou si elle doit être achetée à part...

Un conseil : décryptez attentivement les précisions sur le produit. En cas de doute, demandez des détails sur les compatibilités d'un produit et d'un accessoire par exemple. Gardez une copie de ces éléments (fiches de description, échanges de courriel, etc.).

Si vous achetez à l'étranger, vérifiez que le produit pourra fonctionner en France, les standards pouvant être différents.

À noter : certains vendeurs ou prestataires signalent dans leurs conditions générales de vente (CGV) que la photographie ou la description des produits ne sont présentées qu'« à titre indicatif » et n'ont de ce fait « aucune valeur contractuelle ». Mais la Commission des clauses abusives (CCA) a considéré comme abusive la clause qui a pour effet ou pour objet « d'exonérer le vendeur de son obligation de délivrance conforme » ; c'est-à-dire celle qui l'exonère « de toute responsabilité en cas de défaut de conformité par rapport à la présentation visuelle des biens sur son site de vente ». Le professionnel est effectivement tenu de fournir un bien correspondant à la description qu'il a donnée et présentant les qualités qu'un acheteur peut légitimement attendre au regard de la publicité (article L. 211-4 du code de la consommation ; sur ce sujet, voir page xi). Selon les tribunaux, seules des variations minimales dans la représentation des articles peuvent être admises (TGI Paris 1^{er} ch., 4 février 2003, n° RG 02/11 174, Familles de France c/ Pere-Noel.fr).

L'information sur la disponibilité des pièces détachées

Le service après-vente étant souvent l'un des critères de choix, la loi impose aux vendeurs d'un bien (notamment électroménager, électronique, etc.) de vous informer, avant la conclusion du contrat, de « la période pendant laquelle les pièces indispensables à l'utilisation des biens seront disponibles sur le marché » (article L. 111-2, alinéa 1^{er} du code de la consommation⁸).

En cas de litige, c'est au vendeur de prouver qu'il a exécuté son obligation d'information (article L. 111-2, alinéa 2 du code de la consommation).

⁸ À noter que, jusqu'au 12 mai 2009, les professionnels devaient seulement indiquer une période pendant laquelle il était prévisible que les pièces indispensables soient disponibles sur le marché. Une telle information était assez vague et n'obligeait donc pas le professionnel à disposer de ces pièces.

Cette information peut figurer sur le site, plus précisément dans les conditions générales de vente. Si vous ne la trouvez pas, demandez des précisions écrites.

L'information sur les prix

Avant de passer votre commande, vous devez avoir eu connaissance d'un certain nombre d'informations sur les prix (article L. 113-3 du code de la consommation, arrêté du 3 décembre 1987).

Même en l'absence d'offre de contrat, tout vendeur en ligne doit, dès lors qu'il mentionne un prix, indiquer celui-ci de manière claire et non ambiguë (article 19 de la LCEN).

Le prix des produits ou services doit être indiqué en euros toutes taxes et redevances comprises (le prix d'un billet d'avion doit inclure la taxe d'aéroport par exemple), accompagné des précisions sur ce qui est inclus et ce qui ne l'est pas (piles électriques, carte mémoire, frais de branchement d'un appareil électroménager...) et sur les frais de livraison ou d'envoi lorsque ce service n'est pas gratuit.

Ces prix doivent, le cas échéant, inclure l'écoparticipation versée par les professionnels aux éco-organismes pour chaque équipement ménager et répercutée au consommateur final. Le prix de vente doit être ainsi indiqué : « xx € dont yy € au titre de l'élimination des déchets » (ou « au titre de l'écoparticipation »).

À noter : si vous achetez un bien qui nécessite une livraison et/ou d'être mis en service, le vendeur doit vous informer, s'il y a lieu, du coût de la prestation (article L. 211-21 du code de la consommation).

Attention : en cas d'achat à l'étranger, hors Union européenne, prenez en compte la TVA et les droits de douane qui seront réclamés au moment de la livraison du colis. Pour obtenir des renseignements, vous pouvez appeler le 0820 02 44 44 (0,12 €/min) ou rechercher des informations sur <www.douane.gouv.fr>.

N'oubliez pas non plus les éventuels frais de change et les commissions bancaires, et les frais de transport non inclus dans le prix.

Si vous achetez au sein de l'Union européenne, vous n'aurez pas de droits de douane à payer. La TVA sera payée lors de l'achat, en général au taux en vigueur dans le pays du cybercommerçant. Pensez à prendre connaissance du taux de change si vous achetez dans un pays hors de la zone euro.

Des règles spécifiques pour les annonces de réduction de prix

Lorsque le vendeur annonce une réduction de prix, il doit indiquer le prix de référence et le prix réduit annoncé, et satisfaire – au prix réduit – toutes les demandes faites pendant la durée de la publicité (article 3 de l'arrêté du 31 décembre 2008 relatif aux annonces de réduction de prix à l'égard du consommateur⁹), sauf en période de soldes, le réapprovisionnement étant alors interdit.

Si le vendeur ou le prestataire de services accorde des conditions tarifaires préférentielles à des groupes particuliers de consommateurs, il doit en faire la publicité sur son site web (article 6 du même arrêté). Sont ainsi visées des réductions liées à l'âge, à la possession d'une carte de fidélité, au fait d'être client d'un autre opérateur, etc.

En cas de vente par lot, les produits doivent mentionner le prix de chaque produit du lot ainsi que la possibilité d'acheter séparément chacun de ses éléments (article L. 122-1 du code de

la consommation). En pratique, cela concerne essentiellement les lots de produits de natures différentes (par exemple un lot composé de textiles et de vaisselle).

Comparateurs de prix : pas forcément fiables

Les sites comparateurs de prix recherchent, gratuitement, le meilleur prix ou tarif possible sur Internet, quel que soit le produit ou service recherché. Ils peuvent être généralistes ou spécialisés dans différents domaines : loisirs, technologie, finances, téléphonie... L'internaute intéressé par une offre clique alors sur le lien et poursuit son achat sur le site sélectionné. Le comparateur de prix ne joue aucun rôle dans la vente elle-même.

Attention : certains sites se contentent de proposer les articles des commerçants avec lesquels ils ont conclu des partenariats commerciaux : tous les sites ne sont pas référencés et seul les prix sont comparés (non les services proposés). L'information n'est donc pas nécessairement fiable.

Attention également à l'ordre d'apparition des marchands. Celui qui apparaît en tête de liste n'est pas nécessairement le moins cher.

Afin d'améliorer les pratiques, certains sites comparateurs ont signé en juin 2008, sous l'égide du secrétariat d'État à l'économie numérique et de la Fevad, une charte de confiance. Celle-ci garantit l'actualisation des informations, la transparence des modes de classement utilisés et une information complète sur les prestations proposées par les sites marchands (garantie, délais de livraison, etc.). Les sites respectant la charte arborent une marque de confiance (voir <www.fevad.com>). En revanche, cette charte n'impose pas aux sites d'être exhaustifs, c'est-à-dire de présenter également les prix pratiqués par les cybermarchands avec lesquels ils n'ont pas passé d'accords commerciaux.

L'information sur le coût de la communication (notamment les hotlines)

Le professionnel doit indiquer le coût induit par l'utilisation de la technique de communication à distance « lorsqu'il n'est pas calculé par référence au tarif de base ». En clair, l'information doit être donnée lorsqu'il y a surcoût par rapport au montant normalement acquitté pour l'utilisation de cette technique. Il s'agit notamment des numéros surtaxés d'assistance téléphonique (« hotlines »).

Attention : les hotlines qui permettent de suivre l'exécution de la commande, d'exercer son droit de rétractation ou de faire jouer la garantie ne doivent pas être surtaxées (article L. 121-19, III du code de la consommation). Les numéros à contacter sont des numéros dits « géographiques » (commençant par 01, 02, 03, etc.) ou des numéros facturés au prix d'un appel local¹⁰. À noter que la gratuité du temps d'attente n'est pas imposée par la loi. Plus généralement, le numéro de téléphone destiné à recueillir votre appel en vue d'obtenir la bonne exécution de votre commande ou le traitement d'une réclamation ne peut pas être surtaxé (article L. 113-5 du code de la consommation). Ce numéro est indiqué dans le contrat et la correspondance.

⁹ Sur cet arrêté et son application, voir la circulaire du 7 juillet 2009 : <www.dgcrf.bercy.gouv.fr/boccrf/2009/09_07/circulaire_070709.pdf>.

¹⁰ Pour obtenir des informations sur les numéros surtaxés, consultez le site d'information mis en place par l'Arcep à destination des consommateurs : <www.telecom-infoconso.fr>, rubrique « je m'informe sur... ».

L'information sur le contenu du contrat

Le professionnel doit également vous informer sur :

- la validité de l'offre (durée, date limite), étant précisé que le professionnel reste engagé par celle-ci tant qu'elle est accessible par voie électronique de son fait (article 1369-1 du code civil) ;
- les modalités d'exécution du contrat (en particulier : moyens et délais de paiement, modalités et délais de livraison ou d'exé-

Le professionnel peut-il modifier le contenu du contrat ?

Les conditions générales de vente (CGV) sont les règles qui vont s'imposer aux deux parties pendant la «vie» du contrat. Le professionnel peut être tenté de les modifier en cours de contrat en incluant une clause en ce sens.

Si la clause a pour objet ou pour effet de «réserver au professionnel le droit de modifier unilatéralement les clauses du contrat relatives à sa durée, aux caractéristiques ou au prix du bien à livrer ou du service à rendre», elle est de manière irréfragable présumée abusive (article R. 132-1, 3° du code de la consommation), sauf en ce qui concerne des modifications liées à l'évolution technique (voir plus loin, la question 9 en page xi).

Si la clause a pour objet ou pour effet de «réserver au professionnel le droit de modifier unilatéralement les clauses du contrat relatives aux droits et obligations des parties, autres que celles prévues au 3° de l'article R. 132-1», elle est présumée abusive (article R. 132-2, 6° du code de la consommation) : il appartiendra au professionnel de prouver qu'elle ne l'est pas. Cela vise notamment la modification des modalités de paiement (moyen de paiement, périodicité).

À noter : la clause par laquelle le professionnel «se réserve la possibilité d'adapter ou de modifier à tout moment les présentes conditions générales de vente» et prévoyant que «les nouvelles conditions générales seront portées à la connaissance du client par une nouvelle édition du catalogue» a été déclarée abusive dès lors qu'elle prévoit une telle possibilité «sans raison valable spécifiée» (TGI Paris, 4 février 2003, n° RG 02/11 174, Familles de France c/ Pere-Noel.fr). Une telle clause est réputée non écrite, sauf si elle précise qu'elle ne concernera que les commandes conclues à partir desdites modifications.

La Commission des clauses abusives (CCA) a recommandé également que soient éliminées les clauses «laisant croire au consommateur que lui seraient opposables des modifications unilatérales des conditions générales intervenues postérieurement à la conclusion du contrat».

cution de la prestation, conditions relatives à la garantie et au service après-vente...);

- les droits conférés au consommateur (par exemple le droit de rétractation ou le droit de retour avec les éventuelles limites du droit de rétractation ou, dans le cas où ce droit ne s'appliquera pas, l'absence de ce droit) ;
- la durée minimale du contrat lorsqu'il est à exécution successive (à l'exemple des contrats proposés par les «clubs», les sites de rencontres).

Ces renseignements figurent généralement dans les conditions contractuelles souvent appelées conditions générales de vente (CGV) ou de prestation de services. Ces conditions devront être accessibles «à tout moment» et de manière permanente, de façon à ce que le consommateur puisse les conserver et les reproduire facilement (article 1369-1 du code civil). Elles figurent généralement sur la page d'accueil du site, sous forme de lien hypertexte, ou vous sont communiquées lorsque vous commencez le processus de commande.

Dans tous les cas, vous devez pouvoir les imprimer, directement lorsqu'elles sont accessibles depuis un standard ouvert (par exemple un document PDF) ou indirectement par un «copier-coller». Conservez une copie de ces CGV en vigueur au jour de la conclusion de votre contrat, car elles peuvent évoluer dans le temps (voir encadré ci-contre).

Important : seules vous sont opposables les clauses figurant dans des documents dont vous avez eu connaissance (contrat, brochure, etc.). La clause qui a pour objet ou pour effet de «constater l'adhésion du non-professionnel ou du consommateur à des clauses qui ne figurent pas dans l'écrit qu'il accepte ou qui sont reprises dans un autre document auquel il n'est pas fait expressément référence lors de la conclusion du contrat et dont il n'a pas eu connaissance avant sa conclusion» est de manière irréfragable présumée abusive et donc réputée non écrite (article R. 132-1, 1° du code de la consommation).

Un conseil : avant de passer commande, lisez les CGV pour connaître les conditions de livraison, de garantie, d'éventuelles conditions d'engagement, de durée, etc.; et cela qu'il y ait ou non une case à cocher du type «J'ai lu et accepté les conditions générales de vente». Regardez également les modalités d'exercice du droit de rétractation – dans certains cas, ces conditions peuvent être quelque peu dissuasives tout en étant licites, notamment parce qu'il conviendra de supporter les frais de retour du produit (voir pages VIII et suivantes).

Les informations sur les qualités ou dénominations particulières de certains produits

Certains produits peuvent faire l'objet d'obligations d'information particulières (textes pris en application de la réglementation sur les fraudes et tromperies, article L. 214-1 du code de la consommation). Le cybercommerçant doit les respecter.

Par exemple, pour les textiles, la dénomination, les qualificatifs et la teneur en fibres textiles sont à mentionner (décret du 14 mars 1973).

4. COMMENT ÊTRE SÛR QUE LA COMMANDE A BIEN ÉTÉ VALIDÉE ?

La validation de la commande par deux « clics »

Dans le cadre d'un contrat conclu par voie électronique, vous matérialisez votre accord par deux « clics » de souris successifs (article 1369-2 du code civil). Le premier clic sert à valider la commande. Cette étape doit vous permettre de vérifier le détail de votre commande, de votre « panier » (produits ou services concernés, réductions de prix éventuelles, mode de paiement et de livraison) et son prix total, ainsi que de corriger d'éventuelles

erreurs (double commande, erreur de référence, horaire erroné pour un billet de train...).

Pour se faire, l'offre doit indiquer les différentes étapes à suivre afin de conclure le contrat en ligne, mais aussi les moyens vous permettant d'identifier les erreurs commises dans la saisie des données et de les corriger (article 1369-1 du code civil).

Dans les faits, à partir du moment où vous décidez de terminer votre commande (premier clic), une nouvelle fenêtre apparaît qui récapitule le détail et le montant total de celle-ci. Vous choi-

sissez alors de la modifier ou de la valider (deuxième clic). Le deuxième clic sert à confirmer définitivement la commande : sans cette confirmation, la vente est considérée comme nulle.

Attention : certains sites de vente en ligne ajoutent systématiquement par défaut d'autres produits ou services dans le panier de commande (accessoires, assurances, etc.), notamment sous la forme d'une case précochée. Vérifiez bien le détail de la commande avant de la valider. Même si vous pouvez supprimer ces ajouts de votre panier, une telle pratique est qualifiable de pratique commerciale déloyale (article L. 121-1 du code de la consommation). Un commerçant s'est vu enjoindre de cesser une telle pratique qualifiée d'illicite au titre de l'article L. 122-1 du code de la consommation (TGI Bordeaux, 11 mars 2008, Cdis-count).

À noter : pour lutter contre la fraude, en cas de commande d'un montant important ou pour laquelle des systèmes d'évaluation («scoring») ont détecté une «fraude potentielle», les cybermarchands peuvent vous demander des justificatifs de domicile, d'identité ou de paiement (photocopie de la carte bancaire par exemple). Cette demande peut être faite avant la validation de la commande ou au moment du paiement, voire après paiement.

Cette pratique est licite à condition que le cybermarchand vous en ait informé de manière claire préalablement à la validation de la commande. La collecte des informations doit respecter les dispositions de la loi du 6 janvier 1978 «informatique et libertés» (principe de loyauté, de finalité, etc.), la conservation des données devant ainsi être strictement limitée dans le temps.

Selon le Forum des droits sur l'Internet (FDI), les demandes de justificatifs ne devraient pas intervenir après l'encaissement des sommes par le client. Et si, toutefois, la demande intervenait après la conclusion du contrat, le client devrait avoir la «possibilité de choisir un mode alternatif de paiement ne nécessitant pas la fourniture de justificatifs, ou de refuser la fourniture de pièces et d'annuler la commande sans frais».

Un conseil : ne fournissez pas de copie de votre carte bancaire faisant apparaître la totalité de l'un des numéros permettant son utilisation (numéro de la carte, date de validité, cryptogramme visuel).

L'accusé de réception de la commande

Une fois votre commande validée, le vendeur doit en accuser réception, sans délai injustifié et par voie électronique. Cette procédure vous garantit que la commande a bien été enregistrée. Il s'agit par exemple d'un courriel qui récapitule le détail de vos achats, d'une page qui apparaît à l'écran et que vous pouvez imprimer...

La confirmation de la commande et l'accusé de réception seront considérés comme reçus lorsque les parties auxquelles ils sont adressés peuvent y avoir accès (article 1369-2 du code civil).

Attention : il est fait exception à ces obligations lorsque le contrat est conclu exclusivement par échange de courriers électroniques (article 1369-3 du code civil).

L'archivage de la commande

Le contrat électronique doit être archivé par le professionnel lorsqu'il porte sur une somme égale ou supérieure à 120 € (article L. 134-2 du code de la consommation et décret du 16 février 2005). Cet archivage vous permet d'avoir accès à ce contrat, par exemple si vous en avez perdu la trace.

Le professionnel doit conserver l'écrit qui le constate pendant dix ans à compter de la conclusion du contrat lorsque la livraison du bien ou l'exécution de la prestation est immédiate. Dans le cas contraire, le délai court à compter de la conclusion du contrat jusqu'à la date de livraison du bien ou de l'exécution de la prestation, et pendant une durée de dix ans à compter de celle-ci. Par exemple, si le contrat a été conclu le 5 juin 2009 et que la prestation de services a été exécutée le 10 juillet 2009, le contrat devra être conservé jusqu'au 9 juillet 2019.

Si le contrat est archivé, vous devez pouvoir connaître les modalités d'archivage et les conditions d'accès au contrat (article 1369-4, 4° du code civil).

À noter : la CCA a recommandé que soient éliminées des contrats les «*clauses imposant au consommateur la charge de la conservation et de la reproduction des conditions contractuelles et exonérant le professionnel de toute obligation de ce chef*», visant ainsi les «*clauses des conditions générales stipulant que leur sauvegarde et leur édition relèvent de la seule responsabilité du consommateur*». De «*telles clauses, en ce qu'elles font peser la responsabilité de la conservation et de la reproduction des conditions contractuelles sur le seul consommateur et exonèrent le professionnel de toute obligation de ce chef, contreviennent aux dispositions des articles 1369-4 du code civil et L. 134-2 du code de la consommation et sont illicites*»; «*maintenues dans les contrats, elles sont abusives en ce qu'elles peuvent avoir pour effet de priver le consommateur de la faculté d'invoquer le contenu du contrat*».

Conservez toutes les données relatives à la transaction

Par précaution, constituez-vous un dossier en imprimant ou en conservant sur votre disque dur tous les éléments relatifs à votre achat : page d'accueil du site, coordonnées de l'entreprise, pages présentant l'offre, fiche descriptive du produit, conditions générales et particulières de vente en vigueur au jour de la commande, détails de votre commande, accusé de réception de votre commande et toutes les correspondances échangées avec le cybercommerçant.

5. LES INFORMATIONS PRÉALABLES SONT-ELLES CONFIRMÉES ?

Le professionnel doit vous adresser, par écrit ou sur tout autre support durable à sa disposition, en temps utile et au plus tard au moment de la livraison – par exemple sur le bon de livraison – les informations suivantes (article L. 121-19 du code de la consommation) :

– son identité ainsi que les caractéristiques de l'offre. Le professionnel doit ici confirmer les informations précédemment évoquées (sauf s'il les a déjà confirmées avant la conclusion du contrat) ;

– les droits qui vous sont conférés : vous devez à nouveau être informé sur les conditions et les modalités d'exercice du droit de rétractation (voir pages VIII et suivantes) ;

– les informations relatives à l'exécution du contrat et notamment au service après-vente, à la garantie légale ou commerciale, au lieu où l'on peut adresser des réclamations ;

– les informations relatives à la résiliation dudit contrat lorsqu'il est d'une durée indéterminée ou supérieure à un an.

La confirmation peut être un écrit, sur papier ou sous forme électronique, pour autant qu'il respecte les conditions prévues à l'article 1316-1 du code civil, c'est-à-dire que puisse être dûment identifiée la personne dont il émane et qu'il soit établi et conservé dans des conditions de nature à en garantir l'intégrité.

La sanction du manquement à cette obligation est une sanction civile : le délai de rétractation est de trois mois au lieu de sept jours (voir pages VIII et suivantes).

À noter : cette confirmation n'est pas obligatoire lorsque le service est fourni en ligne, en une seule fois, s'il est facturé par un opérateur de techniques de communication à distance (téléchargement de sonnerie de téléphone portable, par exemple).

6. QUAND ET COMMENT PAIE-T-ON SUR INTERNET ?

La date du paiement

En matière de vente en ligne, le paiement peut avoir lieu à la commande, à l'expédition ou encore à la livraison (envoi « contre remboursement », le paiement étant alors à effectuer entre les mains du transporteur). Dans ce dernier cas, des frais supplémentaires vous seront demandés : informez-vous sur le tarif s'il n'est pas précisé lors de la commande.

Si le paiement à la livraison coûte un peu plus cher, il vous met à l'abri de certains désagréments, notamment des difficultés qui peuvent être rencontrées en cas de retard ou d'absence de livraison.

À noter : le commerçant peut encaisser votre paiement (débitier votre carte bancaire par exemple) dès la validation de la commande. Aucun texte ne lui impose de le faire uniquement après l'expédition de votre commande. Toutefois, une telle obligation peut figurer dans les CGV : elle doit alors être respectée par le cybermarchand.

Vers le paiement à l'expédition ?

De plus en plus de sites proposent le paiement à l'expédition du colis. La Fevad a recommandé à ses adhérents de mettre en œuvre le débit à l'expédition, d'ici à fin 2009, sauf pour les produits faisant l'objet d'une commande spéciale. Quant aux entreprises qui procèdent au débit au moment de la commande, elles se voient recommander de « *souscrire une assurance ou tout autre dispositif permettant de garantir la livraison ou le remboursement du produit commandé et payé par le consommateur* ».

Un conseil : recherchez, notamment dans les CGV, les modalités de paiement pour savoir si votre paiement se fera bien à l'expédition.

Les modalités de paiement

Plusieurs options sont envisageables. Mais le vendeur ou le prestataire peut n'en proposer qu'une seule. En tout état de cause, le paiement en liquide (via des sites tels que celui de Western Union) est totalement déconseillé, y compris pour la vente entre particuliers.

Le règlement s'effectue :

1) **soit de manière différée** par chèque ou en espèces, à la livraison du bien ou lors de l'exécution de la prestation. À noter : le professionnel peut se réserver la possibilité de n'effectuer l'expédition qu'à la réception du chèque ;

2) **soit immédiatement** par carte bancaire : dans ce cas, il vous suffit d'indiquer votre numéro de carte, la date de validité et le

« cryptogramme visuel » (les trois derniers chiffres indiqués au verso sur la bande de signature de la carte). Un code supplémentaire, fourni par votre banque pour les achats en ligne, peut vous être demandé sur certains sites.

Votre compte bancaire est ensuite débité du montant à payer au seul vu des enregistrements ou relevés transmis par le commerçant.

Attention : le paiement par carte est irrévocable, sauf utilisation frauduleuse (voir pages suivantes).

Quelques conseils : assurez-vous que votre paiement a lieu sur une adresse (« URL ») de page web sécurisée : celle-ci est repérée par un « s » ajouté après le « http » dans la barre d'adresse, et par un petit cadenas fermé figurant en bas ou en haut de la fenêtre dans laquelle vous réglez vos achats. Protégez votre numéro de carte bancaire en ne le stockant pas sur votre ordinateur, en ne l'envoyant pas par courriel¹¹. **Ne communiquez jamais votre numéro de code confidentiel.**

Évitez d'utiliser votre carte bancaire pour le paiement d'échéances régulières liées par exemple à un abonnement (fourniture d'accès Internet, sites de rencontres, etc.) : privilégiez l'autorisation de prélèvement sur votre compte bancaire.

À noter : des formules spécifiques du type « e-carte bleue » (carte utilisée une seule fois) peuvent aussi vous être proposées. Renseignez-vous sur les conditions d'utilisation et leur coût.

Le paiement à crédit

Le vendeur ou le prestataire de services en ligne peuvent vous proposer de payer à crédit. Le paiement à crédit est réglementé. Outre la remise obligatoire d'une offre préalable de crédit, et si vous avez souscrit votre contrat de crédit à distance, vous bénéficiez, une fois l'offre signée, d'un délai de réflexion de quatorze jours pour en demander l'annulation.

Attention : dans le cadre d'un crédit renouvelable, cette faculté d'annulation n'est possible que lors de la souscription du contrat et non lors des achats ultérieurs. Pour plus d'informations, voir la fiche pratique INC J. 150, « La vente à crédit », téléchargeable via < www.conso.net/infos-pratiques.htm >.

Attention : certains sites proposent le règlement par « chèques cadeaux ». Mais ceux-ci ne peuvent donner lieu à aucun remboursement total ou partiel, leur utilisation excluant notamment toute possibilité de rendu de monnaie. Si vous exercez votre droit de retour, aucun remboursement en numéraire ne pourra vous être consenti.

À noter : la clause qui impose le prélèvement automatique comme unique moyen de paiement est abusive (recommandations de la Commission des clauses abusives n° 99-02 sur les contrats de téléphonie mobile et n° 03-01 relative aux contrats de fourniture d'accès Internet).

¹¹ Voir les conseils donnés par l'Observatoire de la sécurité des cartes de paiement : < www.banque-france.fr/observatoire/conseil.htm >.

Remarques sur l'envoi échelonné

Lorsqu'une commande n'est pas disponible en totalité, les entreprises de vente en ligne membres de la Fevad se sont engagées à ne pas réclamer plus d'une fois les frais d'envoi ni, le cas échéant, les frais de « contre remboursement » (articles 42 et 48 du code professionnel publié sur <www.fevad.com>)... sauf lorsqu'il s'agit d'un contrat à exécution successive (collection de livres envoyés à intervalles réguliers, par exemple).

Carte bancaire : comment réagir en cas de fraude

Une commande dont vous n'êtes pas l'auteur a été réglée avec votre carte bancaire ? Contestez immédiatement l'opération, par lettre recommandée avec avis de réception, auprès de l'émetteur de votre carte (votre banque, établissement de crédit...), puis adressez une copie à la société de vente en ligne concernée.

La loi vous protège en cas de fraude. Votre responsabilité en tant que titulaire d'une carte n'est en principe pas engagée si le paiement contesté a été effectué frauduleusement, sans votre autorisation, sans la communication des données figurant sur la carte (en cas de perte, vol ou détournement de la carte) et si vous en avez informé votre banque (article L. 133-18 du code monétaire et financier).

L'opération non autorisée vous sera alors remboursée immédiatement.

Attention : vous disposez d'un délai allant jusqu'à treize mois suivant la date du débit (article L. 133-24 du code monétaire

et financier). Mais si votre réclamation est consécutive à la perte ou au vol de votre carte et que l'opération contestée a été réalisée hors de l'Espace économique européen (EEE, soit les 27 États membres de l'Union européenne plus l'Islande, le Liechtenstein et la Norvège), le délai de contestation est seulement de 70 jours. Ce délai peut être prolongé par le contrat conclu avec votre banque, sans pouvoir dépasser 120 jours.

En pratique, le mieux est de réagir au plus vite dès la découverte du débit.

À noter : vous pouvez aussi contester le montant débité dans le cas suivant : vous avez donné une autorisation de paiement, mais celle-ci n'indiquait pas le montant exact de l'opération de paiement (location d'une voiture avec forfait kilométrique, par exemple). Et la somme débitée dépasse le montant auquel vous pouviez raisonnablement vous attendre en tenant compte du profil de vos dépenses passées, des conditions prévues dans votre contrat ou des circonstances propres à l'opération. Attention : vous devez présenter votre demande de remboursement avant l'expiration d'une période de huit semaines à compter de la date du débit des fonds (article L. 133-25 du code monétaire et financier). La banque dispose alors d'un délai de dix jours ouvrables suivant la date de réception de votre demande pour effectuer le remboursement ou pour justifier son refus d'y procéder.

7. PEUT-ON REVENIR SUR SES ACHATS ?

Vous bénéficiez d'un droit de rétractation

Vous bénéficiez d'un délai pour retourner le produit que vous avez reçu (communément appelé « droit de retour ») ou pour annuler le contrat de prestation de services que vous avez conclu (délai alors appelé « droit de rétractation »), déterminé par l'article L. 121-20 du code de la consommation. Ce droit s'applique y compris aux produits soldés, d'occasion ou déstockés.

Vous pouvez exercer ce droit de manière discrétionnaire, c'est-à-dire sans avoir à justifier d'un motif, ni à payer de pénalités (à l'exception, le cas échéant, des frais de retour). Toute clause qui imposerait une exigence de motivation est illicite et donc réputée non écrite.

Le droit de rétractation est un « droit à l'erreur » : vous devez pouvoir examiner et essayer le bien acquis. Le commerçant ne peut s'opposer à l'exercice de ce droit, même si vous avez essayé et testé (de manière raisonnable) le bien commandé.

Attention : vous n'avez pas de droit de rétractation dans les cas suivants (sauf si le professionnel vous l'accorde à titre commercial) :

- la fourniture de biens confectionnés selon vos spécificités ou nettement personnalisés (canapé établi après le choix de la structure et du tissu, bijou gravé avec un prénom, etc.) ou qui, du fait de leur nature, ne peuvent être réexpédiés ou sont susceptibles de se détériorer ou se périmer rapidement (sous-vêtements, fleurs ou denrées périssables, par exemple) ;
- la vente de journaux, périodiques ou magazines ;
- les contrats de fourniture de services (abonnement à un fournisseur d'accès Internet notamment) dont l'exécution a commencé, avec votre accord, avant la fin du délai de réflexion ;
- la fourniture de biens ou de services dont le prix est fonction de fluctuations des taux du marché financier ;

– la fourniture de CD, DVD et autres « enregistrements audio ou vidéo » ou de logiciels informatiques, si vous avez ôté leur emballage ;

– la fourniture de services de paris ou de loteries autorisées. Vous n'avez pas non plus de droit de rétractation pour les services suivants : hébergement, transport, restauration, prestations de loisirs (billet de spectacle...) devant être fournis à une date ou selon une périodicité déterminée : livraison de plats à domicile, commande de billets pour des places de théâtre, achat de voyages à forfait, de billet de train ou d'avion, location de voiture, etc. (article L. 121-20-4 du code de la consommation).

Rappel : si vous ne bénéficiez pas du droit de rétractation pour le produit ou le service que vous achetez, le professionnel doit vous en avertir avant la conclusion du contrat. Il en est de même si ce droit est soumis à restrictions (CD, DVD, etc.).

Quel est le délai pour vous rétracter ?

Vous pouvez exercer votre droit dans un délai de sept jours francs. C'est le délai minimum imposé par la loi. Mais les vendeurs ou prestataires de services peuvent prévoir un délai plus long, souvent de quinze jours au titre du principe commercial « satisfait ou remboursé » (sur ce principe, voir en page suivante la recommandation de la Commission des clauses abusives).

Rappel : le délai est prorogé à trois mois lorsque la confirmation des informations à caractère obligatoire prévue à l'article L. 121-19 du code de la consommation n'est pas fournie. Mais si cette confirmation intervient dans ce délai de trois mois, le délai redevient de sept jours – et son point de départ est alors celui de la réception de l'information.

Le délai se calcule ainsi : le jour qui sert de point de départ ne compte pas. Si le dernier jour d'exercice du délai est un jour férié,

un samedi ou un dimanche, il est prorogé jusqu'au premier jour ouvrable suivant (article L. 121-20 du code de la consommation).

Attention : le point de départ du délai varie selon qu'il s'agit de biens ou de services :

– pour les biens, le délai court à compter de leur réception, c'est-à-dire du moment où vous (ou une personne que vous avez habilitée) les avez réceptionnés ;

– pour les services, le délai court à compter de l'acceptation de l'offre, donc lorsque vous avez exprimé votre consentement (c'est-à-dire au moment où vous avez validé votre commande). Toutefois, pour certaines prestations de services, celles nécessitant par exemple l'utilisation d'un matériel (tels les abonnements Internet à haut débit), la rétractation peut aussi avoir lieu à compter de la date de réception dudit matériel. Il convient de se reporter aux conditions générales de vente.

Attention : c'est à vous de prouver que vous avez exercé votre droit de rétractation dans le délai prévu. Pour l'annulation d'un contrat de prestation de services, préférez l'envoi d'un courrier en recommandé avec avis de réception. Pour le retour des produits, pensez à vous ménager une preuve du renvoi (attestation de remise à un transporteur, récépissé de dépôt à La Poste...).

Comment s'exerce le droit de rétractation ?

La loi n'a pas prévu les modalités d'exercice du droit. Les professionnels peuvent ainsi prévoir des modalités spécifiques (retour par transporteur, enlèvement...) si elles sont justifiées par l'objet même du contrat : il ne pourrait pas vous être demandé de retourner un produit en recommandé s'il vous a été envoyé par colis simple.

La Commission des clauses abusives a ainsi recommandé que soient éliminées les clauses ayant pour objet ou pour effet « *de faire croire que l'exercice par le consommateur de son droit de rétractation prévu à l'article L. 121-20 du code de la consommation est subordonné à d'autres conditions que celles prévues par la loi* » et « *de soumettre l'exercice dudit droit à des modalités pratiques non justifiées par la nécessité d'assurer la protection du bien restitué* », c'est-à-dire permettant aux professionnels « *d'obtenir la restitution du bien dans des conditions qui assurent sa conservation* » (recommandation n° 07-02).

La CCA a ainsi visé les clauses qui « *subordonnent l'exercice à des formalités excessives, non justifiées au regard de la nature du bien et qui n'ont, manifestement, d'autre but que d'y faire obstacle* » ; qui « *subordonnent aussi l'exercice à l'obtention de l'accord du vendeur* ».

Concernant la garantie « satisfait ou remboursé », la CCA épingle les clauses qui présentent l'exercice du droit de rétraction « *non pas comme une règle légale mais comme une faculté offerte [...] au titre d'une garantie "satisfait ou remboursé", en méconnaissance des dispositions de l'article L. 121-18 du code de la consommation* » et celles qui « *procèdent à une confusion entre le droit légal de retour et une faculté conventionnelle, laquelle est limitée à certains produits, soumise à des conditions de formes rigoureuses, subordonnée au recours à un numéro de téléphone payant ou sanctionnée par une retenue sur le prix de vente* ».

Les modalités imposées par les professionnels portent souvent sur trois aspects : l'obtention préalable d'un numéro de retour, le retour dans l'emballage d'origine et le retour par un transporteur.

1) L'obtention préalable d'un numéro de retour

Bien souvent, les vendeurs en ligne imposent d'obtenir un numéro de retour pour la gestion des retours de commandes, qu'il faut joindre au colis renvoyé. Cette pratique est destinée à assurer la traçabilité des colis, à lutter contre la fraude et à faciliter le traitement des retours.

La clause qui sanctionne le non-respect de cette formalité préalable par le refus de prise en compte du retour est abusive.

Le principe même de l'obtention d'un tel numéro est condamné par le tribunal de grande instance de Bordeaux, qui précise qu'une telle clause ajoute une condition à l'exercice du droit de rétractation : « *le retour ne peut être subordonné à une demande, ni à la réception d'un numéro* » (TGI Bordeaux, 11 mars 2008, Cdiscount).

Un conseil : pour accélérer le traitement de votre dossier et donc le remboursement de votre commande, il est conseillé de respecter le processus de retour dès lors que le numéro peut être obtenu facilement et sans frais (obtention en ligne, numéro inclus dans le colis ou obtenu par l'appel d'un service téléphonique non surtaxé...).

2) Le retour dans l'emballage d'origine

Les cybermarchands sont plus ou moins exigeants concernant les conditions de retour du produit. Certains exigent le retour dans l'emballage d'origine, refusent le retour lorsque l'emballage a été descellé ou encore lorsqu'un élément non indispensable de l'emballage est manquant.

Au regard de la recommandation précitée de la Commission des clauses abusives, cette exigence de retour dans l'emballage d'origine peut être justifiée pour des produits fragiles. Mais le refus d'un retour pour ce seul motif est contestable.

Important : le droit de rétractation étant un « droit à l'erreur », vous devez pouvoir débarrasser le produit. En conséquence, la clause qui prévoit que le produit devra être retourné « *dans son emballage d'origine, non ouvert, non descellé...* » est abusive car l'emballage doit pouvoir être ouvert par l'acheteur (TGI Bordeaux, 11 mars 2008, Cdiscount). La seule exigence admissible est que le produit objet du droit de rétractation soit propre à une nouvelle commercialisation.

Un conseil : la conservation de l'emballage d'origine d'un produit, surtout fragile, est recommandée pour faciliter son envoi en cas d'exercice du droit de retour.

3) Le retour par un transporteur

Le cybermarchand impose parfois le retour de certains produits par transporteur avec paiement de frais forfaitaires retenus sur la somme remboursée.

Une telle clause a été jugée abusive (TGI Bordeaux, 11 mars 2008, Cdiscount) comme étant contraire à l'article L. 121-20 du code de la consommation, « *le consommateur ne pouvant se voir imposer des frais forfaitaires, d'autant que la définition du "produit très volumineux" n'étant pas précise, ces frais peuvent être imputés à la seule discrétion du fournisseur* ».

Le professionnel peut organiser des conditions particulières de retour du produit (par lui-même ou par un sous-traitant), mais à condition que le consommateur ait la possibilité de choisir un mode alternatif d'expédition dans des conditions de sécurité analogues (recommandation du Forum des droits sur l'Internet) et que cela soit justifié par la nature du produit. En outre, le prix du transport facturé au consommateur doit être au plus égal au coût réel du transport.

Les conséquences de la rétractation

Dès lors que vous exercez votre droit de rétractation, vous n'avez pas à payer de pénalités, à l'exception le cas échéant des frais de retour de la commande, et vous êtes remboursé de la totalité des sommes versées.

L'absence de pénalités, à l'exception des frais de retour

Si vous exercez votre droit de rétractation, vous n'êtes pas tenu de « *payer de pénalités, à l'exception, le cas échéant, des frais de retour* » (article L. 121-20 du code de la consommation). La Cour de cassation a précisé que cela signifie que le consommateur n'est tenu « *qu'aux frais de retour du produit, à l'exclusion de toute* ».

autre somme» telle que, dans l'affaire jugée, des frais pour «*test et rectification du produit technique en retour*» d'un ordinateur (Cass. civ. I, 23 juin 1993, pourvoi n° 91-18 190).

Les frais directs de renvoi des marchandises sont les seuls frais qui peuvent être imputés au consommateur. La CCA recommande la suppression des clauses qui «*imposent une contrepartie financière ou des frais forfaitaires de retour*» (recommandation n° 07-02). Par exemple, des frais de dossier ou autres pénalités d'annulation ne peuvent pas être retenus.

Le contrat ne peut pas non plus prévoir une clause prévoyant, de manière générale, une indemnisation compensatrice en cas d'utilisation du bien acquis pendant le délai de rétractation¹². Une telle clause serait illicite.

Le remboursement de la totalité des sommes versées

Le professionnel doit vous rembourser la «*totalité des sommes versées*», ce qui inclut les frais de l'envoi initial de la commande (article L. 121-20-1 du code de la consommation).

En cas de renvoi d'une partie seulement de la commande, selon l'administration (avis DGCCRF de novembre 2008¹³), les modalités de remboursement sont les suivantes :

- si les frais de port dépendent du nombre d'articles commandés (par exemple, des frais variant par tranches de prix de la commande), ils doivent être remboursés au prorata des articles renvoyés par le client ;
- si les frais de port sont forfaitaires, ils ne doivent pas être remboursés.

Le commerçant doit vous rembourser dans les meilleurs délais et au plus tard dans les trente jours suivant la date à laquelle vous avez exercé votre droit. Au-delà, la somme due est, de plein droit, productive d'intérêts au taux légal en vigueur (article L. 121-20-1 du code de la consommation). Pour connaître ce taux, reportez-vous à la rubrique «*vos droits/indices économiques*» sur le site <www.conso.net>.

À noter : la clause qui prévoit un délai de quinze jours, à compter de l'acceptation du retour, pour rembourser l'acheteur doit être supprimée, car elle ne correspond pas aux dispositions de l'article L. 121-1-1 du code de la consommation, et parce

qu'elle prévoit un délai commençant à courir à compter d'une date indéterminée (TGI Bordeaux, 11 mars 2008, Cdiscount).

En cas de contestation sur la réalité du remboursement, c'est au professionnel de rapporter la preuve qu'il vous a bien remboursé (Cass. civ. I, 23 juin 1993, pourvoi n° 91-18 190).

Le non-respect de l'obligation de remboursement est sanctionné par une contravention de cinquième classe (article R. 121-1-2 du code de la consommation).

Le remboursement par tout moyen de paiement

Le remboursement s'effectue «*par tout moyen de paiement*» (article L. 121-20-1 du code de la consommation). Le professionnel pourra recréditer votre compte bancaire, par exemple, ou vous envoyer un chèque.

Le professionnel propose souvent un échange, un avoir ou des bons d'achat.

Attention : la loi prévoit que le professionnel peut proposer une autre modalité de remboursement qu'un moyen de paiement. Mais c'est à vous d'opter pour une telle autre modalité une fois que vous avez exercé votre droit (article L. 121-20-1 du code de la consommation). En conséquence, le professionnel ne peut pas vous imposer un avoir, un échange, etc.

Attention : si vous avez réglé votre commande sous forme de bons d'achat ou de chèques-cadeaux, il pourra vous être refusé tout remboursement en numéraire.

Les conséquences sur le crédit

Si vous avez souscrit un crédit affecté (c'est-à-dire exclusivement destiné au financement d'une prestation de services ou de l'achat d'un bien déterminés), l'exercice de votre droit de rétractation entraîne l'annulation de ce crédit (article L. 311-25-1 du code de la consommation). Cette résolution ne doit entraîner aucuns frais ni aucune indemnité, à l'exception des frais engagés pour l'ouverture du dossier de crédit.

8. QUE FAIRE SI LE PRODUIT COMMANDÉ N'EST PAS DISPONIBLE ?

Si le fournisseur ne vous livre pas le bien commandé ou n'exécute pas la prestation promise dans les délais prévus en raison d'une indisponibilité, il doit vous informer de cette indisponibilité (article L. 121-20-3 du code de la consommation).

Vous devez alors être remboursé sans délai et au plus tard dans les trente jours du paiement des sommes que vous avez versées. Au-delà de ce terme, ces sommes sont productives d'intérêts au taux légal (voir ci-dessus).

Toutefois, si le contrat (bon de commande, etc.) le prévoit, le professionnel peut vous fournir un bien ou un service d'une qualité et d'un prix équivalents. Vous devez alors être informé de cette possibilité de manière claire et compréhensible. Et si l'article de substitution ne vous convient pas, vous pourrez exer-

cer votre droit de rétractation, mais les frais de retour seront dans ce cas à la charge du fournisseur. Ce dernier doit vous informer de cette possibilité de rétractation avec prise en charge des frais.

À noter : certains sites vous proposent d'annuler votre commande dès lors que le produit est indisponible. Dans ce cas, vous pouvez en obtenir le remboursement.

La CCA recommande la suppression des clauses ayant pour objet ou pour effet de «*dispenser le professionnel de son obligation de livraison d'un bien proposé publiquement à la vente en raison de son indisponibilité lorsqu'il est par ailleurs prévu que le vendeur ne pourra en aucun cas voir sa responsabilité engagée de ce chef*» (recommandation n° 07-02).

¹² Solution énoncée par la Cour de justice des communautés européennes : CJCE 1^{re} ch., 3 septembre 2009, n° 489/07, Pia Messner c/ Firma Stefan Krüger. La Cour énonce toutefois qu'une réglementation nationale peut, en principe, valablement imposer une indemnité compensatrice lorsque le consommateur a fait usage du bien d'une manière incompatible avec les principes du droit civil, tels que la bonne foi ou l'enrichissement sans cause. Jurisprudence consultable sur <www.curia.europa.eu>.

¹³ Avis publié dans la revue *Concurrence, consommation*, 2009, n° 163, p. 35.

9. QUELS SONT LES RECOURS POSSIBLES EN CAS DE PROBLÈMES DE LIVRAISON ?

Quels sont les délais de livraison ?

L'offre à distance doit préciser les modalités de la livraison du bien ou d'exécution de la prestation (article L. 121-18 du code de la consommation).

Le professionnel doit indiquer, avant la conclusion du contrat, la date limite à laquelle il s'engage à livrer le bien ou à exécuter la prestation (article L. 121-20-3 du code de la consommation). Si celle-ci n'est pas indiquée, il doit alors exécuter son obligation dès la conclusion du contrat.

Bon à savoir : certains sites vous permettront de suivre votre commande et son expédition en temps réel (« suivi de commande »). Vous pourrez ainsi vous tenir informé de l'acheminement et de la livraison des biens commandés.

Le professionnel ne peut pas se contenter d'indiquer un délai d'expédition ou une date de livraison indicatifs. La clause prévoyant que la date d'exécution du contrat est indicative est présumée abusive (article R. 132-2, 7° du code de la consommation), hors les cas où la loi l'autorise (fourniture d'énergie...).

Que faire si la commande n'est pas livrée ?

• **Si vous souhaitez annuler votre commande :** si le contrat n'est pas exécuté à la date prévue et si la date limite de livraison annoncée avant la conclusion du contrat est dépassée de plus de sept jours, vous pouvez dénoncer le contrat par lettre recommandée avec avis de réception, sauf en cas de force majeure (sur cette notion, voir page XII sur la responsabilité du professionnel). Le contrat est alors considéré comme rompu dès la date de réception du courrier par le vendeur ou le prestataire de services, à moins qu'entre-temps la livraison n'ait été faite, ou la prestation exécutée.

Le professionnel devra vous rembourser selon les mêmes modalités qu'en cas d'exercice du droit de rétractation (voir page IX). Il ne pourra pas exiger que vous preniez livraison de votre commande.

Attention : cette faculté de dénonciation du contrat doit être exercée dans les soixante jours ouvrés de la date prévue pour la livraison¹⁴.

• **Si vous souhaitez malgré tout obtenir l'exécution du contrat :** renseignez-vous d'abord par courriel ou par téléphone pour connaître l'état de votre dossier. Puis, si cela demeure sans effet, vous pouvez mettre en demeure le professionnel d'exécuter ses engagements, par courrier recommandé avec avis de réception, en indiquant un délai – par exemple – de huit jours.

Dans un second temps, si le professionnel n'a toujours pas exécuté son obligation, vous pouvez demander la résolution du contrat et le remboursement des sommes versées si vous avez effectué un paiement avant livraison. Si vous êtes toujours dans le délai de soixante jours ouvrés évoqué ci-dessus, la résolution se fera de plein droit. Si vous êtes hors de ce délai, en cas de refus du professionnel, vous pourrez saisir le tribunal pour obtenir la résolution judiciaire du contrat et, le cas échéant, demander des dommages et intérêts.

Que faire si la commande n'est pas complète ?

Prenez contact avec le commerçant pour qu'il vous envoie le ou les articles qui vous manquent. En cas d'impossibilité, demandez le remboursement du ou des articles manquants, ou

de l'intégralité de la commande si celle-ci constituait un tout indissociable.

Que faire si l'article n'est pas livré, alors que le vendeur affirme l'avoir expédié ?

La commande a pu être égarée dans son acheminement, ou il peut y avoir du retard dans la distribution faite par La Poste ou par une autre société de distribution de colis. C'est au vendeur de faire la preuve de ce qu'il affirme en effectuant notamment les démarches nécessaires auprès du distributeur. Mais vous pouvez aussi faire faire une recherche ou déposer une contestation auprès de votre bureau de poste ou du transporteur.

Attention : en tout état de cause, le vendeur devra vous faire parvenir une deuxième fois l'article commandé ou vous rembourser les sommes versées, au titre de sa responsabilité de plein droit (voir p. XII).

Que faire si la livraison n'est pas conforme à la commande ou est défectueuse ?

Si l'article livré n'est pas conforme à la commande

Si l'article n'est pas conforme à la commande (erreur sur la référence du produit...), retournez-le immédiatement à l'expéditeur, de préférence dans son emballage d'origine pour les produits technologiques, avec les documents qui l'accompagnent (notice, bon de garantie...), ou refusez-en la livraison. Vous disposez ainsi de la garantie de conformité prévue à l'article L. 211-4 du code de la consommation et de l'obligation de délivrance conforme de l'article 1604 du code civil sur le contrat de vente. Dans l'un et l'autre cas, les frais de retour devront être à la charge de l'entreprise.

Vous pouvez au choix :

- exiger une nouvelle livraison respectant la commande (article 1604 du code civil) ;
- demander la réparation ou l'échange par un article de même valeur ;
- demander l'annulation de la commande et le remboursement des sommes versées, avec éventuellement une demande de dommages et intérêts en cas de préjudice subi.

Attention : le professionnel ne peut pas se réserver le droit de modifier unilatéralement les clauses du contrat relatives aux caractéristiques du bien à livrer ou du service à rendre (par exemple en modifiant ou supprimant un service). Une telle clause est de manière irréfragable présumée abusive (article R. 132-1, 3° du code de la consommation). Toutefois, il peut apporter des modifications liées à l'évolution technique « dès lors qu'il n'en résulte ni augmentation de prix, ni altération de la qualité et que les caractéristiques auxquelles le non-professionnel ou le consommateur a subordonné son engagement ont pu figurer au contrat » (article R. 132-2-1, I du code de la consommation).

En outre, la clause qui a pour objet ou pour effet d'« accorder au seul professionnel le droit de déterminer si la chose livrée ou les services fournis sont conformes ou non aux stipulations du contrat » est de manière irréfragable présumée abusive (article R. 132-1, 4° du code de la consommation).

Si les produits sont endommagés

Le vendeur a fait appel à un transporteur. Dès la livraison, assurez-vous si possible de l'état du colis (état de l'emballage et

¹⁴ Des modèles de lettre sont téléchargeables sur le site <www.conso.net>, rubrique « vos droits/lettres types ».

contenu du colis). S'il est endommagé, refusez-le et indiquez vos motifs de refus sur le bon de livraison – document qui doit vous être remis lors de la livraison ou de la mise en service du produit (article L. 211-21 du code de la consommation). À défaut de ce document, mentionnez vos motifs sur la facture.

Si vous gardez le colis, n'hésitez pas à porter des remarques sur ce bon. Attention : la mention « avec réserves » apposée sur le bon de livraison n'a pas de valeur.

Puis envoyez une protestation motivée au transporteur, par lettre recommandée, dans les trois jours, jours fériés non compris (article L. 133-3 du code de commerce). Informez le cybermarchand de cette démarche. Cela vous sera utile s'il s'avère que le produit commandé est cassé ou abîmé.

Faites de même si vous n'avez découvert les dégâts que lors de l'ouverture dudit colis.

À noter : est abusive la clause qui a pour objet ou pour effet d'imposer au consommateur « la souscription d'une assurance couvrant les dommages causés lors du transport », dès lors que « selon l'article L. 121-20-3 du code de la consommation, le vendeur est responsable de plein droit à l'égard du consommateur de la bonne exécution de ses obligations » (recommandation n° 07-02 de la CCA). Il appartient effectivement au vendeur d'assumer la charge des risques de transport (TGI Bordeaux, 11 mars 2008, Cdiscount).

Cependant, si vous ne vous rendez pas compte des dégâts à la réception, cela n'entrave en rien vos recours à l'encontre du vendeur, notamment quant à la possibilité d'obtenir la réparation, l'échange ou le remboursement du produit (voir pages suivantes).

Si le professionnel invoque une erreur de prix

Le prix est l'un des critères de choix de l'achat sur Internet. Le consommateur se fie au prix annoncé pour passer commande. Or, parfois, le professionnel invoque une erreur d'affichage de prix pour réclamer après commande un prix plus important, sous peine de ne pas prendre ladite commande en considération.

Mais un prix autre que celui affiché ou annoncé ne peut pas vous être demandé. Vous êtes en droit de refuser toute augmentation survenue entre le jour de la commande et celui de la livraison, sauf en cas de modification imposée par une réglementation.

La clause qui a pour objet ou pour effet de conférer au professionnel le droit de modifier unilatéralement le prix est abusive (article R. 132-1, 3° du code de la consommation), de même que celle qui lui permet « d'ajouter unilatéralement le coût d'une livraison qui n'a pas été contractuellement fixé » (recommandation n° 07-02 de la CCA). En revanche, pour l'exécution d'un contrat à durée indéterminée, la clause autorisant le professionnel à modifier le prix est valable, mais sous réserve que le consommateur puisse résilier le contrat s'il le souhaite.

Toutefois, en cas d'erreur matérielle, il convient de rechercher si cette erreur engendre ou non un prix « dérisoire », et si elle est connue ou non du consommateur. Ainsi, un prix jugé « dérisoire » (par exemple, un dixième du prix réel) et la connaissance de ce caractère « dérisoire » par le consommateur entraînent la nullité du contrat pour défaut de consentement (TI Strasbourg, 24 juillet 2002, Thierry P. c/ NetBusiness, Planète Discount).

10. LE PROFESSIONNEL PEUT-IL SE DÉGAGER DE SES RESPONSABILITÉS ?

Le commerçant en ligne est seul responsable de la bonne exécution d'une commande ou, plus généralement, de l'exécution des obligations du contrat. Peu important que les obligations soient à exécuter par d'autres prestataires de services (par exemple, le transporteur). Il ne peut s'exonérer de tout ou partie de sa responsabilité qu'en prouvant que l'inexécution ou la mauvaise exécution du contrat est imputable au consommateur, au fait imprévisible et insurmontable d'un tiers au contrat ou d'un cas de force majeure (article L. 121-20-3 du code de la consommation et article 15 de la LCEN).

La force majeure peut être définie comme un événement extérieur (c'est-à-dire indépendant de la volonté du cocontractant), imprévisible et irrésistible qui rend l'exécution de l'obligation impossible. Par exemple, il peut s'agir de conditions climatiques soudaines et extrêmes. Mais « ni la grève, ni la constatation d'une catastrophe naturelle ne sont considérées comme exonérant systématiquement le prestataire de toute responsabilité. C'est ainsi qu'une grève des services de La Poste n'est pas un événement imprévisible et irrésistible, dans la mesure où il existe d'autres entreprises assurant le transport de colis » (TGI Bordeaux, 11 mars 2008, Cdiscount).

Une illustration du principe de la responsabilité de plein droit

Une cliente a commandé par téléphone des bons d'achat, réglés le jour même par carte bancaire. Faute d'avoir reçu ces bons qui auraient été perdus par le transporteur (La Poste), elle a demandé la résolution (l'« annulation ») de la vente. Le vendeur estimait qu'il n'était pas responsable, La Poste étant un tiers au contrat. La Cour de cassation a rejeté cet argument en énonçant que « le prestataire de services auquel le professionnel a recours

pour l'exécution des obligations résultant d'un contrat conclu à distance n'est pas un tiers au contrat au sens de l'article L. 121-20-3 du code de la consommation ». De plus, la Cour énonce que « le vendeur professionnel, responsable de plein droit à l'égard du consommateur, en vertu de dispositions d'ordre public, de la bonne exécution des obligations nées d'un contrat conclu à distance, ne peut conventionnellement exclure ni limiter, en dehors des prévisions de la loi, la réparation due au consommateur en cas d'inexécution ou de mauvaise exécution d'un tel contrat » (Cass. civ. I, 13 novembre 2009, pourvoi n° 07-14856). En pratique, le vendeur ne pouvait pas insérer dans son contrat une clause limitative de réparation.

À noter : est abusive la clause qui a pour effet ou pour objet de faire croire au consommateur « qu'il ne peut rechercher la responsabilité du professionnel en cas d'inexécution ou d'exécution défectueuse, partielle ou tardive de ses obligations ou de celles des prestataires auxquels il a recours [par exemple le transporteur], qu'il ne peut engager la responsabilité du professionnel s'il n'a pas respecté certaines obligations de forme ou de délai imposées par le contrat et de nature à faire échec à la responsabilité de plein droit prévue par la loi » (recommandation n° 07-02 de la CCA).

Sont ainsi visées les conditions générales qui « exonèrent le professionnel de sa responsabilité de plein droit, notamment en faisant peser sur le consommateur ou sur un tiers les risques de la livraison, en donnant de la force majeure une acception plus large que celle admise par la jurisprudence, en excluant certains préjudices du champ de sa responsabilité ou en subordonnant la mise en œuvre de sa responsabilité à des conditions de forme ou de délai destinées à paralyser l'action ».

11. QUELLES SONT LES GARANTIES SUR LES PRODUITS ACHETÉS PAR INTERNET ?

Les appareils vendus en ligne sont garantis au même titre que s'ils étaient vendus selon un autre canal de vente.

Pour pouvoir bénéficier des garanties, conservez votre facture et votre bon de livraison, car un justificatif d'achat vous sera demandé.

Les garanties prévues par la loi

Le vendeur est tenu légalement de la garantie de conformité (article L. 211-1 et suivants du code de la consommation) et de la garantie des vices cachés (article 1641 et suivants du code civil).

1) **Vous bénéficiez de la garantie légale de conformité** pour la vente de biens à fabriquer ou à produire : «*Le vendeur doit livrer un bien conforme au contrat et répondre des défauts résultant de l'emballage, des instructions de montage ou de l'installation lorsque celle-ci a été mise à sa charge par le contrat ou a été réalisée sous sa responsabilité*» (article L. 211-1 et suivants du code de la consommation).

Vous avez une double option :

- le remplacement ou la réparation du bien acheté. Toutefois, si ce choix entraîne un coût manifestement disproportionné compte tenu de la valeur du bien ou de l'importance du défaut, le vendeur peut procéder selon l'autre modalité ;
- la restitution ou la diminution du prix. Si la réparation ou le remplacement du bien sont impossibles, vous pouvez rendre le bien et vous faire rembourser, ou vous pouvez le garder et obtenir une partie du prix.

Attention : cette option s'exerce sans frais pour vous. Ainsi, les éventuels frais – dont les frais de retour du produit – sont à la charge du vendeur.

Cette garantie s'applique pendant deux ans à compter de la livraison du bien (article L. 211-12 du code de la consommation). Ainsi, la clause qui oblige le consommateur à procéder au retour du produit dans un délai de quinze jours à compter de la réception de l'accord par le service client, sous peine de refus du retour, est abusive en ce qu'elle est contraire à ce texte qui prescrit l'action par un délai de deux ans (TGI Bordeaux, 11 mars 2008, Cdiscount).

D'une manière générale, est abusive la clause qui a pour objet ou pour effet de faire croire que l'exercice par le consommateur de son action en délivrance conforme est subordonné à d'autres conditions que celles prévues par la loi, ou d'exonérer le vendeur de son obligation de délivrance conforme (recommandation n° 07-02 de la CCA). Cela vise la clause qui «*subordonne la garantie légale de conformité du consommateur à des conditions de forme et de délai excessives, manifestement destinées à en paralyser l'exercice*».

2) **Vous bénéficiez également de la garantie légale des vices cachés** (article 1641 et suivants du code civil) : «*le vendeur est tenu de la garantie à raison des défauts cachés de la chose vendue qui la rendent impropre à l'usage auquel on la destine, ou qui diminuent tellement son usage que l'acheteur ne l'aurait pas acquise ou n'en aurait donné qu'un moindre prix s'il les avait connus*».

Cette action permet d'obtenir l'annulation de la vente et le remboursement du prix payé, ou de conserver le bien et demander une diminution du prix.

Cette action doit être engagée dans un délai de deux ans à compter de la découverte du vice (article 1648 du code civil).

À noter : le produit vendu doit être accompagné d'une notice explicative ou d'un mode d'emploi (article L. 211-20 du code de la consommation). Ces documents doivent être fournis en langue française (loi n° 94-665 du 4 août 1994). Il n'est pas exigé que cette remise soit faite sous forme papier.

La clause qui impose qu'une expertise soit «*demandée par le client auprès d'un expert mandaté afin que celui-ci certifie le vice caché*» est abusive en ce qu'elle est de nature à dissuader le consommateur de faire valoir ses droits en dehors du cadre imposé par les conditions générales de vente. La preuve de l'existence d'un vice caché pouvant être rapportée par tout moyen, le professionnel ne peut pas imposer le recours à une expertise et laisser entendre qu'à défaut de recours à une telle mesure, une demande fondée sur la garantie des vices cachés ne pourrait aboutir (TGI Bordeaux, 11 mars 2008, Cdiscount).

La garantie commerciale

En plus des garanties légales, le vendeur propose souvent une garantie supplémentaire : la garantie commerciale (ou «*garantie contractuelle*»).

Il doit alors indiquer, par exemple dans les CGV, «*le contenu de la garantie, les éléments nécessaires à sa mise en œuvre, sa durée, son étendue territoriale ainsi que le nom et l'adresse du garant*» (article L. 211-15 du code de la consommation).

Cette garantie peut être payante («*extension de garantie*»). Vérifiez-en les modalités pour déterminer s'il vous est utile d'y souscrire (compte tenu du coût de l'appareil, de sa technicité, etc.).

À noter : parfois, c'est le constructeur lui-même qui accorde sa garantie.

Pour plus d'informations, voir la fiche pratique INC J. 173, «*Les garanties du vendeur*», téléchargeable sur <www.conso.net/infos-pratiques.htm>.

12. LES DONNÉES PERSONNELLES DE L'ACHETEUR SONT-ELLES PROTÉGÉES ?

Tout traitement de données personnelles (nom, prénom, adresse, numéro de carte de paiement, etc.) doit être déclaré auprès de la Commission nationale de l'informatique et des libertés (Cnil) et ne peut être mis en œuvre qu'après délivrance du récépissé de déclaration.

Le traitement de données personnelles vise la collecte, l'enregistrement, l'utilisation, la transmission ou la communication

d'informations personnelles ainsi que toute exploitation de fichiers ou bases de données.

Toute opération de commerce électronique implique le respect de telles règles.

Ces données doivent être collectées et traitées de manière loyale et licite pour des finalités déterminées, explicites et légitimes. Elles doivent être adéquates, pertinentes et non excessives au

regard de ces finalités (loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 modifiée par la loi n° 2004-801 du 6 août 2004).

L'internaute a un droit d'information notamment sur la collecte des données (article 32 de la loi du 6 janvier 1978 modifiée), un droit d'accès aux informations contenues dans le fichier et à leur communication (article 39 de ladite loi), ainsi qu'un droit de rectification (article 40 de ladite loi).

La prospection commerciale directe par courriel d'un internaute qui n'a pas exprimé son consentement préalable à recevoir une telle prospection est interdite (article L. 34-5 du code des postes et des communications électroniques). Toutefois, une telle prospection est autorisée si les coordonnées du destinataire ont été recueillies directement auprès de lui, dans le respect des dispositions de la loi de 1978, à l'occasion d'une vente ou d'une prestation de services, et si elle concerne des produits ou des services analogues fournis par la même personne physique ou morale (l'offre de CD après l'achat de DVD, par exemple).

En outre, le destinataire doit se voir offrir, de manière expresse et dénuée d'ambiguïté, la possibilité de s'opposer, sans frais hormis ceux liés à la transmission du refus (frais de connexion par exemple), et de manière simple (par exemple une case à cocher ou un lien à cliquer), à l'utilisation de ses coordonnées lorsque

celles-ci sont recueillies et chaque fois qu'un courrier électronique de prospection lui est adressé.

Quoi qu'il en soit, vous devez pouvoir, à tout moment, vous opposer expressément à l'utilisation des données nominatives recueillies au terme de la commande (au titre du fichier clientèle du commerçant) et à la diffusion de ces données à des tiers (article 38 de la loi de 1978). Par exemple, le site peut prévoir une case à cocher pour s'opposer à la transmission de données personnelles à des tiers pour recevoir des offres commerciales.

Un conseil : avant toute communication de vos données personnelles, à l'occasion d'un achat, d'une participation à un jeu-concours, etc., consultez la rubrique « protection de la vie privée » ou les clauses présentes dans les CGV, le règlement de l'opération publicitaire...

Pour plus d'informations sur vos droits, vos recours et sur les conseils relatifs à la protection de vos données personnelles, consultez le site de Cnil : <www.cnil.fr>.

Et si vous souhaitez dénoncer des « spams » (courriels non sollicités et illicites), connectez-vous sur la plateforme Signal Spam : <www.signal-spam.fr>.

13. QUE FAIRE EN CAS DE LITIGE ?

1) Rechercher une solution amiable

Si vous avez un différend avec un vendeur en ligne, recherchez d'abord une solution amiable avec celui-ci.

- **En premier lieu**, contactez le service « consommateurs » ou « clientèle » du vendeur, dont les coordonnées doivent obligatoirement figurer sur son site. Un appel, un courriel suffisent parfois à régler le différend. Si celui-ci persiste, la lettre recommandée avec avis de réception s'impose (gardez-en une copie). Indiquez sur celle-ci vos coordonnées, les faits à l'origine du litige, les références du produit ou du service, le récapitulatif de vos démarches, l'objet de votre demande (ce que vous réclamez ou la solution que vous proposez). Joignez, si possible, une copie des pièces justificatives.

- **Pour obtenir des informations ou une aide**, voire une intervention, vous pouvez prendre contact avec :

- une organisation de consommateurs agréée qui pourra vous informer sur vos droits et intervenir en vue d'un règlement amiable, et vous aider dans vos démarches pour une éventuelle action judiciaire (liste disponible sur <www.conso.net/associations.htm>);

- la Fédération du e-commerce et de la vente à distance (Fevad – 60, rue de la Boétie – 75008 Paris). Elle peut intervenir auprès de ses adhérents (ceux-ci reproduisent l'emblème Fevad sur leurs documents et figurent sur le site <www.fevad.com>).

- le service « Médiateur du Net » du Forum des droits sur l'Internet (FDI) : il s'agit d'un service de médiation proposé gratuitement par le FDI pour les conflits impliquant l'usage d'Internet (par exemple, un litige lié à un achat sur Internet auprès d'un professionnel, ou à une vente entre particuliers). On peut le saisir par courrier : Médiateur du Net – 6, rue Déodat-de-Séverac – 75017 Paris; ou par le formulaire disponible sur le site <www.mediateurdunet.fr>.

- **En cas de litige avec un commerçant d'un autre pays de l'Union européenne**, vous pouvez solliciter l'intervention du Centre européen des consommateurs France : CEC France – c/o Euro-Info-Consommateurs – Rehfusplatz 11 – D-77694 Kehl. Site : <www.europe-consommateurs.eu>. Tél. : 0820 200 999. Courriel : <info@euroinfo-kehl.eu> ou, pour soumettre une réclama-

tion ou un litige, <service-juridique@euroinfo-kehl.eu>. Vous pouvez également utiliser le formulaire en ligne.

2) Alerter l'administration

- **Lorsque vous estimez être victime d'une infraction à la réglementation des prix, d'une pratique commerciale déloyale ou d'une tromperie**, vous pouvez alerter l'unité départementale de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) du lieu du siège social de l'entreprise (les coordonnées des unités départementales sont publiées sur <www.dgccrf.bercy.gouv.fr>) ou le Centre de surveillance du commerce électronique (CSCE) – 4, place Puyo – 29600 Saint-Martin-des-Champs. Tél. : 02 98 15 20 50. Fax : 02 98 15 20 58. Courriel : <csce@dgccrf.finances.gouv.fr>.

En cas de litige avec un commerçant situé hors de l'Union européenne, vous risquez fort d'en être pour vos frais... Mais vous pouvez cependant déposer une plainte sur le site <www.econsumer.gov/francais> du Réseau international de contrôle et de protection des consommateurs (RICPC). C'est une organisation composée d'autorités chargées de l'application des lois sur les pratiques commerciales dans plus d'une trentaine d'États (dont la DGCCRF pour la France).

- **Si vous pensez avoir été victime d'une escroquerie** ou si vous souhaitez alerter sur une pratique vous paraissant douteuse, vous pouvez contacter Info Escroqueries au 0811 02 02 17 (coût d'un appel local depuis un téléphone fixe) ou vous connecter sur le site <www.internet-signalement.gouv.fr>.

Vous pouvez ainsi dénoncer une pratique de « phishing », ou « hameçonnage », si vous avez reçu un courriel avec un logo d'un cybermarchand, ou imitant celui de votre banque, qui vous demande de lui communiquer vos données confidentielles (mot de passe). Attention ! Ce type de message émane d'escrocs qui veulent ainsi accéder à vos comptes en ligne.

Vous pouvez aussi dénoncer des sites ou des courriels qui vous semblent être une tentative d'escroquerie : sites créés par des sociétés fantômes, courriels vous faisant croire que vous avez gagné une importante somme d'argent et vous demandant de verser des fonds avant de percevoir votre gain...

3) Saisir les tribunaux

Lorsque vous n'avez pas pu obtenir une solution amiable ou lorsque vous êtes victime d'une infraction, vous pouvez agir devant les tribunaux judiciaires.

Vous saisissez les juridictions civiles

En cas de refus par une société d'exécuter ses obligations (livraison, garantie, remboursement...), vous devez vous adresser :

- au juge de proximité (greffe du tribunal d'instance), si la somme en jeu est inférieure ou égale à 4 000 € ;
- au tribunal d'instance, si la somme en jeu va de 4 001 à 10 000 € ;
- au tribunal de grande instance, si la somme en jeu est supérieure à 10 000 €.

Le tribunal compétent est celui du lieu du siège social de l'entreprise, ou du lieu de la livraison ou de l'exécution de la prestation de service (votre domicile, par exemple).

Mais vous pouvez aussi, plus généralement, opter pour la juridiction du lieu où vous demeuriez au moment de la conclusion du contrat (article L. 141-5 du code de la consommation).

L'assistance d'un avocat n'est pas obligatoire devant le juge de proximité ou devant le tribunal d'instance.

Si votre demande est d'un montant inférieur ou égal à 4 000 €, vous pouvez utiliser la procédure de déclaration au greffe (article 847-1 du code de procédure civile). Pour en savoir plus sur cette procédure, voir la fiche pratique INC J. 128, « La déclaration au greffe ou saisine simplifiée », téléchargeable sur le site < www.conso.net/infos-pratiques.htm >.

Si votre demande est d'un montant supérieur à 4 000 €, vous devez convoquer votre adversaire (le « défendeur ») par une assignation établie et délivrée par un huissier de justice.

Vous saisissez les juridictions pénales

Si vous êtes victime d'une infraction (pratique commerciale déloyale...), vous pouvez porter plainte auprès du procureur de la République près du tribunal de grande instance (TGI) de votre domicile, par simple lettre exposant les faits.

Vous pouvez obtenir des informations sur les procédures, notamment auprès des points d'accès au droit (PAD) ou des maisons de justice et du droit (MJD). Un annuaire de ces lieux et de nombreux autres renseignements figurent sur le site du ministère de la justice à l'adresse < www.justice.gouv.fr >, en rubriques « vos droits et démarches » ou « annuaires et contacts ».

Patricia Foucher

La vente entre particuliers (sites d'enchères ou de courtage en ligne)

De plus en plus de particuliers vendent ou achètent via des plateformes électroniques qui mettent les internautes en relation. C'est le commerce « CtoC » (de consommateur à consommateur). L'achat ou la vente se font soit à un prix fixé à l'avance, soit aux enchères. Dans ce cas, le vendeur fixe un prix de départ et une date limite, les internautes enchérissent, et le plus offrant à la fin de la vente devient l'acheteur.

Attention : lorsque ces plateformes électroniques mettent en relation deux particuliers, les dispositions du code de la consommation sont inapplicables. Vous ne bénéficiez donc pas du droit de rétractation qui vous permet de revenir sur votre accord. En effet, seules les obligations issues du code civil et de la LCEN, relatives notamment à l'information précontractuelle, doivent être respectées.

De plus, ces plateformes de mise en relation étant considérées comme des tiers à la transaction, leur responsabilité ne peut, en principe, pas être engagée en cas d'inexécution ou de mauvaise exécution du contrat de vente.

En revanche, si le vendeur est un professionnel, il sera tenu de respecter toutes les obligations évoquées dans la présente fiche, ainsi que les obligations fiscales et sociales applicables au travailleur indépendant ou au commerçant. Des commerçants utilisent en effet ces plateformes pour écouler leurs stocks.

Il existe aussi la catégorie « intermédiaire » des particuliers qui tirent tout ou partie de leurs revenus de cette activité. Ils peuvent éventuellement être qualifiés de vendeurs professionnels selon les critères suivants : la régularité de l'activité ; le caractère lucratif de celle-ci ; l'intention d'avoir une activité professionnelle (vendeur ayant son magasin en ligne, etc.).

Ainsi, le TGI de Mulhouse a condamné un particulier qui se livrait à « un travail dissimulé par dissimulation d'activité » en accomplissant à but lucratif des actes de commerce sans s'être immatriculé au répertoire des métiers (TGI Mulhouse, jugement correctionnel du 12 janvier 2006). L'amateur qui avait vendu 470 objets en moins de deux ans s'était ainsi comporté comme un professionnel, eu égard à la fréquence et à l'importance des achats-reventes.

Dès lors qu'ils acquièrent la qualité de professionnels (y compris ceux qui ont opté pour le statut juridique de l'auto-entrepreneur), ces vendeurs doivent respecter les obligations évoquées ci-dessus.