

PERFORMANCE NUMÉRIQUE

Votre rendez-vous mensuel



E-commerce et droit de la consommation

En 2008, la loi « Pour le développement de la concurrence au service des consommateurs », dite « loi Châtel » a pour la première fois affirmé des principes relatifs à la protection des consommateurs en matière de vente en ligne.

Cinq ans plus tard, une nouvelle loi sur la consommation dite « Hamon » ajoute de nouvelles dispositions. Cette retranscription de la directive européenne n°2011/83/UE des Droits des Consommateurs souhaite sécuriser les achats en ligne et favoriser le commerce transfrontalier.

Désormais, les boutiques en ligne doivent être particulièrement attentives à l'exactitude et à l'exhaustivité des informations délivrées aux visiteurs. Par ailleurs, le droit de rétractation devient très encadré.

Cette notice fait le point sur les dispositions des lois Châtel et Hamon relatives aux obligations en matière de vente à distance.

Information sur le site

> Identité du e-commerçant

La loi Hamon rappelle que tout site de e-commerce doit faire apparaître ses coordonnées postales téléphoniques et électroniques¹.

> Descriptif des fiches produits

Les fiches produits doivent être suffisamment détaillées et faire apparaître le prix de manière lisible.

Par ailleurs, ces informations ne doivent pas présenter d'ambiguïté. Le code de la consommation juge qu'une pratique commerciale est trompeuse si :

- Elle crée une confusion avec un autre bien ou service, marque, nom commercial. Par exemple : vendre des articles B055 comme des produits de la marque Boss.

- Elle repose sur des allégations, des indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur et portant sur :

- l'existence,
- la disponibilité : si une promotion² est faite sur un produit pendant une durée limitée, le vendeur a l'obligation de fournir le produit dans les mêmes conditions (prix, qualité) même s'il n'a plus de stock,
- la nature du bien ou du service,
- les caractéristiques essentielles du bien ou service (qualités substantielles, composition, origine, quantité, mode et date de fabrication...). Exemple : *déclarer qu'un produit industriel a été réalisé à la main.*

- le prix,
- le mode de calcul,
- le service après-vente,
- l'identité et la qualité du professionnel,
- le traitement des réclamations.
- Elle omet une information substantielle dont le consommateur moyen a besoin, compte tenu du contexte, pour prendre une décision commerciale en connaissance de cause. Exemple : *vendre une plante exotique sans préciser qu'elle ne peut vivre en deçà d'une certaine température extérieure.*

La tromperie est une infraction punie de 2 ans d'emprisonnement et/ou d'une amende de 37 500€ pouvant être portée à 50% des dépenses de publicité constituant le délit.

¹ Loi n° 2014-344 du 17 mars 2014 relative à la consommation, article 6

² Le terme de « promotion » est en effet réglementé. Si le vendeur n'a plus de stock, il peut proposer un produit de substitution ou un délai plus long. Ces alternatives doivent néanmoins être proposées avant que la commande ne soit passée, auquel cas, il y aura tromperie.

> Informations sur les moyens de paiement et la livraison

Le client doit être informé des moyens de paiement acceptés et des restrictions de livraison au plus tard au début du processus de commande, c'est à dire quand il clique sur « régler la commande » ou « allez au panier ».

> Informations sur les frais de retour

Il convient d'informer le client du coût de renvoi d'un article volumineux nécessitant l'intervention d'un transporteur spécialisé. En effet, dans le cas où il souhaiterait exercer son droit de rétractation, les frais de retour seraient à sa charge.

Cette notification doit bien sûr intervenir avant que la commande ne soit validée.

> Les CGV

Les Conditions Générales de Vente (CGV) doivent pouvoir être imprimées (fichier PDF). Ce document doit préciser une date d'effet, un numéro de version et être horodaté.

• Les commandes

> Le panier

Le processus de commande (aussi appelé « tunnel d'achat ») doit inclure avant la validation finale, un récapitulatif des produits sélectionnés par le client mentionnant :

- Les caractéristiques essentielles des articles
- Le prix global

Aucune case recueillant le consentement de l'acheteur ne doit être pré-cochée, l'ajout d'une assurance complémentaire ou la validation des conditions générales de vente par exemple.

Le bouton permettant de valider la commande doit être sans ambiguïté, l'acheteur doit comprendre qu'il devra payer à la fin du processus.

Les formules telles que « Valider la commande » ou « Passer à l'étape suivante » doivent ainsi être abandonnées au profit de « Régler la commande » ou « Validation de la commande et paiement » par exemple.

> Délai de la livraison

Les commandes doivent être obligatoirement livrées dans les 30 jours.

La boutique en ligne peut en revanche s'engager sur une date ou un délai de livraison. Dans ce cas elle doit faire mention de ces informations avant la finalisation de la commande. Si l'échéance n'est pas respectée, le client peut demander au e-commerçant une livraison « dans un délai raisonnable ».

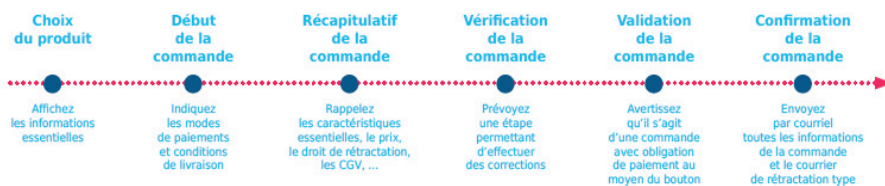
Si le site de vente en ligne ne respecte pas ces règles, le client peut annuler sa commande et exiger un remboursement au plus tard dans les 14 jours.

> Confirmation de commande

A l'issue du paiement, le site marchand doit fournir au client une confirmation de commande sur un « support durable » comme un email par exemple. Ce document doit :

- Rappeler l'identité du e-commerçant
- Récapituler les articles commandés et leurs caractéristiques essentielles
- Communiquer une nouvelle fois les CGV, notamment les informations relatives au droit de rétractation du client.

Parcours type d'une commande en ligne conforme à la nouvelle réglementation :



• Le service client

Le site marchand doit fournir des coordonnées téléphoniques permettant d'entrer effectivement en contact avec le vendeur notamment en matière de SAV.

Le numéro de téléphone doit :

- Permettre de joindre le vendeur pour obtenir des informations sur le suivi de la commande, pour exercer son droit de rétractation

ou pour faire jouer la garantie d'un produit. Il est conseillé de préciser sur le site les horaires auxquels ces services sont joignables.

- Ne pas être surtaxé et assurer au client un temps d'attente gratuit pour les services précédemment cités.



Le droit de rétractation

On appelle droit de rétractation la possibilité pour le client de renvoyer contre remboursement un ou plusieurs articles si ceux-ci s'ils ne le satisfont pas totalement. Certains biens font néanmoins exception :

- articles sur-mesure ou personnalisés
- produits susceptibles de se périmer
- produits d'hygiène
- billets d'avion, de train ou de spectacle³
- enregistrements audio ou vidéo et logiciels informatiques dont le support a été descellé.

Les prestations de service consommées, avec l'accord du client, avant la fin du délai de 14 jours excluent également l'exercice du droit de rétractation.

Toute exception au droit de rétractation, même si elle est prévue par la loi, doit être stipulée dans les conditions générales de vente.

> Exercice du droit de rétractation

La loi Hamon a allongé le délai du droit de rétractation de 7 à 14 jours à compter de la réception de la commande ou de la date de conclusion du contrat s'il s'agit d'un service. Dans le cas de commandes livrées en plu-

sieurs fois, le délai débute à la réception du dernier envoi.

Le client n'est pas tenu de justifier sa rétractation. Pour exercer son droit, il doit néanmoins remplir un formulaire mis à disposition par le site marchand. En retour, le e-commerçant doit adresser « sans délai, au consommateur un accusé de réception de la rétractation sur un support durable » (email).

La loi Hamon prévoit de fournir un formulaire de rétractation type dans le décret d'application.

> Remboursement du client

Délai de remboursement

Le client doit être remboursé dans les 14 jours à compter de la date de sa rétractation. Il dispose du même délai pour renvoyer le ou les produits non satisfaisants.

Toutefois, le site marchand peut « différer le remboursement jusqu'à récupération des biens » ou obtention d'une preuve d'expédition fournie par le client.

Sommes remboursées

Le marchand doit rembourser la somme versée par le client pour acquérir le produit ainsi que les frais de livraison. C'est pourquoi il est conseillé aux sites proposant des produits dont les coûts de transport sont très diffé-

rents de détailler les frais de livraison de chaque produit à la commande. Ainsi, un client achetant une armoire et un stylo et souhaitant se rétracter uniquement sur le stylo, ne sera remboursé que des frais de livraison relatifs à cet article.

Les frais de retour restent en revanche à la charge du client, d'où l'obligation de préciser le coût de transport des produits volumineux sur les fiches produits.

Par ailleurs, un site marchand est autorisé à décaler un produit retourné trop usagé. Il est cependant conseillé de le préciser dans les conditions générales de vente.

Modalités de remboursement

Le client doit être remboursé avec le même moyen de paiement qu'il a utilisé pour régler sa commande. S'il a payé en bons cadeaux, il devra être remboursé en bons cadeaux.

Votre prochain rdv numérique :
« **Marketing automatisé : optimiser l'acquisition et la fidélisation client** »



VOTRE CONTACT

Samuel COSTE

05 53 35 80 31 - 06 20 42 97 58

s.coste@dordogne.cci.fr

www.dordogne.cci.fr



 CCI DORDOGNE



³ Le droit de rétractation est exclu dans le cas d'achat de billets uniquement s'ils ont été commandés à distance.