

# LCEN, loi Chatel et LME : quelles conséquences sur le e-commerce BtoB ?

5 mars 2009

**Denise Lebeau-Marianna / Valérie Kostrzewski-Pugnat**  
**Département Technologies de l'Information et Communications**

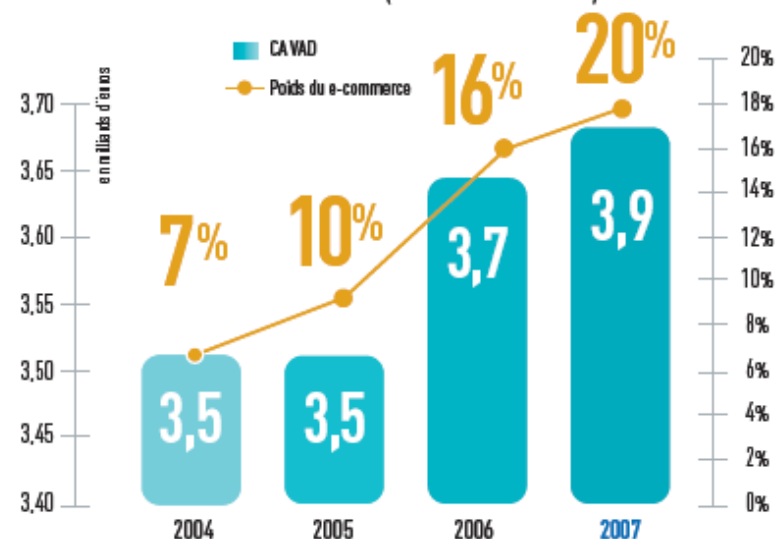
Baker & McKenzie SCP est membre de Baker & McKenzie International. Les membres de Baker & McKenzie International sont des cabinets d'avocats présents dans différents pays à travers le monde. Conformément à la terminologie usuelle utilisée par les sociétés de services professionnelles, la référence à un "associé" désigne un associé de l'un de ces cabinets d'avocats et la référence à un "bureau" désigne un bureau de l'un de ces cabinets d'avocats

# Quelques chiffres sur le e-commerce BtoB

## Croissance de l'e-commerce en 2008 (source FEVAD)

- 20 milliards d'euros de dépenses sur le Net : hausse de 29%
- 22 millions de Français achètent sur internet :
  - + 2,5 millions de nouveaux cyber-acheteurs
  - 48 500 sites marchands :  
+ 30% en un an

### CHIFFRE D'AFFAIRES VENTE À DISTANCE ET E-COMMERCE DES ACTEURS SPÉCIALISÉS (VENTES DE PRODUITS)



Source : Fevad, Bilan VAD/e-commerce 2007

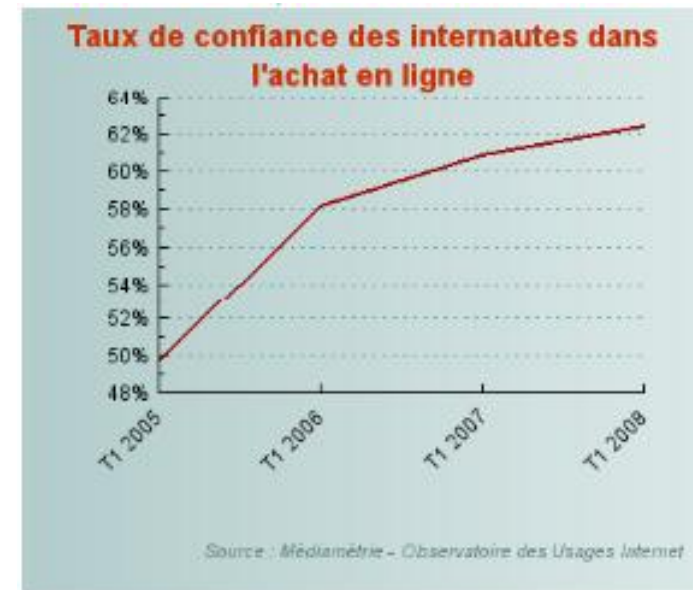
# Quelques chiffres sur le e-commerce BtoB

## Taux de croissance de l'e-commerce dans le secteur du BtoB (source FEVAD)

- 2006-2007 : + 34%
- 2007-2008 : + 30 %
- Plus grande confiance dans l'e-commerce (source Médiamétrie)

(panel iCE 30 de la FEVAD)

[http://www.fevad.com/images/Prez/fevad\\_ice\\_t1\\_052008.pdf](http://www.fevad.com/images/Prez/fevad_ice_t1_052008.pdf)



## Bilan 2007 de la DGCCRF (Mai 2008)

- Principaux manquements
  - Absence de mentions obligatoires: 64,90%
  - Non-respect des règles de publicité de prix : 9,1%
  - Publicité de nature trompeuse: 9,7%
- Autres infractions
  - Règlementation sur les soldes : 1,5%
  - Contrefaçon : 0,2 %
  - Délits de tromperie (0,5%), subordination de vente (0,2%), loteries prohibées (0,1%), défaut de langue française (0,3%), ventes pyramidales (0,3%)

# Un cadre juridique complexifié

- L'encadrement du e-commerce BtoB aujourd'hui
  - La Loi pour la Confiance dans l'Economie Numérique du 21 juin 2004 (LCEN), socle de la réglementation sur le commerce électronique
  - Ordonnance du 16 juin 2005 complétant la LCEN
  - Décret de 9 mai 2007 relatif au RCS et modifiant le code de commerce
  - Quelques dispositions de la loi Chatel « pour le développement de la concurrence au service des consommateurs » du 3 janvier 2008, avec des mesures concernant la vente à distance sur Internet
  - La Loi de Modernisation de l'Economie (LME) du 4 août 2008, concernant les nouvelles relations et pratiques commerciales entre professionnels
  - Autres textes : réglementation de la VAD, droit de la consommation, etc.

# Le professionnel peut être « consommateur »

- BtoB : attention la qualification de consommateur peut s'appliquer dans certains cas au professionnel !
  - Le professionnel est celui qui agit dans le cadre d'une activité habituelle et organisée de production, de distribution de produits ou de prestations de services
  - Conception restrictive du droit communautaire
    - Exclusion des personnes morales de la définition du consommateur
      - CJCE 22 novembre 2001 : elles disposent de moyens suffisants pour se défendre
      - CJCE 20 janvier 2005 : si contrat mixte, la part personnelle doit être insignifiante

# Le professionnel peut être « consommateur »

- BtoB : attention la qualification de consommateur peut s'appliquer dans certains cas au professionnel !
  - Conception plus large de la Cour de Cassation
    - Extension des clauses abusives aux personnes morales
    - Le professionnel peut dans certaines circonstances être un profane (ex : achat d'une alarme ou d'un véhicule)
      - Cass Crim 4 novembre 2008 : le professionnel qui trompe un autre professionnel peut être poursuivi pour ce délit, même s'il est réprimé par le Code de la consommation

# **I. L'impact de la LCEN sur le e-commerce BtoB**

- Critères d'application de la LCEN
- Une information claire pour instaurer la confiance
- Les conditions pour sécuriser les transactions en ligne
- Responsabilité de plein droit du cybermarchand

# **II. L'impact de la loi LME sur le e-commerce BtoB**

- Contexte de la réforme
- Suppression de la prohibition des pratiques discriminatoires
- Modalités de coopération commerciale
- Les limites de la négociabilité : le déséquilibre significatif
- Nullité de la clause du client le plus favorisé
- La réforme des délais de paiement
- Des seuils de revente abaissés
- La mise en application de la LME : problèmes pratiques



# I. Impact de la LCEN sur le commerce BtoB

- ***Critères d'application de la LCEN***
- Une information claire pour instaurer la confiance
- Les conditions pour sécuriser les transactions en ligne
- Responsabilité de plein droit du cybermarchand

# Critères d'application de la LCEN

- Une définition large du commerce électronique selon la LCEN (Article 14 LCEN)
  - “L’activité économique par laquelle une personne propose ou assure à distance et par voie électronique la fourniture de biens ou de services”
  - Vise tout type de contrat en ligne : pas de distinction entre professionnel et non professionnel
  - Elle s’applique tant au BtoB, BtoC qu’au CtoC (plateforme de ventes en ligne)

# Critères d'application de la LCEN

- Loi applicable
  - Application de la loi de l'Etat membre où est établi le e-commerçant, sous réserve de l'intention des parties (Article 17)
  - Etablissement du e-commerçant en France : installation stable et durable pour exercer son activité quel que soit le lieu d'implantation de son siège social (Article 14 LCEN)

# I. Impact de la LCEN sur le commerce BtoB

- Critères d'application de la LCEN
- ***Une information claire pour instaurer la confiance***
- Les conditions pour sécuriser les transactions en ligne
- Responsabilité de plein droit du cybermarchand

# Une information claire pour instaurer la confiance

- Informations propres à l'éditeur du site de e-commerce
- Informations propres au cybermarchand
- Transparence et publicité en ligne

# Une information claire pour instaurer la confiance

## *Informations propres à l'éditeur du site de e-commerce (article 6 III 1)*

- Dénomination ou raison sociale
- Siège social
- Numéro de téléphone
- N° de RCS ou du répertoire des métiers
- Capital social, adresse du siège social
- Nom du directeur ou co-directeur de la publication, le cas échéant le responsable de la rédaction
- Nom, dénomination ou raison sociale et adresse et numéro de téléphone de l'hébergeur

# Une information claire pour instaurer la confiance

*Informations propres à l'éditeur du site de e-commerce (article 6 III 1)*

- Sanctions : 1 an d'emprisonnement et 75.000 € d'amende, 5 ans d'interdiction d'exercer l'activité, affichage ou diffusion de la décision de condamnation (L131-39 Code Pénal)
- Très peu de jurisprudence
  - TGI Paris, 17ème ch.12 mars 2008, Jean R. c/ Editrice du Monde – Le Monde Interactif : absence de sanction en dépit du non respect de la LCEN

# Une information claire pour instaurer la confiance

## *Informations propres au cybermarchand*

- Article 19 de la LCEN : en sus des informations de l'article 6.III.1
  - Adresse de courrier électronique
  - N° d'identification si assujettissement à la TVA
  - Si activité soumise à autorisation, les nom et adresse de l'autorité l'ayant délivrée
  - Le cas échéant la référence aux règles professionnelles applicables, l'Etat membre où a été octroyé le titre professionnel et mention du nom de l'ordre ou de l'organisme professionnel



# Une information claire pour instaurer la confiance

## *Informations propres au cybermarchand*

- L'accès à ces informations doit être facile, direct et permanent en utilisant un standard ouvert
- Sanction: pouvoirs d'enquête de la DGCCRF
- Décret du 9 Mars 2007 ajoute
  - Si la société a son siège à l'étranger, elle doit indiquer sa forme juridique et le n° d'immatriculation dans l'Etat où elle a son siège si il en existe un
  - Sanction : amende pour les contraventions de 4ème classe

# Une information claire pour instaurer la confiance

## *Informations propres au cybermarchand*

### Loi Chatel

- Le professionnel doit fournir des coordonnées téléphoniques permettant d'entrer en contact de manière effective avec lui (art. L121-18 modifié du Code de la consommation)
- Non surtaxation des services permettant de suivre l'exécution de la commande, l'exercice du droit de rétractation ou de garantie
- Risque d'accroissement des coûts pour les professionnels

#### Où en sont vos commandes ?

- Suivez vos [commandes récentes](#)
- Consultez et modifiez vos commandes dans [Votre compte](#)

#### Livraison et retours

- [Tarifs et délais de livraison](#)
- Comment nous [retourner un article](#) ?

#### Besoin d'aide ?

- Vous avez oublié [votre mot de passe](#) ?
- Offrir un [chèque-cadeau](#)
- Consultez nos [pages d'aide](#)

# Une information claire pour instaurer la confiance

## *Informations propres au cybermarchand*

Récapitulatif des mentions  
légales à faire figurer sur un  
site de e-commerce

Le vendeur ou prestataire  
qui, dans le cadre d'une  
activité économique,  
propose des produits ou  
services par voie  
électronique fournit les  
éléments d'identification  
suivants :

### **Qui sommes-nous ?**

1. Nom et prénoms s'il s'agit d'une personne physique : \_\_\_\_\_  
Raison sociale s'il s'agit d'une personne morale : \_\_\_\_\_
2. Adresse du lieu d'établissement de la personne  
physique ou morale : \_\_\_\_\_  
Adresse de courrier électronique : \_\_\_\_\_  
Numéro de téléphone effectif : \_\_\_\_\_
3. Le cas échéant, numéro d'inscription au RCS ou au Répertoire des  
métiers : \_\_\_\_\_  
Capital social : \_\_\_\_\_  
Adresse du siège social : \_\_\_\_\_  
Adresse de correspondance : \_\_\_\_\_  
Adresse de réclamation : \_\_\_\_\_
4. Numéro individuel d'identification en cas d'assujettissement à la TVA,  
en application de l'article 286 ter du code général des impôts  
: \_\_\_\_\_
5. Si l'activité exercée est soumise à un régime d'autorisation, nom et  
adresse de l'autorité ayant délivré celle-ci : \_\_\_\_\_
6. Si elle est membre d'une profession réglementée, la référence aux  
règles professionnelles applicables, son titre professionnel, l'État  
membre dans lequel il a été octroyé ainsi que le nom de l'ordre ou de  
l'organisme professionnel auprès duquel elle est inscrite (licence de  
voyages pour les voyagistes en ligne, par exemple) : \_\_\_\_\_

# Une information claire pour instaurer la confiance

## *Un exemple de mentions légales*

### Qui sommes-nous ?

La société LDLC.COM est une société anonyme au capital social de 962 842,32 €, immatriculée au Registre du Commerce et des Sociétés de Lyon sous le numéro 403 554 181. Le président du directoire est Laurent de la Clergerie.

Adresse postale :

LDLC.com  
112 chemin du Moulin Carron  
69134 ECULLY Cedex  
FRANCE

Numéros d'appel (standard du siège social) :

Tél : 04 72 52 37 77

Fax : +33 (0)4 72 52 37 78

du lundi au vendredi de 10h00 à 13h00 et de 14h00 à 17h00 (heure de Paris).

Les sites ldcl.com et ldcl.fr ont fait l'objet d'une déclaration à la CNIL sous le n° 799206

Hébergeur du site : LDLC.COM

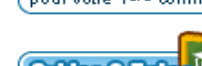
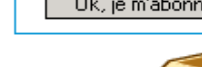
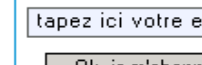
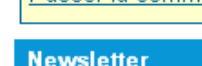
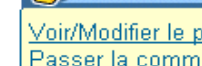
Directeur de la publication : Laurent de la Clergerie

### Informatique et libertés/protection des données personnelles

LDLC.COM recueille des informations vous concernant lors de la création de votre compte client (nom, prénom, adresse électronique, adresse postale, numéro de téléphone). Ces informations nous permettent d'assurer le suivi de vos achats. Ces données ne sont pas transmises à des tiers mais peuvent être utilisées pour l'envoi d'informations et offres promotionnelles exclusives de la part de LDLC.COM, dont vous pouvez vous désinscrire à tout moment en cliquant sur le lien indiqué. Seule notre société est destinataire des informations que vous nous communiquez.

Nous nous sommes engagés à assurer la sécurité des données à caractère personnel via des procédures strictes au sein de notre entreprise. Pour les données collectées "en ligne", les communications sur la partie cliente sont cryptées entre le poste de l'internaute et nos serveurs (zone sécurisée HTTPS).

Conformément aux dispositions de la Loi Informatique et Libertés du 6 janvier 1978 (modifiée par la loi du 6 août 2004 relative à la protection des personnes physiques à l'égard des traitements de données à caractère personnel), vous bénéficiez d'un droit d'accès, de rectification ou d'opposition sur les données nominatives collectées vous concernant. Ces



# Une information claire pour instaurer la confiance

## *Un exemple de mentions légales dans les CGV*

Conditions Générales de Vente applicables aux professionnels à compter du 10 décembre 2008  
Sur les sites [www.ldlc-pro.com](http://www.ldlc-pro.com), [www.ldlc-pro.be](http://www.ldlc-pro.be) et [www.ldlc-pro.ch](http://www.ldlc-pro.ch)

### Article 1 - GENERALITES :

Les sites [www.ldlc-pro.com](http://www.ldlc-pro.com), [www.ldlc-pro.be](http://www.ldlc-pro.be) et [www.ldlc-pro.ch](http://www.ldlc-pro.ch) sont des sites de la société LDLC.com, S.A. à directeur et conseil de surveillance au capital social de 962 842,32 euros dont le siège social est situé Terra Nova Business Park - 112 Chemin du Moulin Carron - 69134 ECULLY Cedex (Tél : +33 (0)4 72 52 37 65, Fax : +33 (0)4 72 52 37 68), immatriculée au R.C.S. de Lyon sous le numéro B403 554 181 Numéro individuel d'identification TVA : FR26403554181) ci-après « LDLC-Pro.com ». Les présentes Conditions Générales de Vente (ci-après « CGV ») s'appliquent de façon exclusive à toutes les ventes de LDLC-Pro.com de produits ou prestations de service réalisées sur nos sites dédiés aux professionnels auprès de toute personne physique ou morale agissant dans le cadre de son activité professionnelle ou commerciale (ci-après « Clients »). Toutes autres conditions n'engagent LDLC-Pro.com qu'après confirmation écrite de sa part. Tout autre document que les présentes CGV et notamment catalogues, publicités, listes de prix, site Internet, notes, n'a qu'une valeur informative et indicative, non contractuelle et peut, à ce titre, être modifié par LDLC-Pro.com sans préavis. Le seul fait de passer une commande ou d'accepter une offre de LDLC-Pro.com comporte donc l'acceptation sans réserve des CGV qui prévalent sur toutes les conditions générales d'achat, sauf accord dérogatoire exprès, préalable et écrit de LDLC-Pro.com. Les CGV peuvent être modifiées à tout moment et sans préavis par LDLC-Pro.com, les modifications étant alors applicables uniquement à toutes commandes postérieures. Le préposé, le collaborateur, le conjoint, tout membre de la famille ou toute autre personne agissant pour le Client le représentera et sera supposé disposer du mandat requis pour l'engager auprès de LDLC-Pro.com.

### Article 2 - COMMANDES :

Les commandes peuvent être réalisées par Internet sur nos sites professionnels, par courrier électronique auprès du service commercial, par fax (+33 (0)4 72 52 37 68), ou par téléphone. Une commande ne peut être prise en compte qu'au retour de notre devis définitif et lisible sans rajout manuel qui pourrait en modifier le montant total, avec la mention « Bon pour Accord », le nom, la signature du Client, et l'indication du mode de règlement retenu. Pour les commandes passées exclusivement sur le site Internet la prise en compte de votre commande est confirmée par l'envoi d'un mail généré automatiquement par notre site à l'adresse électronique indiquée lors de la création de votre Compte Client. Lorsque vous enregistrez la commande en sélectionnant un mode de règlement, la vente est réputée conclue (accord sur la marchandise et le prix). La commande est automatiquement annulée à défaut de saisie de vos coordonnées bancaires ou d'accord de paiement sur le site de paiement sécurisé. La commande ne sera traitée qu'après validation du paiement par LDLC-Pro.com. Les commandes transmises à LDLC-Pro.com sont irrévocables pour le Client dès validation du paiement par LDLC-Pro.com. Toute demande de modification de la composition ou du volume d'une commande passée par un Client ne pourra être prise en compte que si la commande n'est pas encore traitée par notre système informatique et si la demande est faite par écrit (courriel à l'adresse suivante [suivi@ldlc-pro.com](mailto:suivi@ldlc-pro.com) ou à votre conseiller habituel) et confirmée par nos services. Dans le cas où le Client passe une commande à LDLC-Pro.com, sans avoir procédé au paiement de la (les) commande(s) précédente(s), ou en cas de retard de paiement ou de dépassement d'encours, LDLC-Pro.com pourra refuser d'honorer la commande et de livrer la marchandise concernée, sans que le Client ne puisse prétendre à une quelconque indemnité. Le français est la seule langue proposée pour la conclusion du contrat.

cessera d'être acquis. Il appartient au Client de fournir toutes les justifications quant à la réalité de cette réclamation. Le Client doit permettre à LDLC-Pro.com d'effectuer toutes les opérations de vérification sur site relatives aux réclamations.

### 6.2 Procédure de retour -

Les étiquettes collées sur toutes les pièces sont indispensables pour la garantie. Les emballages doivent être en parfait état. Dans le cas inverse, le Client ne peut bénéficier de son droit à réclamation et doit verser la somme de couvrir les frais de conditionnement des pièces dont l'emballage d'origine aurait disparu ou aurait été détérioré. Le retour de marchandise nécessite l'accord préalable de LDLC-Pro.com et un numéro de retour. Le Client reçoit le plus opportun par LDLC-Pro.com un accord de retour. Le Client dispose après l'obtention de l'accord de 7 jours pour effectuer le retour des marchandises défectueuses chez LDLC-Pro.com ; A défaut de respect de ce délai, le colis retourné sera refusé. Le retour des marchandises s'effectue aux frais du Client. Par contre, les frais de SAV effectués incombent à LDLC-Pro.com. A défaut d'accord concernant le retour d'une marchandise, toute réclamation sera tenue à la disposition de l'acheteur à ses frais, risques et périls, tous frais de transport, de stockage étant à la charge du Client.

### Article 7 - GARANTIE

#### 7.1 Garantie constructeur -

Pour les produits disposant d'une garantie spécifique constructeur (prise en charge de la garantie directe par le constructeur, ou garantie sur site, ou extension de garantie spécifique), le Client devra contacter directement le constructeur, ou passer par LDLC-Pro.com, laquelle ne fournit aucune garantie contractuelle quant à ces produits sous réserve que LDLC-Pro.com refusera tout retour de marchandise dans ce cadre et ne pourra être tenue pour responsable de la défaillance du constructeur dans le cadre de cette garantie.

#### 7.2 Garantie contractuelle -

A défaut de garantie constructeur, les produits vendus sont garantis pièces et main d'œuvre, directement par LDLC-Pro.com, contre tout défaut de matière ou de fabrication pendant une durée de 24 mois à compter de la date de facturation. Les garanties particulières expressément signifiées ; LDLC-Pro.com n'est tenue que d'une obligation de moyens dans la durée de la garantie. En cas d'immobilisation du produit, la garantie sera prolongée du temps d'immobilisation de celui-ci. Cette immobilisation est supérieure à 7 jours. Ce délai commencera à courir à compter de la date de réception de la marchandise par le Client. Cette garantie est limitée à la réparation, au remplacement des marchandises reconnues défectueuses. LDLC-Pro.com, en tenant compte de l'usage qui en a été fait et ceci au libre choix de LDLC-Pro.com ; La garantie ne couvre pas les frais de main d'œuvre, ni ceux qui résultent des opérations de démontage, de remontage et de remplacement des pièces. Le SAV LDLC-Pro.com ne peut jouer que dans le cadre de la garantie LDLC-Pro.com la garantie légale. Les articles d'une valeur unitaire inférieure à 25 € H.T. ne sont garantis que pendant une durée de 12 mois à compter de la date de la facture. Les logiciels, les livres, les cartouches et supports de stockage (CD, DVD), et les consommables ne sont pas garantis par LDLC-Pro.com. Les batteries, les moniteurs LCD, les écrans plats et les imprimantes sont garantis dans les durées limites de la garantie Constructeur.



# Une information claire pour instaurer la confiance

## *Transparence sur le prix et la publicité en ligne*

- Principe de transparence tarifaire
  - Information claire sur le prix affiché en distinguant les taxes et les frais de livraison (Article 19 LCEN)

Qui sommes-nous ? | Contactez-nous | Mon compte | Panier (1 Article)

**bon** nent equipment

Visitez TestoonTV, nos produits en video

ÉLECTRICITÉ ENVIRONNEMENT COMMUNICATION NEWSLETTER

ITE EN LIGNE D'INSTRUMENTS DE TEST ET MESURE PROFESSIONNELS

Code promo Si vous possédez un code promo, tapez-le ici :  Appliquer

Règlement ☐ Carte bancaire ☐ Chèque ou Virement ☐ Devis

**Total**

Livraison & Emballage Guadeloupe, Martinique, Réunion (179,40 € TTC) 150 €

Total HT : 2 535 €

TVA : 496,86 €

Total TTC : 3 031,86 €

<<Continuer mes achats

Poursuivre ma commande >>

Articles	Prix HT	Qté	Total HT
WA232 - Oscilloscope numérique 2 voies, 300MHz, 1 GEch/s-2voies, 2 GEch/s-1voie	2 385 €	1	2 385 €

MON

BOUTIQUE PRO

# Une information claire pour instaurer la confiance

## *Transparence sur le prix et la publicité en ligne*

- Les règles applicables à la publicité en ligne
  - Application des règles classiques (L 121-1 et s. du C. Consommation)
  - Identification du message publicitaire et de la société pour le compte de laquelle elle est réalisée (Article 20 de la LCEN)
  - Information claire sur les rabais, primes, cadeaux, concours, jeux promotionnels et les conditions de leur mise en œuvre

# Une information claire pour instaurer la confiance

## *Publicité en ligne et email marketing (SMS et MMS)*

- Principe d'Opt in :
  - Consentement libre, spécifique et informé (article 22 LCEN)
  - Sauf promotion de produits et services analogues à ceux antérieurement acquis auprès de l'entreprise par la personne prospectée
  - A respecter à l'égard du professionnel si prospection en dehors de ses fonctions



# Une information claire pour instaurer la confiance

## *Publicité en ligne et email marketing (SMS et MMS)*

- L'Opt out admis dans les relations BtoB par la CNIL (17 février 2005) à certaines conditions
  - Si utilisation d'une adresse générique (info @...., contact @....)
  - L'objet de l'email marketing doit être en relation avec la fonction de la personne prospectée (ex: information commerciale sur des logiciels à un directeur informatique)
  - La personne prospectée doit avoir été informée au moment de la collecte que ses coordonnées pourront être utilisées pour recevoir des informations commerciales
  - Elle doit avoir la possibilité de s'opposer à tout moment à la réception de telles informations

# Une information claire pour instaurer la confiance

## *Exemple d'opt-out*

Adresse Ligne 2

Adresse Ligne 3

Ville \*

Code postal \*

Téléphone (sans espace)

Fax (sans espace)

Adresse e-mail \*

☐ Par notre intermédiaire, vous pouvez être amené à recevoir des offres commerciales par les membres du groupe Staples et par des partenaires commerciaux et sous-traitants. Si vous ne le souhaitez pas, il suffit de cocher cette case.

# Une information claire pour instaurer la confiance

## *Sanctions*

- **Non-respect du principe du consentement préalable** : amende de 750 € par message – 3 750 € pour les personnes morales (article R 10-1 du Code des postes et des télécommunications)
- **Non- respect de la loi « Informatique et Liberté »** (par ex. collecte déloyale lorsque celle-ci a été effectuée dans un but de prospection directe sans l'accord préalable de l'intéressé) : cinq ans d'emprisonnement et 300 000 € d'amende – 1 500 000 € pour les personnes morales (article 226-18 du Code pénal)
- **Atteinte aux systèmes d'information** : cinq ans d'emprisonnement et 75 000 € d'amende – 375 000 € pour les personnes morales (article 323-2 du Code pénal)

# I. Impact de la LCEN sur le commerce BtoB

- Critères d'application de la LCEN
- Une information claire pour instaurer la confiance
- ***Les conditions pour sécuriser les transactions en ligne***
- Responsabilité de plein droit du cybermarchand

# Les conditions pour sécuriser les transactions en ligne

- Les apports de la Loi Chatel principalement dans les relations avec les consommateurs mais susceptibles de s'appliquer aux relations entre professionnels
- Les conditions contractuelles à mettre en place
- Les conditions d'archivage du contrat en ligne

# Les conditions pour sécuriser les transactions en ligne

## *Les apports de la loi Chatel*

- Obligation pour le professionnel de la VAD d'indiquer une date limite de livraison avant la conclusion du contrat
  - Éviter les dates de livraison indicatives
  - A défaut, le bien ou service est réputé devoir être livré dès la conclusion du contrat
  - En cas de retard de plus de 7 jours, possibilité de dénoncer la commande par LRAR et obligation de remboursement dans les 30 jours

# Les conditions pour sécuriser les transactions en ligne

## *Les apports de la loi Chatel*

- Amélioration de l'information sur le droit de rétractation et notamment des limites de ce droit (prestation de loisir, d'hébergement, CD et DVD descellés, prestation ayant commencé avec accord du consommateur)
- Clarification des règles de remboursement en cas de droit de rétraction
  - Assiette : totalité des sommes versées + frais d'envoi initial du produit mais pas frais de retour du bien
  - Les modalités de remboursement peuvent s'effectuer par tout moyen selon le choix du consommateur et non sous la seule forme d'avoir

# Les conditions pour sécuriser les transactions en ligne

## *Le formalisme du contrat en ligne*

- Quelles sont les conditions de formation d'un contrat électronique ? (Article 25 – I)
  - Principe de reconnaissance de l'écrit électronique au même titre que l'écrit papier (ad validatem) à condition de respecter les conditions prévues (Article 1108-1 du Code Civil)
    - L'Article 1316-1 du Code Civil (identification de l'auteur de l'acte)
    - L'Article 1316-4 du Code Civil (les conditions de la signature fiable)
  - Ordonnance du 16 juin 2005 précisant les équivalents électroniques des écrits exigés ad validatem
    - Reconnaissance de la lettre simple en RAR par voie électronique (un décret doit prévoir les règles de datation)
    - L'échange d'informations aux fins de conclusion ou d'exécution d'un contrat peut se faire sur le site ou par email



# Les conditions pour sécuriser les transactions en ligne

## *Les conditions contractuelles à mettre en place*

- Article 25 LCEN (article 1369-4 du Code Civil)
  - Mise à disposition de conditions contractuelles sur le site de manière à permettre leur conservation et leur reproduction
  - L'offre commerciale engage le professionnel tant qu'elle est accessible en ligne de son fait
  - L'offre doit comporter les informations suivantes
    - Les étapes à suivre pour la conclusion du contrat
    - Les moyens de correction et langue de conclusion du contrat
    - Modalités techniques de l'archivage du contrat et conditions d'accès au contrat archivé
    - Les moyens de consulter les règles professionnelles auxquelles se soumet le cybercommerçant

# Les conditions pour sécuriser les transactions en ligne

## *Les conditions contractuelles à mettre en place*

- Article 25 LCEN (article 1369-4 du Code Civil)
  - La validité du contrat suppose (Article 1369-5 du Code Civil)
    - Procédure de vérification de la commande et du prix et de correction des erreurs (principe du double clic)
    - Le professionnel doit envoyer un accusé de réception électronique de la commande
  - Les conditions générales de vente doivent être accessibles et lisibles
- Attention à la reproduction des conditions générales de vente : protection sur le fondement du parasitisme
  - Vente-privée.com / Sté kalypso cA Paris 29/01/09
- Information claire sur la cible visée : zone géographique

# Les conditions pour sécuriser les transactions en ligne

## *Les conditions contractuelles à mettre en place*

- Entre professionnels, possibilité de déroger aux conditions susvisées imposées aux relations BtoC (Article 1369-6 C. Civ.)
  - Aux obligations d'information de l'offre
  - Aux règles de validité encadrant la formation du contrat en ligne posées par l'art. 1369-5 C. Civ.
- Il ne s'applique pas aux contrats conclus exclusivement par échange de courriers électroniques (Article 1369-6 C. Civ.)
- Il convient d'indiquer expressément les dérogations apportées dans les conditions générales de vente ou services BtoB
- Contrat électronique n'implique pas nécessairement signature électronique
- Le processus d'acceptation est recommandé pour renforcer les moyens de preuve en cas de litige sur l'acceptation des termes de l'offre

# Les conditions pour sécuriser les transactions en ligne

## *Les conditions contractuelles à mettre en place*

- Conservation et archivage (Article 27 LCEN)
  - Obligation légale de conserver les contrats en ligne à partir de 120 euros pendant une durée de 10 ans à compter de la conclusion du contrat ou de la date de livraison du bien ou exécution du service
  - Le professionnel est tenu d'en garantir l'accès à son cocontractant si celui-ci en fait la demande
  - Recommandation d'archiver d'autres éléments qui peuvent être utiles (CCIP - octobre 2008)
    - Détail des commandes
    - Conditions générales et particulières
    - Moyen de paiement utilisé
    - Photos de l'objet
    - Descriptif de l'objet commandé

# I. Impact de la LCEN sur le commerce BtoB

- Critères d'application de la LCEN
- Une information claire pour instaurer la confiance
- Les conditions pour sécuriser les transactions en ligne
- ***Responsabilité de plein droit du cybermarchand***

# Responsabilité de plein droit du cybermarchand

- Responsabilité de plein droit en dehors du BtoC (Article 15-I)
  - Concerne toute personne pratiquant une activité économique visant à proposer à distance ou par voie électronique la fourniture de biens ou services
  - Vise à protéger essentiellement l'acheteur
  - Un texte auquel il peut être dérogé dans le cadre du BtoB
  - Les causes d'exonération : fait de l'acheteur, fait imprévisible et insurmontable d'un tiers étranger à la fourniture des prestations prévues au contrat, cas de force majeure

## ***II. L'impact de la loi LME sur le e-commerce BtoB***

- ***Contexte de la réforme***
- Suppression de la prohibition des pratiques discriminatoires
- Modalités de coopération commerciale
- Les limites de la négociabilité : le déséquilibre significatif
- Nullité de la clause du client le plus favorisé
- La réforme des délais de paiement
- Des seuils de revente à perte abaissés
- La mise en application de la LME : problèmes pratiques

# Contexte de la réforme

- Le cœur de la réforme : les pratiques restrictives de concurrence
  - La réglementation de la concurrence est un outil de politique commerciale à la disposition de l'Etat
  - Cette réglementation est en constante évolution
    - Loi Galland 1<sup>er</sup> juill. 1996,
    - Loi NRE 15 mai 2001, « accords Sarkozy »,
    - Loi Dutreil août 2005,
    - Loi Chatel janv. 2008,
    - LME 2008, et après ?



# Contexte de la réforme

- Objectif politique affirmé pour la LME : libérer la croissance et redonner du pouvoir d'achat

*« La loi de modernisation de l'économie a pour objectif de "lever les contraintes qui empêchent certains secteurs de se développer, de créer des emplois et de faire baisser les prix", pour le bénéfice de tous les Français »  
(modernisationeconomie.fr)*

- La loi s'applique à **l'ensemble des relations BtoB**, dont celles relatives à l'e-commerce



Pour LIBÉRER nos potentiels, REDONNER l'envie d'entreprendre,  
DÉFENDRE le pouvoir d'achat. ”

Christine LAGARDE

## ***II. L'impact de la loi LME sur le e-commerce BtoB***

- Contexte de la réforme
- ***Suppression de la prohibition des pratiques discriminatoires***
- Modalités de coopération commerciale
- Les limites de la négociabilité : le déséquilibre significatif
- Nullité de la clause du client le plus favorisé
- La réforme des délais de paiement
- Des seuils de revente à perte abaissés
- La mise en application de la LME : problèmes pratiques

# Suppression de la prohibition des pratiques discriminatoires

## Avant la LME (principes) :

- Conditions générales de vente
- Conditions particulières de vente
- Prohibition des pratiques discriminatoires

### Qui sommes-nous ? . Les conditions générales de vente



CONDITIONS GENERALES DE VENTE ET DE  
PRESTATIONS ASSOCIEES

► [English version](#)

► [CGV Export](#)

[Imprimer](#)

*Applicables sur l'ensemble des Livraisons effectuées en France Métropolitaine et Corse.*

#### » 1. PRINCIPES GENERAUX

Les présentes Conditions Générales de Vente et de Prestations Associées (ci-après «les Conditions»), ont vocation à régir toutes ventes de produits et toutes prestations de services associées à ces ventes effectuées par MANUTAN en France Métropolitaine et en Corse à destination des personnes agissant dans le cadre de leur activité professionnelle. Pour toutes ventes / prestations effectuées en dehors du territoire précité, les conditions générales de vente «Export» seront applicables.

Toute commande passée à MANUTAN implique nécessairement à titre de condition essentielle et déterminante, l'acceptation sans réserve par le Client des Conditions en vigueur au jour de la commande concernée. Par la même, le Client renonce expressément à l'ensemble de ses conditions d'achat ou tout autre document commercial, sauf acceptation préalable et expresse de ceux-ci par MANUTAN.

En outre, le Client déclare reconnaître que l'acceptation des Conditions entraînera application de celles-ci à la commande à laquelle elles se rapportent ainsi qu'à toute commande ultérieure, excepté le cas où de nouvelles conditions seraient portées à sa connaissance. Le fait que MANUTAN ne se prévale pas à un moment donné de l'une quelconque des Conditions ne peut être interprété comme valant renonciation à s'en prévaloir pour l'avenir ou le passé.

Loi applicable et juridiction compétente : l'interprétation et l'exécution des conditions ainsi que tous les actes qui en

*Source : <http://www.manutan.fr/>*

# Suppression de la prohibition des pratiques discriminatoires

Depuis la LME :



- Réforme de l'art. L. 442-6-I du Code de commerce
- Changement d'orientation : liberté de négocier ses prix sans justifier de contreparties
- Objectif visé : faire baisser les prix
- L'obligation de communication des CGV persiste
- Les CGV constituent le socle de la négociation commerciale
- Possibilité de CGV sectorielles

## ***II. L'impact de la loi LME sur le e-commerce BtoB***

- Contexte de la réforme
- Suppression de la prohibition des pratiques discriminatoires
- ***Modalités de coopération commerciale***
- Les limites de la négociabilité : le déséquilibre significatif
- Nullité de la clause du client le plus favorisé
- La réforme des délais de paiement
- Des seuils de revente à perte abaissés
- La mise en application de la LME : problèmes pratiques

# Modalités de la coopération commerciale

## Convention unique (apport de la loi Chatel)

- La négociation des CGV est formalisée dans une convention unique ou un ensemble comportant un contrat-cadre et des contrats d'application
- Cette convention doit être écrite
- Les conditions de coopération commerciale entre fournisseurs et distributeurs sont également remaniées et formalisée au sein de la convention unique (art. L. 441-7)
- Cette convention doit être établie avant le **1er mars de chaque année**

# Modalités de la coopération commerciale

## Convention unique (apport de la loi Chatel)

Elle doit notamment préciser :

- les obligations de chaque partie
  - les conditions de vente des produits / prestations de services
  - les services annexes
  - les autres obligations destinées à favoriser la relation commerciale
- Sanction : amende de 75 000 euros pour la personne physique et de 375 000 euros pour la personne morale.
  - Note : certains produits alimentaires ne sont pas concernés
  - Le cas particulier des accords de groupe internationaux

## ***II. L'impact de la loi LME sur le e-commerce BtoB***

- Contexte de la réforme
- Suppression de la prohibition des pratiques discriminatoires
- Modalités de coopération commerciale
- ***Les limites de la négociabilité : le déséquilibre significatif***
- Nullité de la clause du client le plus favorisé
- La réforme des délais de paiement
- Des seuils de revente à perte abaissés
- La mise en application de la LME : problèmes pratiques



# Les limites de la négociabilité : le déséquilibre significatif

- Le pendant de la suppression de l'interdiction des pratiques discriminatoires : la sanction du déséquilibre significatif
  - Une libéralisation totale est trop risquée en raison des abus potentiels
  - Maintien des pratiques anticoncurrentielles (ententes, abus de position dominante...) et de certaines incriminations (ex : obtention d'avantages indus ou disproportionnés)

# Les limites de la négociabilité : le déséquilibre significatif

- Art. L. 442-6-I Code de commerce modifié par la LME

*« 1.-Engage la responsabilité de son auteur et l'oblige à réparer le préjudice causé le fait, par tout producteur, commerçant, industriel ou personne immatriculée au répertoire des métiers : (...)*

*2° De soumettre ou de tenter de soumettre un partenaire commercial à des obligations créant un déséquilibre significatif dans les droits et obligations des parties » (...)*

# La notion de déséquilibre significatif

## Sanctions

- Responsabilité civile
- Application particulière du droit commun de la responsabilité qui exige une faute et un préjudice
- La Cour de cassation reconnaît facilement la faute

*ex : « il n'y a pas lieu pour l'Administration, ou pour l'opérateur qui n'a pas bénéficié de ces mêmes avantages, de démontrer l'existence du préjudice que ces pratiques illicites ont causé » Cass.com. 6 avril 1999, n°97-11.288*

- Mais ce concept demande encore à être précisé ...
  - C'est un concept non défini à ce jour
  - Risque d'appréciation au cas par cas
  - Fort pouvoir donné aux juges d'interpréter les contrats
  - Il faudra suivre la jurisprudence

## ***II. L'impact de la loi LME sur le e-commerce BtoB***

- Contexte de la réforme
- Suppression de la prohibition des pratiques discriminatoires
- Modalités de coopération commerciale
- Les limites de la négociabilité : le déséquilibre significatif
- ***Nullité de la clause du client le plus favorisé***
- La réforme des délais de paiement
- Des seuils de revente à perte abaissés
- La mise en application de la LME : problèmes pratiques

# Nullité de la clause du client le plus favorisé

- Réforme de l'article L. 442-6-II du Code de commerce : nullité des clauses accordant automatiquement des conditions plus favorables aux entreprises concurrentes du cocontractant

*« II.- Sont nuls les clauses ou contrats prévoyant pour un producteur, un commerçant, un industriel ou une personne immatriculée au répertoire des métiers, la possibilité :*

*(...)*

*d) De bénéficier automatiquement des conditions plus favorables consenties aux entreprises concurrentes par le cocontractant »*

- Un outil pour :
  - Garantir l'effectivité de la négociation et la liberté contractuelle
  - Favoriser la concurrence par les prix et les conditions de vente

## ***II. L'impact de la loi LME sur le e-commerce BtoB***

- Contexte de la réforme
- Suppression de la prohibition des pratiques discriminatoires
- Modalités de coopération commerciale
- Les limites de la négociabilité : le déséquilibre significatif
- Nullité de la clause du client le plus favorisé
- ***La réforme des délais de paiement***
- Des seuils de revente à perte abaissés
- La mise en application de la LME : problèmes pratiques

# La réforme des délais de paiement

- Avant la LME :
  - Délai de 30 jours prévu par l'art. L. 441-6, sauf disposition contractuelle contraire.
  - Quelques exceptions dans des domaines particuliers (ex : denrées alimentaires, ...)
- Depuis la LME : réforme de l'article L. 441-6 du Code de commerce
  - Favoriser le développement des PME en instaurant des délais de paiement raisonnables applicables à toutes les entreprises
  - Modification de l'art. L. 441-6 : délai de principe de 30 jours
  - Plafond légal : 45 jours fin de mois / 60 jours à la date d'émission de la facture

# La réforme des délais de paiement

- Nuance : mécanisme sectoriel transitoire possible jusqu'au 1<sup>er</sup> janvier 2012
  - Projets d'accords dérogatoires aux délais de paiement : à ce jour, aucun décret n'a été pris. La DGCCRF a transmis à l'Autorité de la concurrence pour avis 14 accords en application de l'article 21-III de la LME
- Le taux de pénalités est doublé : 3 fois le taux légal
- Difficultés pratiques : comment faire respecter le délai de paiement ?
  - Par la publication d'informations sur les délais de paiement, obligatoire pour les entreprises établissant des comptes certifiés
  - À charge pour les CAC de dénoncer les manquements répétés au ministère de l'Economie et des finances
  - Sanctions conventionnelles
  - Sanctions pénales (amende 15.000 euros)





## ***II. L'impact de la loi LME sur le e-commerce BtoB***

- Contexte de la réforme
- Suppression de la prohibition des pratiques discriminatoires
- Modalités de coopération commerciale
- Les limites de la négociabilité : le déséquilibre significatif
- Nullité de la clause du client le plus favorisé
- La réforme des délais de paiement
- ***Des seuils de revente à perte abaissés***
- La mise en application de la LME : problèmes pratiques

# Des seuils de revente à perte abaissés

- La prohibition de la revente à perte est maintenue (art. L. 442-2 du Code de commerce)
  - La revente à perte est le fait de revendre un produit en l'état à un prix inférieur à son prix d'achat effectif
  - Sanctions : 75.000 euros
- Le calcul du seuil de revente à perte est modifié :
  - Base du calcul : prix unitaire net d'achat sur la facture d'achat avec prise en compte des autres avantages financiers + ajout des taxes (CA + revente, cotisation, sécurité sociale...)

*« (...) Le prix d'achat effectif est le prix unitaire net figurant sur la facture d'achat, minoré du montant de l'ensemble des autres avantages financiers consentis par le vendeur exprimé en pourcentage du prix unitaire net du produit et majoré des taxes sur le chiffre d'affaires, des taxes spécifiques afférentes à cette revente et du prix du transport.*

## ***II. L'impact de la loi LME sur le e-commerce BtoB***

- Contexte de la réforme
- Suppression de la prohibition des pratiques discriminatoires
- Modalités de coopération commerciale
- Les limites de la négociabilité : le déséquilibre significatif
- Nullité de la clause du client le plus favorisé
- La réforme des délais de paiement
- Des seuils de revente à perte abaissés
- ***La mise en application de la LME : problèmes pratiques***

# Mise en application de la LME

## *Application dans le temps et dans l'espace*

- Application dans le temps
  - Comment gérer les contrats conclus avant l'entrée en vigueur de la loi ?
    - Dans le cas d'un contrat à durée déterminée
    - Dans le cas d'un contrat à durée indéterminée
    - Si le contrat a une clause d'indexation
  - Quelles particularités pour l'e-commerce ?
- Application dans l'espace
  - Comment gérer la territorialité ?
    - Faut-il appliquer ces dispositions si l'acheteur est étranger ?
    - Si le vendeur est étranger ?

# Mise en application de la LME

## *Suivi et sanctions*

- La Commission d'examen des pratiques commerciales (art. L. 440-1)
  - Formule des recommandations / avis qui portent sur la conformité de la pratique commerciale dont elle est saisie
  - Possibilité d'enquête
  - Peut être saisie par toute personne morale
- Instauration d'une procédure de référé-concurrence (art. L. 442-6-IV) : possibilité pour le juge d'ordonner au besoin sous astreinte la cessation des pratiques abusives ou toute autre mesure provisoire

# Merci de votre attention



# Des questions ?