

**E-commerce : quelles sont vos nouvelles contraintes ?
Jeudi 28 juin 2012**

Nathalie Pétrignet, Anne-Laure Villedieu, avocats associés
& Prudence Cadio, avocat CMS Bureau Francis Lefebvre

Les statuts éditeur / hébergeur : quelles obligations, quelles responsabilités ?

Les derniers développements jurisprudentiels sur la qualité d'hébergeur ou d'éditeur et leurs conséquences

I. L'encadrement du statut d'intermédiaire technique

A. Origine

- Rôle particulier de l'intermédiaire technique
- Développement du web 2.0
- Nécessité d'adaptation des règles juridiques
- Création d'un régime de responsabilité autonome

B. Fondement

- Directive européenne 2000/31/CE du 8 juin 2000. Article 14 de la directive pose les conditions d'exonération de responsabilité de l'hébergeur de contenu.
- En France
 - Loi du 1^{er} août 2000 modifiant la loi du 30 septembre 1986 : article 43-8 de la loi de 1986
 - Transposition de la directive: dispositif mis en place par la loi pour la confiance dans l'économie numérique du 21 juin 2004 dite LCEN : article 6 I 2

C. Enjeu: le bénéfice du régime de responsabilité allégé

- Système particulier distinct du régime de responsabilité de droit commun
- Responsabilité de l'hébergeur est engagée si:
 - 1) L'hébergeur a eu effectivement connaissance du caractère illicite des données stockées
 - 2) Il n'a pas agi promptement pour retirer ces données ou en rendre l'accès impossible

II. Comment déterminer le statut d'intermédiaire technique

A. Critère déterminant actuel : le rôle actif

- Première application : fonction technique de stockage
 - Multiplicité des décisions reconnaissant la qualité d'hébergeur aux plateformes web 2.0
 - Contenu fourni par les utilisateurs eux-mêmes
 - Simples opérations de formatage du contenu
 - Classification des informations fournies pour faciliter l'usage du service sans action sur les contenus
 - Cependant, à noter **Civ. 1^{ère} 14 janvier 2010 Tiscali**: qualification d'éditeur car exploitation commerciale de l'espace par l'hébergeur

Les deux arrêts fondateurs

- 1) **CJUE 23 mars 2010 Google Adwords**: « *Il convient d'examiner si le rôle exercé par ledit prestataire est neutre, en ce que son comportement est purement **technique, automatique et passif**, impliquant l'absence de connaissance ou de contrôle des données qu'il stocke* » ou s'il « *n'a pas joué un **rôle actif** de nature à lui confier une connaissance ou un contrôle des données stockées* ».
- Indices non suffisants: service de référencement payant, renseignements d'ordre général à ses clients, concordance entre le mot clé sélectionné et le service de recherche introduit par un internaute.
 - Indice pertinent: le rôle joué par Google dans la rédaction du message commercial accompagnant le lien promotionnel ou dans l'établissement ou la sélection de mots clés. Renvoi à l'appréciation des juridictions nationales.

Précisions sur la nature de ce rôle actif

2) CJUE 12 juillet 2011 L'Oréal / eBay

- Indices non pertinents: stockage des offres à la vente sur son serveur, fixation des modalités du service, rémunération du service, renseignements d'ordre général aux clients
- Indices pertinents: assistance consistant dans l'optimisation des offres à la vente et promotion de ces offres.
- Pourquoi est-ce pertinent? Rôle de nature à lui conférer une connaissance ou un contrôle des données relatives à ces offres

C. Conséquences en droit français: qui est hébergeur? Qui est éditeur?

- Prise en compte du critère du « rôle actif » pour déterminer l'application ou non de la responsabilité « allégée » de l'hébergeur
- Tendence à la qualification d'hébergeur: commercialisation d'espaces publicitaires n'induisant pas une capacité d'action sur les contenus, ré-encodage ou formatage des contenus n'induisent pas une sélection des contenus mis en ligne: pas de rôle actif (ex: arrêt Dailymotion 17 février 2011)
- Hésitation pour les plateformes d'e-commerce

La saga eBay

- CA Paris 23/01/2012 eBay/Burberry: rôle actif: intervention active dans l'assistance, le suivi et la promotion des ventes
- TGI Paris 13/03/2012 Maceo c/ eBay: pas de rôle actif: absence d'intervention sur la sélection et le contrôle des contenus mis en ligne inhérents à la prestation de stockage des informations fournies par l'utilisateur du service
- Epilogue jurisprudentiel? Com. 3 mai 2012:
 - Fourniture d'informations permettant l'optimisation des ventes
 - Assistance des clients dans la définition et la description des objets mis en vente
 - Envoi de messages spontanés à l'attention des acheteurs
 - Conclusion: rôle actif d'eBay car ces prestations sont de nature à lui conférer la connaissance ou le contrôle des données qu'il stocke

Une appréciation au cas par cas

– Ex: TGI Paris 29 mai 2012 TF1 c/ Youtube:

- Synthèse des différents indices développés par la CJUE et la Cour de cassation
- Application de ces indices à Youtube: qualification d'hébergeur
- Rappel: jurisprudence française et CJUE reconnaissent que les hébergeurs peuvent proposer de la publicité sans perdre leur statut

II. Hébergeur: que peut-on lui demander? Comment doit-il agir?

A. Nécessité de notifier le contenu

- Forme de la notification imposée par la loi (article 6 I 5 de la LCEN)
 - Date de la notification
 - Identification du notifiant
 - Identification du destinataire
 - Description et localisation des faits
 - Motifs de retrait du contenu
 - Copie de la correspondance adressé à l'auteur/éditeur du contenu litigieux ou justification de l'impossibilité de le contacter

– Contrôle jurisprudentiel strict

- Rappel du caractère obligatoire de cette notification (T. com. Paris 27 avril 2009)
- Notification incorrecte ou rejetée:
 - Notification ne contenant que les noms et prénoms de la personne: incomplète (CA Bordeaux 10 mai 2012)
 - Notification faite par mail « *dont seule se trouve rapportée la preuve de l'envoi – et non de sa réception, alors qu'un courrier adressé par voie postale aurait permis d'avoir une preuve de sa réception* ». Il est conseillé de procéder à une notification par LR avec AR (TGI Paris ord. réf. 29 oct. 2007)
- Notification acceptée: la signification d'une ordonnance sur requête à Dailymotion vaut notification car réunissait l'ensemble des éléments d'information prescrits à l'article 6-I-5 (CA Paris 9 mai 2012)

B. Obligations post-notification

- Retrait du contenu illicite: nécessité d'agir « **promptement** » suite à la notification (art. 6 I 2) Notion de « prompt retrait »: pas déterminé de façon précise par la jurisprudence.
- Hébergeurs pas soumis à une « *obligation générale de surveiller les informations qu'ils transmettent ou stockent, ni à une obligation générale de rechercher des faits ou des circonstances révélant des activités illicites* » mais possibilité pour le juge d'imposer une obligation de surveillance « **ciblée et temporaire** » (art. 6-I-7 LCEN)

Obligation d'empêcher la réapparition de vidéos déjà retirées

- Quelles réapparitions?: réapparition de la même vidéo, peu importe l'utilisateur: « *si les diffusions successives sont imputables à des utilisateurs différents, leur contenu et les droit de PI y afférents sont identiques* »(TGI 19 oct. 2007 Zadig c/ Google)
- Obligation de mettre en œuvre des moyens techniques empêchant leur réapparition. Mais exonération de responsabilité faute de collaboration de la personne désirant le retrait des contenus dans la mise en place du système d'identification (TGI Paris 28 avril 2011 SPPF c/ Youtube)

C. Obligations complémentaires

- Obligation générale de filtrage?
 - 2 arrêts de la CJUE Scarlet C/ SABAM du 24 novembre 2011 et SABAM c/ Netlog du 16 février 2012: pas d'obligation générale de filtrage à la charge des FAI
 - Justification? Mesures ne doivent pas être inutilement complexes et coûteuses + susceptible de porter atteinte aux droits fondamentaux des clients (liberté de recevoir et communiquer des informations)
- Obligation de conservation des données personnelles: article 6 II LCEN + décret n° 2011-219 du 25 février 2011

Vous prendrez bien un cookie ?

Un cookie? Pourquoi faire?

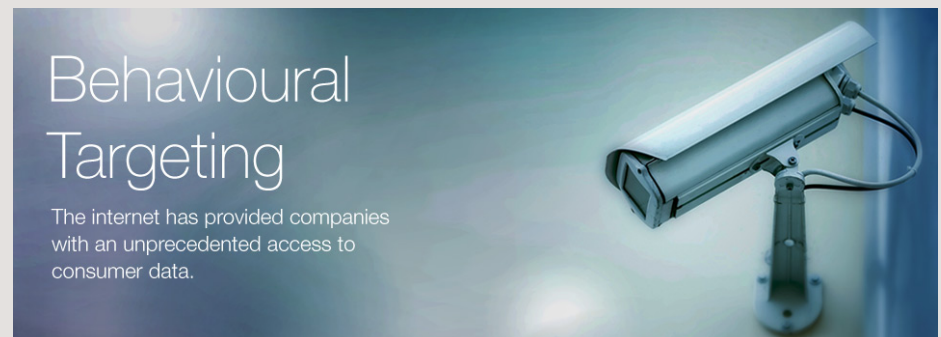


- La publicité est une ressource essentielle d'Internet
- La publicité permet d'offrir aux utilisateurs des services gratuits et des accès gratuits à l'information
- La publicité ciblée permet d'adresser des messages particuliers aux utilisateurs de l'Internet, en tenant compte de leurs goûts et centres d'intérêts
- La publicité ciblée est néanmoins une source d'inquiétude pour les Autorités Européennes de protection des données qui craignent des intrusions excessives dans la vie privée des utilisateurs



Qu'est-ce que la publicité ciblée ?

- Elle consiste à tracer la navigation des utilisateurs d'Internet afin de leur adresser des publicités en lien avec leurs centres d'intérêts principaux
- La publicité ciblée sur Internet est possible grâce à l'implantation d'un cookie dans le disque dur et/ ou le navigateur de l'utilisateur
- Cette publicité ciblée est mise en oeuvre par l'utilisation des données d'utilisateurs récoltés sur l'ensemble de sites internet participatifs
- Finalité: augmenter le taux de conversion



Qu'est ce qu'un cookie?

- Il s'agit d'un fichier texte, non exécutable, implanté sur le disque dur d'un utilisateur (dont la présence est souvent ignorée) par le site internet propriétaire/annonceur
- Technologie commune pour mémoriser les détails entre les pages web sur lesquelles l'internaute navigue (i.e login, objets achetés, centres d'intérêt)



Diversité des cookies:

- Les cookies de session autorisent le stockage d'informations en rapport avec l'ouverture de la session par l'utilisateur et ses objectifs principaux, destinés en premier lieu à faciliter la navigation (paramètres de connexion, contenu des achats en ligne)
- Les cookies d'adaptation permettent de stocker les informations sur l'utilisateur et de les réutiliser pour ses prochaines visites (préférences d'affichage, information sur le service de connexion, etc.)
- Les cookies de traçage électronique rendent possible l'utilisation de l'historique de navigation d'un utilisateur (liste de sites et pages visités, temps passé sur plusieurs pages, ordre de visite...)



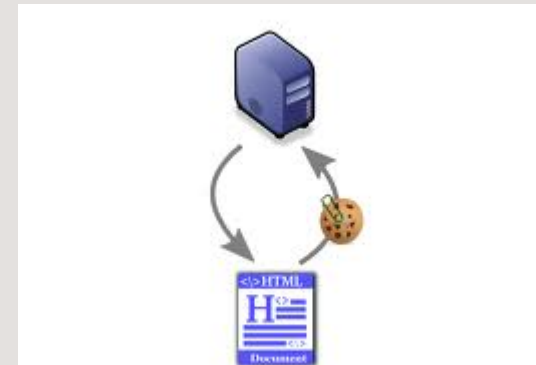
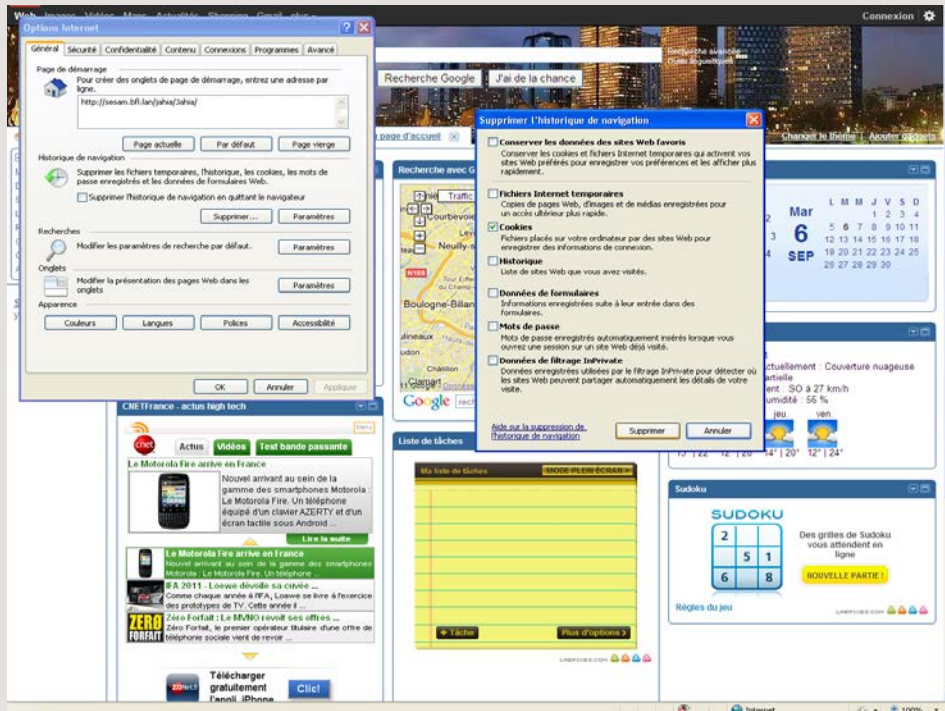
Faciliter la navigation sur internet

- Quand un utilisateur se connecte pour la première fois, un cookie est installé sur son ordinateur
- Toutes les données personnelles de la page d'accueil (couleur, arrière-plan, gadgets,...) sont stockées dans le cookie pour être réutilisées lors des futures connexions.



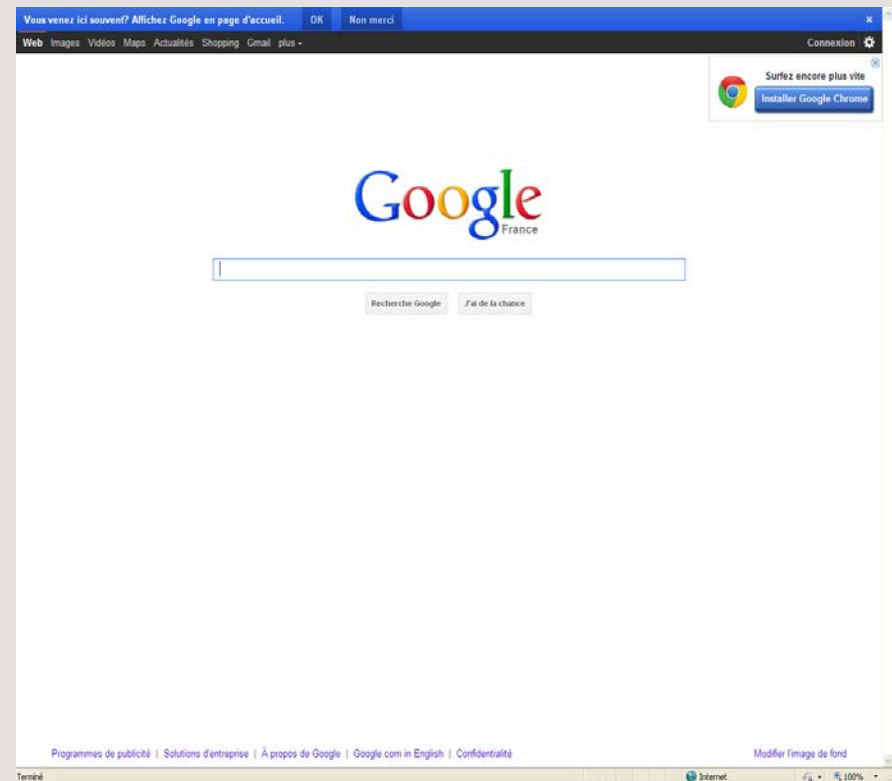
Faciliter la navigation sur internet

- L'utilisateur supprime les cookies



Faciliter la navigation sur internet

- En l'absence de cookie:
 - Google est incapable d'associer l'utilisateur avec le profil créé
 - Les préférences de navigation ne peuvent pas être prises en compte lors des nouvelles connexions
 - Google diffusera en conséquence la page d'accueil standard



Cookies utilisés pour simplifier la procédure d'authentification

- L'utilisateur entre pour la première fois son adresse email (ou ID) et son mot de passe
- L'utilisateur peut choisir de sauvegarder ou non son login
- Si l'utilisateur choisit de sauvegarder son login, celui-ci sera inscrit dans un cookie



Laposte.net
Bien qu'une messagerie

Conforama **MUSCLEZ VOS SOIRÉES TV** **RUGBY WORLD CUP 2011 OFFICIAL SPONSOR** **TOSHIBA**

Ma boîte aux lettres
bouton.amaud@laposte.net

Créer ma boîte
Mot de passe oublié ?

Rechercher
Google Recherche personnalisée **Rechercher**

Accueil Actualités Femmes Sports Divertissements Pratique **laposte.fr** **La Banque Postale**

Paris
12° / 15°

Modifier | Météo à 5 jours

- Laposte.net sur mobile
- PagesJaunes
- Service photo
- Abonnements magazines
- Déco et stickers
- Horoscope du jour
- Programme Télé
- Cinéma
- Petites annonces
- Offres d'emploi
- Administration en ligne
- Covoiturage
- Associations
- Assistance à l'écriture

Saisie semi-automatique des mots de passe

Vouslez-vous qu'Internet Explorer retienne ce mot de passe ?

Internet Explorer peut retenir ce mot de passe, de sorte que vous n'avez pas à l'entrer de nouveau à votre prochaine visite de cette page.

Ne plus retenir aucun mot de passe supplémentaire

[Informations sur la saisie automatique](#)

Oui Non

Achetez des timbres

Tarifs postaux

Envoyez un recommandé

Trouvez un bureau de Poste

Envoyez un colis

Achetez en ligne

La Poste et vous

Espace personnel Colissimo
Restez alerté de la livraison de vos colis en toute simplicité !
Inscrivez-vous gratuitement à l'espace personnel Colissimo!

Manucure Beauté
Nail Art, Vernis, Gel, Manucure. Jusqu'à -70%!

Eden Park
Le prêt-à-porter homme, femme et enfant aux valeurs du rugby.

vertbaudet
LIVRAISON GRATUITE

vertbaudet.fr
Trouvez les vêtements bébé, d'enfant et ado sur vertbaudet.fr

ads by **adyard**

People **TV** **Sports** **Bourse** **Cinéma**

PRÉSUMÉ COUPABLE **HAREMUS PAPAM**

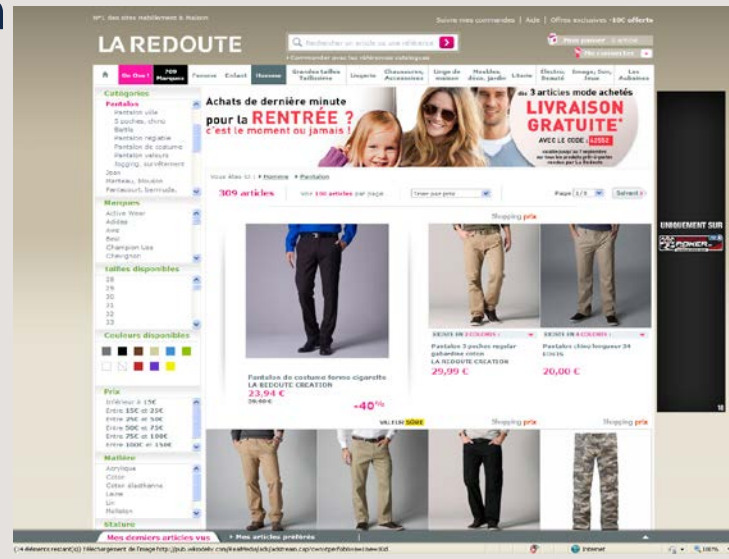
Shopping

Mocassins cuir GEOX Geox 90 €

Chemisiers Tuniques Vero 19,90 € -33%

Utilisation de cookies de traçage pour la publicité ciblée

- Lorsque l'utilisateur fait une recherche internet, une requête est envoyée de son ordinateur sur les serveurs du navigateur (par ex. Google)
- Les mots clés utilisés par l'utilisateur et les pages internet visitées sont sauvegardés dans un cookie, installé pendant la recherche ou lors d'une précédente session



Utilisation des cookies de traçage pour la publicité ciblée

– Toutes les recherches et les pages affichées peuvent être conservées en mémoire et, le cas échéant, agrégées aux informations collectées lors de sessions précédentes

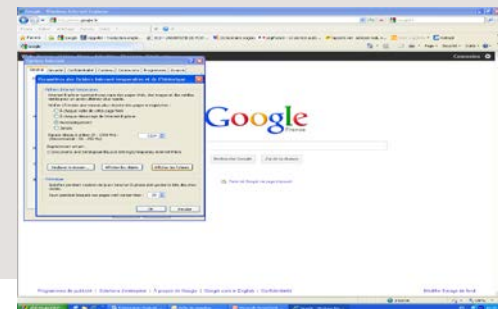
– Données enregistrées :

- **Identifiants (adresse IP, etc...)**

Ces données permettront aux régies publicitaires d'identifier l'utilisateur lors de sa prochaine connexion et de l'associer au profil établi

- **Données de navigation (pages vues, affichage du temps...)**

Ces éléments permettront de définir le profil de l'utilisateur (recherche exécutée, durée d'affichage de certaines pages,...)



Utilisation des cookies de traçage pour la publicité ciblée

- Sur la base d'une simple recherche de pantalons sur un site marchand, le profil suivant peut être défini :
 - Domicilié en France (l'adresse IP peut assurer une localisation encore plus précise)
 - Homme/personne recherchant un produit pour homme
 - Age spécifique (20-50 par exemple).
 - Niveau de vie (selon les prix consultés)
- Des informations complémentaires peuvent être collectées lors de futures recherches pour redéfinir et affiner le profil (ex: achat de vêtements pour homme et femme au cours d'une unique session: l'utilisateur n'est peut être pas un homme mais une femme achetant des produits pour son mari ou son fils).

L'ancien cadre légal – La Directive “Vie Privée” (2002/58/CE)

– La Directive “Vie Privée” établit une approche opt-out. Un cookie peut être stocké sur l'ordinateur d'un utilisateur lorsque:

(a) l'utilisateur a bénéficié d'une information claire et compréhensive sur l'utilisation des cookies

(b) on a donné à l'utilisateur l'opportunité de refuser les cookies



Le nouveau cadre légal

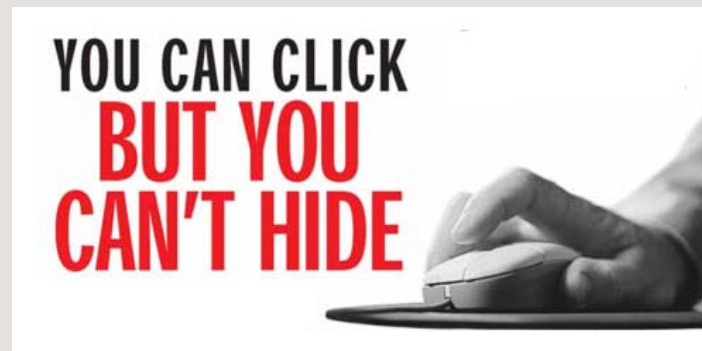
La Directive “Droit des utilisateurs” (2009/136/CE) ('la Directive')

- Renforce les exigences de la Directive “Vie Privée” 2002/58/CE.
- Article 5(3)
 - “Les États membres garantissent que l'utilisation des réseaux de communications électroniques en vue de stocker des informations ou d'accéder à des informations stockées dans l'équipement terminal d'un abonné ou d'un utilisateur ne soit permise qu'à condition que l'abonné ou l'utilisateur, soit muni [...] **d'une information claire et complète**, entre autres sur les finalités du traitement, et que l'abonné ou l'utilisateur ait **le droit de refuser** un tel traitement par le responsable du traitement des données »



La Directive (cont.)

- Exception:
 - “... strictement nécessaires à la fourniture d'un service de la société de l'information expressément demandé par l'abonné ou l'utilisateur.”



L' Article 29 “Groupe de travail”

- Composition = un représentant de l'autorité de protection des données personnelles de chaque pays membre de l'UE, le Contrôleur Européen de la Protection des Données, la Commission européenne
- Objectif:
 - Donner un avis expert aux Etats Membres sur la protection des données personnelles;
 - Promouvoir la même application de la directive dans tous les Etats membres;
 - Fournir des interprétations du droit communautaire.
- Adoption d'une opinion sur les comportements publicitaires en ligne (l'“Opinion”)

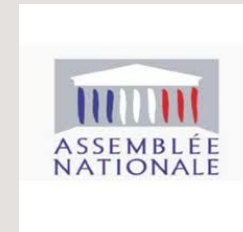
La transposition de la directive

- Seuls 12 Etats Membres ont à ce jour transposé la Directive: Estonie, Finlande, Hongrie, Irlande, Lettonie, Lituanie, Luxembourg, Malte, Suède, France, Slovaquie et Royaume-Uni



Transposition française

- La directive “Vie privée” a été transposée en droit français par l’ordonnance 2011-1012 du 24 août 2011
- Ce texte modifie l’article 32 de la loi Informatique et Libertés du 6 janvier 1978



Transposition française: obligation de transparence

- Tout utilisateur du service Internet devra être informé par la personne traitant les données:
 - De la finalité de toute action tendant à accéder à de l'information déjà stockée sur l'ordinateur de l'utilisateur ou d'inscrire de l'information dans l'ordinateur de l'utilisateur;
 - Des moyens de s'opposer à cet accès.
- L'information fournie par l'utilisateur doit être claire et complète



Transposition française: de l'« opt-out » à l'« opt-in »

- L'accès à l'ordinateur de l'utilisateur ou la mise en place de cookies sur son disque dur est soumis au consentement de l'utilisateur
- L'utilisateur sera regardé comme ayant donné son consentement s'il a été pleinement informé des finalités des cookies
- D'un système d'« opt out » à un système d'« opt-in ».



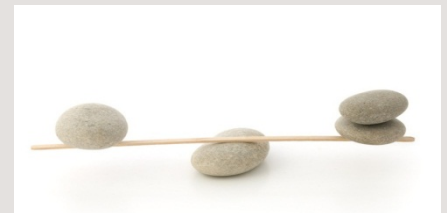
Distinction entre les cookies techniques et les cookies publicitaires

- Selon l'article 32 II de la loi Informatique et Libertés, l'usage de cookies suppose que l'abonné ou l'utilisateur ait exprimé son consentement, qui peut résulter de la configuration de ses paramètres de connexion internet ou d'autres moyens sous son contrôle
- Exception pour les cookie "Techniques" dont:
 - *Le seul but est de permettre ou de faciliter la navigation de l'utilisateur*
 - *Qui sont absolument nécessaires pour la fourniture d'un service expressément demandé par l'utilisateur du site*



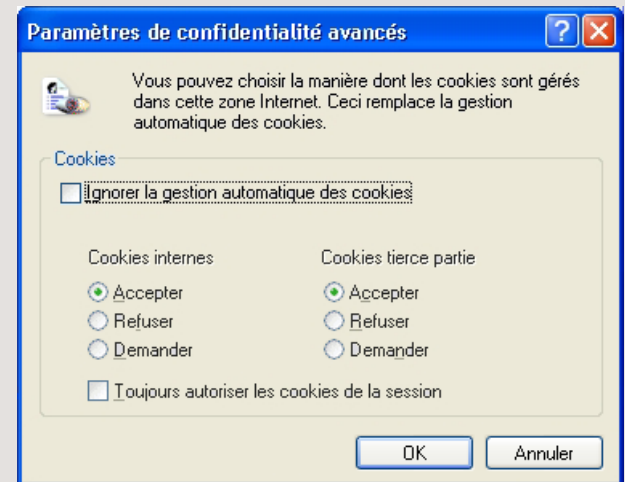
Distinction entre les cookies techniques et les cookies publicitaires

- La CNIL considère que **les cookies suivants ne sont pas concernés par les règles de consentement préalable («[www. cnil.fr](http://www.cnil.fr) »)** :
- les cookies qui sont utilisés comme "panier d'achat" sur un site marchand,
- les cookies de "session utilisateur" (SessionID) permettant de lier les actions d'un utilisateur lorsque cela est nécessaire pour lui fournir le service qu'il demande,
- les cookies qui ont pour unique finalité de contribuer à la sécurité du service demandé par l'utilisateur,
- les cookies permettant d'enregistrer la langue parlée par l'utilisateur (pour les sites traduits en plusieurs langues) ou autres préférences nécessaires à la fourniture du service demandé,
- les cookies flash contenant des éléments strictement nécessaires pour faire fonctionner un lecteur de média (audio ou vidéo), correspondant à un contenu demandé par l'utilisateur.



Est-ce que la transposition française est conforme à la directive?

- Selon la nouvelle version de l'article 32 II de la loi CNIL, l'implantation de cookies ne peut avoir lieu que si l'utilisateur a donné son consentement exprès, qui peut résulter de paramètres appropriés de configuration ou d'autres moyens à sa disposition
- La nature « automatique » de son consentement soulève un certain nombre de questions sur son effectivité
- Selon la CNIL et afin d'être en conformité avec la législation européenne, le consentement de l'utilisateur doit être spécifique, c'est-à-dire avoir des objectifs définis
- La position de la CNIL est que les paramètres du navigateur acceptant tout cookie sans distinction concernant leurs finalités **ne doit PAS** être considéré comme un consentement exprès de l'utilisateur.



L'avenir de la protection des données personnelles et de l'encadrement des cookies

- La Directive 95/46 sur la Protection des données est en cours de révision. Un nouvel encadrement légal européen est en discussion
- La révision de la Directive prendra la forme d'un Règlement, qui serait directement applicable à tous les pays de l'UE, sans besoin pour les Etats de transposer ses dispositions.



E-COMMERCE

Les nouvelles contraintes imposées
par la directive 2011/83/UE du 25 octobre 2011

Objectifs de la Directive

- Garantir aux consommateurs des 27 Etats membres de l'Union européenne un niveau de protection élevé
- Améliorer le fonctionnement du marché intérieur en vue de développer le commerce transfrontalier = harmonisation

La nouvelle Directive

- Directive d'harmonisation maximale :
 - Les Etats membres ne peuvent conserver ou introduire des dispositions nationales divergentes plus sévères ou plus souples sauf si la directive en dispose autrement
- Doit être transposée d'ici le 14 décembre 2013 et être applicable aux contrats conclus après le 13 juin 2014.

Champ d'application des nouvelles règles communautaires

- S'applique :
 - Aux relations professionnels / consommateurs (définitions)
 - Sont également compris les contrats portant sur la fourniture des services suivants : eau, gaz, électricité, chauffage urbain par des fournisseurs publics
 - Elle s'applique aux contrats conclus « à distance » et aux contrats « hors établissement »
- Ne s'applique notamment pas :
 - Aux voyages à forfait
 - Aux biens immobiliers, aux contrats d'utilisation des biens à temps partagé
 - Aux tournées fréquentes et régulières au domicile ou sur le lieu de travail
 - Au transport de passagers (sauf art 8.2, article 19 et 22)

Les nouvelles règles communautaires

Le droit de décider en connaissance de cause (1/4)

– Les principales informations précontractuelles

- Les caractéristiques du bien ou du service,
- Identification du vendeur (identité, adresse géographique, n° de tél, **n° de fax**,) adresse électronique,
- Indication du prix total TTC **ou le mode de calcul de ce prix s'il ne peut être calculé à l'avance**, ainsi que tous les frais supplémentaires,
- Rappel de l'existence de la garantie légale de conformité, le sav et les garanties commerciales (**devient une information précontractuelle**)
- Les modalités de paiement, les moyens de paiement acceptés,
- Les modalités d'exécution,
- La durée du contrat,

Les nouvelles règles communautaires

Le droit de décider en connaissance de cause (2/4)

- Les modalités de livraison et la date à laquelle le professionnel s'engage à livrer ou à exécuter le service,
- Les restrictions de livraison,
- **Les modalités d'exercice du droit de rétractation (devient une information précontractuelle) + modèle de rétractation,**
- **L'information suivant laquelle le consommateur devra supporter les frais de renvoi en cas d'exercice de son droit de rétractation et si le bien ne peut pas être renvoyé par la poste le coût de renvoi du bien.**

Les nouvelles règles communautaires

Le droit de décider en connaissance de cause (3/4)

- Le client doit confirmer expressément son accord sur le paiement d'un prix par un clic qui porte la mention « commande avec obligation de paiement » ou une formule analogue (*nouveau*)
 - Suppression des frais et redevances cachées: sont visés les services présentés comme gratuits qui sont en réalité payants (recettes de cuisine, horoscope):
Exception : ne s'applique pas aux transactions conclues au jour le jour

Les nouvelles règles communautaires

Le droit de décider en connaissance de cause (4/4)

- Interdiction des cases pré cochées (assurance voyage ou location de véhicule proposées avec les cases pré cochées) (*nouveau*)
- Suppression des suppléments facturés pour usage de cartes de crédits et lignes téléphoniques :
 - Interdiction de facturer aux consommateurs des frais supérieurs aux coûts effectifs de l'offre de ces moyens de paiement (*nouveau*)
 - Interdiction de surtaxer les appels téléphoniques au-delà du taux de base pratiqué
 - Exception : ne s'applique pas aux transactions conclues au jour le jour
- Confirmation du contrat conclu sur un support durable au plus tard au moment de la livraison ou avant le début de l'exécution du service

Les nouvelles règles communautaires *Le nouveau droit de rétractation (1/3)*

- Le nouveau droit de rétractation : 14 jours calendaires pour changer d'avis pour quelque raison que ce soit (*nouveau délai*)
 - à compter de la réception du bien (et non à compter de la conclusion du contrat)
 - à compter de la conclusion du contrat pour les prestations de service
- Délai porté à un an si le professionnel n'a pas informé le consommateur (*nouveau*)
- Ce délai d'applique aussi :
 - aux enchères en ligne (EBay) : dans ce cas le renvoi n'est possible que si le vendeur a la qualité de professionnel

Les nouvelles règles communautaires *Le nouveau droit de rétractation (2/3)*

- Le délai de rétractation ne s'applique pas aux ventes à distance portant sur :
 - les magazines (sauf les abonnements),
 - la location de voiture,
 - les billets d'avion,
 - les marchandises qui s'altèrent rapidement (denrées alimentaires)
 - les biens personnalisés à la demande des consommateurs,
 - les réparations urgentes et travaux de maintenance

Les nouvelles règles communautaires *Le nouveau droit de rétractation (3/3)*

- Le formulaire de rétractation (*nouveau*)
 - Introduction d'un nouveau formulaire de rétractation valable sur tout le territoire de l'Union
 - Ce formulaire sera mis à la disposition des consommateurs
 - Usage facultatif par les consommateurs

Les nouvelles règles communautaires

Droit au remboursement plus étendu et information plus claire

- Le consommateur doit renvoyer son bien sans retard excessif et en tout état de cause dans les **14 jours** suivant la communication de sa décision de rétractation au professionnel
- Les frais de retour restent à la charge du consommateur **A CONDITION que le vendeur ait clairement informé de manière préalable les consommateurs que ces frais seront à leur charge.**
 - Pour les biens volumineux les vendeurs doivent fournir une estimation des coûts maximaux de la réexpédition.
- Remboursement obligatoire du produit acheté à distance dans un délai de **14 jours** suivant la rétractation.
- Remboursement des frais de livraison acquittés par les consommateurs.

Les nouvelles règles communautaires

– Livraison

- Livraison obligatoire, sauf si les parties en disposent autrement, dans un délai maximum de 30 jours
- Si le délai n'est pas respecté le consommateur peut annuler son achat

– Responsabilité de l'envoi

- Cette responsabilité incombe en totalité au professionnel.
- Il supporte tous les risques (endommagement, perte...) pendant l'acheminement du produit jusqu'à ce que le consommateur en prenne possession.

Les nouvelles règles communautaires *Spécificités concernant les produits numériques*

- Informations précontractuelles:
 - des informations complètes et précises sur le contenu numérique devront être fournies et porter notamment sur la compatibilité du contenu avec les matériels et logiciels informatiques
 - des informations précises sur les mesures techniques de protection (interdiction de dupliquer) devront être fournies
- Le délai de rétractation ne bénéficie pas aux biens numériques (sauf si le téléchargement n'a pas débuté)

E-COMMERCE

Pêle-mêle jurisprudentiel des ventes en ligne

Pêle-mêle jurisprudentiel des ventes en ligne

- Jurisprudences pratiques déloyales trompeuses
 - Cass com, 29 novembre 2011 Sté Kelkoo / Sté Concurrence)
 - Cass civ, 6 octobre 2011 (UFC Que Choisir/Darty et fils)

Pêle-mêle jurisprudentiel des ventes en ligne

- Jurisprudence clause abusive
 - TGI Paris, 31 janvier 2012 (EasyJet)

Vente en ligne et réseau de distribution sélective

- Affaire Pierre Fabre Dermo Cosmétique (CJUE 13 octobre 2011)
- Cass. com, 3 mai 2012 (Société eBay Inc, Sté de droit du Delaware c/ Société Parfums Christian Dior)