



La protection du cyberconsommateur en France

Fiche pratique publié le **06/07/2022**, vu **5102 fois**, Auteur : [Actualités](#)

Le boom du e-commerce facilité par la démocratisation de l'internet a aussi favorisé une nouvelle sorte de criminalité connue sous l'appellation de cybercriminalité.

Le boom du e-commerce facilité par la démocratisation de l'internet a aussi favorisé une nouvelle sorte de criminalité connue sous l'appellation de cybercriminalité. La particularité de ce nouveau phénomène réside en le recours à l'outil informatique par des cybercriminels pour se faire de l'argent illégalement par le piratage.

Face à ce phénomène de plus en plus croissant qui menace l'essor du e-commerce en général et les cyberconsommateurs en particulier (*acheteurs en ligne*), il a été adopté au niveau communautaire, la directive européenne du 21 octobre 2011 relative à la protection des consommateurs. Celle-ci a été transposée en droit français à travers l'adoption de la loi Hamon du 17 mars 2014.

La [protection juridique](#) des acheteurs en ligne dont il est question ici, c'est les acheteurs dits « *consommateurs* » étant précisé que les acheteurs dits « *professionnels* » bénéficient d'un traitement différent.

En l'état de la réglementation en la matière, trois mécanismes permettent de protéger les cyberconsommateurs : le droit à l'information (a), le droit de rétractation (b) et le droit au remboursement (c).

Le droit à l'information

Il vise essentiellement à permettre aux acheteurs en ligne de prendre connaissance et ce, avant la validation de la commande de tous les renseignements relatifs au produit. Ainsi, le droit à l'information se manifeste sous la forme d'une obligation de transparence faite aux e-commerçants vis-à-vis des cyberconsommateurs. En effet, ces derniers sont tenus de fournir aux cyberconsommateurs sur leurs sites d'e-commerce, une information claire et précise, mais surtout complète.

Il s'agit en l'occurrence, des informations relatives :

- aux caractéristiques primaires du bien ou du service à acheter
- aux prix exact du bien ou du service
- à la date de livraison du bien ou de la prestation à exécuter
- à l'identité de l'e-commerçant à travers ses coordonnées postales, téléphoniques et électroniques
- aux activités de l'e-commerçant
- ainsi qu'aux garanties contractuelles qui lui sont offertes

Le décret n° 2022-424 du 25 mars 2022 est venu renforcer cette protection en ajoutant que les informations ci-après citées doivent également être données au consommateur par le commerçant :

- Leur nom ou le nom de leur entreprise
- La méthode de communication en ligne qui complète l'adresse électronique de contact
- Le contrat contient les termes et conditions de livraison, de paiement et d'exécution
- Les possibilités de traitement des réclamations
- La fonctionnalité des biens comportant des éléments numériques, des contenus et des services, ainsi que les mesures techniques de protection
- Toute compatibilité ou interopérabilité pertinente entre les biens et les éléments, contenus et services numériques que le professionnel devrait raisonnablement connaître

Le non-respect de cette obligation d'information est passible d'une amende pouvant aller jusqu'à 15 000 € pour l'e-en cas de personne morale.

Le droit de rétractation

Le délai de rétractation est une sorte de droit de repentir accordé au consommateur. Cela consiste en la possibilité qui lui est donnée de rendre un produit sans avoir à se justifier. La seule condition exigée de lui est de le rendre dans un bon état. L'objectif est de permettre à l'acheteur non satisfait de retourner le produit commandé.

Avant, ce droit s'exerçait dans un délai de 7 jours. Mais, la loi Hamon l'a prorogé de 14 jours calendaires révolus. Par conséquent, l'e-consommateur dispose désormais de deux semaines pour exercer son droit de rétractation, sans avoir à justifier d'un motif ou à supporter de pénalités. Ce délai court au jour de la réception du bien ou au jour de la conclusion du contrat en ligne en cas de prestation de service.

Cependant, il est important de relever que les produits ne bénéficient pas d'un droit de rétractation. La loi exclut par exemple du bénéfice du droit de rétractation certains produits, notamment :

- les produits périssables ;
- les sous-vêtements ;
- les produits personnalisés ;
- les CD/DVD/logiciels ouverts ;
- les services totalement exécutés avant la fin du délai de rétractation (*services d'hébergement, transport de biens, loisirs, restauration, location de voiture*).

Pour les besoins de la rétractation, il existe un modèle type dont le contenu est prévu à l'annexe à l'article R. 221-3 du Code de la consommation, actualisé par le décret n° 2022-424 du 25 mars 2022.

Le droit au remboursement

Le droit au remboursement n'est autre que la conséquence du droit de rétractation. Quoi de plus normal pour l'acheteur qui a exercé son droit de rétractation dans le délai de se voir rembourser le prix qu'il a déboursé pour le produit.

L'e-commerçant est tenu de rembourser l'acheteur sous les 14 jours en utilisant le même moyen de paiement que celui choisi par le consommateur à moins qu'il y ait un autre mode de paiement

plus convenable choisi d'un commun accord.

En tout état de cause, le cybercommerçant ne saurait imposer au cyberconsommateur, un remboursement par un avoir. Au cas où le remboursement n'interviendrait pas dans le délai des 14 jours précités, les sommes à rembourser seront majorées d'intérêts légaux.

A noter que le remboursement comprend en outre des sommes versées pour acquérir le bien/service, les frais de livraison. Toutefois, les frais de réexpédition ne sont pas concernés à moins que l'e-commerçant ait fait un geste commercial en les remboursant.