



Fiche pratique



La conformité du site Internet : considérations juridiques



Peter Stevens est Associé dans le Département du Droit des Affaires du cabinet TWM Solicitors LLP dans le Surrey. Peter, qui parle couramment Français, est membre de l'Association Internationale du Barreau, et du Comité Consultatif de la Chambre de Commerce Française de Grande-Bretagne. Il est recommandé par le magazine « Legal Business » qui le cite comme l'un des plus grands experts en e-commerce.

La vente en ligne est de plus en plus encadrée dans le but de protéger les consommateurs. L'article ci-après aborde les principales règles à respecter pour les e-commerçants.

1. L'identification de l'e-commerçant

Un commerçant qui vend ses biens en ligne au Royaume-Uni doit fournir des détails permettant son identification, dont l'adresse géographique à laquelle il est établi. Si des services sont vendus en ligne, un supplément d'informations doit être fourni ; un numéro de téléphone et au moins une des informations suivantes : une adresse postale, un numéro de fax ou une adresse électronique, ainsi que les conditions générales de l'entreprise et le détail de toute couverture d'assurance responsabilité professionnelle.

Si des contrats sont conclus en ligne, l'adresse électronique du commerçant et - dans le cas où le paiement doit être fait à l'avance - son adresse géographique doivent être fournies. Il n'est pas essentiel de mentionner un numéro de téléphone mais, si un formulaire de renseignement est mis à disposition en ligne, un moyen de communication non électronique doit pouvoir être fourni.

2. Les termes du contrat

Les sites Internet de commerce en ligne doivent décrire les produits, les prix et le coût de livraison, ainsi que les différentes étapes techniques que le client doit suivre afin de conclure le contrat et les moyens techniques à travers lesquels il peut identifier et corriger les erreurs de saisie avant de terminer sa commande. Les ambiguïtés d'ordre juridique, comme le moment et l'endroit où le contrat est conclu, devraient ainsi être résolues et le genre de désaccord survenant lorsque les clients passent des commandes fondées sur des indications de prix incorrects devrait être évité.

Pour que les conditions générales du site internet soient incorporées au contrat, le client doit en être informé avant sa conclusion. Un lien vers les conditions générales en bas de page ne suffit pas. L'idéal serait que le client soit contraint à faire défiler toutes les conditions, puis à cliquer sur un bouton

« accepter », avant de passer commande. S'il n'y a qu'un lien hypertexte vers les conditions générales, on devra faire attention à ce que les clients comprennent et acceptent que celles-ci fassent partie du contrat.

Lorsque la [Directive Européenne de 2011 sur les Droits des Consommateurs](#) entrera en vigueur en juin 2014, il sera alors nécessaire de fournir des informations plus détaillées, dans un langage clair et compréhensible. Entre autres, le site internet devra indiquer au début du processus de commande si des restrictions de livraison s'appliquent et les moyens de paiement acceptés. Le site devra également mettre en évidence et de manière claire les principaux éléments du contrat, dont le coût total des biens ou services et tous les frais supplémentaires inclus. Lorsqu'il passe sa commande, le consommateur doit pouvoir reconnaître explicitement son obligation de payer.

L'information requise doit être fournie dans un format que le client puisse garder ou reproduire (par message électronique ou par lettre) ou par l'intermédiaire de tout autre moyen durable qui soit disponible et accessible, avant que le contrat ne soit conclu ou rapidement après afin de permettre au client d'exercer son droit de rétractation. Fournir un lien vers la page du site où l'information peut être trouvée n'est donc pas suffisant.

3. Le droit de rétractation

Il est également nécessaire de communiquer au client des informations spécifiques quant à son droit de rétractation (sous réserve d'exceptions), sans pénalités et sans avoir à motiver sa décision, dans un délai de 7 jours après la conclusion du contrat. Sinon, la période de rétractation de 7 jours (qui passera à 14 jours à partir de la réception des produits quand la Directive des Droits du Consommateur viendra en force) peut être augmentée jusqu'à 3 mois (cette augmentation sera de 12 mois sous la Directive) jusqu'à ce que communication soit faite.

Si le client annule sa commande, il a droit au remboursement de toutes les sommes versées (frais de livraison inclus) sans retard excessif et en tout état de cause dans les 30 jours (délai qui sera réduit à 14 jours quand la Directive entrera en vigueur). Il ne peut pas être pénalisé pour une dépréciation des biens résultant de manipulations nécessaires pour établir leur nature, caractéristiques et bon fonctionnement.

Une des conditions de la Directive sur les Droits du Consommateur sera que, à moins que le client n'ait expressément accepté une autre stipulation (et, ce faisant, il ne doit pas payer de frais), le remboursement sera effectué par le même moyen que le paiement initial, donc il ne sera pas possible de rembourser le client avec des bons d'achat, à moins que celui-ci ne se soit servi de bons d'achat pour la transaction initiale ou qu'il ne l'accepte expressément. Le seul coût qui puisse incomber au client lorsqu'il annule le contrat est le coût directement lié au renvoi des produits, mais ceci doit être expressément indiqué dans les conditions générales, faute de quoi le coût incombera automatiquement au commerçant. Sous la Directive, il faudra fournir une estimation du coût lié au renvoi des produits. S'il ne peut pas être raisonnablement calculé en avance, le client doit être informé qu'il y aura un coût à payer, que celui-ci pourrait être élevé et l'on devra produire une estimation raisonnable du coût maximum.

4. La protection des données personnelles

Afin de se conformer au premier principe de la loi de 1998 sur la protection des données, les sites internet devraient inclure un règlement sur la protection de la vie privée qui indique au client, avant qu'il ne fournisse des informations personnelles, qui les collecte, ce qu'il a l'intention d'en faire, et à

quels tiers elles sont susceptibles d'être révélées, particulièrement lorsque cela n'est pas évident dans les circonstances où l'information est obtenue ou lorsque les tiers se trouvent en dehors de l'Europe. Des mesures techniques et organisationnelles appropriées doivent être prises afin de protéger les données personnelles contre un traitement sans autorisation ou illégal et contre une perte, destruction ou des dégâts accidentels. Le Commissaire à l'information a le pouvoir d'imposer des amendes d'un montant maximum de £500 000 pour des infractions sérieuses des Principes de Protection des Données et jusqu'à présent, les amendes les plus élevées ont été imposées pour des infractions de ce devoir.

5. Lutte contre les pratiques déloyales et clause de non-responsabilité

Les pratiques commerciales déloyales, comme celles qui amènent le client à prendre une décision transactionnelle qu'il n'aurait autrement pas prise en omettant, cachant, déguisant ou retardant des informations dont le consommateur moyen aurait besoin pour prendre une décision informée, sont interdites. L'«[Office of Fair Trading](#)» (Bureau des Pratiques Commerciales Equitables) a souligné un nombre de techniques tarifaires qui risquent d'enfreindre ce devoir.

Si le site internet contient des liens vers des sites de tierces personnes, il sera nécessaire de faire comprendre aux utilisateurs, à travers des clauses de non-responsabilité expresses et visibles, qu'ils quittent le site d'origine et que le propriétaire du site n'est pas responsable pour le contenu de sites appartenant à des tiers. Autrement, il risque d'être tenu comme responsable de matériel illégal ou non-conforme existant sur le site auquel le lien renvoie.

6. Application du contrat

Bien que le professionnel soit en général libre de spécifier la législation qui gouverne le contrat, il ne devrait pas oublier que celle-ci peut être outrepassée par les lois imposées dans le pays où le contrat doit être performé. Par exemple, même si un contrat en ligne spécifie qu'il est gouverné par une législation étrangère, les consommateurs Anglais pourront tout de même compter sur les conditions, qui sont incluses dans un contrat de vente de produits et qui ne peuvent pas être exclues, garantissant la qualité satisfaisante et l'aptitude à l'utilisation du produit. De même, le fait de dire que la législation anglaise gouverne un contrat avec un acheteur étranger peut ne pas être suffisant pour éviter les lois du pays de l'acheteur.

Bien qu'un commerçant qui vend ses biens en ligne et qui est basé au Royaume-Uni ne puisse poursuivre en justice les consommateurs européens que dans leur pays de résidence, il peut toutefois être lui-même poursuivi dans n'importe quel pays où son site peut être considéré comme « dirigeant ses activités ». Avoir un site internet accessible dans un autre pays membre et qui contient des coordonnées ne constitue pas en soi une direction des activités vers ce pays : le test est de savoir si le site indique une intention de faire des affaires avec des consommateurs domiciliés dans le pays concerné. Les éléments suivants peuvent contribuer à une telle indication : l'utilisation d'un nom de domaine finissant par .com ou .eu, ou d'un nom de domaine de top-niveau national autre que du pays membre du commerçant, l'utilisation de langues et monnaies étrangères, la publication de numéros de téléphones avec codes d'accès internationaux, l'investissement d'argent sur l'optimisation des moteurs de recherche du pays concerné et la publication de commentaires ou impressions de consommateurs domiciliés dans ce pays.

L'équipe d'avocats bilingues de TWM Solicitors, soutenue par une juriste française, se spécialise dans le conseil juridique aux entreprises et entrepreneurs français souhaitant faire des affaires au Royaume-Uni. Elle propose également des services juridiques adaptés aux besoins des particuliers français installés ou souhaitant s'installer au Royaume-Uni.

Cet article ne constitue pas un guide complet du texte de loi auquel il réfère.

Pour plus d'informations, contactez la Chambre de Commerce Française de Grande-Bretagne : commercial@ccfgb.co.uk.