



Sites internet des professions libérales, artisans, commerçants et droit de la consommation

Jurisprudence publié le **20/08/2019**, vu **3488 fois**, Auteur : [Légavox](#)

La notion de « consommateur » ne fait l'objet d'une définition légale que depuis la loi sur la consommation n° 2014-33 du 17 mars 2014, dite loi « Hamon ».

Aujourd'hui, le consommateur, et plus exactement, le **non-professionnel** est celui qui « agit à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale, libérale ou agricole ».

Cela signifie-t-il pour autant que le professionnel, et notamment le « petit » entrepreneur ne puisse bénéficier des dispositions protectrices du droit de la consommation lorsqu'il fait appel à une société commerciale pour accroître sa notoriété professionnelle ?

Non répond la Cour de cassation.

Par un **arrêt du 12 septembre 2018** (*Cass. 1^{ière} Civ. 12.09.2018, n°17-17.319*), la Première Chambre Civile a considéré que le professionnel, démarché sur son lieu d'exercice par un autre professionnel, afin de lui vendre des biens ou services dont l'objet n'entre pas dans le champ de son activité principale, peut se prévaloir des dispositions du Code de la consommation à son profit.

En l'espèce, l'affaire opposait un **architecte libéral** à la société **COMETIK, vendeur d'un contrat de création internet et de licence d'exploitation**.

Le **libéral a pu faire écarter plusieurs clauses des conditions générales de vente** qui lui avaient été imposées par **COMETIK, jugées abusives** – ce qui ne lui aurait pas été offert s'il lui avait été appliqué la seule notion de professionnel.

La décision est intéressante car elle signifie que le libéral ou le dirigeant d'une petite entreprise, souvent proie de sociétés commerciales qui leur promettent au choix du référencement, un site internet, une publicité dans les pages jaunes... pour un prix exorbitant pourra exciper de la qualité de non-professionnel et faire écarter les **clauses abusives** du contrat signé ainsi que revenir sur celui-ci.

Etant précisé que **les contrats signés stipulent tous que les dispositions de la Code de consommation ne sont pas applicables, le contrat étant signé entre deux professionnels**.

Pour **arracher le consentement** de leur cocontractant, le modèle économique de ces **sociétés commerciales expertes en démarchage** est de faire croire au petit entrepreneur qu'il va réaliser une substantielle économie s'il signe le contrat de manière immédiate pour une prestation aucunement personnalisée et qui ne l'aidera en réalité en rien dans le développement de son activité.

Le contrat est ensuite, très ingénieusement, et sans qu'une information claire en soit donnée à l'entrepreneur, cédé par la société commerciale à une société tierce qui récoltera ensuite les loyers de la location du site internet, du référencement google/pages jaunes.... sur une durée de 36 à 48 mois en général.

La solution est bienvenue pour les libéraux et les dirigeants des petites entreprises qui ne disposent pas forcément du temps nécessaire et d'un service juridique approprié pour se prémunir de telles pratiques commerciales abusives.

En cliquant sur le lien présent sous l'image de l'article, vous pouvez télécharger l'arrêt rendu par la Cour de cassation.

Mathieu WEYGAND,
Avocat

Vous avez apprécié cet article et souhaitez en apprendre davantage ? Découvrez-en d'autres :

- [Tous les articles de cette catégorie](#)
- [Tous les articles de Me WEYGAND](#)