

**COMPTE RENDU DE LA CONFERENCE DU 20/06/13 SUR LE
THEME VENDRE OU ACHETER EN LIGNE : QUELLES
OBLIGATIONS/QUELLES PRECAUTIONS ?**

Les rencontres du Barreau s'installent au sein de l'EDHEC Business School avec laquelle le Barreau a développé un partenariat actif.

Madame le Bâtonnier, Maître Hélène FONTAINE, ouvre le débat en rappelant qu'il faut donner confiance aux consommateurs et donc encadrer au plus juste les relations contractuelles, surtout si celles-ci se passent par des contrats conclus à distance.

L'Avocat est au fait des dernières directives européennes et surtout de la jurisprudence rendue tant par les Juridictions nationales que par les Juridictions communautaires ou internationales.

Compte-tenu de l'importance régionale de l'économie numérique, les Avocats du Barreau de LILLE doivent guider au mieux les intérêts tant des consommateurs que des entreprises qui souhaitent développer de nouveaux marchés en ligne et à l'international.

Animé par Monsieur Christophe COLLARD, professeur de droit à l'EDHEC, un échange a d'abord été instauré avec Monsieur Yves BAYARD, consultant en distribution qui a fait part de son expérience au travers de quelques tableaux très parlants.

Il précise ainsi qu'en Europe, 820 millions d'habitants sont concernés par la vente en ligne et que d'ores et déjà 250 millions consomment par internet.

Le panier moyen des acheteurs en ligne est de l'ordre de 1.243 €par an.

Dans le top des sites marchands, on retrouve aux deux premières places, AMAZON et C-DISCOUNT, suivis par la FNAC, E-BAY et PRICE MINISTER.

Dans le top 3 des voyagistes, c'est VOYAGES-SNCF qui emporte la mise devant E-DREAM et OPODO.

A l'heure actuelle, on peut dénombrer 130.000 sites marchands en France, lesquels ne générèrent pas forcément un volume identique d'affaires.

Monsieur Christophe COLLARD insiste sur le potentiel très important de la vente en ligne, mais aussi sur les difficultés auxquelles s'exposent les nouveaux commerçants.

Il passe alors la parole à Maître Mélanie DEFOORT, du Cabinet FIDAL, qui rappelle que la vente en ligne nécessite de respecter différents corps de règles (droit du commerce électronique, droit de la vente à distance, droit de la consommation...). En outre, en cas de

vente à l'international, le vendeur doit tenir compte du fait que différentes lois étrangères sont susceptibles de s'appliquer dans ses rapports avec les consommateurs.

De même, en cas de litige, le vendeur peut être attiré devant différentes juridictions dès lors que le consommateur a la possibilité de saisir soit la juridiction du lieu de son domicile soit la juridiction du siège social du vendeur, choix qui n'est pas offert à ce dernier.

Maître Blandine POIDEVIN, du cabinet JURISEXPERT, prend le relais pour rappeler que la loi pour la confiance dans l'économie numérique, dite « LCEN », impose des conditions de fond et de forme très importantes aux sites marchands.

A ce titre, la rédaction des conditions générales de vente (CGV) est essentielle et celles-ci doivent être aisément accessibles au grand public.

A défaut, cela peut entraîner des infractions pénales et également civiles, notamment au titre de la concurrence déloyale si les CGV se trouvent copiées.

Chaque intervenant fait mention d'une expérience sur le problème de la visibilité des CGV et rappelle que le site marchand a obligation de mettre en place un processus de vente qui inclura la communication des conditions générales de vente sur un support durable.

En cas de litige, il faut que les sites marchands puissent apporter la preuve du consentement du consommateur.

C'est souvent dans les conditions générales de vente qu'il faudra déterminer comment le consentement est supposé acquis (par exemple, par le biais d'une case à cocher).

Par ailleurs, le processus de commande doit répondre à un formalisme précis. Ainsi, à la fin du processus, le consommateur doit avoir accès à un récapitulatif de sa commande et doit avoir la possibilité de la corriger avant de la valider.

C'est ce qu'on appelle : la théorie du « double-clic ».

Maître Blandine POIDEVIN insiste sur le fait que dans le cadre des ventes par internet, il est plus que prudent de faire en sorte que les sites marchands ne puissent pas conserver indéfiniment les coordonnées bancaires des internautes.

Monsieur Christophe COLLARD rebondit alors sur la question des Marketplaces, (AMAZON et C.DISCOUNT, par exemple).

Ces sites marchands deviennent de plus en plus importants et présentent tellement de produits que les clients ont pris l'habitude de les acheter chez eux au lieu de se rendre directement sur le site du fabricant ou du commerçant affilié.

C'est une toute nouvelle relation triangulaire qui se met en place.

Ces sites dénie souvent toute responsabilité en cas de litige pour renvoyer vers les sites des marques concernées.

Par contre, ces sites revendiquent la propriété des clients et prévoient, en général, dans le contrat que les fabricants de produits n'ont plus le droit de relancer les personnes à qui ils ont pu vendre.

Se pose la question des données personnelles du Client : qui en est le responsable ?

Pour finir, les intervenants abordent la question de l'e-réputation.

En effet, certaines publicités virtuelles ont pu choquer le public, au même titre que certains avis de consommateurs ont pu détourner la clientèle de certains produits.

Il faut avouer que, pour l'instant, il est encore assez compliqué de retrouver l'auteur des faits ou des propos litigieux, la recherche se faisant via l'adresse IP.

Une norme AFNOR est d'ores et déjà rédigée à ce sujet et devrait bientôt être publiée afin de déterminer comment gérer les avis des consommateurs et, surtout, comment pouvoir retrouver les consommateurs incriminant tel ou tel site.[NDLR : la norme a été publiée le 4 juillet 2013].

Le débat se termine sur la question des actions de groupe qui peuvent être considérées comme bénéfiques pour les consommateurs, mais qui sont mal perçues par les vendeurs et les industriels.

Madame le Bâtonnier fait remarquer que, sur ce sujet, les Avocats ont été totalement écartés du débat au profit des associations de consommateurs, ce qui n'est pas judicieux compte-tenu de la nécessaire maîtrise du droit dans le règlement de ces litiges.

Le débat avec la salle a été nourri et fructueux et s'est achevé par un cocktail en présence des intervenants.