



E-commerce : droits applicables à la création d'un site internet marchand et à la vente en ligne

publié le **03/09/2013**, vu **7594 fois**, Auteur : [Anthony BEM](#)

Afin de pallier à la méconnaissance du cadre juridique de l'activité de commerce en ligne ou du e-commerce par les TPE, PME, artisans et professions libérales, la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) vient de publier un guide destiné aux cybervendeurs sur ce sujet.

Chaque année de plus en plus de TPE, PME, artisans et professions libérales tentent l'aventure du net en créant un site marchand ou en mettant leur vitrine en ligne.

Afin de pallier à la méconnaissance du cadre juridique de l'activité de commerce en ligne et du e-commerce par nombre de ces professionnels, la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) a publié un guide destiné aux cybervendeurs.

En effet, lors de la création et l'exploitation d'un site internet marchand ou d'un logiciel de traitement des ventes en ligne plusieurs aspects juridiques interviennent et doivent être analysés.

Je vous propose ci-après un panorama rapide des différents points de droit sur lesquels il convient d'être vigilant.

1) Les règles du droit des contrats et de la propriété intellectuelle

Certaines offres de prestation de service de création de sites internet sont parfois présentées comme étant gratuites alors qu'en réalité? elles engagent financièrement sur plusieurs années pour des prestations de maintenance.

Or, ce type d'engagement constitue une pratique commerciale trompeuse réprimée sur le fondement de l'article L.121-1-I du Code de la consommation.

En outre, les conditions de résiliation du contrat peuvent prévoir qu'en cas de résiliation anticipée, des pénalités, voire la totalité? du solde, peuvent vous être dues.

Par ailleurs, ces contrats peuvent être cédés à des sociétés de financement dans le cadre de contrat de crédit-bail.

D'ailleurs, dans le cadre des opérations de création de sites et de financement, il est important d'attirer l'attention des professionnels sur la véritable propriété desdits site.

Une attention particulière doit ainsi être portée sur les clauses relatives aux propriétés juridiques (matérielles) et intellectuelles du site ainsi qu'à la titularité des noms de domaine réservés.

D'autre part, il est tout aussi important pour les professionnels de bien vérifier les conditions

permettant une éventuelle cession du contrat de prestation de services.

De manière plus générale, il convient de s'assurer que l'objet du contrat est décrit de manière suffisamment précise et corresponde exactement aux besoins.

À défaut, le non respect de ses obligations par le prestataire risque de conduire à un contentieux long, coûteux et aléatoire.

En tout état de cause, la livraison d'un site internet non conforme aux stipulations contractuelle peut entraîner la résiliation du contrat conclu avec le prestataire et donner lieu à une indemnisation des préjudices subis (Cour d'appel de Bordeaux, 15 février 2012).

2) Les règles spécifiques applicables aux relations commerciales et au commerce électronique

L'E-commerçant qui démarre une activité? en ligne doit connaître, d'une part, des règles spécifiques au commerce électronique et, d'autre part, le droit applicable au commerce traditionnel.

En effet, outre des mentions légales conformes, tous les sites internet de vente en ligne doivent disposer de leurs propres conditions générales de vente (CGV).

La bonne rédaction de ces CGV est déterminante afin de limiter les éventuels contentieux et de bien se protéger en cas de litige avec un client.

[A cet égard, il convient d'indiquer que si l'utilisation de CGV de sites concurrents risque de ne pas être adaptée elle est surtout sanctionnée sur le fondement de la contrefaçon et de la concurrence déloyale.](#)

L'expression du consentement de ces CGV doit aussi faire l'objet d'un véritable examen afin de les rendre opposables aux clients et faire en sorte qu'elles ne soient pas finalement totalement inutiles.

Le cas échéant, à titre d'exemple, en cas d'action judiciaire, la clause attributive de compétence prévue dans les CGV risque de ne pas jouer et l'E-commerçant pourrait se voir attiré par son client devant la juridiction dont dépend territorialement ce dernier.

S'agissant des relations entre professionnels, l'article L 441-6 du code de commerce règlemente de manière précise le contenu, la communication et le non respect des CGV.

En outre, au cas par cas, la vente en ligne suppose le respect de règles spécifiques régissant les relations entre les professionnels et les consommateurs, telles que l'obligation d'information.

Les pratiques ou publicités commerciales trompeuses ou agressives sont interdites et les conditions de réduction des prix et de soldes sont légalement règlementées.

Enfin, les opérations conclues avec d'autres professionnels (activités de production, de distribution et de service) supposent le respect des règles de facturation strictement encadrées aux articles L.441-3 et suivants du code de commerce.

Ainsi, le vendeur de biens ou de prestations de service doit délivrer une facture conforme a? l'acheteur professionnel et contenir :

- le nom des parties ;
- l'adresse des parties ;
- la date de la transaction ;
- la date du règlement ;

générales de vente ;

– le taux des pénalités exigibles le jour suivant la date de règlement inscrite sur la facture.

Le non-respect des règles de facturation est constitutif d'un délit puni d'une amende de 75 000 euros pour les personnes physiques et de 375 000 euros pour les personnes morales.

Cette amende peut être portée à 50 % de la somme facturée ou qui aurait dû être facturée.

3) Le caractère loyal des activités commerciales

Les activités commerciales ne doivent pas être déloyales, trompeuses ou agressives.

Une pratique commerciale est déloyale quand elle vise à influencer abusivement le choix du consommateur, pour le pousser à contracter, à acheter sur votre site, ce qu'il n'aurait pas fait autrement.

Il existe deux catégories de pratiques commerciales déloyales :

– les pratiques trompeuses (article L.121-1 et suivants du Code de la consommation) ;

– les pratiques agressives (articles L.122-11 à L.122-15 du Code de la consommation).

Une pratique commerciale est trompeuse quand elle a pour effet d'induire en erreur le consommateur, de créer une confusion dans son esprit, par exemple en dissimulant certaines informations sur le produit proposé.

La loi a prévu une liste de 22 pratiques qui sont présumées être déloyales, tel que :

– afficher un certificat, un label de qualité ou un équivalent sans avoir obtenu l'autorisation nécessaire ;

– proposer l'achat de produits et ensuite refuser de prendre des commandes concernant ce produit, de les livrer ou de les fournir dans un délai raisonnable ;

– déclarer faussement qu'un produit ne sera disponible que pendant une période très limitée ou sous des conditions particulières pour obtenir une décision immédiate et priver le consommateur d'une possibilité ou d'un délai suffisant pour opérer un choix en connaissance de cause ;

– décrire un produit ou un service comme étant «gratuit», «sans frais», «à titre gracieux» ou autres termes similaires si le consommateur doit payer quoi que ce soit d'autre que les coûts inévitables de réponse (téléphonique ou postale) ou de prise de possession ou de livraison de l'article.

4) La réglementation des réductions de prix

L'annonce de réduction de prix suppose que la remise soit faite par rapport à un prix de référence défini strictement par la réglementation (arrêté du 31 décembre 2008 relatif aux annonces de réduction de prix à l'égard du consommateur).

Selon l'article 2 de l'arrêté du 31 décembre 2008, il peut être :

– soit le prix le plus bas pratiqué dans les trente derniers jours avant la publicité pour un article ou une prestation similaire sur le même site de vente à distance ;

– soit le prix conseillé par le fabricant ou l'importateur du produit et couramment pratiqué par les autres distributeurs du produit ;

– soit le dernier prix conseillé par le fabricant ou l'importateur dans les conditions fixées pour les sites de vente spécialisés dans le déstockage.

5) Le respect du droit de rétractation

Le droit de rétractation correspond au droit octroyé au consommateur pour lui permettre de revenir sur ses engagements pris par un contrat passé à distance, au terme d'un délai de réflexion.

Ce droit vient palier les difficultés liées à la vente à distance et notamment le fait que le consommateur n'a pas vu le produit avant de conclure le contrat.

Le droit de rétractation s'exerce dans les contrats conclus à distance entre un professionnel et un consommateur.

Ce délai est de sept jours francs (article L.121.20 du Code de la consommation).

Ce délai passera à quatorze jours en 2014.

Toutefois, la loi exclut le droit de rétractation pour les biens confectionnés selon les spécifications du consommateur tels que les produits sur mesure, en matière de ventes de biens périssables ou encore de prestations de services d'hébergement, de transport et de restauration devant être fournis à une date ou selon une périodicité déterminée.

Le non-respect de l'obligation d'information précontractuelle liée au droit de rétractation est sanctionné par une amende de 500 euros (article R.121-1 du Code de la consommation), par la résolution du contrat, outre une éventuelle indemnisation.

Le délai de rétractation peut être prorogé de sept jours à trois mois à défaut de communication des noms, coordonnées, frais de livraison, informations sur les conditions et modalités du droit de rétractation, l'adresse de l'établissement du fournisseur, informations sur le service après-vente et garanties commerciales (article L.121-20 du Code de la consommation).

6) Le respect du délai de livraison

La date limite de livraison doit impérativement être indiquée.

À défaut, le client pourra réclamer la livraison immédiate ou demander la résolution de la vente (article L. 121-20-3 du Code de la consommation).

Par ailleurs, la publicité consistant à indiquer un délai impossible à tenir constitue un acte de publicité mensongère sanctionnée par une amende d'un montant maximum de 37.500 € et une peine de 2 ans de prison, pour les personnes physiques, amende qui peut être multipliée par 5 pour les personnes morales.

Je suis à votre disposition pour toute action ou information ([en cliquant ici](#)).

PS : Pour une recherche facile et rapide des articles rédigés sur ces thèmes, vous pouvez taper vos "mots clés" dans la barre de recherche du blog en haut à droite, au dessus de la photographie.

Anthony Bem

Avocat à la Cour

27 bd Malesherbes - 75008 Paris Copyright © 2025 Légavox.fr - Tous droits réservés

Tel :

01 40 26 25 01

Email : abem@cabinetbem.com

www.cabinetbem.com