

Les obligations des e-commerçants



Les obligations d'information

Afin de sécuriser le consommateur qui achète en ligne, le e-commerçant doit lui délivrer un certain nombre d'informations avant, pendant et après la conclusion du contrat de vente ou de prestation de services.

Rappelons tout d'abord que le e-commerce répond à la définition de la vente à distance dont la réglementation a été aménagée par la loi Hamon du 17 mars 2014. Ainsi, une vente à distance suppose la conclusion d'un contrat entre un professionnel et un consommateur par le recours exclusif à une ou plusieurs techniques de communication à distance.

Avant la conclusion du contrat

Avant même que le contrat de vente ne soit conclu, le e-commerçant doit fournir au consommateur un certain nombre d'informations. Ces dernières sont les mêmes que pour tout vendeur de biens et tout prestataire de services, à savoir :

- les caractéristiques essentielles du bien ou du service, compte tenu du support de communication utilisé et du bien ou du service concerné ;
- le prix du bien ou du service ;
- en l'absence d'exécution immédiate, la date ou le délai

auquel le professionnel s'engage à livrer le bien ou à exécuter le service ;

– les informations relatives à l'identité du professionnel (son nom ou sa raison sociale, son numéro RCS, son capital social, son siège social, etc.), ses coordonnées postales, téléphoniques et électroniques et ses activités, pour autant qu'elles ne ressortent pas du contexte ;

– s'il y a lieu, les informations relatives aux garanties légales, aux fonctionnalités du contenu numérique, à l'existence et aux modalités de mise en œuvre des garanties et aux autres conditions contractuelles ;

– la possibilité de recourir à un médiateur de la consommation.

Par ailleurs, outre ces informations traditionnelles, le e-commerçant doit mettre à la disposition du consommateur et ce, de manière lisible, claire et compréhensible, les informations suivantes :

– les frais de livraison ;

– les modalités de paiement, de livraison ou d'exécution ;

– les conditions, le délai et les modalités d'exercice du droit de rétractation ainsi que le formulaire type de rétractation ;

– les éventuels frais de renvoi du bien qui resteront à la charge du consommateur en cas de rétractation ;

– l'éventuelle absence de droit de rétractation ;

– les éventuels coûts d'utilisation de la technique de communication à distance, l'existence de codes de bonne conduite, les modalités de résiliation, les modes de règlement des litiges et autres conditions contractuelles.

Pendant la commande

Dans la mesure où il s'agit d'un contrat à distance conclu par voie électronique, le professionnel doit accompagner et informer le consommateur tout au long du processus de passation de la commande. Ainsi, l'offre de vente doit énoncer

les conditions contractuelles applicables, notamment les différentes étapes à suivre pour conclure le contrat par voie électronique et les moyens techniques permettant à l'utilisateur, avant la conclusion du contrat, d'identifier les erreurs commises dans la saisie des données et de les corriger.

Attention : il est interdit de prévoir des options payantes incluses par défaut et venant s'ajouter au prix de l'objet principal du contrat (par exemple, des cases pré-cochées). Le professionnel doit toujours recueillir le consentement exprès du consommateur pour tout paiement supplémentaire venant s'ajouter au prix du bien ou du service acheté.

Au moment de la validation de la commande, le professionnel doit indiquer de manière très claire que la commande entraîne une obligation de paiement. En outre, les moyens de paiement acceptés et les éventuelles restrictions de livraison (par exemple les restrictions de dimension du colis si la livraison s'effectue dans un point relais) doivent être indiqués sur le site du e-commerçant, au plus tard au tout début du processus de commande.

Après la conclusion du contrat

L'obligation d'information du consommateur incombant à l'e-commerçant se poursuit après la conclusion du contrat de vente à distance. En effet, le professionnel doit adresser au consommateur une confirmation de sa commande et joindre à celle-ci toutes les informations précontractuelles, sauf si le professionnel les lui a déjà fournies. Le contrat doit également être accompagné d'une information sur les conditions et les modalités du droit de rétractation, mais aussi des informations relatives au service après-vente et aux garanties commerciales ainsi que l'adresse de l'établissement du fournisseur où le consommateur peut présenter ses réclamations.

Ces documents doivent être communiqués sur un support écrit ou sur tout autre support durable (par exemple en pièce jointe à un e-mail de confirmation de commande, sous format PDF) et au plus tard au moment de la livraison du bien ou du service acheté.

Attention : tout manquement aux obligations d'information par le professionnel du commerce en ligne peut être sanctionné par une amende pouvant s'élever à 3 000 € pour une personne physique et à 15 000 € pour une société.

Le droit de rétractation de l'acheteur

Le consommateur en ligne bénéficie d'un droit de rétractation qui lui permet de revenir sur son engagement au terme d'un délai de 14 jours, sans avoir à motiver sa décision.

Le droit de rétractation permet au consommateur qui achète un bien à distance de revenir sur ses engagements, au terme d'un délai de 14 jours, et ce sans avoir à indiquer ses raisons, ni subir de pénalités.

À noter : le droit de rétractation est exclu pour certaines ventes, notamment les ventes de biens confectionnés selon les spécifications du consommateur (par exemple, les produits sur-mesure), de biens périssables ou encore de prestations de services d'hébergement, de transport, de restauration ou de loisirs devant être fournis à une date ou selon une périodicité déterminée.

Ce délai de 14 jours commence à courir à compter du lendemain de la réception du bien pour les ventes de biens et à compter du lendemain de l'acceptation de l'offre pour les prestations de services.

L'existence du droit de rétractation doit être portée à la connaissance du consommateur ainsi que les conditions et les modalités d'exercice de ce droit. À défaut, le délai de rétractation passe de 14 jours à 12 mois. Toutefois, si, durant cette période, le professionnel délivre les informations prévues par la loi, un nouveau délai de 14 jours court à compter de la date à laquelle l'information a été reçue par le consommateur.

La mise en œuvre du droit de rétractation par le consommateur a pour effet d'annuler le contrat. En conséquence, le professionnel est tenu de rembourser le bien ou le service (ainsi que les frais de livraison initiaux) au plus tard dans les 14 jours suivant la rétractation ou après avoir récupéré les marchandises ou, tout du moins, après avoir reçu une preuve de leur réexpédition. Le remboursement peut se faire par le moyen de paiement de la transaction initiale ou par tout autre moyen s'il n'occasionne pas de frais supplémentaires. Le consommateur, quant à lui, doit renvoyer le produit au e-commerçant dans un délai de 14 jours, en prenant en charge les frais de retour, ce dont le professionnel est tenu de l'informer. À défaut d'en avoir été informé, le consommateur n'est pas tenu au paiement de ces frais.

En cas de non-respect de l'obligation d'information liée au droit de rétractation, le vendeur en ligne encourt une amende administrative d'un montant maximal de 15 000 € lorsqu'il s'agit d'une personne physique et de 75 000 € s'il s'agit d'une société.

Le délai de livraison du bien

ou d'exécution de la prestation

À défaut de précisions ou d'accord sur la date de livraison, l'e-commerçant doit livrer la marchandise ou exécuter la prestation de services dans un délai raisonnable et au plus tard 30 jours après la conclusion du contrat.

Le vendeur doit livrer le bien ou fournir le service à la date ou dans le délai qu'il a indiqué lors de la conclusion du contrat.

Mais lorsque la date de livraison ou d'exécution n'a pas été préalablement précisée, le professionnel doit livrer le bien ou exécuter la prestation dans un délai raisonnable, c'est-à-dire sans retard injustifié, et au plus tard 30 jours après la conclusion du contrat.

En cas de défaut de livraison à la date prévue ou de livraison plus de 30 jours après la conclusion du contrat, le consommateur peut enjoindre au professionnel, par écrit, d'effectuer la livraison ou de fournir le service dans un délai supplémentaire raisonnable. Et si, au terme de ce délai supplémentaire, le professionnel ne s'est toujours pas exécuté, le consommateur peut demander la résolution de la vente par écrit. Celle-ci sera effective à compter de la réception du courrier par l'e-commerçant. Dans ce cas, le professionnel est tenu de rembourser les sommes versées par l'acheteur en ligne (y compris les frais de réexpédition) au plus tard dans les 14 jours de la dénonciation du contrat.

Attention : des pénalités de retard peuvent être dues si le remboursement intervient après l'expiration des délais fixés. Les sommes dues sont majorées du taux de l'intérêt légal si le remboursement survient 10 jours après l'expiration du délai de 14 jours. Et si le retard est compris entre 10 et 20 jours,

les sommes sont majorées de 5 %, de 10 % entre 20 et 30 jours, de 20 % entre 30 et 60 jours et de 50 % au-delà.

La collecte des données clients

Le commerçant dont le site marchand collecte et conserve des données clients doit effectuer une déclaration simplifiée auprès de la Cnil et garantir la sécurité de ces informations personnelles.

Les sites de commerce électronique collectent et conservent des informations nominatives relatives à leurs clients (par exemple : noms, prénoms, adresse email, photos...) au moment de l'inscription sur le site Internet ou de la passation de la commande. Le traitement de ces données à caractère personnel est strictement encadré par la loi Informatique et Libertés et fait l'objet d'un contrôle par la Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés (Cnil).

Ainsi, de nombreuses obligations en la matière pèsent sur le vendeur en ligne. Tout d'abord, il doit effectuer une déclaration simplifiée auprès de la Cnil. Cette déclaration concerne les traitements automatisés de données à caractère personnel relatifs à la gestion de clients et de prospects.

Ensuite, le professionnel doit recueillir l'accord des clients avant toute collecte d'informations nominatives, informer ces derniers de leur droit d'accès, de modification et de suppression des informations ainsi collectées et indiquer la durée de conservation de ces données.

Enfin, le vendeur en ligne doit garantir la sécurité des systèmes d'information et la confidentialité des données car toute faille pourra lui être reprochée.

Et si le professionnel n'est pas en conformité avec la réglementation, la Cnil peut prononcer à son égard différents types de sanctions. Tout d'abord, elle peut lui enjoindre de cesser tout traitement de données personnelles ou encore lui adresser un avertissement qui peut être rendu public. Ensuite, la Cnil peut prononcer à son encontre une amende d'un montant maximal de 150 000 € (300 000 € en cas de récidive). Elle peut aussi retirer au professionnel l'autorisation qu'elle lui avait accordée. Enfin, indépendamment de ces sanctions administratives, l'e-commerçant qui n'a pas mis en place les mesures de sécurité suffisantes est passible de sanctions pénales (une amende de 300 000 € et une peine pouvant aller jusqu'à 5 ans d'emprisonnement).

© 2016 Les Echos Publishing