

# E-commerce : actualité juridique et fiscale

Jeudi 29 mars 2018



---

# Sommaire

---

- Introduction
- **Première partie : un cadre fiscal modernisé pour le e-commerce**
  - Prestations de services et ventes à distance : les nouvelles règles du jeu en matière de TVA et les conséquences prévisibles dans la réglementation douanière, par Marie-Odile Duparc, Amélie Retureau et Denis Redon
  - Lieu de l'activité et localisation des profits, par Annabelle Bailleul-Mirabaud
  - Nouvelles obligations fiscales pour les plateformes et les acteurs du e-commerce, par Stéphanie Némarq-Attias
- **Deuxième partie : l'environnement juridique du e-commerce**
  - Distribution sélective et “geoblocking”, par Nathalie Pétrignet
  - RGDP, impact sur les e-commerçants, par Anne-Laure Villedieu
  - Conditions générales de vente, par Nathalie Pétrignet

---

# Introduction

---

- Un paysage du commerce « B to C » résolument mondialisé
- Le e-commerce n'est plus l'apanage de quelques opérateurs
- Des tentatives d'encadrement juridique et fiscal jusqu'à présent éparses
- Les initiatives supranationales se multiplient
- L'utilité pour les responsables juridiques et fiscaux d'anticiper les évolutions en cours dans l'ensemble des domaines de la réglementation du e-commerce

## Première partie

### **Un cadre fiscal modernisé pour le e-commerce**



## **Prestations de services et ventes à distance : les nouvelles règles du jeu en matière de TVA et de douane**

Par Marie-Odile Duparc, Amélie Retureau et Denis Redon



---

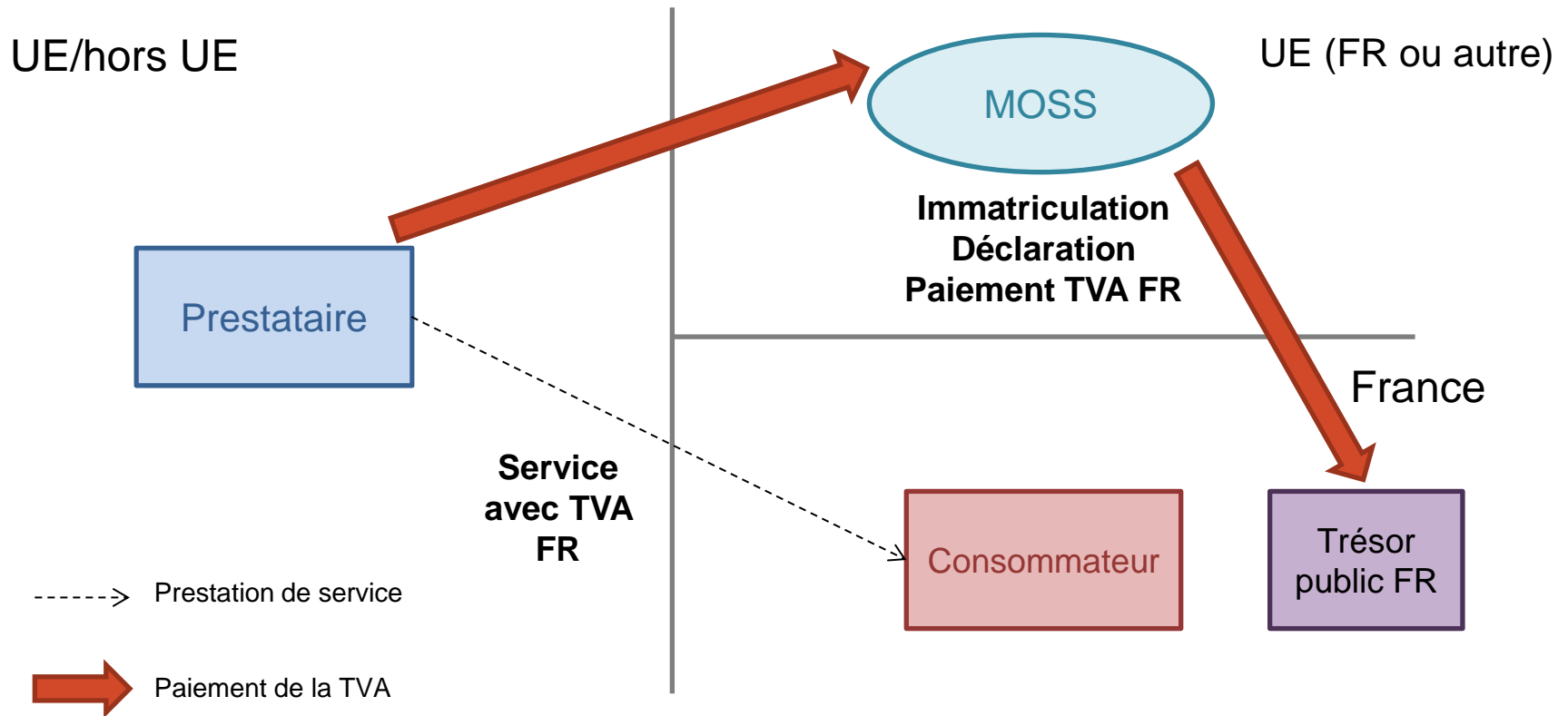
# Introduction/Calendrier

---

- **Directive (UE) 2017/2454 et règlement (UE) 2017/2455 du 5 décembre 2017**
  - Moderniser le régime des transactions « B to C » dans un contexte de développement du e-commerce :
    - ✓ en assurant une taxation plus systématique des ventes à distance au lieu de la consommation ;
    - ✓ en rendant les plateformes responsables du paiement de la TVA pour la généralité des ventes à distance de biens dont elles facilitent la vente (< 150 euros) ;
    - ✓ en faciliter, par le recours plus systématique au guichet unique, le paiement de la TVA au lieu de consommation pour ces ventes mais aussi pour les services.
  - Entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2021, pour l'essentiel
  - D'ici là, d'importants travaux de préparation technique et juridique sont à prévoir

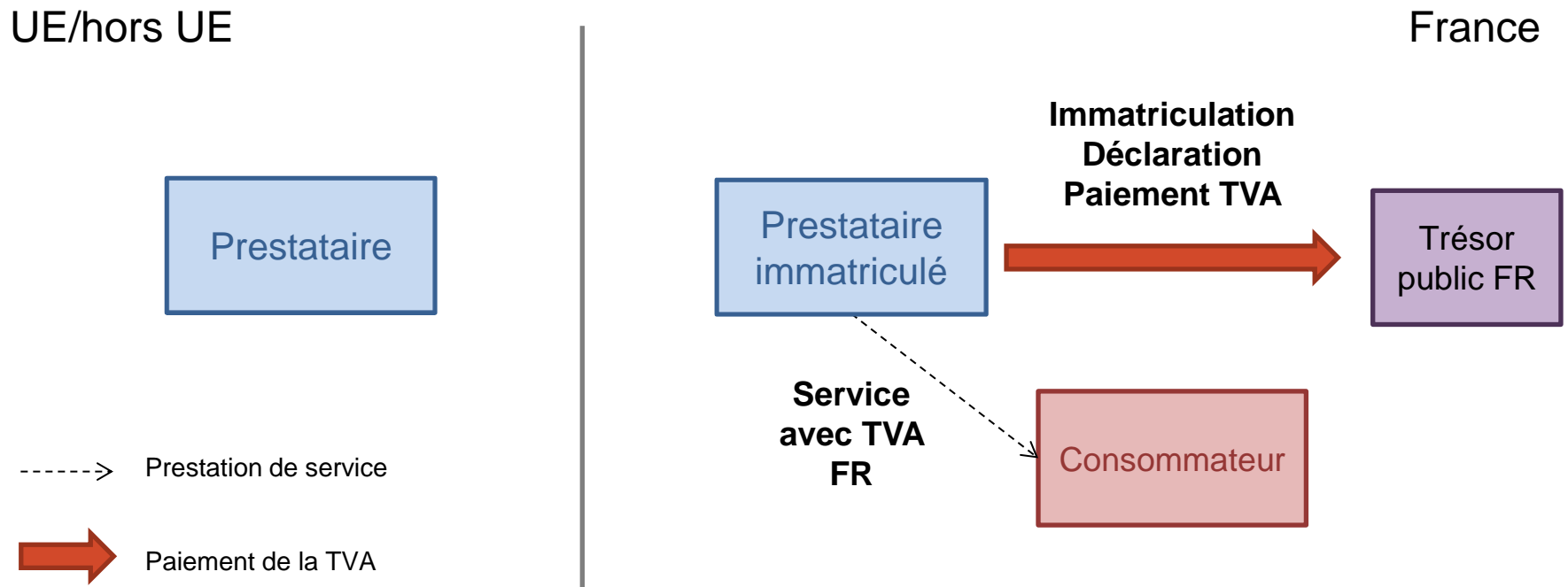
# Prestations de services : régime actuel (1/2)

- Prestations de **services de télécommunication, de radiodiffusion et de télévision et des services électroniques** : utilisation optionnelle du MOSS



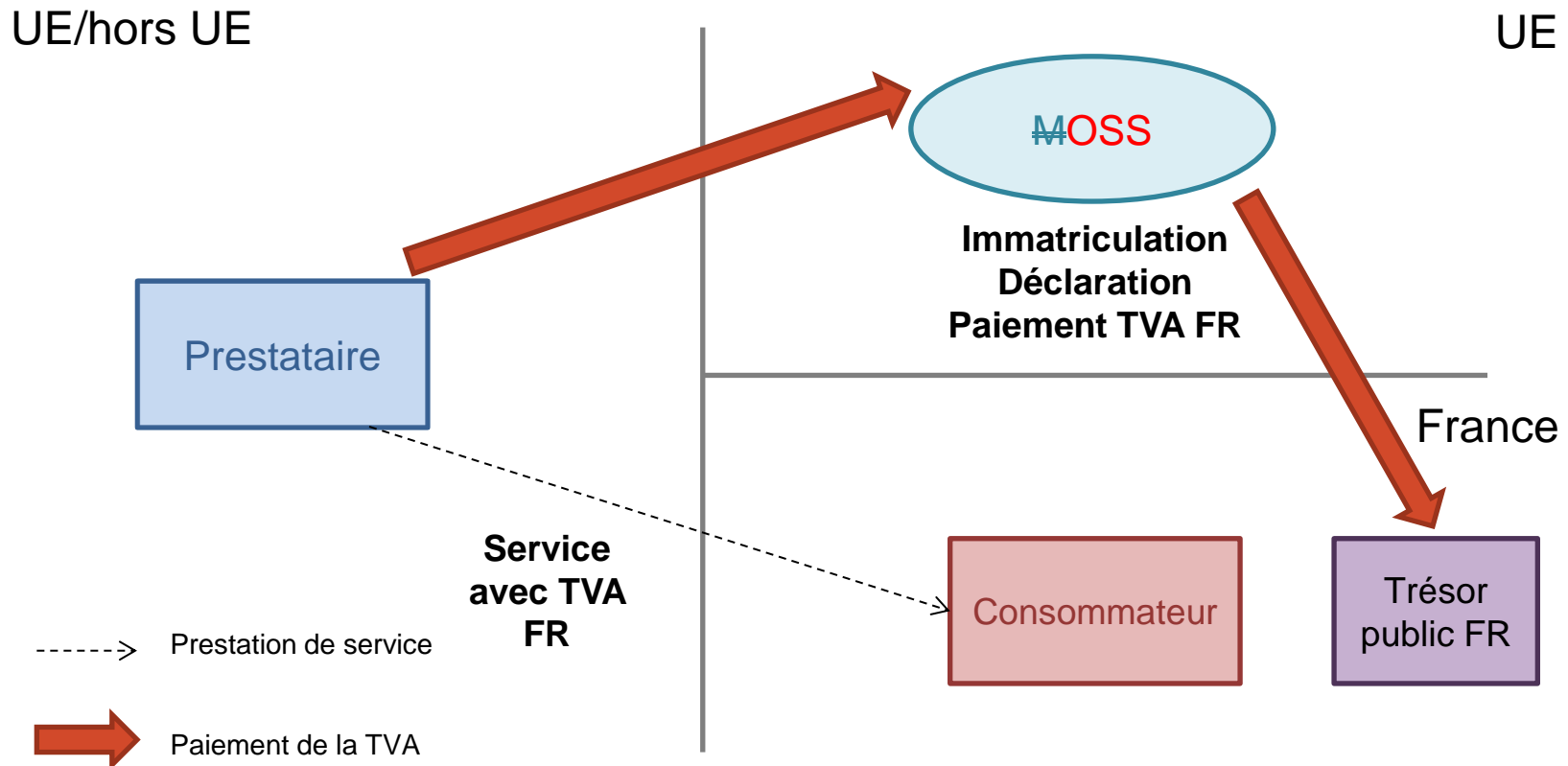
## Prestations de services : régime actuel (2/2)

- **Autres services B2C (taxables dans l'Etat du consommateur, ex : location longue durée de moyen de transport) et des services de télécommunication, de radiodiffusion et de télévision et des services électroniques sans option pour le MOSS**



# Prestations de services : régime 2021

- Futur régime optionnel de **tous les services taxables dans l'Etat membre du consommateur**

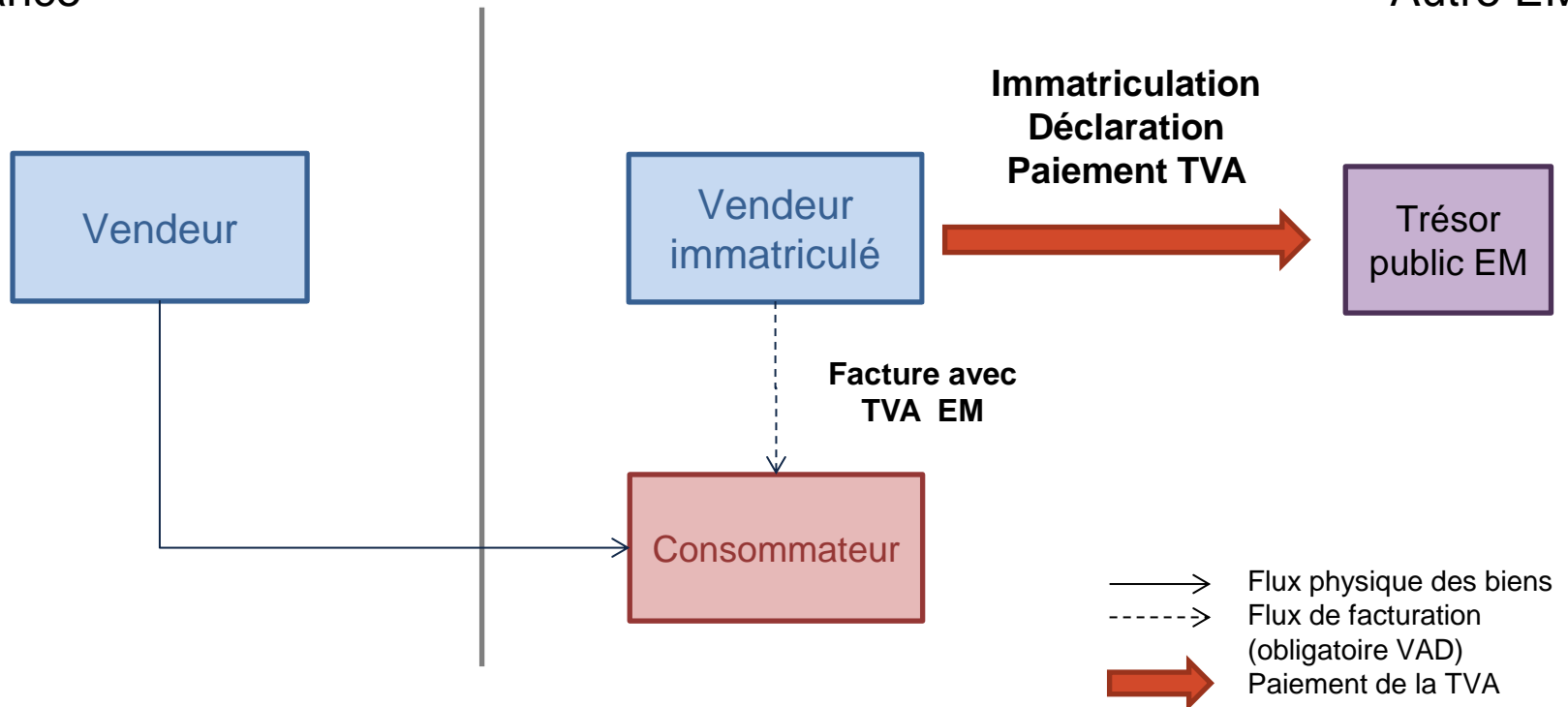


# Ventes à distance (intra-UE) de biens : régime actuel

## – Ventes à distance

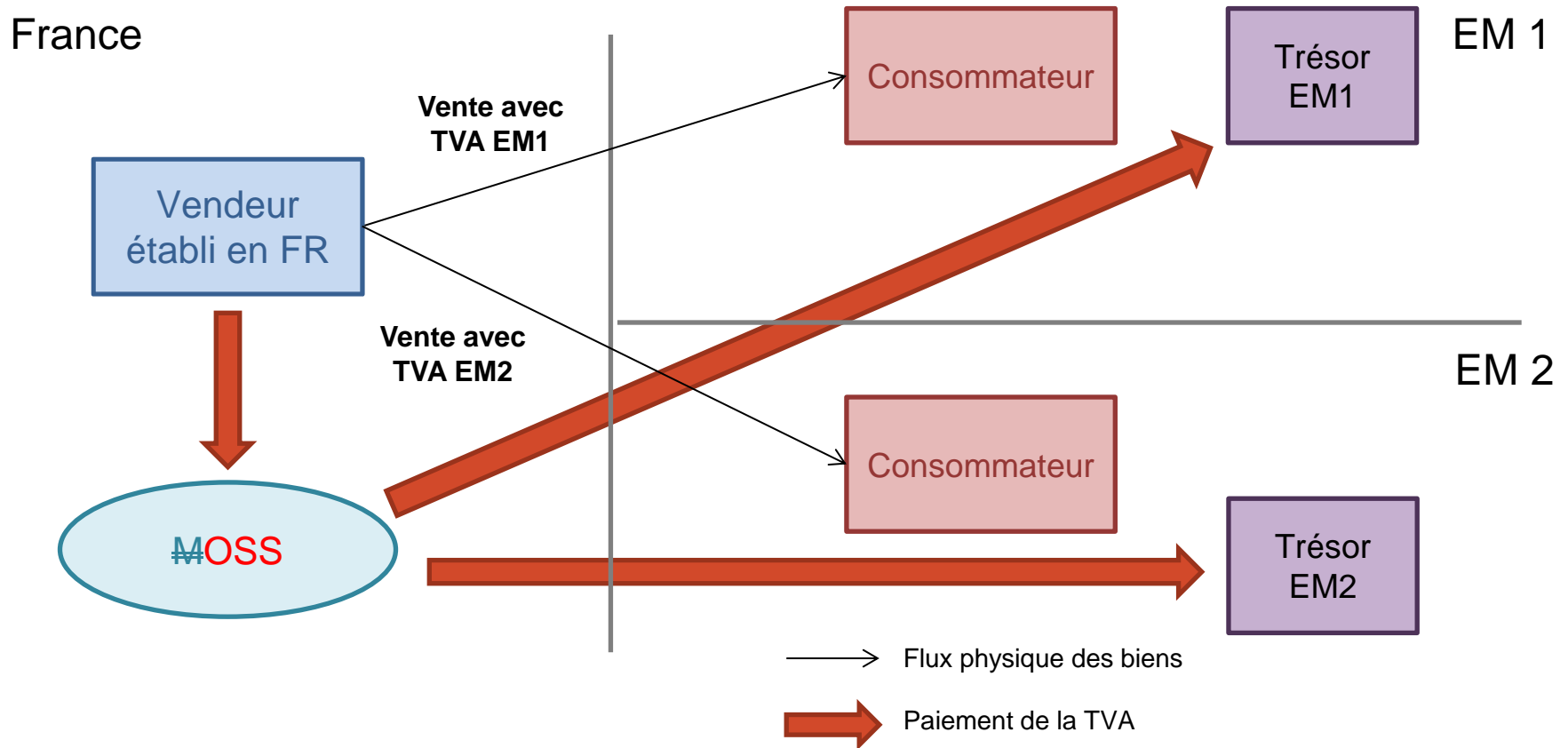
France

Autre EM



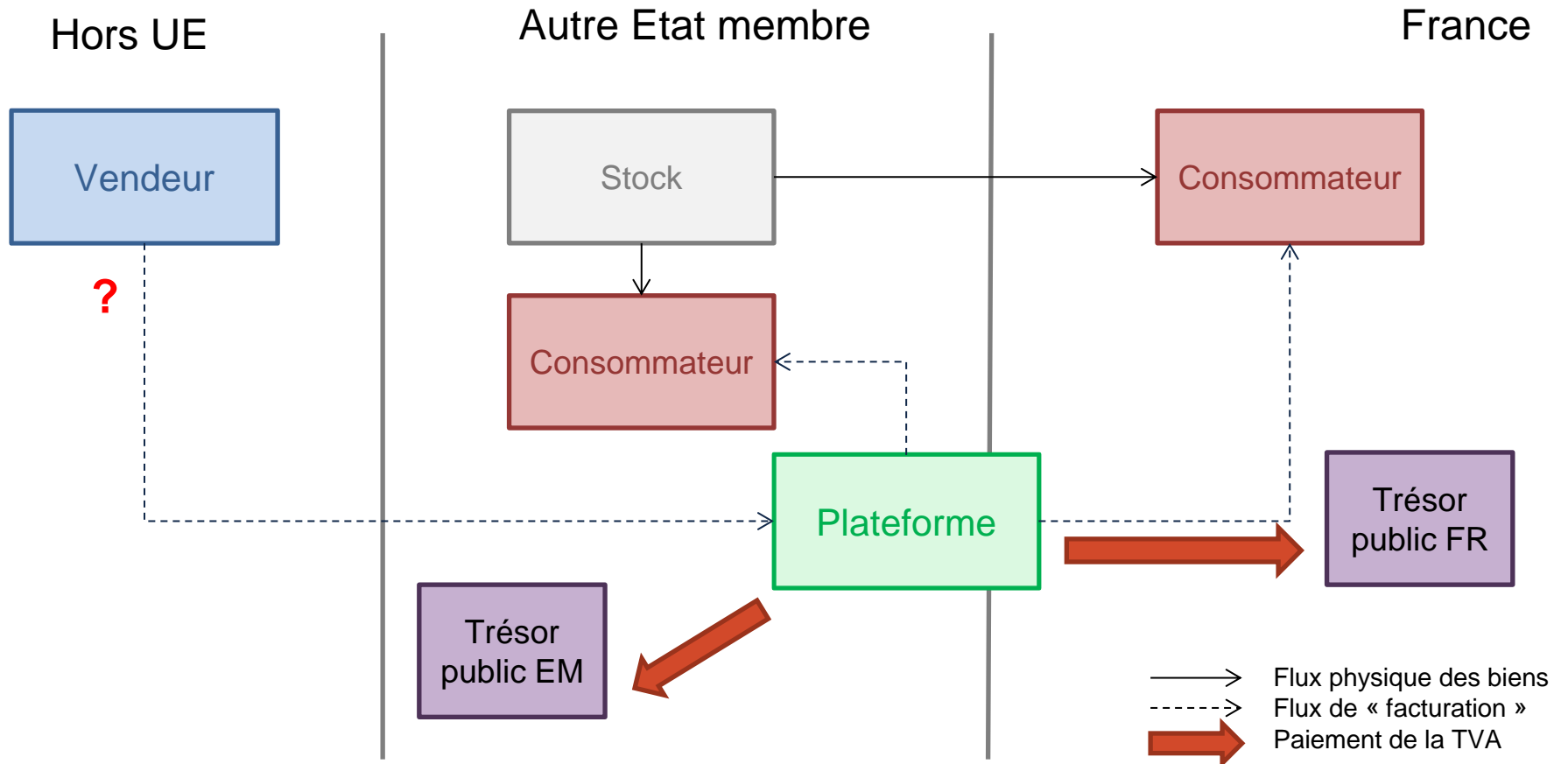
# Ventes à distance (intra-UE) de biens : régime 2021

- Baisse et harmonisation des seuils en deçà desquels l'opération peut être imposée dans l'Etat membre de départ (biens + services = 10 000 €) et OSS optionnel si le régime startup ne s'applique pas



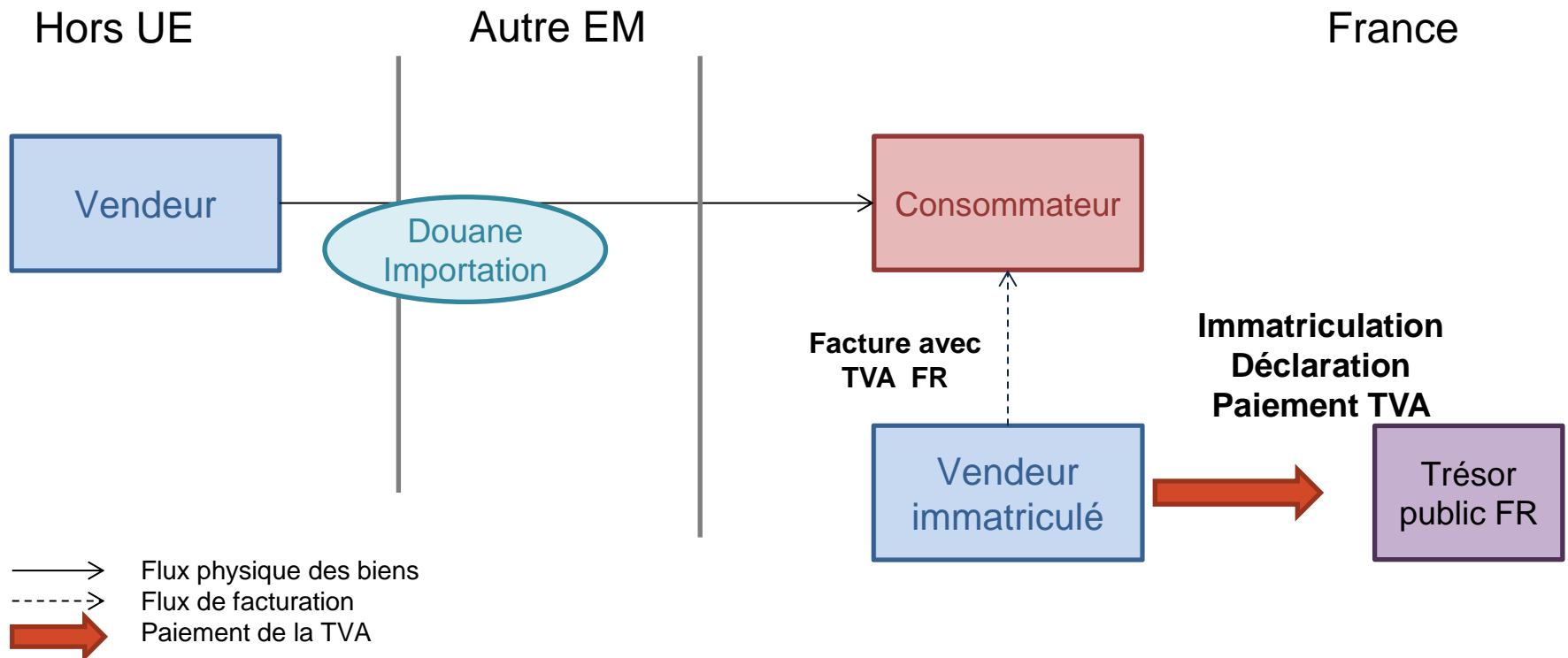
# Vendeur non-UE – Ventes intra UE via une plateforme : régime 2021

- Régime obligatoire si la plateforme facilite la vente



# Vente à distance de biens en provenance d'un Etat hors UE : régime actuel

- Pas de régime spécifique – Application des règles de droit commun (importation + VAD)



---

# Vente à distance de biens importés : régime 2021

---

## – Définition des VAD de biens importés :

« Les livraisons de biens expédiés ou transportés par le fournisseur ou pour son compte, y compris lorsque le fournisseur intervient indirectement dans le transport ou l'expédition des biens, à partir d'un territoire tiers ou d'un pays tiers à destination d'un acquéreur dans un État membre, lorsque les conditions suivantes sont réunies :

- a) la livraison de biens est effectuée pour un assujetti ou pour une personne morale non assujettie, dont les acquisitions intracommunautaires de biens ne sont pas soumises à la TVA en vertu de l'article 3, paragraphe 1, ou pour toute autre personne non assujettie ;
- b) les biens livrés sont ni des moyens de transport neufs ni des biens livrés après montage ou installation, avec ou sans essai de mise en service, par le fournisseur ou pour son compte ».

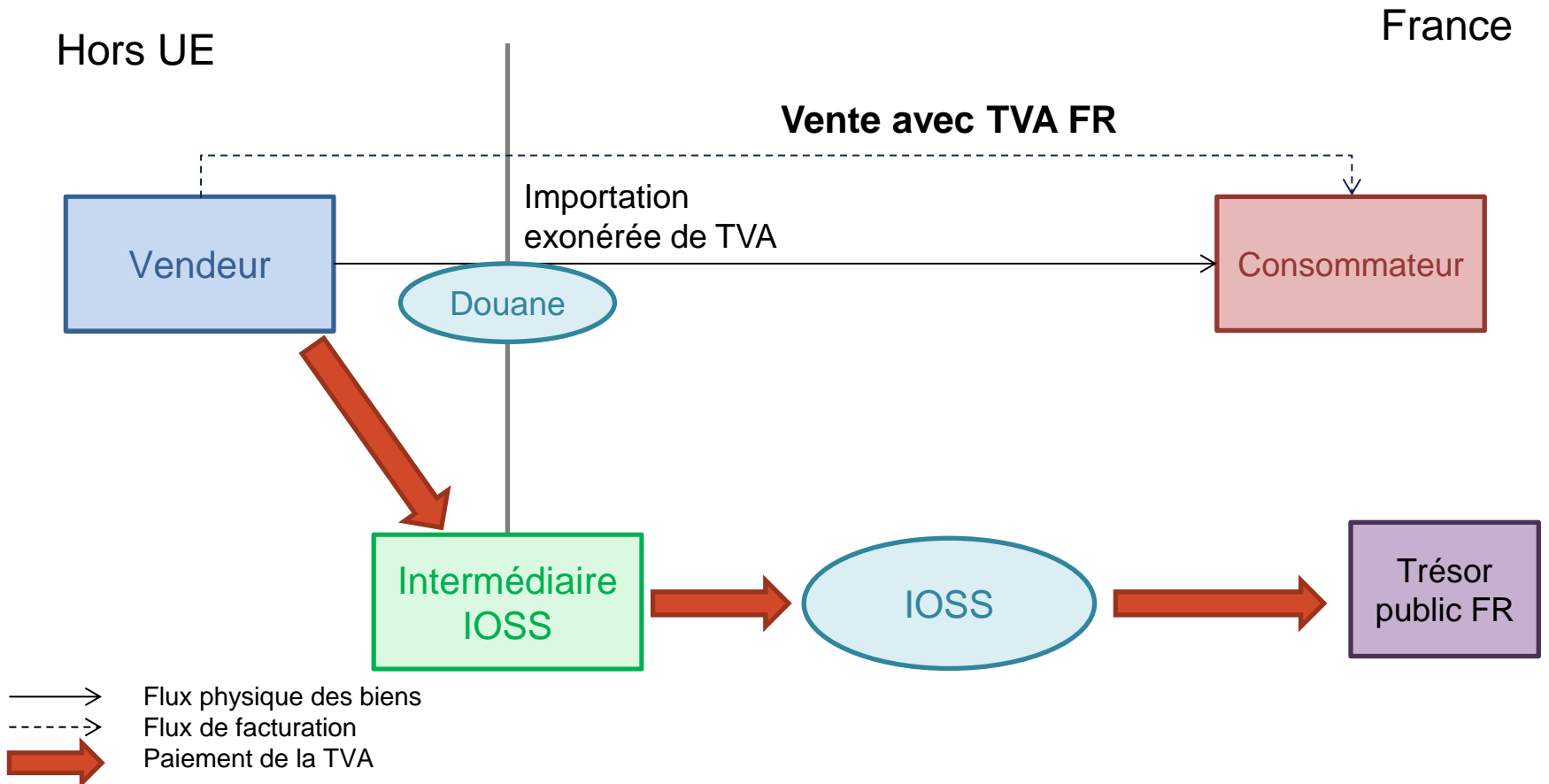
## – Maintien du régime de droit commun pour les envois d'une valeur > 150 €

## – Création de trois régimes spécifiques pour les envois d'une valeur < 150 € :

- régime optionnel du IOSS ;
- régime spécial d'importation ;
- intervention d'une plateforme.

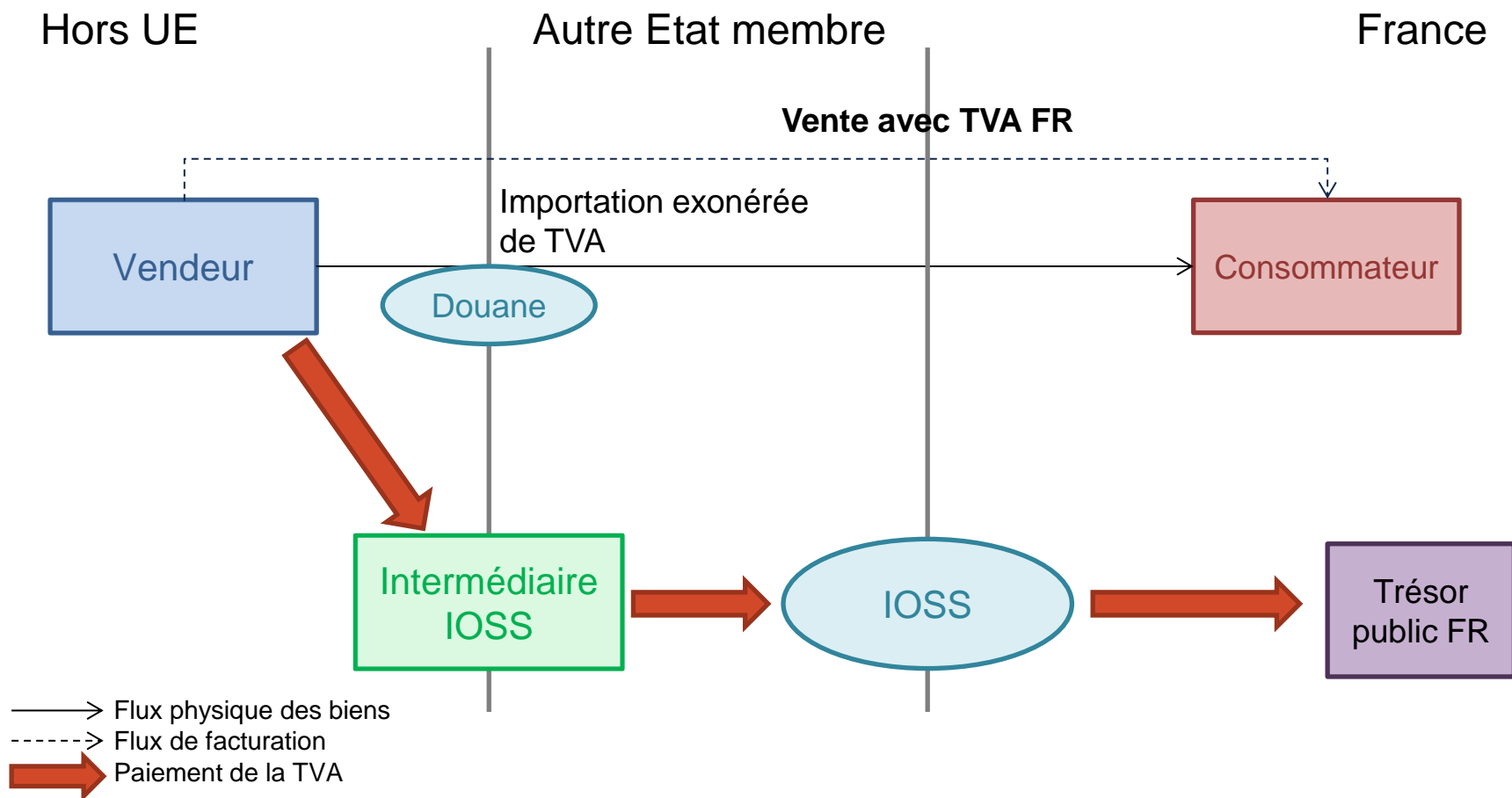
# Vente à distance de biens importés : régime 2021 IOSS (1/2)

- Régime optionnel du IOSS (envois < 150 €) :



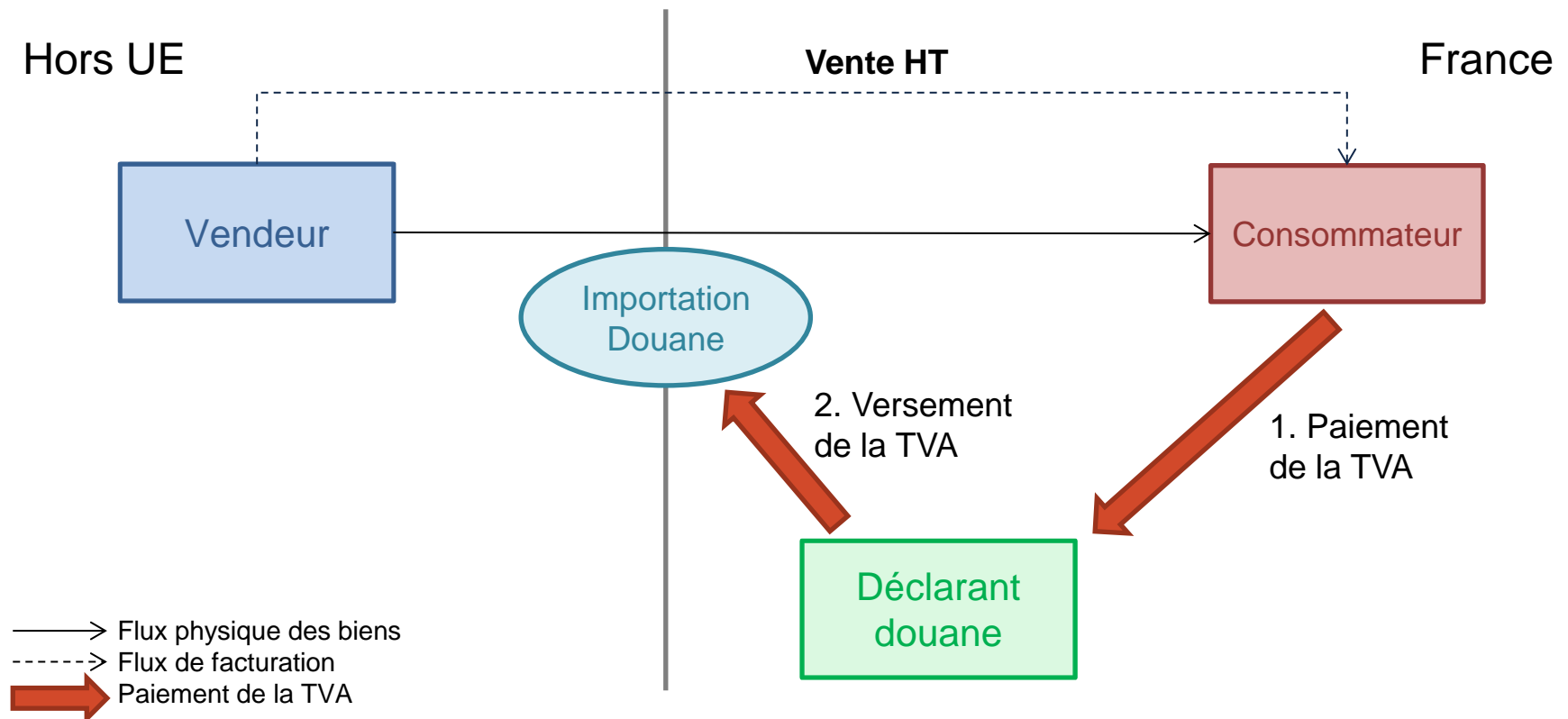
# Vente à distance de biens importés : régime 2021 IOSS (2/2)

- Régime optionnel du IOSS (envois < 150 €) :



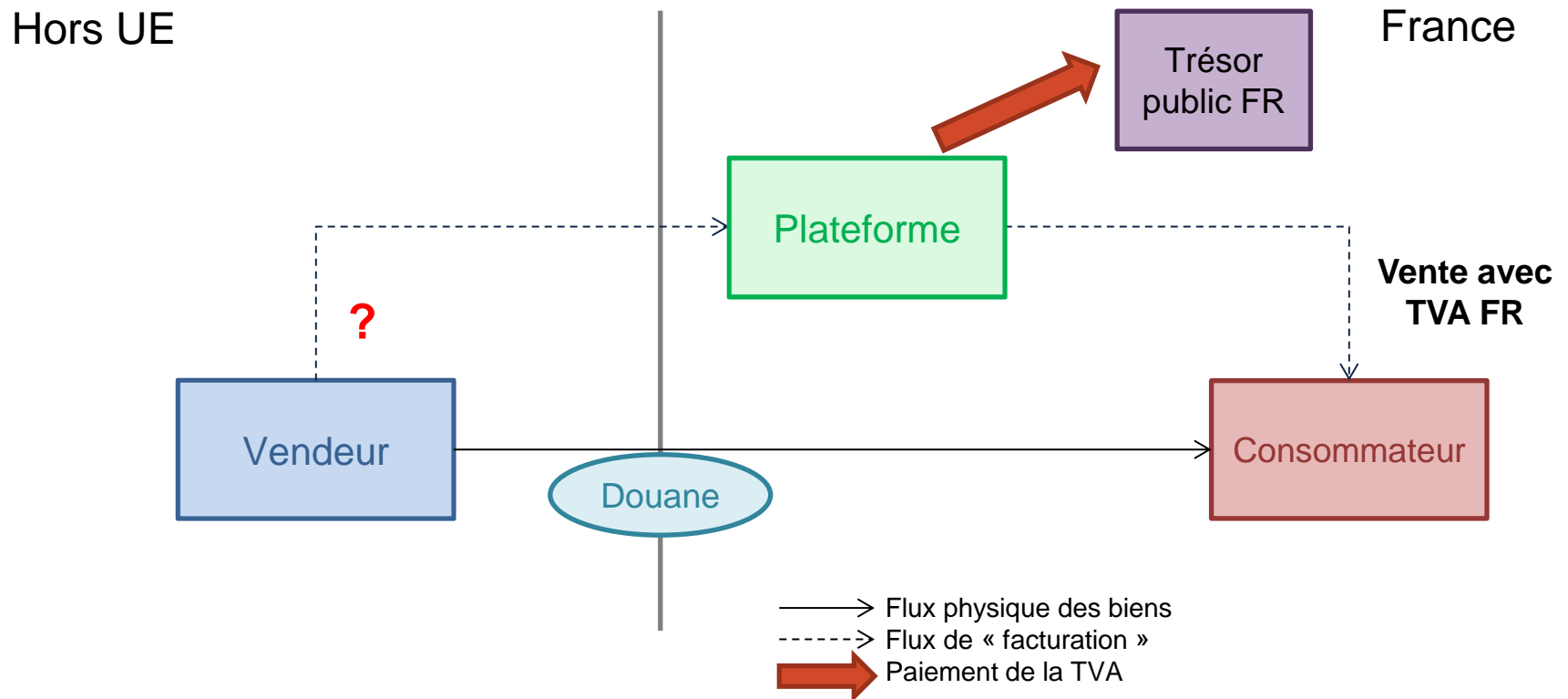
# Vente à distance de biens importés : régime spécial de l'importation 2021

- Régime spécial de l'importation (envois < 150 €/pas d'option du vendeur pour le IOSS)



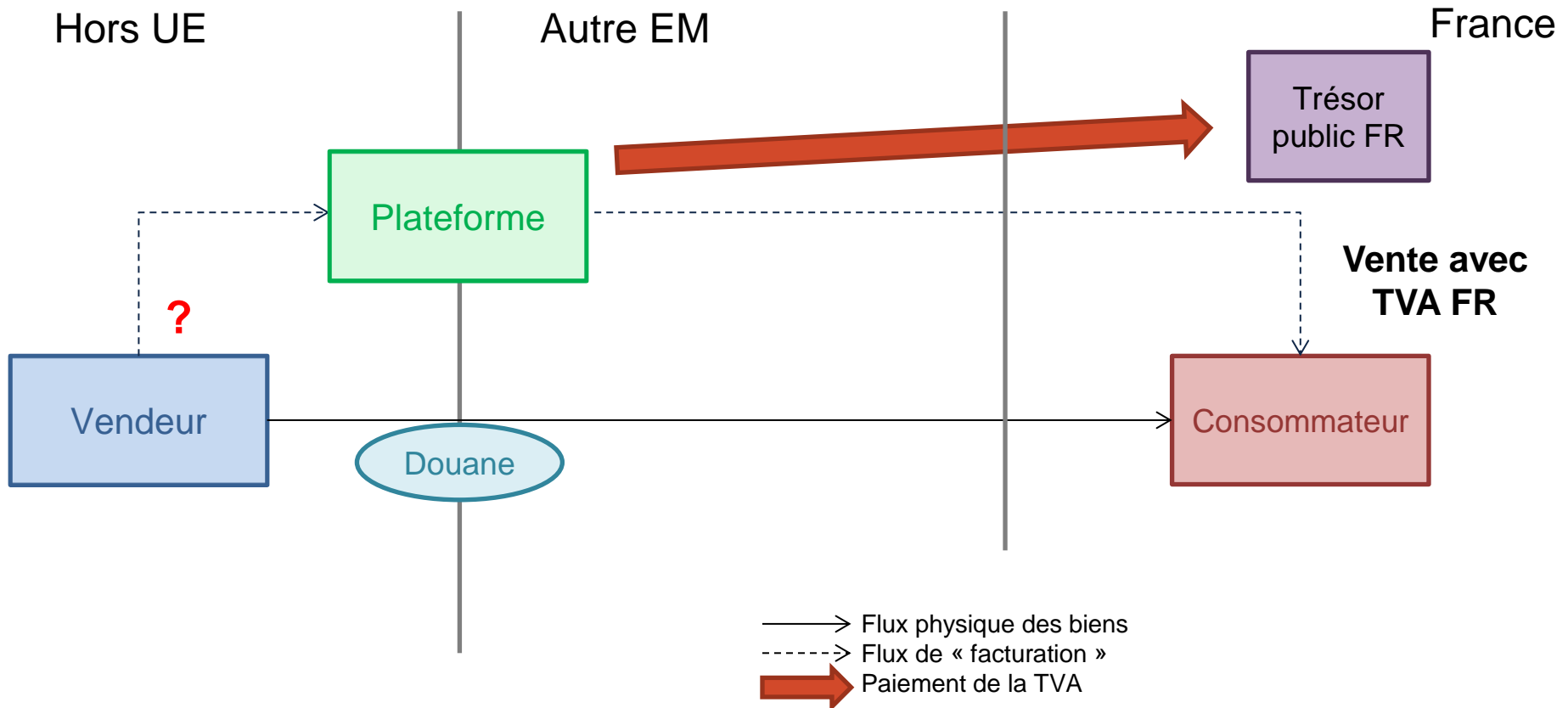
# Ventes à distance de biens importés lorsqu'une plateforme facilite la vente : régime 2021 (1/2)

- Pour l'ensemble des vendeurs (UE/hors UE) : envois < 150 € lorsque l'importation a lieu dans l'EM de consommation



# Ventes à distance de biens importés lorsqu'une plateforme facilite la vente : régime 2021 (2/2)

- Pour l'ensemble des vendeurs (UE/hors UE) : envois < 150 € lorsque l'importation a lieu dans un EM autre que celui de consommation



## **Lieu de l'activité et localisation des profits**

Par Annabelle Bailleul-Mirabaud



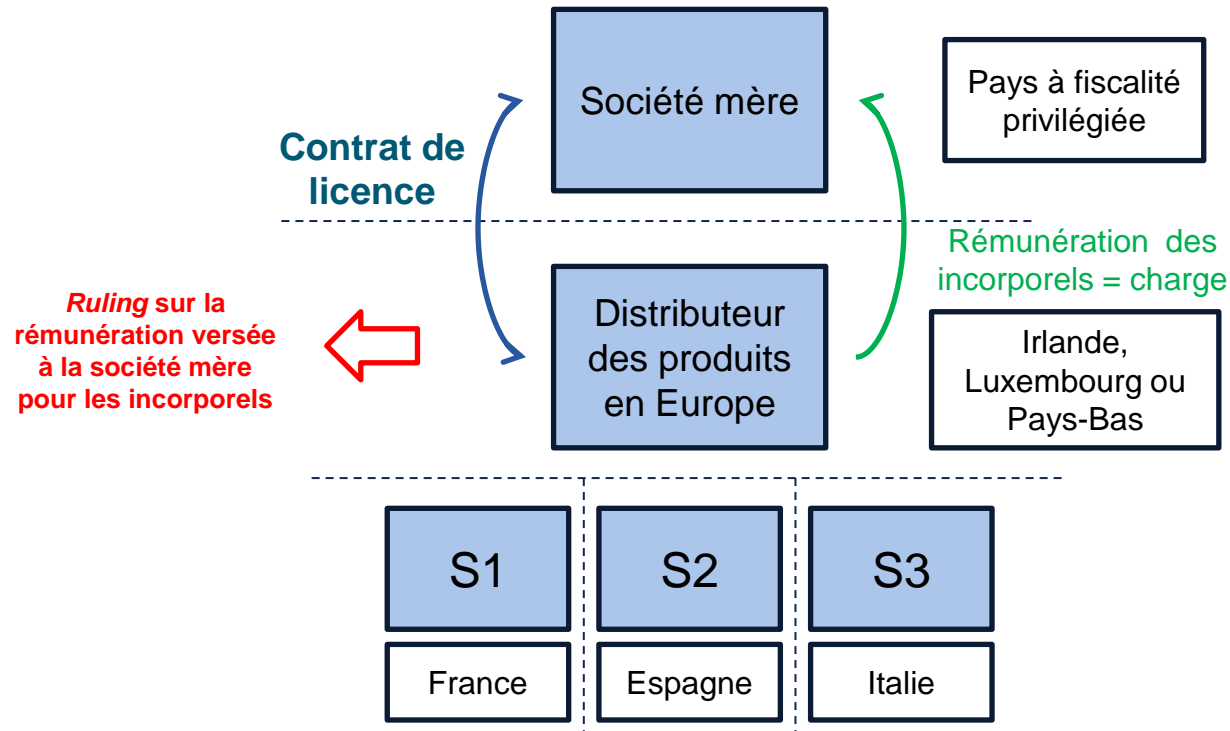
---

## Lieu de l'activité et localisation des profits : contexte

---

- **E-commerce** = un des business models de l'**économie numérique** (*digital economy*) objet d'un débat sur le lieu d'imposition des profits
- **Traditionnellement** : profits imposés là où la valeur était créée, ce qui nécessitait une **présence physique** (résidence, établissement stable)
- **Economie numérique : décalage entre le lieu où les bénéficiaires sont taxés et celui où la valeur est créée :**
  - présence physique pas/moins nécessaire pour atteindre les utilisateurs ;
  - utilisateurs qui contribuent à la création de valeur en interagissant avec les plateformes, applications ;
  - importance des actifs incorporels et valeur des méga données.**Souvent couplé à une déperdition de la masse imposable globale**

# Lieu de l'activité et localisation des profits – illustration : schéma simplifié des organisations type GAFA



S1, S2 et S3 = sociétés locales de services marketing rémunérées en *cost plus* par le distributeur

---

# Lieu de l'activité et localisation des profits : quels angles d'attaques pour les administrations fiscales ?

---

- **Objectif** : montrer que les filiales locales ne se contentent pas d'exercer les fonctions qui leur sont dévolues dans le cadre des contrats intra-groupes mais qu'elles exercent tout ou partie de l'activité de la société distributrice européenne.
- **Outils** systématiquement utilisés par l'administration fiscale française face à ces organisations :
  - **perquisitions fiscales** visant à déterminer les activités précisément exercées en France ;
  - recours à l'**échange d'informations** entre administrations fiscales en vue d'obtenir des informations sur la substance des sociétés étrangères ;
  - plus récemment, **perquisitions pénales**.
- **Angles d'attaques** :
  - **prix de transfert** : augmentation de la rémunération des filiales françaises de groupes étrangers ;
  - **établissement stable** : imposition en France de la société distributrice étrangère :
    - ✓ qualification des serveurs, sites Internet ;
    - ✓ agent dépendant ayant le pouvoir de conclure des contrats au nom de la société étrangère : jurisprudences Google TA Paris 12 juillet 2017 et Valueclick CAA Paris 1<sup>er</sup> mars 2018 : **interprétation restrictive de la notion de conclusion de contrats**
- Résultats limités au regard des enjeux.

---

# Lieu de l'activité et localisation des profits : un nouveau cadre fiscal

---

- Envergure mondiale de l'économie numérique + inadéquation des règles fiscales nationales actuelles en vue d'éviter que des revenus échappent à toute imposition → **approche multilatérale** :
  - **l'Action 1** du Plan d'action de l'**OCDE** concernant l'érosion de la base d'imposition et le transfert de bénéfices (**BEPS**) consacrée aux défis fiscaux posés par l'économie numérique et **l'Action 7** consacrée à la modification de la définition de l'établissement stable pour empêcher les stratégies de contournement de la définition actuelle ;
  - les **propositions de directives de la Commission européenne**.
- Dans l'attente de la mise en œuvre de ces solutions globales, certains Etats ont mis en place des **mesures unilatérales** (« diverted profit tax », taxe de péréquation, etc.) :
  - En France : ensemble de mesures annoncées par le gouvernement en décembre 2017 visant à lutter contre la fraude fiscale : mise en place du « **name and shame** », création d'une police fiscale, aggravation des sanctions.

---

# Lieu de l'activité et localisation des profits : les travaux BEPS de l'OCDE

---

- **Action 1 du plan anti-BEPS : relever les défis fiscaux posés par l'économie numérique**
  - **Rapport d'octobre 2015 :**
    - ✓ rappelle les solutions proposées dans le cadre des autres actions anti-BEPS et qui répondent aux défis de l'économie numérique : modification de la définition de l'établissement stable (Action 7), principes révisés applicables en matière de prix de transfert sur la propriété des actifs incorporels (Action 8, 9 et 10) ; recommandations sur la définition des revenus des sociétés étrangères contrôlées (Action 3) ;
    - ✓ envisage d'autres possibilités en vue de relever ces défis de manière plus large : mécanismes de collecte de la TVA/taxes sur les ventes sur les transactions internationales ; nouvelle définition du « lien » fondée sur le concept de présence économique significative ; mise en place d'une retenue à la source sur certaines transactions numériques ; mise en place d'une taxe de péréquation ;
    - ✓ **recommandations remises à un stade ultérieur** compte tenu des difficultés à appréhender l'économie numérique.
  - **Rapport intermédiaire du 16 mars 2018 :**
    - ✓ la mise en œuvre des mesures BEPS commence à avoir un impact sur l'économie numérique (modifications des organisations mises en place, réforme fiscale américaine à suivre) ;
    - ✓ des travaux doivent être effectués concernant l'approche du lien (« nexus ») et l'attribution des bénéfices (« allocation rules »), ainsi que l'analyse de la contribution à la création de valeur de certaines caractéristiques de la digitalisation ;
    - ✓ objectif : parvenir à une solution commune dans le rapport final qui sera présenté par les 110 pays membres du Cadre Inclusif en 2020 (aucun consensus sur la mise en œuvre de mesures provisoires). Point d'avancement prévu en 2019.

---

# Lieu de l'activité et localisation des profits - l'approche de la Commission européenne : contexte

---

- Juillet 2017 : la Commission européenne reconnaît les défis posés par l'économie numérique et la nécessité d'avoir une approche fiscale cohérente et coordonnée au sein de l'UE
  
- Septembre 2017 :
  - la Commission prévoit une proposition législative définissant des règles de taxation des bénéficiaires de l'économie numérique au niveau de l'Union pour le printemps 2018 ;
  - 10 Etats membres ont signé une déclaration publique (dont la France et l'Allemagne) dans laquelle ils appellent à la mise en place d'une taxe de péréquation (« equalisation tax ») sur le chiffre d'affaires généré en Europe par les entreprises numériques ;
  - Communication de la Commission sur « un système d'imposition juste et efficace au sein de l'Union européenne pour le marché unique numérique ».
  
- **21 mars 2018** : la Commission a publié deux propositions de directives :
  - une proposition sur le long terme : règles d'imposition des sociétés ayant une présence numérique significative ;
  - une proposition conçue comme une solution provisoire : mise en place d'une taxe de 3 % sur le chiffre d'affaires retiré de la fourniture de certains services numériques.

---

# Lieu de l'activité et localisation des profits - l'approche de la Commission européenne : propositions de directives (1/2)

---

- **Extension de la définition de l'établissement stable pour y inclure la présence numérique significative**
  - Proposition de directive que les Etats membres devraient transposer avant le 31 décembre 2019 prévoyant l'extension de la définition de l'établissement stable aux cas dans lesquels il existe une **présence numérique significative** par l'intermédiaire de laquelle une entreprise exerce tout ou partie de son activité.
  - Champ d'application :
    - ✓ services numériques visés ;
    - ✓ contribuables visés : entreprises constituées ou établies dans l'UE ou dans un Etat hors UE qui n'a pas conclu de convention fiscale avec l'Etat membre dans lequel une présence numérique significative est constatée.
  - Présence numérique significative : caractérisée dès lors qu'un **service est fourni par l'intermédiaire d'une interface numérique** et que l'**une des conditions suivantes est remplie** :
    - ✓ **part du total des produits tirés de la fourniture de services numériques à des utilisateurs situés dans un Etat membre : > 7 m€ ;**
    - ✓ **nombre d'utilisateurs dans un Etat membre : > 100 000 ;**
    - ✓ **nombre de contrats commerciaux conclus pour la fourniture de tels services avec des utilisateurs situés dans un Etat membre : > 3 000.**
  - La commission européenne recommande aux Etats membres de modifier leurs réseaux de conventions fiscales afin d'y inclure cette notion de présence numérique significative.

---

# Lieu de l'activité et localisation des profits - l'approche de la Commission européenne : propositions de directives (2/2)

---

- **Taxe sur les services numériques (TSN) applicable aux produits tirés de la fourniture de certains services numériques**
  - Proposition de directive prévoyant la mise en place, à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2020 au plus tard, d'une taxe de 3 % sur les services du numérique (TSN ou DST pour *digital services tax*) assise sur le montant total des produits bruts HT générés au sein de l'UE dégagés par certaines activités numériques au-delà de certains seuils
  - Services numériques visés :
    - ✓ placement sur une interface numérique de publicités ciblant les utilisateurs de cette interface ;
    - ✓ mise à disposition des utilisateurs d'une interface numérique multi-faces qui permet aux utilisateurs de trouver d'autres utilisateurs et d'interagir avec eux, et qui peut faciliter la réalisation de fournitures sous-jacentes de biens ou services directement entre les utilisateurs. N'inclut pas la fourniture de contenu ni les services de paiement ;
    - ✓ transmission de données recueillies au sujet des utilisateurs et générées par les utilisateurs sur les plateformes.
  - Contribuables visés :
    - ✓ CA mondial > **750 m€** ;
    - ✓ CA généré dans l'UE > **50 m€**.
  - Etat dans lequel la taxe est due : Etat membre ou Etats membres où se trouvent les utilisateurs.

## **Nouvelles obligations fiscales pour les plateformes et les acteurs du e-commerce**

Par Stéphanie Némarq-Attias



---

# Les obligations d'information des plateformes

---

- 2015 : le droit de communication renforcé de l'administration (art. L.81 du LPF)
  - Les informations visées
  - Des sanctions alourdies à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2019
  - L'absence de portée extraterritoriale
  
- 2016 : l'obligation d'information des utilisateurs (art. 242 bis du CGI)
  - Les plateformes concernées
  - Les modalités d'information
  - La certification annuelle délivré par un tiers sous peine d'amende

---

# Les obligations déclaratives des plateformes à venir

---

- À compter du 1<sup>er</sup> janvier 2019 : l'automatisation de l'information communiquée à l'administration (art. 1649 quater A bis du CGI)
  - Un champ d'application élargi
  - La DAS (déclaration automatique sécurisée)
  - Vers une déclaration de revenus pré-remplie

---

# Les points d'attention et les zones d'incertitude

---

- Deux obligations co-existantes
- La complexité et le coût des procédures pour les plateformes
- Le transfert de données nominatives
- La capacité des autorités fiscales à contraindre les plateformes établies à l'étranger
- Les sanctions en cas de manquement des plateformes

## Deuxième partie

### **Actualité de l'environnement juridique pour le e-commerce**



## **Distribution sélective et « geoblocking »**

Par Nathalie Pétrignet



---

# Distribution sélective et e-commerce

---

- Rappel du cadre juridique
  - Critères de validité des réseaux de distribution sélective
  - Le règlement d'exemption n° 330/2010 sur les accords verticaux
    - ✓ L'interdiction de la restriction des ventes passives
  
- La jurisprudence
  - L'arrêt Coty – CJUE, aff. C-230/16, arrêt du 6 décembre 2017
  - L'arrêt de la cour d'appel de Paris, n° 16/02263 28 février 2018
  
- Quels enseignements en tirer ?
  - Peut-on restreindre la vente en ligne de ses produits ?

---

# Lutte contre le blocage géographique

---

- Règlement (UE) 2018/302 du 28 février 2018 qui vise à lutter contre le blocage géographique injustifié et d'autres formes de discrimination fondée sur la nationalité, le lieu de résidence ou le lieu d'établissement des clients dans le marché intérieur.
- Définition du blocage géographique injustifié
- Compatibilité du règlement avec d'autres règles :
  - règles fiscales ;
  - droits d'auteurs ;
  - droit de la concurrence.
- Principe d'interdiction des discriminations
  - Mais autorisation de la mise en place de conditions générales d'accès qui peuvent varier selon les Etats membres : par exemple prix nets différents
- Entrée en vigueur le 3 décembre 2018

## **RGDP : impact sur les e-commerçants**

Par Anne-Laure Villedieu



---

# Les principes essentiels du RGPD et leur impact sur le e-commerce

---

- *Accountability*
- *Privacy by design*
- *Privacy by default*



---

# Focus : transparence & consentement

---

- Impact sur l'information
- Impact sur la gestion des consentements
- Impact sur la gestion des cookies



---

# Focus : la sécurité

---

- Sécurisation de la conservation des données
- Gestion des mots de passe
- Sécurité de la collecte des cartes de crédit



---

# Les bonnes pratiques pour se mettre en conformité

---

- *Data mapping* et registre des traitements
- Identification des sous-traitants et conclusion d'accords conformes au RGPD
- Mise à jour de la politique de sécurité et de confidentialité
- Gestion des consentements
- PIA
- Sécurisation des stockages
- Mise en place d'une procédure de gestion des failles de sécurité
- Gestion des transferts de données à destination d'Etats tiers à l'EEA



## **L'information des consommateurs**

Par Nathalie Pétrignet



---

# E-commerce : une juxtaposition de textes (1/2)

---

## – Juxtaposition de plusieurs réglementations (1/2)

- **Les articles L.221-1 et suivants du Code de la consommation**

- ✓ Visent les contrats conclus à distance ou hors établissement entre un professionnel et un consommateur
  - Définition des notions
- ✓ Ne visent en principe que les consommateurs : « *La personne physique qui agit à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale, libérale ou agricole* »
- ✓ S'appliquent pour les contrats conclus hors établissement entre deux professionnels, dès lors que l'objet de la convention n'entre pas dans le champ de l'activité principale du professionnel sollicité et que le nombre de salariés employés par celui-ci est inférieur ou égal à cinq
- ✓ Certains types de contrats et transactions sont exclus du champ d'application (L.221-2 du Code de la consommation)

---

## E-commerce : une juxtaposition de textes (2/2)

---

- Juxtaposition de plusieurs réglementations (2/2)
  - La **loi n° 2004-575 du 21 juin 2004** pour la confiance dans l'économie numérique (LCEN) transposant la directive 2000/31 du 8 juin 2000 sur le commerce électronique réglemente les ventes conclues par voie électronique, qu'il s'agisse de ventes aux consommateurs ou de ventes entre professionnels
    - ✓ Définition des notions
      - L'expression « par voie électronique » vise tout autant Internet que les autres modes de transmission électronique, tels que l'EDI (*Electronic Data Interchange*) et le téléphone interactif, fixe ou mobile (m-commerce).
  - Les **articles 1125 à 1127-4 du Code civil**
  - Les trois **décrets du 29 septembre 2017** introduisant des obligations de loyauté et de transparence pour les plateformes en ligne
    - ✓ N° 2017-1434 applicable depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2018
    - ✓ N° 2017-1436 applicable depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2018
    - ✓ N° 2017- 1435 applicable à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2019

---

# E-commerce : les obligations du professionnel (1/5)

---

– Informations précontractuelles :

- de manière lisible et compréhensible, l'ensemble des informations énumérées par l'article L.221-5 ou les mettre à sa disposition par tout moyen adapté à la technique de communication à distance utilisée (**C. consom., art. L.221-11**) ;
  - ✓ si la technique de communication à distance utilisée impose des limites d'espace ou de temps pour la présentation des documents comportant les informations précontractuelles, le professionnel peut se contenter de ne fournir que certaines d'entre elles (caractéristiques essentielles des biens ou services, prix, identité du professionnel, durée du contrat et droit de rétractation) et communiquer les autres par tout autre moyen (**art. L.221-12**) ;
- l'obligation d'information est renforcée en cas de contrat conclu par voie électronique :
  - ✓ le professionnel doit rappeler au consommateur, avant qu'il ne passe sa commande, de manière lisible et compréhensible, les informations relatives aux caractéristiques essentielles des biens ou des services qui font l'objet de la commande, à leur prix, à la durée du contrat et, s'il y a lieu, à la durée minimale des obligations contractuelles du consommateur (**art. L.221-14, al. 1**) ;

---

## E-commerce : les obligations du professionnel (2/5)

---

- ✓ le professionnel doit également veiller à ce que le consommateur, lors de sa commande, reconnaisse explicitement son obligation de paiement. A cette fin, la fonction utilisée par le consommateur pour valider sa commande doit comporter, à peine de nullité (art. L.242-2), la mention claire et lisible : « *commande avec obligation de paiement* » ou une formule analogue, dénuée de toute ambiguïté, indiquant que la passation d'une commande oblige à son paiement (art. L.221-14, al. 2) ;
- ✓ par ailleurs, le site de commerce en ligne doit indiquer, au plus tard au début du processus du bon de commande, les moyens de paiement acceptés et les éventuelles restrictions de livraison (art. L.221-14, al. 3) ;
- les informations issues du code civil :
  - ✓ les différentes étapes à suivre pour conclure le contrat : validation de la commande par le « double clic », accusé de réception de commande, etc. ;
  - ✓ les moyens techniques permettant à l'utilisateur avant la conclusion du contrat d'identifier les erreurs commises dans la saisie des données et de les corriger ;
  - ✓ les langues proposées pour la conclusion du contrat ;
  - ✓ en cas d'archivage du contrat, ses modalités et les conditions d'accès ;
  - ✓ les moyens de consulter par voie électronique les règles professionnelles et commerciales auxquelles l'auteur de l'offre est soumis.

---

## E-commerce : les obligations du professionnel (3/5)

---

### – Informations post contractuelles :

- après la conclusion du contrat et au plus tard au moment de la livraison, ces informations doivent être confirmées sur un support durable (sauf si ces informations ont été déjà fournies sur support durable) ; le contrat doit être accompagné du formulaire type de rétractation (art. L.221-13, al.1) ;
  - ✓ notion de support durable : tout instrument permettant au consommateur ou au professionnel de stocker des informations qui lui sont adressées personnellement afin de pouvoir s'y reporter ultérieurement pendant un laps de temps adapté aux fins auxquelles les informations sont destinées et qui permet la reproduction à l'identique des informations stockées (art. L.221-1) ;
    - par exemple : clé USB, DVD, CD-Rom, disque dur, courriel, facture électronique accessible sur le compte Internet du client (INC – Fiche pratique J 105 – août 2013), etc.

---

## E-commerce : les obligations du professionnel (4/5)

---

- Obligations d'information du commerçant en ligne
  - Identification du prestataire
    - ✓ Si personne physique, ses nom et prénom
    - ✓ Si personne morale, sa raison sociale
  - L'adresse où cette personne est établie, son adresse de courrier électronique, ainsi que des coordonnées téléphoniques permettant d'entrer effectivement en contact avec elle
  - Si inscrite au RCS ou au répertoire des métiers, numéro de son inscription, capital social et adresse du siège social
  - Si activité soumise à la TVA, le numéro individuel d'identification
  - Si activité soumise à un régime d'autorisation, le nom et l'adresse de l'autorité ayant délivré celle-ci

---

## E-commerce : les obligations du professionnel (5/5)

---

– Information sur les prix

- Toute personne qui exerce une activité de commerce électronique doit, même en l'absence d'offre de contrat, dès lors qu'elle mentionne un prix, indiquer celui-ci de manière claire et non ambiguë, et notamment si les taxes et les frais de livraison sont inclus
  - ✓ L'expression « même en l'absence d'offre de contrat » vise, à notre avis, notamment les sites commerciaux qui présentent des produits et prestations de services sans que l'internaute ait la possibilité d'effectuer une commande en ligne de ces produits et services. Leur présentation doit donc être accompagnée de leurs prix
- Cette obligation s'ajoute aux autres obligations d'information sur les prix prévues par les textes législatifs et réglementaires en vigueur

---

# Droit de rétractation (1/3)

---

- Délai : 14 jours pour exercer son droit de rétractation d'un contrat conclu à distance ou hors établissement, sans avoir à motiver sa décision (**C. consom., art. L.221-18, al.1**).
  - Ce délai peut être prorogé de *douze mois* à compter de l'expiration du délai de rétractation initial si les informations précontractuelles relatives au droit de rétractation n'ont pas été fournies au consommateur.
  
- Renonciation : toute clause par laquelle le consommateur abandonne son droit de rétractation est nulle (**C. consom., art. L.242-3**).
  - Ceci n'empêche pas que le consommateur puisse expressément renoncer à son droit de rétractation, par exemple lorsqu'il souhaite qu'une prestation de services soit immédiatement exécutée.
  
- Décompte : le délai est calendaire et court à compter du jour :
  - de la conclusion du contrat, pour les prestations de services et les contrats portant sur la fourniture d'eau, de gaz ou d'électricité ainsi que sur la fourniture de chauffage urbain et de contenu numérique énumérés à l'**article L.221-4 du Code de la consommation** ;
  - de la réception du bien par le consommateur ou un tiers, autre que le transporteur, désigné par lui, pour les contrats de vente de biens. Cependant, pour les contrats conclus hors établissement, le consommateur peut exercer son droit de rétractation dès la conclusion du contrat.  
L'acheteur à distance est en revanche nécessairement contraint d'attendre la réception du bien pour pouvoir exercer son droit de rétractation.

---

# Droit de rétractation (2/3)

---

## – Modalités d'exercice

- Le consommateur doit informer le professionnel de sa décision de se rétracter en lui adressant, avant l'expiration du délai de quatorze jours :
  - ✓ soit le formulaire de rétractation complété ;
  - ✓ soit une déclaration, dénuée d'ambiguïté, exprimant sa volonté de se rétracter :
    - ces documents peuvent être transmis en ligne, à partir du site Internet du professionnel ; dans ce cas, celui-ci doit communiquer au consommateur un accusé de réception sur un support durable ;
    - la charge de la preuve de l'exercice du droit de rétractation pèse sur le consommateur.

## – Effets

- Pour les contrats de vente
- Pour les prestations de service
- Pour les contrats de fourniture de contenu numérique non fourni sur un support matériel (application pour un smartphone, téléchargement de musique ou de film)

---

## Droit de rétractation (3/3)

---

### – Obligations du professionnel

- Remboursement de la totalité des sommes versées, y compris les frais de livraison, dans les meilleurs délais et au plus tard dans les quatorze jours suivant la date à laquelle il a été informé de la décision du consommateur de se rétracter :
  - ✓ le professionnel peut différer le remboursement jusqu'à récupération du bien ou jusqu'à ce que le consommateur ait fourni une preuve de l'expédition de ce bien, la date retenue étant celle du premier de ces faits ;
  - ✓ au-delà, les sommes dues sont de plein droit majorées d'un taux qui augmente avec l'allongement du retard ;
  - ✓ le remboursement doit être effectué en utilisant le même moyen de paiement que celui utilisé par le consommateur pour la transaction initiale, sauf accord exprès du consommateur pour un autre moyen de paiement (avoir ou bon d'achat, par exemple) et dans la mesure où le remboursement n'occasionne pas de frais pour le consommateur.

### – Sanction du droit de rétractation

- Conformité de la règle à la Conv. EDH **Cass., 1<sup>e</sup> civ., 17-1-2018 n ° 17-10,255 FS-PB, sté IES c/ L.**

---

# Diverses obligations

---

- Numéros surtaxés
  - Interdiction de surtaxer les appels du consommateur qui appelle son vendeur concernant un contrat conclu avec ce dernier
  
- Hotlines : le professionnel doit indiquer le coût induit par l'utilisation de la technique de communication à distance « *lorsqu'il n'est pas calculé par rapport au tarif de base* »
  
- Bloctel : si le site Internet est amené à recueillir les coordonnées téléphoniques pour la conclusion du contrat, le consommateur doit être informé de son droit de s'inscrire sur la liste d'opposition au démarchage téléphonique (en vigueur depuis le 1<sup>er</sup> juin 2016)

---

## Plateformes en ligne (1/2)

---

- Obligation de loyauté et d'information qui découle de la loi du 7 octobre 2016 pour une République numérique
- Fixée par trois décrets d'application du 29 septembre 2017 dont deux sont applicables depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2018
  - Le décret n° 2017- 1434 relatif aux obligations d'information des opérateurs de plateformes numériques :
    - ✓ il impose aux opérateurs de plateformes en ligne d'informer les consommateurs sur leur modalités de fonctionnement et sur les conditions et les critères de classement et de référencement des offres qu'ils proposent ;
    - ✓ il reprend les obligations d'information applicables aux sites comparateurs en ligne ;
    - ✓ enfin, il fixe également les modalités de présentation des informations que doivent communiquer les opérateurs de plateformes en ligne.
  - Le décret n° 2017-1436 relatif aux obligations relatives aux avis en ligne de consommateurs :
    - ✓ il fixe des obligations d'informations incombant aux personnes physiques ou morales dont l'activité consiste à collecter, à modérer ou à diffuser des avis en ligne provenant de consommateurs.

---

## Plateformes en ligne (2/2)

---

- Le décret n° 2017- 1435 relatif à la fixation d'un seuil de connexions à partir duquel les opérateurs de plateformes en ligne doivent élaborer et diffuser des bonnes pratiques visant à renforcer leurs obligations de loyauté, de clarté et de transparence dans les informations transmises aux consommateurs.
  - Il précise les critères à partir desquels ce seuil est apprécié.
  
- Normes AFNOR
  - La certification NF Service
  - Norme AFNOR NF Z74-50

---

# Questions

---



---

**CMS Francis Lefebvre Avocats**, entité opérant sous la forme d'une société d'exercice libéral à forme anonyme (S.E.L.A.F.A.), est membre du groupement européen d'intérêt économique CMS Legal Services EEIG (CMS EEIG), qui coordonne un ensemble de cabinets d'avocats indépendants. CMS EEIG n'assure aucun service auprès de la clientèle. Seuls les cabinets d'avocats membres offrent des prestations de services dans leurs ressorts géographiques respectifs. CMS EEIG et chacun des cabinets d'avocats qui en est membre, sont des entités juridiques distinctes dont aucune n'a autorité pour engager les autres. CMS EEIG et chacun des cabinets d'avocats membres sont responsables de leurs propres actes ou manquements et non de ceux des autres membres du groupement. L'utilisation de la marque « CMS » et du terme « cabinet » désigne certains ou la totalité des cabinets d'avocats membres, ou encore leurs bureaux. Consulter le site Internet [cms.law/fl](http://cms.law/fl) pour obtenir des informations complémentaires.

**Implantations CMS** : Aberdeen, Alger, Amsterdam, Anvers, Barcelone, Belgrade, Berlin, Bogota, Bratislava, Bristol, Bruxelles, Bucarest, Budapest, Casablanca, Cologne, Dubaï, Düsseldorf, Édimbourg, Francfort, Funchal, Genève, Glasgow, Hambourg, Hong Kong, Istanbul, Kiev, Leipzig, Lima, Lisbonne, Ljubljana, Londres, Luanda, Luxembourg, Lyon, Madrid, Manchester, Mexico, Milan, Monaco, Moscou, Munich, Muscat, Paris, Pékin, Podgorica, Poznań, Prague, Reading, Rio de Janeiro, Riyad, Rome, Santiago du Chili, Sarajevo, Séville, Shanghai, Sheffield, Singapour, Skopje, Sofia, Strasbourg, Stuttgart, Téhéran, Tirana, Utrecht, Varsovie, Vienne, Zagreb et Zurich.

[cms.law/fl](http://cms.law/fl)

---