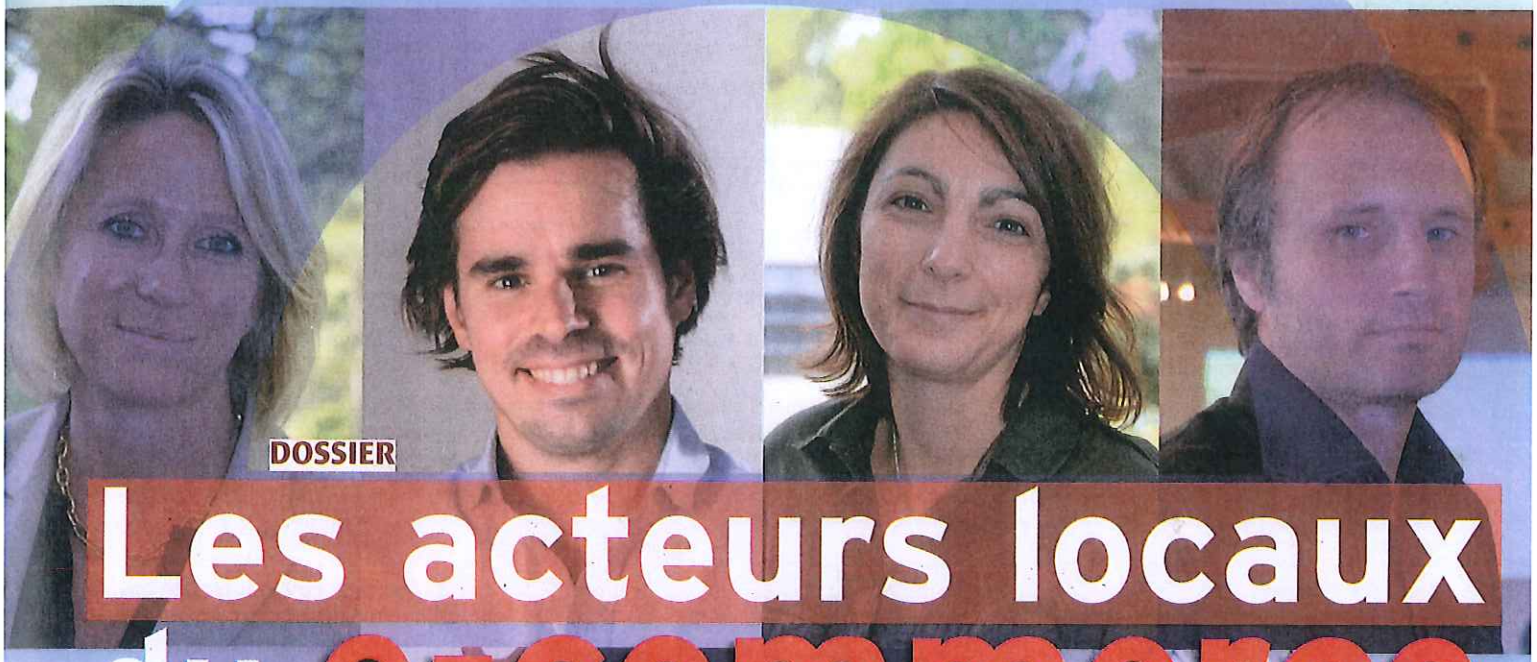
www.nouvellespublications.com

n° 9843
vendredi
15 mai
2015

Hebdomadaire habilité à publier les annonces légales pour le département des Bouches-du-Rhône - Prix : 1,50 euro - CPPAP 0115 I 85972 - 32 cours Pierre Puget - BP 10.043 13251 Marseille Cedex 20

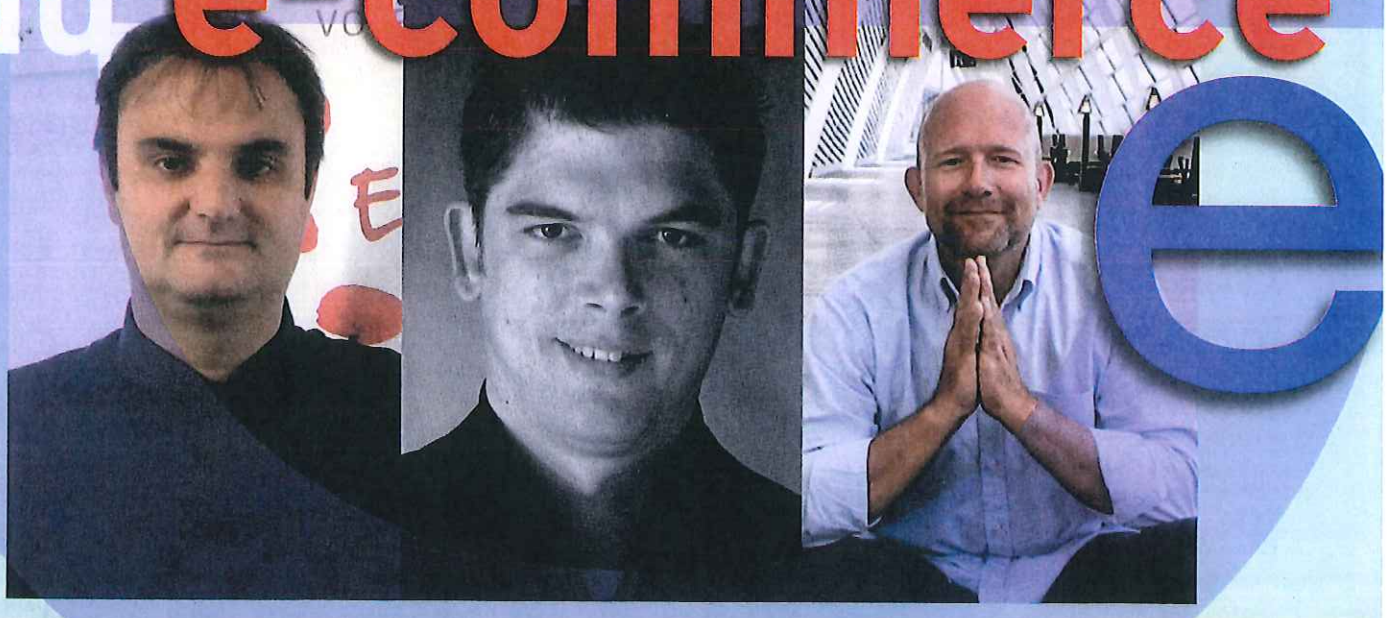
LES NOUVELLES PUBLICATIONS

ÉCONOMIQUES ET JURIDIQUES



DOSSIER

Les acteurs locaux du e-commerce



ENTREPRENDRE

LA CCIMP VEUT FAIRE UN PROCÈS À BERCY

DROIT ET CHIFFRE

LE CONSTRUCTEUR RESPONSABLE ET COUPABLE ?

CEFIM

UN PREMIER FONDS ÉPICURIEN POUR LA RÉGION

arapl provence

Association régionale agréée des professions libérales

Cotisation annuelle : 165€ TTC
(330€ TTC pour les sociétés)
Pour la 12ème année consécutive

Tél : 04 91 17 72 20
www.araplprovence.org

Des règles juridiques en fav

Faire le choix de l'e-commerce ne doit pas être pris à la légère. Si le concept semble plus facile pour toucher un public plus large sans avoir à supporter les coûts liés à une boutique, le législateur a prévu tout un panel de lois destinées à favoriser la confiance et les - bons - échanges entre vendeur et consommateur. Vendre sur Internet, oui. Mais pas n'importe comment. Le point avec Me Cendrine Claviez, avocate au barreau de Marseille, spécialisée en propriété intellectuelle.

Me Cendrine Claviez, avocate au barreau de Marseille

Les Nouvelles Publications : Qu'est-ce qui est important lorsqu'on se lance dans le e-commerce ?

Me Cendrine Claviez : Avant tout, le professionnel doit avoir conscience que la loi est faite pour favoriser les échanges et la confiance du consommateur dans l'e-commerce. Pour cela, les obligations à la charge du professionnel ont été renforcées. Ce qui signifie que, en termes de précautions, il y a un processus juridique à mettre en œuvre en concordance avec le processus informatique. Le juridique et l'outil informatique vont de pair. L'outil informatique doit permettre au e-commerçant de remplir ses obligations professionnelles dans le respect des dispositions légales et du Code de la consommation.

N. P.: Quelles sont ces obligations ?

Me C. C. : Il est fondamental de s'assurer du consentement du consommateur à toutes les étapes de son process d'achat sur le site, on parle souvent de tunnel de commande en matière de sites marchands. Le professionnel doit s'assurer du consentement du consommateur à chacune des étapes de sa commande et qu'il ait conscience que, lorsqu'il clique, son acte d'achat va aboutir à un paiement. Concernant la collecte de données personnelles (adresse URL, nom, prénom, etc.), le professionnel doit prendre les précautions obligatoires et faire une déclaration auprès de la Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL). C'est obligatoire. Cela fait partie des précautions à prendre concomitamment à la mise en ligne d'un service marchand.

N. P.: Et les cookies ?

Me C. C. : Lorsqu'un internaute se connecte à un site, des cookies sont déposés. Ils peuvent servir pour le profilage, pour l'analyse de son comportement. Soit pour favoriser la navigabilité sur le site, mais le plus souvent pour lui envoyer des offres promotionnelles ciblées. Depuis le mois d'octobre, tout cela est très surveillé par la CNIL qui peut, de manière aléatoire et à distance, effectuer des contrôles pour vérifier combien de cookies ont été placés et à quel moment a été recueilli le consentement éclairé du consommateur.

N. P.: De plus en plus souvent, des bandeaux apparaissent sur les écrans !

Me C. C. : Il est obligatoire de signaler l'acceptation des cookies et un bandeau ne suffit pas à l'informer. La vraie difficulté est de connaître le moment où les cookies sont

veur du consommateur

mis en place. Si c'est au moment de la connexion ou si le site attend véritablement l'acceptation du consommateur. Les bandeaux sont souvent de la décoration et il est fréquent que la CNIL constate que les cookies sont placés avant le consentement du consommateur, avant qu'il ait été informé de leur finalité.

N. P.: Quels sont les risques pour le e-commerçant ?
Me C. C.: Les contrôles de la CNIL vont certainement se multiplier, que ce soit de manière aléatoire ou par dénonciation. Le but de la CNIL n'est pas de sanctionner, mais de faire respecter l'information du consommateur. Si elle se rend compte que le process n'est pas mis en place, elle va d'abord laisser une chance à la bonne foi du professionnel. A défaut, elle dressera un procès-verbal pour que le professionnel se mette en conformité. Si celui-ci ignore les demandes de la CNIL, elle peut envoyer une lettre de mise en demeure. Et s'il ne fait toujours rien, il peut y avoir des sanctions.

N. P.: Quelles sont les règles pour retourner un produit ?
Me C. C.: Le législateur a passé le droit de rétractation de sept à 14 jours. Cela pour que le consommateur puisse avoir le temps matériel d'apprécier si l'objet acheté est conforme à sa commande. Le délai commence à la réception du produit, et non à la commande. Le professionnel doit veiller à mettre en place un système de suivi de colis informatique dans la gestion de son back-office pour être en capacité de suivre le point de départ de ce délai de rétractation jusqu'à la date de retour du produit. Même si le professionnel est intéressé par le motif, le consommateur n'a pas à justifier du motif du retour durant la période de rétractation. Ça ne peut pas être une condition d'acceptation du retour du produit. Il a également obligation de mettre un formulaire de rétractation à disposition sur le site, même si le consommateur n'a pas, lui, obligation de l'utiliser.

Le but de la CNIL n'est pas de sanctionner, mais de faire respecter l'information du consommateur. Si elle se rend compte que le process n'est pas mis en place, elle va d'abord laisser une chance à la bonne foi du professionnel. A défaut, elle dressera un procès-verbal pour que le professionnel se mette en conformité.

N. P.: Est-il obligatoire d'effectuer le retour dans l'emballage d'origine ?
Me C. C.: Tout est fait pour simplifier la relation et donner confiance au consommateur dans les modalités de retour de ses produits. La loi ne permet pas au professionnel de mettre des conditions supplémentaires, comme retourner l'article dans son emballage d'origine et dans un état neuf. Le client peut donc utiliser le produit, quel qu'il soit (robe, casserole, pneus, etc.), pour vérifier qu'il est conforme à son usage durant la durée de rétractation et le retourner le dernier jour. Ce qui peut parfois amener à des abus, mais les statistiques révèlent que seuls 5% abusent. La notion de propreté n'est pas retenue devant les tribunaux et l'utilisation n'est pas une condition de l'exercice du droit de rétractation. Par contre, le professionnel peut considérer qu'un produit abîmé ne sera pas remboursé dans son intégralité.

N. P.: Et le remboursement ?
Me C. C.: Le professionnel a l'obligation de rembourser dans un délai de 14 jours. En principe, le point de départ démarre dès la notification de la volonté de se rétracter. Pour éviter que le consommateur ne renvoie pas le produit, le législateur autorise le professionnel à indiquer, dans ses conditions générales de vente, que le délai ne commence à courir qu'à la réception du produit retourné. Mais il faut que ce soit expressément mentionné. Il faut que le professionnel soit très attentif à la rédaction de ses conditions générales de vente.

N. P.: Toutes ces règles sont-elles applicables aux sites étrangers ?
Me C. C.: Sur un site en français, avec un prix stipulé en euros, à destination de consommateurs français qui peuvent se faire livrer sur le territoire national, toutes les caractéristiques du site laissent à penser à l'internaute que son cocontractant s'adresse à lui sur un site français. La plupart des dispositions qui s'imposent à l'éditeur du site sont celles du Code de la consommation. La Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) doit agir contre les sociétés qui, de manière artificielle, se localiseraient en Andorre, en Irlande ou ailleurs pour s'exonérer des dispositions protectrices dont les consommateurs doivent bénéficier.

Propos recueillis par Martine Debette