

LISTE DES PRINCIPALES ABREVIATIONS

Art.	Article
Cons. const.,	Conseil Constitutionnel
CJCE	Cour de Justices des Communautés européennes
CJUE	Cour de Justice de l'Union européenne
Civ.	Cour de cassation, chambre civile
D.	Dalloz
Ibid., op. cit.	Déjà cité
J.O.	Journal officiel
Obs.	Observations
p.	Page
Rec. D.	Recueil Dalloz
V.	Voir en ce sens

SOMMAIRE

INTRODUCTION GENERALE

CHAPITRE I UN RENFORCEMENT DE L'OBLIGATION D'INFORMATION PRECONTRACTUELLE

SECTION I. L'OBLIGATION D'INFORMATION NECESSAIRE AU CONSENTEMENT DU CONSOMMATEUR

- §1. Les informations préalables, obligatoires sur le site en ligne
- §2. Les informations sur le processus de commande : la nécessité d'un consentement complet et éclairé

SECTION II. L'obligation d'information nécessaire à l'exécution du contrat

- §1. Les considérations spécifiques aux contrats de consommation
- §2. Les informations relatives aux droits du cyberconsommateur

CHAPITRE II UN RENFORCEMENT DES DROITS CONTRACTUELS DU CONSOMMATEUR

SECTION I : LE REGIME DU DROIT DE RETRACTATION

- §1. Existence du droit de rétractation
- §2. La mise en œuvre du droit de rétractation

SECTION II : LES CONSEQUENCES DE L'EXECUTION DU CONTRAT

- §1. Livraison et transfert de risques
- §2. Moyens de paiement et Hotlines

CONCLUSION GENERALE

INTRODUCTION

« Supprimer la distance, c'est augmenter la durée du temps. Désormais, on ne vivra pas plus longtemps, seulement, on vivra plus vite¹. »

L'analyse des contrats de vente à distance par voie électronique présente, dans un premier temps, un intérêt pratique dans la mesure où il permet de prendre en compte le développement des transactions dématérialisées à travers le monde. En effet, la commercialisation à distance a connu un bouleversement avec la banalisation de l'Internet.² Il convient dans un deuxième temps, de cerner le versant théorique de ce sujet, qui tient aux modalités même de formation des contrats à distance et donc du droit qui leur est applicable. Ainsi, ce débat réside dans la nature même de l'Internet, qui ignore les frontières. Comme l'a noté un auteur, « l'innovation technique suscite souvent le droit. L'innovation technique pose aussi souvent des problèmes inédits au droit. »³ La vente à distance a connu un essor important, mais aussi une véritable mutation liée au développement du e-commerce. Un auteur écrit d'ailleurs à cet égard « libéré de toute contrainte physique, le “cyberconsommateur” peut aujourd'hui pratiquement tout acheter sans avoir à se déplacer au-delà du lieu où se trouve son ordinateur et sans avoir à solliciter d'autres muscles que ceux qui déplaceront sa souris. »⁴

C'est par deux directives communautaires que le contrat à distance a été consacré législativement. La directive 97/7/CE du 20 mai 1997 a tout d'abord, précisé un ensemble de dispositions applicables aux contrats conclus à distance par des consommateurs⁵. Par la suite, la directive 2002/65/CE du 23 septembre 2002 a complété le dispositif en prévoyant des règles particulières pour le consommateur contractant à distance, en vue d'obtenir des services financiers⁶. Depuis plusieurs années, des exigences supplémentaires ont été ajoutées, sans réelle coordination, laissant vingt-sept régimes nationaux différents s'appliquer. Les acheteurs en ligne n'étaient plus suffisamment protégés. Par conséquent, en raison de la nature même de ce type de contrat, il est impossible pour le cyberconsommateur de vérifier

¹ Alexandre Dumas -, *Mes mémoires*, 1852-1856

² J.-CL. Facchin, « Droit de la concurrence et commerce électronique », *Revue Concurrence. Consommation*, 1998, n°101, p. 17-18

³ J.-M Bruguière, « Quand notre système juridique secrète une responsabilité pas très...Net », *Droit Et Patrimoine* 2001, n°92 p. 44

⁴ E.Grimaux, « La détermination de la date de conclusion du contrat par voie électronique », *Communication. Commerce. Electronique*, 2004, chr. N° 10, p. 15

⁵ Directive 97/7/CE du Parlement européen et du Conseil du 20 mai 1997 concernant la protection des consommateurs en matière de contrats à distance, JOCE n° L144, 4 juin 1997, p. 19 et s.

⁶ Directive 2002/65/CE du Parlement européen et du Conseil du 23 septembre 2002 concernant la commercialisation à distance de services financiers auprès des consommateurs, et modifiant les directives 90/619/CEE du conseil, 97/7 CE et 98/27/CE, JOCE n° L 271, 9 octobre 2002, p. 16 et s.

l'exactitude et la qualité du produit proposé lors de la vente à distance. De surcroît, la connaissance imparfaite des conditions contractuelles et la rapidité des transactions peuvent être des facteurs d'affaiblissement d'un consentement complet et éclairé du consommateur.

Ce n'est qu'après trente mois de négociations, que le Parlement est parvenu à un accord avec le Conseil portant sur des règles claires et communes sur les droits des consommateurs dans l'ensemble de l'Union européenne⁷. La directive n° 2011/83/UE du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2011 relative aux droits des consommateurs a néanmoins eu des prémices difficiles. Le but étant de parvenir « à la mise en place d'un véritable marché intérieur des consommateurs, offrant un juste équilibre entre un niveau élevé de protection des consommateurs et la compétitivité des entreprises, dans le strict respect du principe de subsidiarité. » Elle modifie notamment, les directives n° 93/13/CEE du 5 avril 1993⁸ et n° 1999/44/CE du 25 mai 1999⁹ et abroge à compter du 13 juin 2014, la directive n° 85/577/CEE du 20 décembre 1985 sur les contrats négociés en dehors des établissements commerciaux et la directive n° 97/7/CE du 20 mai 1997 sur les contrats à distance.

La directive du 25 octobre 2011 définit des règles standards pour les aspects communs des contrats à distance, avec peu de marges de manœuvres pour les Etats, puisqu'il s'agit d'une directive d'harmonisation maximale. Néanmoins, elle permet aux États membres de maintenir ou d'adopter des règles nationales concernant certains aspects, notamment en matière d'information précontractuelle. Sa transposition va opérer une refonte des sections II et III du chapitre Ier du titre II du livre Ier du Code de la consommation. Seule la section II, dans la partie concernant les contrats conclus à distance entrera dans le cadre de notre étude.

La loi relative à la consommation, dite loi « Hamon » a promulguée le 17 mars 2014 et a été publiée au Journal officiel le 18 mars 2014. Cette loi a fait l'objet de deux lectures en assemblée et d'une décision du Conseil constitutionnel.¹⁰ Elle vise entre autres, à créer de nouveaux outils de régulation économique pour rééquilibrer les pouvoirs entre consommateurs et professionnels. En l'occurrence, « le législateur affiche comme objectif, inspirant l'intitulé de la loi, la protection des consommateurs par l'alourdissement des obligations des professionnels, dans leur contenu [...] et l'allègement de celles des

⁷ J. Bellet, « une protection accrue des cyber-consommateurs », CCI Bourgogne, Entreprise Europe Network.

⁸ Directive 93/13/CEE du conseil du 5 avril 1993 concernant les clauses abusives dans les contrats conclus avec les consommateurs.

⁹ Directive 1999/44/CE du Parlement Européen et du Conseil du 25 mai 1999 sur certains aspects de la vente et des garanties des biens de consommation.

¹⁰ Cons. const., 13 mars 2014, n° 2014-690 DC, AJDA 2014. 589

consommateurs¹¹». Elle comporte dans son chapitre II, différentes dispositions dont l'objectif est d'améliorer l'information et de renforcer les droits contractuels des consommateurs. Pour l'essentiel, ces dispositions transposent en droit interne les articles de la directive du Parlement Européen et du Conseil du 25 octobre 2011.

Cette loi nouvelle met l'accent sur le fait que les parties ne doivent pas être en présence l'une de l'autre et que le contrat doit être conclu exclusivement par une technique de communication à distance, qu'il s'agisse en pratique de la vente par correspondance, par internet, par téléphone ou par fax¹². Une définition des contrats à distance est donnée et reprise par la loi Hamon, il s'agit de contrats s'inscrivant dans « un système organisé de vente ou de prestation de services à distance » et se référant à une politique commerciale de développement par les techniques de communication à distance qui excluent les recours occasionnels; cela avait déjà été prévu par la directive n° 97/7/CE mais n'avait pas été transposé¹³. Par ailleurs, ce contrat se réalise sans la présence physique ou simultanée du professionnel et du consommateur, par le recours exclusif à une ou plusieurs techniques de communication à distance jusqu'à la conclusion du contrat. Il en résulte que la qualification de contrat à distance ne dépend donc pas de son objet, mais de la qualité des parties et des circonstances particulières dans lesquelles intervient la conclusion du contrat.

Quant au champ d'application matériel de la directive, il est défini à l'article 3, lequel s'applique à tout contrat conclu entre un professionnel et un consommateur. La notion de consommateur figure désormais dans le Code de la consommation, vingt ans après sa promulgation. Jusqu'à présent définie par la jurisprudence, la notion de consommateur fait désormais l'objet d'une définition légale dans un article préliminaire au début du Code de la consommation. La définition retenue correspond à celle de la directive communautaire de 2011 sur les droits des consommateurs. Il est question de « toute personne physique qui, dans les contrats relevant de la présente directive, agit à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale ». Cette définition, reprise à l'article 3 de la loi Hamon, vient préciser la notion d'activité professionnelle¹⁴. Cette définition légale permet de gagner en sécurité juridique. Toutefois, on constate que le législateur n'a pas souhaité définir le « non-professionnel », bénéficiaire, aux côtés du

¹¹ D. Ferrier, « Loi du 17 mars 2014 « relative à la consommation »... et pour un encadrement renforcé des relations entre professionnels », *Recueil Dalloz* 2014 p. 889

¹² Art. L. 121-16, 1°) du Code de la consommation

¹³ Carole Aubert de Vincelles, Natacha Sauphanor-Brouillaud, « Loi du 17 mars 2014 : nouvelles mesures protectrices du consommateur », *Recueil Dalloz* 2014 p. 879

¹⁴ Directive n°97/7/CE la définissait comme « toute personne physique qui, agit à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité professionnelle. »

consommateur, d'un certain nombre de dispositions protectrices¹⁵. Un grand nombre des mentions exigées par le texte de la directive existaient déjà en droit français et la loi Hamon en les transcrivant, ne fait qu'un « toilettage » amélioré de nos dispositions existantes.¹⁶

Dès lors, on peut se demander si la directive du 25 octobre 2011 et la loi « consommation » du 17 mars 2014 la transposant, a eu un réel impact sur les droits des cyberconsommateurs.

Le législateur ne procède pas à de grandes innovations à l'égard des mesures de protection concernant les contrats à distance, mais il renforce la protection préventive des consommateurs. En effet, il s'agit de protéger la partie faible au contrat. Comme le disait Albert Brie, « aux yeux d'un commerçant, un consommateur averti en vaut la moitié d'un.¹⁷ » Ainsi, le législateur intensifie ou précise les techniques traditionnelles déjà en vigueur en droit de la consommation, à savoir l'encadrement de l'information précontractuelle (**Chapitre I**) et la mise en œuvre des droits contractuels afin de tendre vers toujours plus de transparence dans la relation liant le cyberconsommateur et le cybermarchand. (**Chapitre II**)

CHAPITRE 1

UN RENFORCEMENT DE L'OBLIGATION D'INFORMATION PRECONTRACTUELLE

Le législateur a cherché à rationaliser les obligations d'information précontractuelles; celles-ci s'articulent autour de mesures propres dédiées aux contrats à distance¹⁸. L'idée sous-jacente est d'englober sous le même régime juridique, toutes les obligations d'information ayant une incidence sur l'exécution d'un contrat quelque soit le moment auquel elles apparaissent par rapport à la conclusion de celui-ci. Cela peut concerner tant l'information nécessaire au consentement du consommateur (**Section I**), que celle nécessaire à la conclusion du contrat à distance. (**Section II**)

¹⁵ Pour une liste détaillée, V. N. Sauphanor-Brouillaud, E. Poillot, C. Aubert de Vincelles et G. Brunaux, *Les contrats de consommation - Règles communes*, J. Ghestin (dir.), *Traité de droit civil*, LGDJ, 2012, n° 113 s.

¹⁶ V. Legrand, « Les contrats conclus à distance et hors établissement dans le projet de loi « consommation » », *Petites affiches*, 04 juin 2013 n° 111, P. 5

¹⁷ A. Brie, *Le mot du silencieux* - 1978.

¹⁸ F. Julienne, « Un corps de règles commun aux contrats à distance et aux contrats hors établissement », *Hebdo édition affaires* n°378 du 17 avril 2014 (commentaire des articles 9 à 17 de la loi n° 2014-344 du 17 mars 2014)

SECTION I : L'obligation d'information nécessaire au consentement du consommateur

Le cybermarchand doit prodiguer des informations au cyberconsommateur sur son site internet (§1) de façon à lui permettre d'être informé de façon claire et éclairée durant chaque étape du processus de commande. (§2)

§1. Les informations devant obligatoirement apparaître sur le site en ligne

Le professionnel doit fournir des informations non seulement sur son identité propre - afin que le consommateur ait connaissance de la personne avec qui il contracte (A) - mais également des informations sur les caractéristiques essentielles du bien ou des services afin de donner la possibilité au cyberconsommateur de visualiser, au moins virtuellement le bien ou service qu'il est susceptible d'acheter, à défaut de pouvoir le manipuler en main propre. (B)

A. L'identification du vendeur professionnel

Les éléments d'identification du professionnel. Selon les dispositions de la directive¹⁹, le professionnel doit, avant la conclusion du contrat ou dans l'offre qu'il fait au client, lui communiquer des éléments permettant de l'identifier. Il s'agit notamment de son identité, l'adresse géographique où il est établi ainsi que de son numéro de téléphone, de télécopieur et son adresse électronique lorsqu'ils sont disponibles, pour permettre au consommateur de le contacter rapidement et de communiquer avec lui efficacement. Le cas échéant, le professionnel doit fournir l'adresse géographique et l'identité du professionnel pour le compte duquel il agit. Par ailleurs, si l'adresse diffère de celle fournie, il devra mentionner l'adresse du siège commercial du professionnel²⁰.

Une énumération peu innovante. Les informations précitées entraînent déjà dans les obligations d'information du professionnel résultant de dispositions diverses du Code de la consommation. Mis à part l'adresse électronique et le numéro de télécopieur, les articles L. 121-18 du Code de la consommation et 19 de la loi sur la confiance dans l'économie numérique²¹ (dite loi "LCEN") imposaient déjà ces exigences pour les contrats à distance. Avec la loi Hamon²², le professionnel communique au consommateur les informations

¹⁹ Art. 6, b, c de la directive 2011/83/UE du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2011 relative aux droits des consommateurs.

²⁰ Art. 6 d) de la directive 2011/83/UE du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2011 relative aux droits des consommateurs.

²¹ Loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique

²² Art. L 121-17 du code de la consommation

relatives à son identité, à ses coordonnées postales, téléphoniques et électroniques ainsi que ses activités.²³

L'objectif poursuivi par la directive est de donner confiance au consommateur, en lui assurant tous les éclaircissements propres à lui permettre de s'engager en parfaite connaissance de cause.²⁴ Ces éclaircissements passent nécessairement, dans un deuxième temps, par la description des biens et services rendus.

B. Les caractéristiques essentielles sur les biens ou services vendus

La nécessité du prix et du coût total du bien. Le prix est un critère décisif dans la volonté d'achat du consommateur et ce, spécialement pour les achats sur Internet. "Les prix des biens, produits et services [...] sont librement déterminés par le jeu de la concurrence."²⁵ Il en résulte que, le consommateur doit être informé sur les prix avant d'acheter et ceci afin de lui permettre de faire jouer la concurrence en vue d'obtenir l'offre la plus avantageuse. En procédant de la sorte, il pourra choisir en toute connaissance de cause. L'article 6, e) de la directive porte sur le prix total des biens ou services, toutes taxes comprises, et s'il y a lieu, les frais complémentaires. Ceux-ci comprenant notamment la livraison, le transport et l'affranchissement. Il est également précisé que le professionnel doit indiquer ces informations avant la passation de commande. En ne remplissant pas cette condition, il ne pourra pas réclamer le paiement de ces frais au consommateur²⁶.

En droit français, la nécessité d'information du prix était déjà présente, puisque l'offre présente le prix du bien²⁷. En matière de commerce électronique, l'article 19 de la LCEN précise notamment que 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 particulièrement si les taxes et les frais de livraison sont inclus.

Les spécificités des biens ou services. Le nouveau chapitre 1er du titre I du livre I du Code de la consommation traite d'une « obligation générale d'information précontractuelle » sans distinguer selon que le contrat porte sur un bien ou un service. L'article 6, a) de la directive impose de communiquer au consommateur les principales caractéristiques du bien

²³ Art. L111-1 al 4 nouveau du Code de la consommation

²⁴ Étude d'impact, 30 avril 2013, p. 21.

²⁵ Art. L. 113-1 du Code de la consommation

²⁶ Art. 6 e) de la directive 2011/83/UE du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2011 relative aux droits des consommateurs.

²⁷ Art. L 121-18 du Code de consommation

ou du service. La loi Hamon²⁸ reprend en des termes identiques les dispositions de la directive. Pour les contrats conclus par voie électronique, le professionnel rappelle 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 de ce dernier au titre du contrat, telles que prévues au I de l'article L. 121-17 nouveau du Code de la consommation.

L'intérêt résidera dans les contrats conclus avec des ressortissants d'autres pays de l'Union européenne car le consommateur français connaîtra ainsi le total de ce qu'il aura à payer. La loi Hamon permettra au consommateur d'être mieux informé sur le bien qu'il achète par Internet. Désormais, les professionnels de la vente en ligne devront afficher de façon claire et compréhensible, les caractéristiques du produit, les modalités de paiement et les éventuelles restrictions de livraison. Il convient, par la suite, de comprendre le fonctionnement de la passation de commande, élément déterminant dans le processus d'achat.

§2. Les informations sur le processus de commande : la nécessité d'un consentement complet et éclairé

Pour plus de transparence, les sites en ligne devront obtenir le consentement exprès du consommateur impliquant ainsi, que chaque étape dans le processus de commande soit explicitée. (A) La nouveauté résidera notamment dans l'interdiction de pré-remplir certaines informations de la commande des clients. (B)

A. Suppression des frais cachés sur internet et principe du double-clic

Les éléments nécessaires à la passation de commande. Les contrats conclus par voie électronique se sont développés et constituent désormais l'essentiel des contrats à distance. La loi « pour la confiance dans l'économie numérique » du 21 juin 2004 a consacré un titre entier au commerce électronique dont certaines dispositions sont retranscrites dans le Code civil et d'autres dans le Code de la consommation. L'article 1369-1 insère dans le Code civil, les différentes étapes à suivre pour conclure le contrat par voie électronique. On note d'abord, 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, ainsi que les langues

²⁸ Art. L. 121-19-3 du Code de la consommation.

proposées pour la conclusion du contrat. Il existe également, les modalités d'archivage du contrat par l'auteur de l'offre et les conditions d'accès au contrat archivé, ainsi que la possibilité de consulter par voie électronique les règles professionnelles et commerciales auxquelles l'auteur de l'offre entend, le cas échéant, se soumettre.

De plus, l'article 1369-5 du Code Civil prévoit que le destinataire de l'offre doit avoir eu la possibilité de vérifier le détail de sa commande, son prix total, et donc de corriger d'éventuelles erreurs, avant de confirmer celle-ci pour exprimer son acceptation. Sur ce point, la loi Consommation ne change rien. Toutefois, au sein du régime des contrats à distance, il introduit des dispositions spécifiques à l'e-commerce. À cet effet, l'article L. 121-19-3 alinéa 2²⁹ de la loi Hamon, en reprenant les dispositions de la directive impose au professionnel de rappeler au consommateur un certain nombre d'informations essentielles avant qu'il ne valide sa commande.

Le principe du double-clic. Il ressort de l'article 8 alinéa 2 de la directive qu'un contrat à distance conclu par voie électronique obligeant le consommateur à payer, doit comporter des informations claires et apparentes pesant sur le professionnel. Celui-ci, doit veiller à ce que le consommateur, lorsqu'il passe sa commande, reconnaisse explicitement que celle-ci implique une obligation de payer. Si, pour passer une commande, il faut activer un bouton ou une fonction similaire, le bouton ou la fonction similaire doit comporter la mention facilement lisible « commande avec obligation de paiement » ou une formule analogue dénuée d'ambiguïté, indiquant que passer la commande oblige à payer le professionnel. En l'absence de respect de cette formalité par le cybermarchand, le consommateur ne pourra être lié par le contrat ou la commande. Par conséquent, les sites de commerces en ligne devront indiquer clairement et lisiblement, au plus tard lors du début du processus de commande, si des restrictions de livraison s'appliquent et quels moyens de paiement sont acceptés.

La loi Hamon ne reprend pas les termes exacts d'informations³⁰ « claires et apparentes », et considère que l'offre doit contenir des informations « lisibles et compréhensibles ». L'expression retenue dépasse les exigences de l'article 5 de la directive du 25 octobre 2011 qui ne visait que des informations fournies « de manière claire et

²⁹L'article L 121-19-3 al.2 de loi Hamon reprend les dispositions de l'article 8 alinéas 2 de la directive. « Les restrictions aux conditions de livraison et les moyens de paiement utilisés doivent être indiqués dès le début du processus. De même si le consommateur est tenu de payer, il doit recevoir les informations relatives au prix, à la durée du contrat et à ses obligations avant de passer commande »

³⁰ L'article L121-19 du nouveau Code de la consommation (article 8 sous section 4 de la loi Hamon) précise que « lorsque le contrat est conclu à distance, le professionnel fournit au consommateur, de manière lisible et compréhensible, les informations prévues à l'article L 121-7 ou les mets à sa disposition part tout moyen adapté à la technique de communication à distance utilisée. »

compréhensible. » Il est vrai que les notions de « clarté » et de « compréhension » peuvent paraître redondantes.³¹ Cette nuance terminologique a pu faire l'objet de vifs débats en commission puisque la lisibilité ne s'applique qu'à un support écrit et non à un autre mode de communication, notamment audiovisuel, si bien qu'elle en condamne l'emploi³². Cependant, en affirmant que ces informations doivent être lisibles et compréhensibles, elle pallie une lacune de la LCEN, qui avait omis de préciser la manière dont ces informations devaient être fournies. En pratique, certaines boutiques seront, dès lors, amenées à changer le nom du bouton de commande, cela consistera notamment en une reprogrammation du tunnel de commande, pour que le clic puisse intervenir avant la réalisation du paiement³³. Ce n'est, par ailleurs, par le seul changement que les commerçants devront opérer puisque sera mis en place une interdiction des cases pré-cochées.

B. L'interdiction des cases pré-cochées

Un consentement exprès du consommateur. Le professionnel doit obtenir le consentement exprès du consommateur pour tout paiement supplémentaire à la rémunération convenue au titre de l'obligation contractuelle principale du professionnel³⁴. En l'absence de consentement exprès ou en présence d'une simple déduction par le biais de recours à des options par défaut, le consommateur peut prétendre au remboursement de ce paiement. Les lacunes du droit français sur le sujet ont été palliées par la jurisprudence sur le terrain des pratiques commerciales déloyales. Ce n'est qu'avec l'article 114-1 de la loi relative à la consommation, que le professionnel se voit obliger de recueillir le consentement exprès du consommateur, préalablement à la conclusion du contrat de vente ou de prestation de service pour tout paiement supplémentaire.

La lutte contre les abus de technique de pré-cochage. Les cases pré-cochées étaient souvent assimilées à de la vente forcée car elles bénéficiaient fortement au professionnel. Celui-ci profitant du manque d'attention du cyberconsommateur pour leur vendre des services supplémentaires. De manière générale, cette technique consistait en un service complémentaire au bien ou service acquis par l'internaute et dont le coût est généralement assez bas. Consciente que ce type de pratique bénéficie principalement aux professionnels, la

³¹ P. Schultz, « Les mesures renforçant la protection des consommateurs dans les contrats de consommation en general », *Gazette du palais*, 20 avril 2014, n° 110, p. 11-14

³² Cf. « Pratiques commerciales : les maisons de retraite montrées du doigt » : *Les Echos* 17 mars 2014 ; « Une maison de retraite sur deux escroque ses clients » : *L'Express* 18 mars 2014 ; « Ces maisons de retraite qui « font payer les morts » » : *Le Figaro* 17 mars 2014.

³³ M. Lalanne, « Comment rendre son site d'e-commerce conforme à la loi de consommation », *Revue Chef d'entreprise*, 28 mars 2014.

³⁴ Article 22 de la directive 2011/83/UE du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2011 relative aux droits des consommateurs

loi Hamon y met un coup d'arrêt et les sites internet n'auront plus le droit, à compter du 13 juin 2014, de pré-cocher les cases. Bien sûr, cela n'a pas pour effet d'emporter la disparition des cases puisque les options existeront toujours ; toutefois, il appartiendra au consommateur de les cocher ou non. Si le consommateur est amené à payer des options pré-cochées et non voulues, il pourra alors réclamer un remboursement des sommes versées en vertu d'un consentement « par défaut », et ce, même si le consommateur a déjà effectué la prestation correspondante. Avec la directive et la loi Consommation, les consommateurs devront expressément confirmer avoir compris que le service était payant. A ce propos, Viviane Reding approuve cette initiative très favorable aux consommateurs européens puisque « l'adoption de cette nouvelle directive va renforcer les droits des consommateurs en mettant hors-la-loi les fraudeurs d'Internet qui trompent les gens (...). Les acheteurs ne seront plus abusivement conduits à acheter des assurances de voyage ou des locations de voiture dont ils ne veulent pas lorsqu'ils achètent un billet en ligne.³⁵ »

Le consommateur doit également être mis au courant des spécificités techniques entourant la formation des contrats à distance. Ces informations permettent une meilleure compréhension par l'internaute de ses droits, lors d'un achat.

SECTION II : L'obligation d'information nécessaire à l'exécution du contrat

« L'émission d'une proposition de contracter oblige son auteur, s'il est un professionnel, à indiquer quelles en sont les conditions et à assortir sa proposition de toute une série de mentions obligatoires³⁶. » Ces mentions portent aussi bien sur des obligations spécifiques au contrat à distance (§1) que sur les droits mêmes du consommateur. (§2)

§1. Les considérations spécifiques aux contrats de vente en ligne

La directive rappelle l'exigence de fournir des informations sur cette catégorie particulière que sont les produits numériques (A) et l'obligation de recourir à la notion de

³⁵ V. Reding, propos tenus par la vice-présidente de la Commission européenne et rapportés dans l'article de F. Fauconnier, « La nouvelle directive e-commerce interdit les options pré-cochées. » *Journal du Net*, 24 juin 2011.

³⁶ M. Fabre-Magnan, *De l'obligation d'information dans les contrats, essai d'une théorie*, LGDJ, 1992

support durable afin de permettre au consommateur de conserver des preuves de l'information fournie. (B)

A. L'information relative aux produits numériques

L'indication de spécificités fonctionnelles du produit numérique. Cette nouvelle obligation est l'un des principaux apports de la directive.³⁷ Désormais, le professionnel se voit imposer l'obligation d'informer le consommateur quant aux fonctionnalités du contenu numérique, c'est-à-dire des données produites et fournies sous forme numérique ainsi que de « l'interopérabilité » pertinente entre le contenu numérique et certains logiciels ou matériels. L'article 6 *r*) et *s*) de la directive dispose que le professionnel devra informer sur la compatibilité du contenu numérique avec les matériels et logiciels informatiques et sur l'application de toutes mesures techniques de protection telles que la limitation du droit de copier ce contenu. Le considérant 19 de la directive ajoute qu'il convient d'informer sur « l'absence ou la présence de restrictions techniques, telles que la protection au moyen de la gestion des droits numériques » et sur la compatibilité du contenu numérique avec le « matériel et l'environnement logiciel », par exemple « le système d'exploitation ». Dorénavant, le consommateur devra être informé par exemple, de l'impossibilité de réaliser une copie. La loi Hamon, reprend ces mêmes exigences³⁸. Bien que figurant à l'article L. 111-1, 4°, aux côtés des informations sur la garantie, il s'agit là de caractéristiques essentielles d'un produit numérique³⁹. « Le législateur européen avait, lui aussi, « isolé » les informations sur le contenu numérique, dans la logique de la place spécifique qu'il accorde au contrat portant sur ce type de bien. »⁴⁰

Une harmonisation déjà présente en jurisprudence. En matière de support numérique, la jurisprudence française imposait déjà au professionnel d'informer le consommateur sur divers programme, telles que la présence d'un système de protection ou les restrictions d'utilisation de CD sur certains supports, ou bien encore l'impossibilité de

³⁷ Art. 5, g et h de la Directive 2011/83/UE du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2011 relative aux droits des consommateurs, modifiant la directive 93/13/CEE du Conseil et la directive 1999/44/CE du Parlement européen et du Conseil et abrogeant la directive 85/577/CEE du Conseil et la directive 97/7/CE du Parlement européen et du Conseil.

³⁸ L'article L 111-1 alinéa 4 du code de la consommation pose une obligation d'information sur les fonctionnalités du contenu numérique et, le cas échéant, à son interopérabilité.

³⁹ Carole Aubert de Vincelles, Natacha Sauphanor-Brouillaud, « loi du 17 mars 2014 : nouvelles mesures protectrices du consommateur », *Recueil Dalloz* 2014 p. 879

⁴⁰ Ibid.

réalisation d'une copie d'un DVD à des fins privées⁴¹. Peut être rappelée, à cette fin, l'affaire *Mulholland Drive*, dans laquelle la Cour de cassation, selon le Syndicat de l'édition vidéo qui soutenait les producteurs du film, « a confirmé qu'il n'existait pas de copie privée à partir d'un DVD, car celle-ci porte atteinte à l'exploitation normale de l'œuvre sur le marché⁴²», la copie privée ne constituait pas un droit, mais une exception légale au principe prohibant toute reproduction intégrale ou partielle d'une oeuvre protégée faite sans le consentement du titulaire de droits d'auteur, la Cour de cassation retient que l'impossibilité de réaliser une copie privée d'un disque DVD sur lequel est reproduite l'oeuvre, ne constitue pas en soi une caractéristique essentielle. L'obligation d'information sur les produits numériques est renforcée et harmonisée. Il en sera de même pour la notion de support durable, dont les contours vont être précisés.

B. Le recours à la notion de « support durable » pour la confirmation des informations préalables

L'absence de définition de la notion de support durable. Après la conclusion du contrat, et quelle que soit la technique de communication utilisée, le consommateur devra recevoir confirmation de toutes les informations exigées par la loi sur un support durable, sauf si elles lui ont déjà été fournies sous cette forme au stade de l'offre de contracter. L'article L 121-19 du Code de la consommation prévoit que le consommateur doit recevoir « en temps utile et au plus tard au moment de la livraison », confirmation des informations qui lui ont été données avant le contrat. Le support durable n'était pas défini par la directive 97/7/CE du Parlement européen et du Conseil du 20 mai 1997 concernant la protection des consommateurs en matière de contrats à distance. L'article 8 paragraphe 7 de la directive du 25 octobre 2011 prévoit que « le professionnel fournit au consommateur la confirmation du contrat conclu, sur un support durable et dans un délai raisonnable après la conclusion du contrat à distance et, au plus tard, au moment de la livraison du bien ou avant le début de l'exécution du service. » Elle ne définit pas non plus la notion de support durable.

⁴¹ Directive sur les droits des consommateurs, Bilan et présentation des nouvelles règles accessible sur : http://www.europe-consommateurs.eu/fileadmin/user_upload/eu-consommateurs/PDFs/publications/etudes_et_rapports/Tableau_comparatif-FINAL-Mars_2014.pdf

⁴² Civ. 1ère, 28 février 2006, *Mulholland Drive*, N° pourvoi 05-15.824, 05-16.002

Une lacune palliée par la loi Hamon. La directive⁴³ reprise par la loi Hamon⁴⁴ prévoit que les informations sont données sous une forme adaptée à la technique de communication à distance utilisée. L'information pourra figurer sur un support durable et non plus uniquement sur un écrit en vertu de l'article L. 121-10 modifié. Dans certains contrats à distance, pour lesquels le temps ou l'espace sont limités, seules les informations essentielles⁴⁵ pourront figurer, les autres informations étant fournies sous forme adaptée. Le professionnel doit adresser au consommateur sur papier ou sur support durable, une confirmation de l'offre qu'il a faite⁴⁶. Par ailleurs, « le consommateur n'est engagé par cette offre qu'après l'avoir signée et acceptée par écrit ou avoir donné son consentement par voie électronique. »

L'article L 121-16 alinéa 3 du nouveau Code de la consommation donne une définition du « support durable ». Il s'agit de « 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. » Cette définition n'est pas nouvelle puisqu'elle figurait déjà à l'article 2, f) de la directive relative aux services financiers à distance. Cependant, le législateur ne donne pas d'exemple précis de support sur lequel doit figurer les communications. Or, celui-ci conditionne l'efficacité de l'information précontractuelle⁴⁷. La directive est plus précise, puisque dans son considérant 23, elle dresse une liste de supports censés être durables. Elle inclut « le papier, les clés USB, les CD-Rom, les DVD, les cartes à mémoire ou les disques durs d'ordinateur ainsi que les courriels ». Un auteur affirmait qu'un support ne bénéficiait de la présomption de durabilité que lorsqu'elle remplit plusieurs fonctions, à savoir la lisibilité, la pérennité et l'intégrité des informations communiquées⁴⁸.

Critères de la qualification de support durable retenus par la Cour de Justice de l'Union européenne. Selon la Cour, un support ne peut être qualifié de durable que s'il remplit trois fonctions cumulatives, à l'instar de l'écrit. En premier lieu, il doit permettre de stocker les informations de sorte qu'elles puissent être consultées ultérieurement. En second

⁴³ Article 8, § 1 de la Directive 2011/83/UE du Parlement Européen et du Conseil du 25 octobre 2011 relative aux droits des consommateurs, modifiant la directive 93/13/CEE du Conseil et la directive 1999/44/CE du Parlement européen et du Conseil et abrogeant la directive 85/577/CEE du Conseil et la directive 97/7/CE du Parlement européen et du Conseil.

⁴⁴ Article L 121-19 de la loi Hamon

⁴⁵ Caractéristiques du produit, prix, identité du professionnel, droit de rétractation, durée du contrat

⁴⁶ Article L 121-20 alinéa 2 du code de la consommation

⁴⁷ S. Wdowiak. « L'information du consommateur », *Propos tenus lors du colloque sur les enjeux de la réforme du droit de la consommation*.

⁴⁸ H. Jacquemin, *Le formalisme contractuel. Mécanisme de protection de la partie faible*, Larcier 2010, spéc. n° 278.

lieu, il doit garantir l'intégrité de leur contenu ainsi que leur accessibilité pendant une durée appropriée. Aucune modification ultérieure du contenu des informations par les parties ou par un tiers ne doit être possible, que ce soit volontairement ou involontairement. Enfin, le support de la confirmation doit offrir aux consommateurs la possibilité de reproduire les informations telles quelles. Ainsi, en cas de litige, le consommateur doit être en mesure de se reporter facilement aux informations pour faire valoir ses droits. A titre d'exemple, la jurisprudence européenne a pu considérer qu'un lien hypertexte ne peut être considéré comme un "support durable".⁴⁹ Il convient dans un autre temps, d'éclairer l'internaute sur les différentes protections dont il bénéficie.

§2. Les informations relatives aux droits du cyberconsommateur

Le consommateur, considéré comme la partie faible au contrat, doit bénéficier de certaines protections afin qu'il ne soit pas influencé par des sites attractifs, et contracte sans pouvoir changer d'avis. Ainsi, le consommateur doit être informé de son droit de rétractation (A) et de diverses garanties et recours dont il peut se prévaloir. (B)

A. L'information spécifique sur le droit de rétractation

Un consommateur désormais informé des frais de retour à sa charge. Auparavant, en droit français, le professionnel ne devait pas expressément informer le consommateur, sur les frais de retour qui sont en principe à sa charge. Désormais, avec la directive, le professionnel devra informer le consommateur qu'il devra supporter les frais de réexpédition du produit commandé après avoir changé d'avis et fournir une estimation des coûts de ce renvoi, s'il ne peut être réalisé par La Poste. A défaut, le professionnel devra supporter la charge des frais de retour du produit⁵⁰. Cette disposition résulte de l'article L 121-21-3 alinéa 2⁵¹. Dans un arrêt du 15 avril 2010⁵², la Cour de Justice de l'Union européenne a jugé que les entreprises peuvent exiger la prise en charge des frais de retour par le consommateur si ce dernier se rétracte. Cependant, les entreprises doivent rembourser la totalité des sommes

⁴⁹ Arrêt CJUE, 3ème ch., 5 juillet 2012, (aff. C-49/11), Content Services Ltd c/ Bundesarbeitskammer.

⁵⁰ Article 6 i) et 14 de la directive 2011/83/UE du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2011 relative aux droits des consommateurs, modifiant la directive 93/13/CEE du Conseil et la directive 1999/44/CE du Parlement européen et du Conseil et abrogeant la directive 85/577/CEE du Conseil et la directive 97/7/CE du Parlement européen et du Conseil.

⁵¹ Art L 121-21-3 al. 3 de la loi Hamon selon lequel « le consommateur ne supporte que les coûts directs de renvoi des biens, sauf si le professionnel accepte de les prendre à sa charge ou s'il a omis d'informer le consommateur que ces coûts sont à sa charge. »

⁵² Arrêt CJCE 15 avril 2010, n° C-511/08

versées par le consommateur lors de l'achat y compris les frais d'envoi. Toutefois, le professionnel ne pourra se dédouaner de cette obligation lorsqu'il accepte de prendre en charge les frais de renvoi ou s'il a omis d'informer le consommateur que ces coûts sont à sa charge. Il convient également de préciser que, l'alinéa 4 de l'article précité dispose que l'information est obligatoire concernant les frais en cas de rétractation du consommateur dans le cadre d'un contrat de prestation de services, de distribution d'eau, de fourniture de gaz ou d'électricité et d'abonnement à un réseau de chauffage urbain. Le consommateur doit être également informé dans les cadres où il ne bénéficierait pas de ce droit de rétractation. On a un éclaircissement sur les conséquences du défaut d'information. L'internaute doit également être informé des diverses options dont il possède en cas de mécontentement, suite à une vente en ligne.

B. Garanties commerciales, services après-vente et recours extrajudiciaire

Les conditions générales de vente. L'article 113-3 du Code de la consommation impose à tout vendeur de produits ou tout prestataire de services d'informer le consommateur par voie de marquage, d'étiquetage, d'affichage ou par tout autre procédé approprié, informer le consommateur sur les prix, les limitations éventuelles de la responsabilité contractuelle et les conditions particulières de la vente. La directive prévoit l'obligation d'informer le consommateur sur l'existence d'une garantie commerciale ou d'un service après-vente avant de passer commande⁵³. Selon l'article L 133-3 de la loi Hamon les conditions générales de vente applicables aux contrats de consommation mentionnent : 1° l'existence, la mise en œuvre et le contenu de la garantie légale de conformité et de celle relative aux défauts de la chose vendue, dues par le vendeur ; 2° le cas échéant, l'existence d'une garantie contractuelle et d'un service après-vente. Les garanties et le service après-vente font désormais partis des informations précontractuelles obligatoires pour tout contrat de consommation.

Informé le consommateur des codes de conduite suivis par le marchand. Parmi les informations précontractuelles devant être mises à disposition du consommateur, la loi Hamon prévoit l'obligation d'indiquer "l'existence de codes de bonne conduite" que le marchand s'est engagé à suivre, "au même titre que l'information sur le droit de rétractation, les frais de renvoi du bien, caution, garanties, modalités, règlement des litiges". De cette

⁵³ Article 6 L et M de la Directive 2011/83/UE du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2011 relative aux droits des consommateurs,

façon, le consommateur qui constate un manquement par rapport à ce code pourra plus facilement en informer ledit organisme professionnel.

L'incitation vers un mode de règlement alternatif des litiges, l'introduction d'un recours extrajudiciaire. En vertu de l'article 6, *t*) de la directive de 2011, le professionnel devra informer le consommateur de sa possibilité de recourir à une procédure extrajudiciaire de réclamation et les modalités d'accès à celle-ci. L'article L 133-4 de la loi consommation prévoit que « lors de la conclusion de tout contrat écrit, le consommateur est informé par le professionnel de la possibilité de recourir, en cas de contestation, à une procédure de médiation conventionnelle ou à tout autre mode alternatif de règlement des différends. » Il n'y a aucune règle en droit français. La mise en place de ce mode alternatif de règlement est privilégiée. C'est un avantage dans le cadre d'un litige transfrontalier où les recours judiciaires s'avèrent souvent compliqués. Le cyberconsommateur désormais plus averti, plus agueri, en ressort plus fort de ce renforcement de l'obligation d'information qui lui est dû. La loi Hamon, considérée comme la « force des faibles » pour certains⁵⁴, va également améliorer les droits contractuels de ce dernier.

CHAPITRE II UN RENFORCEMENT DES DROITS CONTRACTUELS DU CONSOMMATEUR

La mesure phare de la directive du 25 octobre 2011 concerne le droit de rétractation du consommateur dont les modalités et les conséquences en ressortent sensiblement modifiées, afin d'assurer au consommateur le temps de la réflexion (**Section I**). D'autres mesures s'attachent aussi à garantir la satisfaction du consommateur en termes d'exécution du contrat. (**Section II**).

SECTION I : Le régime du droit de rétractation

La loi Hamon réaffirme le principe d'un droit de rétractation pour le consommateur tout en transposant les nouveautés édictées, sous l'influence du droit communautaire. (§1) Il convient par la suite, de rappeler les modalités de mise en œuvre de ce droit. (§2)

⁵⁴ Y. Picod, «Loi Hamon relative à la consommation : la force des faibles », *Droit et procédures : la revue des huissiers de justice*, mars 2014, n° 3, p. 2-5

§1. La possibilité de se rétracter en ligne

D'une manière générale, le droit de rétractation est essentiel dans le paysage des contrats à distance. Non seulement, la directive met en avant un droit de rétractation pour le consommateur - même si celui-ci reste limité à certains cas (A) - mais elle permet également l'harmonisation sur le plan européen du délai de rétractation. Celui-ci a désormais, vocation à s'appliquer de manière uniforme dans chaque État membre. (B)

A. Le champ d'application du droit de rétractation

Un champ d'application limité. Le domaine d'application du droit de rétractation est circonscrit. En effet, si certaines exclusions sont maintenues et ont déjà été envisagées comme le contrat à distance portant sur la fourniture de biens confectionnés selon le Code de la Consommation⁵⁵ ; d'autres sont nouvellement intégrées, comme le contrat relatif à la fourniture d'un contenu numérique non fourni sur un support matériel dont l'exécution a commencé après accord préalable exprès du consommateur et renoncement à son droit de rétractation. Le consommateur devra être informé qu'il ne bénéficie pas de ce droit de rétractation sous peine d'amendes administratives et sanctions pénales alourdies⁵⁶. Si le droit de rétractation renforce la protection du consommateur, il n'en reste pas moins limité dans certains cas. La directive énonce une série d'exceptions à ce droit.

Les exceptions communes. Il existe des exceptions pour lesquelles le droit de rétractation ne s'applique pas. On distingue notamment, la fourniture de biens susceptibles de se détériorer ou de se périmer rapidement, la fourniture de biens ou de services dont le prix dépend de fluctuations sur le marché financier, la fourniture de biens confectionnés selon la spécification du consommateur ou nettement personnalisés, la fourniture d'enregistrements audio ou vidéo scellés ou de logiciels informatiques scellés et qui ont été descellés après livraison, la fourniture d'un journal, d'un périodique ou d'un magazine sauf pour les contrats d'abonnement à ces publications, les prestations de services d'hébergement autres qu'à des fins résidentielles, de transport de biens, de location de voitures, de restauration ou de services liés à des activités de loisirs si le contrat prévoit une date ou une période d'exécution spécifique. En vertu de l'article L. 121-20-4 du Code de la consommation, le droit de rétractation ne s'applique donc pas aux contrats ayant pour objet la prestation de services

⁵⁵ Article. L. 121-21-8, du Code de la consommation

⁵⁶ Article. L. 121-22 du Code de la consommation



d'hébergement, de transport, de restauration, de loisirs qui doivent être fournis à une date ou selon une périodicité déterminée. La Cour de cassation va faire application de cet article par un arrêt de principe en date du 25 novembre 2010.⁵⁷

Les exceptions spécifiques. Est une exception spécifique, la fourniture de boissons alcoolisées dont le prix a été convenu au moment de la conclusion du contrat de vente, dont la livraison ne peut être effectuée qu'après trente jours et dont la valeur réelle dépend de fluctuations sur le marché échappant au contrôle du professionnel. Il en est de même pour les réparations urgentes et travaux de maintenance au domicile du consommateur à sa demande, ainsi que de la fourniture d'un contenu numérique non fourni sur un support matériel si l'exécution a commencé avec l'accord préalable exprès du consommateur, lequel a également reconnu qu'il perdra ainsi son droit de rétractation.

Avec la directive et le projet de la loi Hamon, ne bénéficieront pas d'un droit de rétractation les contrats de service après que le service ait été pleinement exécuté, si l'exécution a commencé avec l'accord préalable exprès du consommateur, lequel a également reconnu qu'il perdra son droit de rétractation une fois que le contrat aura été pleinement exécuté par le professionnel⁵⁸. Dès lors, doit-on en déduire que si le consommateur n'a pas reconnu perdre son droit de rétractation après que le contrat ait été pleinement exécuté, il pourra toujours s'en prévaloir? La question reste en suspend.

B. L'uniformisation des délais de rétractation

Extension de la durée du délai de rétractation. Auparavant, le délai de rétractation était de sept jours francs à compter de la réception des biens ou de l'acceptation de l'offre pour les prestations de services et de trois mois en cas de défaut d'information sur le droit de rétractation⁵⁹. Ce délai s'étendra à douze mois, si le vendeur n'a pas clairement informé le consommateur de son droit de rétractation⁶⁰. Avec la loi du 17 mars 2014, le consommateur disposera d'un délai de quatorze jours pour exercer son droit de rétractation, sans avoir à

⁵⁷ Cass., Civ. 1^{ère}, 25 novembre 2010, pourvoi n° 09-70.833 « le droit de rétractation [...] ne s'applique pas aux contrats conclus par voie électronique ayant pour objet la prestation de services d'hébergement, de transport, de restauration, de loisirs qui doivent être fournis à une date ou selon une périodicité déterminée [...] le droit de rétractation n'était donc pas applicable à la prestation de service litigieuse ».

⁵⁸ Article 16 a) de la directive 2011/83/UE du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2011 relative aux droits des consommateurs et L 121-21-8 al 1 nouveau du Code de la consommation

⁵⁹ Article L 121-20 du Code de la consommation

⁶⁰ Article 10 de la directive 2011/83/UE du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2011 relative aux droits des consommateurs, et Article L 121-21-1 Loi Hamon lorsque les informations relatives au droit de rétractation n'ont pas été fournies au consommateur dans les conditions prévues [...] le délai est prolongé de douze mois »

motiver sa décision et ne supportera que les frais de renvoi du bien⁶¹, ce qui, n'est pas une extension négligeable⁶². L'alinéa 2 de l'article L 121-21 de la loi consommation dispose que lorsque la fourniture de ces informations intervient pendant cette prolongation, le délai de rétractation expire au terme d'une période de quatorze jours à compter du jour où le consommateur a reçu ces informations. Ce délai de quatorze jours conforte le sentiment d'une volonté d'harmonisation en matière de rétractation, impulsé par le droit de l'Union européenne, en substitution au délai de sept jours jusqu'ici privilégié en droit interne.⁶³ En ce sens, peut être fait mention de la réforme intervenue récemment en matière de crédit à la consommation qui a également consacré un nouveau délai de quatorze jours.

Un point de départ différé du délai selon les situations. En présence de plusieurs biens commandés le même jour mais livrés séparément, le délai court à compter de la livraison du dernier bien⁶⁴. Dans le cas des contrats de vente, il expire au terme d'une période de quatorze jours à compter du jour où le consommateur ou un tiers autre que le transporteur et désigné par le consommateur, prend physiquement possession des biens. Les consommateurs bénéficient également d'un droit de rétractation en cas de visites sollicitées.

Les éventuelles dérives d'un tel prolongement. Ce délai est favorable au consommateur mais pourrait conduire à des dérives. Ainsi donc, si le point de départ du délai diffère selon la nature du contrat et du bien qui en est l'objet⁶⁵, et que le délai ne commence à courir qu'à compter de la réception du dernier produit livré, le consommateur dispose d'un large temps pour profiter de l'article acheté et de le retourner. En outre, « cette règle a suscité la réprobation de nombreux parlementaires au motif qu'il suffira à un consommateur de placer dans sa commande un bien temporairement en rupture de stock pour retarder le point de départ du délai de rétractation jusqu'à ce que ce bien soit enfin livré »⁶⁶. Afin de lutter contre cette dérive, certains ont émis l'idée selon laquelle le renvoi du début du délai de rétractation

⁶¹ Article L 121-21 du Code de la consommation

⁶² «Le fait que ce nouveau délai résulte de la transposition de la Directive du 25 octobre 2011 constitue un obstacle au contrôle de conformité à la Constitution»: Cons. const., décision n° 2014-690 DC, du 13 mars 2014, consid. 31 et s.

⁶³ Hebdo édition affaires n°378 du 17 avril 2014 Consommation N° LXB : N1808BUI . Un corps de règles commun aux contrats à distance et aux contrats hors établissement (commentaire des articles 9 à 17 de la loi n° 2014-344 du 17 mars 2014) par Frédérique Julienne,

⁶⁴ Article 9 de la directive 2011/83/UE du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2011 relative aux droits des consommateurs, modifiant la directive 93/13/CEE du Conseil et la directive 1999/44/CE du Parlement européen et du Conseil et abrogeant la directive 85/577/CEE du Conseil et la directive 97/7/CE du Parlement européen et du Conseil.

⁶⁵ Article L. 121-21, al. 2) du Code de la consommation

⁶⁶ N. Rzepecki «Le renforcement de la protection pour les contrats conclus à distance et hors établissement», *Gazette du Palais*, 24 avril 2014 n° 114, P. 15

ne vaut que pour les produits indissociables⁶⁷, mais l'amendement n'a pu être retenu au motif que la directive est sur ce point d'harmonisation maximale.

§2. La mise en œuvre du droit de rétractation

Il convient de comprendre la mise en œuvre de ce droit de rétractation, en étudiant tout d'abord ses modalités d'exercice (A) et d'observer les conséquences qui en découlent. (B)

A. Les modalités d'exercice du droit de rétractation

Le choix entre divers moyens de rétractation pour le cyberconsommateur. Pour exercer son droit, le consommateur doit informer le professionnel, avant l'expiration du délai de rétractation, de sa décision de se rétracter du contrat. Pour ce faire, le consommateur peut utiliser le modèle de formulaire de rétractation figurant à l'annexe 1 B de la directive. Ce formulaire sera plus clair et plus explicite et devra remplacer le modèle français prévu à l'article R 1212-2 du Code de la consommation puisque selon l'article 11, § 1, dernier alinéa de la directive « les États membres s'abstiennent d'imposer toute exigence de forme relative au modèle de formulaire de rétractation autre que celles visées à l'annexe 1, partie b ». Le consommateur peut également faire une déclaration dénuée de toute ambiguïté manifestant sa volonté de renoncer au contrat. Selon les dispositions internes à chaque État, cette faculté de rétractation pourra s'effectuer par courriel sur le site du professionnel.

L'article 11 paragraphe 2 de la directive prévoit que le consommateur doit adresser sa volonté de se rétracter avant l'expiration du délai. Le consommateur n'aura satisfait aux exigences de la directive que si l'expédition de la renonciation est faite dans le délai (sauf à préciser un délai ultérieur, lorsque le délai se termine un dimanche ou un jour férié). Mais, si le consommateur exerce son droit en ligne, le professionnel doit lui adresser un accusé de réception sur support durable.

La preuve de la rétractation. Concernant la preuve, l'article 11, § 4 de la directive fait peser cette charge sur le consommateur. La loi Consommation confirme cette disposition dans son article L 121-21-2 alinéa 3. En tout état de cause, il n'est plus nécessaire de recourir à la lettre recommandée avec accusé de réception. Cependant, pour d'évidentes raisons, et

⁶⁷ Syndicat des opticiens entrepreneurs, "Projet de loi Hamon : le point sur les dispositions et positions défendues par le SynOpE" 17 déc. 2013 ; « Les opticiens ne sont pas des marchands de lunettes » : *Le Figaro* 17 sept. 2013.

notamment celle de la question de la preuve, on ne peut que la conseiller au consommateur sur qui pèse la charge de la preuve de l'exercice du droit de rétractation dans les conditions légales.⁶⁸ Quoiqu'il en soit, l'exercice du droit de rétractation est un droit discrétionnaire en ce sens que le consommateur n'a pas d'explication ou de justification à apporter⁶⁹. Le consommateur n'encourt aucune responsabilité du fait de l'exercice de son droit. Dans le droit positif français, ce caractère discrétionnaire est affirmé, de manière générale, pour les contrats à distance⁷⁰.

« **Rétractation sur rétractation ne vaut** ». Le consommateur ne pourra pas revenir sur sa volonté de se rétracter une fois qu'il aura exercé ce droit. Toutefois, la jurisprudence autorise le professionnel à demander une indemnité compensatrice au consommateur qui aurait utilisé le bien acheté à distance d'une manière excessive avant de se rétracter. Avec la directive, le consommateur n'étant pas en mesure de voir le bien qu'il achète, il devrait être autorisé à tester le produit⁷¹. La loi Consommation considère que « la responsabilité du consommateur ne peut être engagée qu'en cas de dépréciation des biens résultant de manipulations autres que celles nécessaires [...] »⁷² Ainsi, le consommateur aura le droit de tester le produit gratuitement sauf à procéder à des manipulations autres que celles nécessaires. Cela peut se comprendre dans le cadre d'une vente à distance, où le consommateur n'a pas l'opportunité d'examiner le bien avant achat.

B. L'effet du droit de rétractation

L'extinction de l'obligation des parties d'exécuter ou de conclure le contrat.
« L'exercice du droit de rétractation a pour effet d'éteindre l'obligation des parties⁷³ ». Cette obligation étant celle d'exécuter le contrat ou, si le consommateur en était resté au stade de l'offre de contrat, celle de conclure le contrat. Il y a donc là confirmation du fait que le contrat est bien conclu au moment de l'engagement qui est pris mais que, pendant quatorze jours, le consommateur peut renoncer à remplir les obligations nées de ce contrat. L'extinction des obligations des parties contractantes, à savoir l'exécution du contrat à distance ou de la conclusion du contrat à distance lorsque le consommateur a fait une offre emporte des

⁶⁸ Article L. 121-21-2, al. 3) du Code de la consommation

⁶⁹ Art. 8 de la directive 2011/83/UE du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2011 relative aux droits des consommateurs

⁷⁰ Art. L. 121-20 du Code de la consommation

⁷¹ Article 14.2 loi Hamon

⁷² Article L 121-21-3 al 3 du nouveau Code de la consommation

⁷³ Article 12 de la directive 2011/83/UE du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2011 relative aux droits des consommateurs, modifiant la directive 93/13/CEE du Conseil et la directive 1999/44/CE du Parlement européen et du Conseil et abrogeant la directive 85/577/CEE du Conseil et la directive 97/7/CE du Parlement européen et du Conseil.

conséquences tant à l'égard du consommateur que du professionnel. Le droit de rétractation produit des effets par son exercice, mais aussi par sa seule existence.

L'obligation de réexpédition du bien par le consommateur. Le consommateur a l'obligation de renvoyer le bien au professionnel dans un délai maximum de quatorze jours suivant la communication de sa décision de rétractation au professionnel. Selon l'article 14 de la directive, le consommateur doit réexpédier la marchandise reçue à ses frais sauf si le professionnel accepte de prendre en charge cette réexpédition ou qu'il n'a pas informé le consommateur de cette information. L'article L 121-21-5 nouveau du Code de la consommation considère que le consommateur qui exerce son droit de rétractation d'un contrat de prestation de services dont l'exécution commencée à sa demande expresse avant la fin du délai de rétractation, verse au professionnel un montant correspondant au service fourni jusqu'à la communication de sa décision de se rétracter. Ce montant sera proportionné au prix total de la prestation. Il en est de même pour les contrats de prestations de services ou pour la fourniture d'eau de gaz et d'électricité non conditionnés, le professionnel a la charge des frais s'il n'a pas informé le consommateur des frais de réexpédition⁷⁴ ou s'il n'a pas expressément demandé que l'exécution commence avant l'expiration du délai de rétractation.

Pour les contrats de fourniture d'un contenu numérique, aucun coût ne pèse sur le consommateur s'il n'a pas donné un accord exprès pour que l'exécution du contrat commence avant l'expiration du délai de rétractation, ou s'il n'a pas perdu son droit en donnant son accord ou alors si le professionnel n'a pas envoyé de confirmation du contrat⁷⁵. Concernant la réexpédition, celle-ci doit se faire dans le délai de quatorze jours suivant la communication d'exercer son droit de rétractation. Bien que la directive n'en parle pas, la preuve de la réexpédition devra être supportée par le consommateur. Il semble cependant que la seule preuve de la remise à un transporteur soit suffisante (art. 13, § 3). Partant de ce fait, le professionnel devra supporter les risques de perte et de détérioration dans le transport.

De plus, le professionnel est tenu d'adresser un accusé de réception de la rétractation sur un support durable. Autrement dit, il doit lui envoyer cet accusé de réception le plus rapidement possible, par exemple par email. Enfin, il convient de souligner que la dépréciation des biens pourra engager la responsabilité du consommateur. Toute détérioration du produit pourra engager la responsabilité du consommateur sous certaines conditions.

⁷⁴ Art. 6, § 1, h et j de la directive 2011/83/UE du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2011 relative aux droits des consommateurs,

⁷⁵ Art. L 121-21-6 de la loi Hamon

Cependant, la mise en œuvre de ces dispositions n'est pas simple, et ce, notamment si le remboursement du consommateur a lieu avant la réception du bien.

Les conséquences de la résolution du contrat. Selon l'article L. 138-3 nouveau du Code de la consommation, lorsque le contrat est résolu, le professionnel est tenu de rembourser toutes les sommes versées, au plus tard dans les quatorze jours. La somme versée d'avance par le consommateur est majorée de plein droit de 10 % si le remboursement intervient au plus tard trente jours au-delà de ce terme, de 20 % jusqu'à soixante jours et de 50 % ultérieurement. La majoration est de plein droit, il n'est pas nécessaire de faire une mise en demeure. La directive imposait au professionnel de rembourser le consommateur "sans retard excessif", ce qui laissait la porte ouverte à bien des interprétations. Cette rédaction est bien plus précise et bien plus favorable au consommateur que ce qui existait auparavant en droit français. En effet, jusqu'à présent, les sommes versées d'avance sont productives, à compter de la mise en demeure, d'intérêt au taux légal en matière civile (0,04 % pour l'année 2013, article 1153 du Code civil). Ces montants devraient dissuader les professionnels de tarder à rembourser les sommes qui leur ont été versées. Les dispositions sur la livraison étant d'ordre public, leur non-respect devrait donc, en principe, entraîner la nullité du contrat.

Une décote en cas d'usage abusive du bien. La nouveauté permettant de tempérer l'augmentation du délai de rétractation consiste en la possibilité pour le professionnel de pratiquer une décote lorsque le produit retourné a été utilisé de manière abusive. Cependant, des interrogations sur l'étendue de cette décote se posent, notamment sur les modalités de calcul de ladite décote. A titre d'exemple, peut être cité le cas d'un marchand qui aurait déjà remboursé un produit retourné sur la base de la preuve de sa réexpédition, et qui, par la suite découvre en recevant l'article, que celui-ci a été utilisé au-delà du droit à l'essai. Dans cette hypothèse, la loi ne prévoit pas la possibilité de récupérer la différence entre le montant remboursé et la décote⁷⁶. Ainsi, jusqu'à quel degré un bien pourra-t-il être considéré comme déprécié ? Cela laisse une porte ouverte à l'interprétation.

Comme développé précédemment, l'article L 121-20-2 du Code de la consommation prévoit des cas où le droit de rétractation ne peut être exercé. Ainsi, si on prend l'alinéa 4 de cet article, le droit de rétractation ne prend pas en compte les enregistrements audio et vidéo ou logiciels informatiques qui ont été descellés. Il en résulte que l'ouverture d'un colis ferait

76 F. Fauconnier, « loi Hamon sur l'e-commerce : ce qu'il faut faire pour être prêt le 13 juin », article sur le *journal du net* du 4 avril 2014.

obstacle à l'exercice du droit de rétractation. Par conséquent, le droit de rétractation ne pourrait a priori ne plus être exercé dès lors qu'un bien a été utilisé, essayé. Toutefois, la directive du 25 Octobre 2011 emprunte un cheminement inverse. Même si, elle pose quelques limites au droit de rétractation, en affirmant par exemple dans son article 16, e) que « la fourniture de biens scellés ne pouvant être renvoyés pour des raisons de protection de la santé ou d'hygiène et qui ont été descellés par le consommateur après livraison ».

Dans son considérant 37, elle indique que « le consommateur devrait être autorisé à essayer et inspecter le bien qu'il a acheté, dans la mesure nécessaire pour établir la nature, les caractéristiques et le bon fonctionnement » puisqu'il n'est pas en mesure de le voir avant de l'acheter. D'autre part, elle indique dans son considérant 47 que « pour établir la nature, les caractéristiques et le bon fonctionnement des biens, le consommateur devrait uniquement les manipuler et les inspecter d'une manière qui lui serait également permise en magasin. Par exemple, il devrait seulement essayer un vêtement et non pas le porter. » Il résulte de cette « faculté d'essai » du bien, qu'elle n'entraîne pas la disparition du droit de rétractation pour le consommateur.

Par ailleurs, des critiques peuvent être émises, puisqu'il est matériellement impossible pour le professionnel de réellement savoir en pratique l'étendue de la « dépréciation » du bien. En effet, si on prend l'exemple d'une personne « soigneuse », qui, à l'occasion de la réception d'un vêtement, l'utilise – le porte comme dans la vie de tous les jours - sans l'abîmer ou le tâcher durant le délai de rétractation; il n'y aurait aucune raison pour le professionnel de soupçonner une quelconque utilisation abusive du bien. À ce titre, la directive ne condamne pas un tel comportement puisque dans son considérant 47, elle considère que « certains consommateurs exercent leur droit de rétractation après avoir utilisé les biens dans une mesure qui excède ce qui est nécessaire pour établir la nature, les caractéristiques et le bon fonctionnement du bien ». Dans ce cas, le consommateur ne devrait pas perdre son droit de rétractation, mais devrait répondre de « toute dépréciation des biens ». Ce considérant est repris à l'article 14.2 de la directive⁷⁷ et a été fidèlement transposé par la loi Hamon à l'article L. 121-21-3, alinéa 3

⁷⁷ Article 14.2 aux termes duquel « la responsabilité du consommateur n'est engagée qu'à l'égard de la dépréciation des biens résultant de manipulations des biens autres que celles nécessaires pour établir la nature, les caractéristiques et le bon fonctionnement de ces biens ».

en vertu duquel la responsabilité du consommateur ne pourra être engagée qu'en cas de dépréciation des biens.⁷⁸

La capacité de « non achat » du consommateur. Certains magistrats ont pu déplorer ce droit arbitraire laissé aux consommateurs.⁷⁹ En effet, il existe une réelle volonté de protéger le droit de rétractation du consommateur. Partant de cela, il est nécessaire de considérer que le droit de rétractation se cumule avec le droit de l'acheteur d'essayer et de retourner, en cas « d'insatisfaction », les vêtements qu'il a pu acquérir. Ainsi, l'autonomie du droit de rétractation vis-à-vis de la faculté d'essai est très favorable au consommateur et largement préjudiciable au professionnel. Cette directive tend à favoriser les dérives d'une société de consommation basée notamment sur une « mode d'apparence », selon laquelle un acheteur pourra acheter chaque vêtement qu'il desire, le porter pendant une « assez longue durée » et le retourner, tout en recommençant le même processus. Il faut également souligner que ce processus pourra s'appliquer à d'autres types de biens – tels que la téléphonie ou l'électronique par exemple – que les habits. Henry Ford, précurseur de la production de masse, affirmait que « les entreprises paient autant leurs salariés pour qu'ils fabriquent leurs produits ou services, que pour qu'ils les consomment ». Cependant, la société tend à faire émerger « le spectre structurel du non-consommateur⁸⁰ ». Ainsi, le vrai pouvoir du consommateur réside moins dans son pouvoir d'achat que dans sa capacité de non achat. Le non-consommateur ne rejette pas la consommation. Il veut consommer mieux, autrement, être entendu et reconnu comme un acteur majeur du marché⁸¹. Cette perspective rejoint notamment l'idée développée par un auteur⁸² selon laquelle « la consommation est l'unique but, l'unique terme de toute production, et on ne devrait jamais s'occuper de l'intérêt du producteur qu'autant seulement qu'il faut pour favoriser l'intérêt du consommateur. »

L'obligation de remboursement des sommes perçues par le professionnel. Le professionnel a une obligation de remboursement des sommes reçues du consommateur⁸³. Ce remboursement doit comprendre le prix principal et les frais de livraison sauf dans le cas où le consommateur aurait choisi un mode de livraison plus coûteux que le mode standard proposé

⁷⁸ Article L. 121-21-3, alinéa 3 du Code de la consommation « La responsabilité du consommateur ne peut être engagée qu'en cas de dépréciation des biens résultant de manipulations autres que celles nécessaires pour établir la nature, les caractéristiques et le bon fonctionnement de ces biens, sous réserve que le professionnel ait informé le consommateur de son droit de rétractation, conformément au 2° du I de l'article L. 121-17. »

⁷⁹ E. Bazin, « le droit de repentir du consommateur », *D.* 2008

⁸⁰ M. Walhen, « où se trouve le vrai pouvoir du consommateur ? » *marketing* n°100 - 01/12/2005.

⁸¹ R. Sansaloni, *le non-consommateur, comment le consommateur reprend le pouvoir* – Broché, 2006

⁸² Adam Smith, citation, 1723

⁸³ L. 121-20-1 du Code de la consommation

par le professionnel. Sur ce point, la directive précise que le professionnel est tenu d'effectuer le remboursement en utilisant le même moyen de paiement que celui auquel le consommateur a eu recours dans la transaction initiale, à moins que le consommateur ait donné expressément son accord pour recevoir le remboursement via un autre moyen. Ces modalités étaient déjà en vigueur depuis la loi Chatel, à une distinction près, puisqu'elle interdisait de rembourser un achat sous forme d'avoirs ou de bons cadeaux (à moins d'obtenir l'accord du client). La loi Hamon, quant à elle, permet de rembourser sous forme d'avoirs ou bons cadeaux uniquement les clients qui ont réglé leur commande par ce même mode de paiement⁸⁴. Subrepticement, cela permet donc d'éviter que les consommateurs ne puissent abuser de leur droit de rétractation pour transformer leurs avoirs ou bons cadeaux en argent.

Le remboursement d'une livraison expresse au tarif standard. Des interrogations peuvent se poser sur les livraisons plus rapides proposées par certaines entreprises de vente à distance, et notamment de savoir si ces modes de livraison devront être assimilés au mode standard ou au mode le plus coûteux. Si le consommateur choisit le mode de livraison le plus coûteux, il n'est pas précisé si l'entreprise sera obligée de rembourser le prix d'une telle livraison ou si elle pourra limiter son remboursement aux frais de livraison standard. Ces interrogations, qui avaient déjà émergées avec la loi Chatel, trouveront leurs réponses dans la loi Hamon. En effet, il est désormais prévu que le vendeur peut rembourser au coût d'une livraison standard le client se rétractant qui avait choisi un mode de livraison expresse. Le remboursement doit être effectué au plus tard dans un délai de quatorze jours suivant le jour où le professionnel est informé de la décision du consommateur de se rétracter⁸⁵; il s'agit du jour de réception de la lettre recommandée avec demande d'avis de réception adressée par le consommateur. Cette disposition a pu faire l'objet de critiques, M. Joël Labbé⁸⁶ réplique qu'ainsi, un vendeur pourra se trouver amené à devoir rembourser des biens qu'il n'a pas encore reçus et ne recevra peut être jamais. Cet auteur se positionne notamment dans la même logique des magasins physiques, à savoir le remboursement après le retour du produit.

La possibilité pour le professionnel de différer les remboursements. La directive (art. 13, § 3 de la directive) prévoit tout de même, la possibilité pour le professionnel de différer ses remboursements jusqu'à ce qu'il récupère les biens vendus ou jusqu'à ce que le consommateur ait fourni une preuve de l'expédition de ces biens, la date retenue étant celle du

⁸⁴ F. Fauconnier, « loi Hamon sur l'e-commerce : ce qu'il faut faire pour être prêt le 13 juin », article sur le *journal du net* du 4 avril 2014.

⁸⁵ Article L 121-21-4 du Code de la consommation.

⁸⁶ J. Labbé. Commentaire sous l'amendement n°42 rectifié bis non adopté. Amendement n°227, présenté par M. Labbé, Mme Aïchi, Ango Ela, Archimbaud, Benbassa, Blandin et Bouchoux, MM. Dantec, Desessard et Gattolin, Mme Lipietz et M. Placé.

premier de ces faits (art. L. 121-21-4, al. 2 du Code de la consommation). Il doit ne pouvoir rembourser qu'à partir du moment où il a récupéré les biens ou, du moins, qu'il sait pouvoir les récupérer. Un auteur considère notamment qu'on doit voir dans cette disposition une manifestation du caractère équilibré de la loi qui entend préserver également les intérêts des petits professionnels⁸⁷. Cependant, à partir du moment où le professionnel ne peut plus différer le remboursement, c'est-à-dire, dès qu'il a été informé du renvoi de la marchandise, il pourra être amené à rembourser alors même qu'il n'a pu vérifier que la marchandise ait été renvoyée en l'état. Par conséquent, l'entreprise devra rembourser sur simple présentation d'un bon d'expédition⁸⁸. Cette disposition peut donner lieu à critique. Un amendement n°227 avait d'ailleurs été présenté pour modifier la disposition, en permettant de différer le remboursement jusqu'à récupération des biens⁸⁹. Sur ce point, M. Hamon parlait justement d'une directive « mal fagotée » puisque l'obligation de transposition maximale ne laissait aucune marge de manœuvre au Parlement. De plus, le Conseil constitutionnel, dans sa décision du 13 mars 2014⁹⁰, a refusé de sanctionner la disposition au motif que l'article L. 121-21-4 du Code de la consommation n'est que la reprise exacte d'une disposition inconditionnelle et précise de la directive de 2011 et qu'il n'est donc pas compétent pour en vérifier la conformité à la Constitution. Il reste que le professionnel pourra, le cas échéant, faire jouer la responsabilité du consommateur (art. L. 121-21-3, al. 3). En outre, s'il attend d'avoir réceptionné les biens avant de rembourser, son retard ne sera quasiment pas sanctionné.

Généralement, le droit de rétractation permet au client de résoudre, dans la plupart des cas, les problèmes de défauts de conformité et de vices cachés. Néanmoins, cela ne solutionne pas tout. Cela nous amène à envisager l'exécution du contrat à distance.

SECTION II : Les conséquences de l'exécution du contrat

L'exécution du contrat à distance implique quasi systématiquement des délais de livraison (§1) et l'intervention d'un transporteur. (§2)

⁸⁷ Renforcement de la protection pour les contrats conclus à distance et hors établissement Nathalie Rzepecki Gazette du palais

⁸⁸ V. Létard commentaire sous l'amendement n° 227 non adopté.

⁸⁹ L'amendement n°42 rectifié bis n'a pas été adopté. Présenté par M. Labbé, Mmes Aïchi, Ango Ela, Archimbaud, Benbassa, Blandin et Bouchoux, MM. Dantec, Desessart et Gattolin, Mme Lipietz et M. Placé. Proposition de rédiger l'alinéa 97 comme il suit : « Pour les contrats de vente de biens, à moins qu'il ne propose de récupérer lui-même les biens, le professionnel peut différer le remboursement jusqu'à récupération des biens. »

⁹⁰ Cons. Constit. Décision n° 2014-690 DC du 13 mars 2014, JORF n°0065 du 18 mars 2014 page 5450 texte n° 2

§1. Livraison et transferts de risque

La nouvelle réglementation de la loi Hamon permet à l'internaute d'avoir des éclaircissements sur le cheminement du bien acheté, ceux-ci portant, tant sur les modalités de livraison (A) que sur le transfert de la propriété de la chose vendue à l'acquéreur. (B)

A. Les modalités de livraison

Date et délai de livraison. La livraison s'entend notamment comme le transfert de la possession physique ou du contrôle du bien au consommateur.⁹¹ Celle-ci, doit intervenir au plus tard dans un délai de trente jours après la commande, sauf si les parties en disposent autrement. À défaut, si le professionnel n'a pas effectué la livraison dans le délai supplémentaire convenu avec le consommateur, ce dernier peut mettre fin au contrat ou faire usage d'autres recours prévus par le droit national.⁹² Pour les contrats à distance, le consommateur doit connaître avant de signer le contrat la date de livraison, celle-ci est obligatoire quel que soit le montant de la commande⁹³. Désormais, les nouvelles dispositions s'appliquent à tous les contrats et non pas à partir d'un certain seuil comme c'était le cas jusqu'à présent. Il aurait été préférable que le professionnel soit obligé de donner une date limite et non pas seulement un délai qui peut être source d'incertitudes.

Retard dans la livraison et résolution du contrat, une nouvelle obligation mise à la charge du consommateur. En vertu de l'article L. 138-2 nouveau du Code de la consommation, en l'absence de date de livraison ou d'exécution de la prestation, le professionnel doit livrer ou exécuter la prestation sans retard injustifié et au plus tard dans les trente jours après la conclusion du contrat. Dans l'hypothèse où le vendeur ne respecterait pas le délai de livraison fixé dans ses conditions de vente ou le délai supplétif légal, le consommateur sera en droit, sous conditions, d'annuler sa commande. La différence réside dans le fait que le consommateur ne pourra plus obtenir la résolution du contrat directement, contrairement à l'ancien système où il suffisait d'agir à partir du septième jour de retard. Il devra en effet procéder en deux étapes. D'une part, le consommateur devra adresser une lettre d'injonction en recommandé pour accorder un délai raisonnable au professionnel, comme une sorte de préavis. Ce délai est à la libre appréciation du consommateur, on se doute qu'il y aura

⁹¹ Art. L. 138 -1 al 3 nouveau du Code de la consommation

⁹² Art. 18 de la directive 2011/83/UE du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2011 relative aux droits des consommateurs, modifiant la directive 93/13/CEE du Conseil et la directive 1999/44/CE du Parlement européen et du Conseil et abrogeant la directive 85/577/CEE du Conseil et la directive 97/7/CE du Parlement européen et du Conseil.

⁹³ Art. L. 121-20-2 du Code de la consommation

alors matière à discussion en cas de conflit. Par ailleurs, il n'est pas précisé dans quel délai le client devra se manifester. D'autre part, si le commerçant ne s'est toujours pas exécuté, le client pourra résilier le contrat par lettre recommandée et obtenir le remboursement de ce qu'il a payé dans les quatorze jours. Le contrat est considéré comme résolu à la réception par le professionnel de la lettre recommandée avec accusé de réception ou de l'écrit l'informant de cette résolution, à moins que le professionnel ne se soit exécuté entre temps. Notons, à cet égard, qu'il sera très important de conserver la preuve de cet envoi et qu'une lettre recommandée avec accusé de réception est préférable à un simple écrit.

Les difficultés d'interprétation. Si le délai n'est pas respecté, le consommateur doit relancer le professionnel par lettre recommandée avec accusé de réception en lui fixant un délai « supplémentaire adapté aux circonstances ». ⁹⁴ Cela risque d'être à l'origine de contentieux. En effet, qu'est-ce « qu'un délai raisonnable adapté aux circonstances » ? Ce n'est qu'après l'expiration de ce délai que le consommateur aura le droit de demander l'annulation de la vente. Ce qui revient en fait, à accorder un délai supplémentaire au professionnel. En cas de résiliation, le professionnel devra rembourser toute somme versée par le consommateur.

Toutefois, il peut éviter la première étape et résilier sans accorder un « préavis » s'il a précisé au moment de sa commande que le délai de livraison était une des conditions essentielles à son consentement, ce qu'il aura donc intérêt à faire dans tous les cas ⁹⁵. De cette manière, le consommateur pourra demander la résolution du contrat immédiatement sans fixer au professionnel un nouveau délai. Mais là encore, comment apprécier cette notion de « condition essentielle » ? Elle pourrait résulter des circonstances qui entourent la conclusion du contrat ou bien, être une demande expresse du consommateur avant la conclusion du contrat. De surcroît, un problème de preuve risque de se poser. Le consommateur aura intérêt à faire spécifier à chaque fois dans le contrat que la date de livraison est essentielle pour lui.

Le considérant 52 de la directive donne pour exemple, la réalisation d'une robe de mariée pour laquelle le caractère essentiel de la date de livraison ne fait aucun doute. De même, lorsque le professionnel refuse de livrer le bien ou de fournir le service, le consommateur peut mettre fin immédiatement au contrat. On peut se demander : comment le

⁹⁴ Art. L 138-2 de la loi Hamon

⁹⁵ V. Legrand. « Les contrats conclus à distance et hors établissement dans le projet de loi « consommation » ». *Les Petites affiches*, 04 juin 2013 n° 111, P. 5 -

consommateur aura la preuve du refus de livrer de la part d'un professionnel en dehors d'un écrit de ce dernier ?

B. Le transfert de risques

Un acheteur supportant auparavant les risques dès transfert de la propriété. Juridiquement, on admettait que l'acheteur ne devenait propriétaire de la marchandise qu'à partir de la signature du contrat de vente et ce, même si la livraison n'est pas immédiate. Or, sur la base de la règle *res perit domino*, reprise dans l'article 1138 du Code civil, que l'acheteur, propriétaire de la marchandise supporte les risques du transport c'est-à-dire que c'est à lui d'exercer un recours auprès du transporteur si la marchandise est endommagée après la vente, et notamment pendant le transport. Par ailleurs, le Code de commerce édicte que le transporteur est présumé responsable des dommages subis pendant le transport ainsi que de la perte sauf cas de force majeure (article L 133-1 du Code de commerce). Le propriétaire de la marchandise dispose de trois jours (jours fériés non compris), sous peine de forclusion, c'est-à-dire sous peine de perdre le droit de demander réparation, pour faire savoir au transporteur, par lettre recommandée, que la marchandise est endommagée (article L. 133-3 du Code de commerce). Jusqu'à présent, la règle applicable résultait de la combinaison d'articles issus du Code civil et du Code de commerce. Certains auteurs militaient pour qu'une règle impérative fasse peser les risques du transport sur celui qui traite avec le transporteur, c'est-à-dire, le plus souvent, le vendeur⁹⁶.

Un vendeur désormais responsable jusqu'à la livraison du bien au consommateur. Une nouvelle réglementation relative au moment du transfert du risque s'imposait aux fins de transposer l'article 20 de la directive du 25 octobre 2011. Selon l'article 20 précité, les risques de perte et de détérioration de la chose vendue restent à la charge du professionnel jusqu'au moment où le consommateur entre physiquement en possession de la chose soit par lui-même, soit par un tiers désigné par lui. Ce tiers n'est autre que le transporteur. Il convient de distinguer selon que celui-ci est proposé par le professionnel ou non. Lorsque le consommateur confie lui-même la livraison à un transporteur non proposé par le professionnel c'est-à-dire indépendant, le transfert des risques

⁹⁶ J. Callais-Auloy, *Droit de la consommation*, Dalloz, 2010, n° 106.

au consommateur a lieu dès la remise au transporteur⁹⁷. La loi Hamon est venu préciser qu'en cas de livraison de la chose, les risques pèsent sur le professionnel, par dérogation à la règle précitée, *res perit domino*⁹⁸. Elle transpose la directive aux articles L. 138-4 et L. 138-5 nouveaux du Code de la consommation. Cette solution résultait de l'article L. 121-20-3 du Code de la consommation, issu de la loi du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique. Cet article précise, en effet, que « le professionnel est responsable de plein droit à l'égard du consommateur de la bonne exécution des obligations résultant du contrat conclu à distance, que ces obligations soient à exécuter par le professionnel qui a conclu ce contrat, ou par d'autres prestataires de services, sans préjudice de son droit de recours contre ceux-ci ».

De même, lorsque le consommateur confie la livraison du bien à un transporteur autre que celui proposé par le professionnel, le risque de perte pèse sur le consommateur à la remise du bien au transporteur.⁹⁹ Le vendeur est responsable jusqu'à la livraison du bien au consommateur en matière de vente à distance. En ce qui concerne les litiges liés au transport du bien, le délai sera identique, à savoir un délai de trois jours pour notifier les défauts constatés au transporteur. Ainsi, lorsque le transport est assuré par le transporteur proposé par le professionnel, le transfert des risques ne s'opère qu'au moment de la livraison et lorsque le consommateur peut physiquement prendre possession de ces biens et vérifier leur état général. Cette disposition est très favorable au consommateur, même si dans une telle hypothèse, le professionnel prend, actuellement, très souvent à sa charge les dommages subis pendant le transport. Le consommateur devra continuer à être très vigilant au moment de la livraison.

La directive a également édicté des mesures sur les moyens de paiement et les hotlines, elle n'a pas fait de grandes innovations ; néanmoins il convient de les expliquer dans le cadre de notre étude.

§2. Moyens de paiement et hotlines

Le paiement par carte bancaire est devenu, aujourd'hui, un moyen de paiement incontournable dans la vente sur Internet ou à distance, il convient de prémunir les consommateurs contre les éventuels surcoûts provenant tant de ce mode de paiement (A), que des services d'assistance téléphonique. (B)

⁹⁷ Arrêt CJUE, 2 déc. 2010, n° C108/09, Ker-Optika c/ ÁNTSZ Dél-dunántúli Regionális Intézet, *op. et loc. cit.* Dans le même sens, CJCE, 11 déc. 2003, n° C-322/01, Deutscher Apothekerverband c/ Doc Morris.

⁹⁸ Mathias Latina, « La loi relative à la consommation », *D.* 2014

⁹⁹ Art. L 138-5 du Code de la consommation

A. Les moyens de paiement

L'interdiction de facturer des frais d'utilisation d'un moyen de paiement. Il faut informer le consommateur des moyens de paiement acceptés. (article 6, g) de la directive) Les professionnels ne seront plus en droit de facturer aux consommateurs ayant fait usage de leur carte de crédit (ou de tout autre moyen de paiement) des frais supérieurs au coût effectif que représente l'offre de ces moyens de paiement¹⁰⁰. Ainsi, le professionnel ne peut exiger d'autres frais que ceux spécifiés dans le contrat, sauf accord exprès du consommateur. Si le professionnel considère que le consommateur a donné un accord implicite mais non exprès, ce dernier pourra refuser de payer ou, s'il l'a fait, obtenir remboursement de ce qui a été payé en sus. De même, le consommateur est dispensé de l'obligation de verser toute contreprestation en cas de fourniture non demandée par le consommateur d'un bien ou service. L'absence de réponse du consommateur ne peut en aucun cas valoir consentement¹⁰¹. La loi Hamon reprend les dispositions de la directive¹⁰². Il y a bien une obligation d'information mais la surfacturation de certains moyens de paiement comme l'appliquent certains sites internet, n'est pas interdite.

B. Les hotlines

Les hotlines consistent en un service d'assistance téléphonique mis à la disposition de leur clientèle par les éditeurs de logiciels, les fournisseurs d'accès et les fabricants de matériels afin de renseigner et dépanner les utilisateurs.¹⁰³ Les appels sur les hotlines des professionnels basés dans l'Union européenne ne pourront plus être surtaxés. L'article 21 de la directive interdit de surfacturer les appels téléphoniques vers les hotlines. Sur ce point, il n'était pas question de remettre en cause les acquis des consommateurs. La gratuité des hotlines ne se trouve pas menacée. Le professionnel ne peut pas facturer plus que le tarif de base pour les appels vers les services d'assistance téléphonique. Il n'y a pas de disposition sur

¹⁰⁰ Art. 19 de la directive 2011/83/UE du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2011 relative aux droits des consommateurs, modifiant la directive 93/13/CEE du Conseil et la directive 1999/44/CE du Parlement européen et du Conseil et abrogeant la directive 85/577/CEE du Conseil et la directive 97/7/CE du Parlement européen et du Conseil.

¹⁰¹ Art. 27 de la directive 2011/83/UE du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2011 relative aux droits des consommateurs, modifiant la directive 93/13/CEE du Conseil et la directive 1999/44/CE du Parlement européen et du Conseil et abrogeant la directive 85/577/CEE du Conseil et la directive 97/7/CE du Parlement européen et du Conseil.

¹⁰² L'article L 121-19-3 alinéa 3 « les sites de commerce en ligne indiquent clairement et lisiblement, au plus tard au début du processus de commande, les moyens de paiement acceptés par le professionnel et les éventuelles restrictions de livraison. »

¹⁰³ Définition Larousse

les hotlines dans la loi du 17 mars 2014. Le droit français actuel¹⁰⁴ et la directive s'accordant sur ce point. Il n'y aura pas de changement.

CONCLUSION GENERALE

« J'achète, donc je suis » tel est le sentiment aujourd'hui dégagé par la société de consommation dans laquelle nous vivons. On peut y déceler une certaine fragilité du consommateur, contre laquelle il faut lutter. Le consommateur doit être alerté, il doit être appelé à la prudence. C'est pourquoi l'un des objectifs de la loi du 17 mars 2014 est d'améliorer l'information du consommateur. Pour parvenir à ce but, le législateur a tenté de renforcer l'obligation d'information et les dispositions nouvelles témoignent de cette volonté. L'objectif étant d'atteindre le but de la construction d'un marché intérieur commun. Il ne faut pas oublier qu'un marché résulte de « *la combinaison des comportements de milliers de personnes répondant aux informations, à la désinformation et à leurs caprices* »¹⁰⁵. Désormais, les consommateurs vont pouvoir acheter en ligne dans tous les pays de l'Union européenne, des produits inédits non vendus en France, et ce, en toute sécurité. Les boutiques en ligne étrangères vont ainsi devenir bien plus attrayantes pour les internautes qui sont de plus en plus en recherche de sécurité. La loi Hamon vise notamment à améliorer la vie quotidienne, à libérer des « contraintes » d'achats auxquelles les consommateurs sont soumis ; afin de leur permettre de réorienter leur choix de consommation. Il faut bien sûr une information loyale, complète, il faut des boucliers contre les oscillations excessives des opérateurs des marchés. L'effritement des valeurs morales, valeurs désormais effondrées, sont remplacées par la valeur des possessions matérielles.¹⁰⁶

L'autre grand apport de la directive réside dans l'uniformisation du délai de rétractation à quatorze jours. Les droits en matière de rétractation et de remboursement seront similaires dans tous les pays européens évitant ainsi aux cyberconsommateurs, les mauvaises expériences d'un achat en ligne à l'étranger. De plus, le formulaire de rétractation étant identique à chaque pays, permettra de passer outre la barrière de la langue, souvent problématique en cas de rétractation ou de litige dans une boutique en ligne n'employant pas

¹⁰⁴ L'article L. 113-5 du Code de la consommation dispose que « Le numéro de téléphone destiné à recueillir l'appel d'un consommateur en vue d'obtenir la bonne exécution d'un contrat conclu avec un professionnel ou le traitement d'une réclamation, ne peut pas être surtaxé. »

¹⁰⁵ Kenneth Chang, Article du New York Times

¹⁰⁶ F. Kamara, table ronde sur les enjeux de la réforme du droit de la consommation. propos tenus lors de du Colloque organisé par Haut conseil supérieur du notariat, Université de Paris Sud, 27 mars 2014.

la langue française. Néanmoins, « à vaincre sans peril, on triomphe sans gloire »¹⁰⁷, le « revers de la médaille » résidera dans l'incitation aux consommateurs à prendre conscience encore plus de leur pouvoir de dire « NON ». Ce qui en soi, n'est pas une mauvaise chose. Cependant, ne tendrait-on pas vers une consocratie¹⁰⁸? Celle-ci s'exprimant par l'entrée du consommateur dans la résistance et notamment l'engouement du consommateur pour les prix bas, voire la gratuité.¹⁰⁹ Le droit de rétractation permettrait, comme le pense J. Rochefeld d'assimiler le contrat à distance en un « contrat si je veux » ou plus encore « si je veux encore demain, peut être... »¹¹⁰ Le professionnel est-il en passe de devenir « la nouvelle partie faible » au contrat? Il serait trop aventureux de s'avancer sur ce terrain. Le consommateur reste et demeure la partie faible. Il ne peut être reproché de protéger, voir de surprotéger le consommateur. Dès lors, le renforcement de l'obligation d'information a-t-il pour conséquence de déresponsabiliser le cyberconsommateur¹¹¹? Il est évident que non. Toute information améliorée, œuvre dans le même sens que le juge et ne peut avoir pour objet ou effet de déresponsabiliser le consommateur,¹¹² sauf à considérer que la qualité ait été remplacée par la quantité. Ainsi, il ne faut pas ensevelir les consommateurs sous une pluie d'informations.¹¹³ Même si l'information ressort toujours plus renforcée par l'élaboration de nouveaux textes, « les seules connaissances qui puissent influencer le comportement d'un individu sont celles qu'il découvre par lui-même et qu'il s'approprie.¹¹⁴ » Le Doyen Carbonnier disait notamment à propos d'une loi nouvelle que « lorsqu'un texte est voté, il échappe à son auteur pour vivre sa propre vie, insoupçonnée. » En conclusion, ce sera le filtrage de la réalité qui donnera vie à la loi Hamon¹¹⁵.

¹⁰⁷ Corneille, *Le Cid*, 1637

¹⁰⁸ R. Sansaloni, *le non-consommateur, comment le consommateur reprend le pouvoir*, Dunod, 2006.

¹⁰⁹ A. Bo « L'émergence de la « consocratie » », *Les Echos* n° 19811 du 08 Décembre 2006, page 15

¹¹⁰ J. Rochefeld, « le contrat ?... Si je veux ! » *RTD civ.* 2001, p. 969

¹¹¹ Question posée lors de la table ronde sur les enjeux du droit de la consommation, Colloque organisé par le Conseil supérieur du Notariat, Université de Paris Sud, 27 mars 2014.

¹¹² F. Kamara, table ronde sur les enjeux de la réforme du droit de la consommation. propos tenus lors du Colloque organisé par le Conseil supérieur du notariat, Université de Paris Sud, 27 mars 2014.

¹¹³ R-C. Mader, table ronde sur les enjeux de la réforme du droit de la consommation. propos tenus lors du Colloque organisé par le Conseil supérieur du notariat, Université de Paris Sud, 27 mars 2014.

¹¹⁴ C. Rogers, Citation, 1987

¹¹⁵ *Ibid* n°99

BIBLIOGRAPHIE

I. Ouvrages généraux et manuels

CALLAIS-AULOY Jean

- *Droit de la consommation*, Dalloz, 2010, n°106

SANSALONI Rémy

- *Le non-consommateur, comment le consommateur reprend le pouvoir*, Dunod, 2006

VERBIEST Thibault

- *Le nouveau droit du commerce électronique*, LGDJ, préface de marc Lolivier

II. Ouvrage spéciaux, Thèses et Monographies

BRUNAUX Geoffray

- *Le contrat à distance au XXIe siècle*, LGDJ, Bibliothèque de droit privé Tome 524, 2010

BAKER-CHISS Carla

- *L'acquis communautaire : le contrat électronique*, sous la direction de Judith Rochfeld, Paris : Economica, 2010

FABRE-MAGNAN Muriel

- *De l'obligation d'information dans les contrats, essai d'une théorie*, LGDJ, 1992

JACQUEMIN Hervé

- *Le formalisme contractuel. Mécanisme de protection de la partie faible*, Larcier 2010, spéc. n° 278.

III. Articles et chroniques

AUBERT DE VINCELLES Carole et SAUPHANOR-BROUILLAUD Natacha

- « Loi du 17 mars 2014 : Nouvelles mesures protectrices du consommateur », *Recueil Dalloz*, 2014

BAZIN Eric

- « le droit de repentir du consommateur », *Dalloz*. 2008

CADORET Vincent, GRANDMAIRE Justine, SERGENT Flore, TOUSSAINT-DAVID
Gaëlle

- « Vade-Mecum De La Loi No 2014-344 Du 17 Mars 2014 Relative À La Consommation, Dite «Loi Hamon» » *Petites Affiches*, 07 Avril 2014 N° 69

DELAVENNE Charles et D'HERBOMEZ Laurence

- « Consommation : Vers un allongement du délai de rétractation », *Les échos judiciaires*, journal n° 6074 du 25/03/2014

FAUCONNIER Fanny

- « loi hamon sur l'e-commerce : ce qu'il faut faire pour être prêt le 13 juin 2014 », *le journal du net*, 4 avril 2014.

FERRIER Didier

- « Loi du 17 mars 2014 « relative à la consommation »... et pour un encadrement renforcé des relations entre professionnels» , *Recueil Dalloz*, 2014

GRIMAUX Elizabeth

- « La détermination de la date de conclusion du contrat par voie électronique », *Comm. Comm. Elect.* 2004, chr. N° 10, p. 15

JULIENNE Frédérique

- « Un corps de règles commun aux contrats à distance et aux contrats hors établissement », *Hebdo édition affaires* n°378 du 17 avril 2014 (commentaire des articles 9 à 17 de la loi n° 2014-344 du 17 mars 2014)

LALANNE Mallory

- , « Comment rendre son site d'e-commerce conforme à la loi de consommation », *Revue Chef d'entreprise*, 28 mars 2014.

LATINA Mathias

- « La loi relative à la consommation », *Rec. Dalloz* 2014

LEGRAND Véronique

- « Les contrats conclus à distance et hors établissement dans le projet de loi "consommation" ». *Petites affiches*, 04 juin 2013 n° 111

PICOD Yves

- «Loi Hamon relative à la consommation : la force des faibles », *Droit et procédures : la revue des huissiers de justice*, mars 2014, n° 3

RZEPECKI Nathalie

- « Le renforcement de la protection pour les contrats conclus à distance et hors établissement. » *Gazette du Palais*, 24 avril 2014 n° 114

SCHULTZ Philippe

- « Les mesures renforçant la protection des consommateurs dans les contrats de consommation en général. » *Gazette du Palais*, 24 avril 2014 n° 114

WALHEN Monique

- « Où se trouve le vrai pouvoir du consommateur? “ *Marketing* n°100 - 01/12/200

IV. Jurisprudences

Jurisprudence de la Cour de Justice de l'Union européenne

- Arrêt CJUE, 2 déc. 2010, n° C108/09, *Ker-Optika c/ ÁNTSZ Dél-dunántúli Regionális Intézet*

Jurisprudence de la Cour de Justice de la Communauté européenne

- Arrêt CJCE, 11 déc. 2003, n° C-322/01, *Deutscher Apothekerverband c/ Doc Morris*.
- Arrêt CJCE 15 avril 2010, n° C-511/08

Jurisprudence du Conseil Constitutionnel

- Arrêt Cons. const., 13 mars 2014, n° 2014-690 DC, AJDA 2014
- Arrêt Cons. Constit. Décision n° 2014-690 DC du 13 mars 2014, JORF n°0065 du 18 mars 2014

Jurisprudence de la cour de cassation

- Arrêt Civ. 1ère, 28 février 2006, *Muholland Drive*, N° pourvoi 05-15.824, 05-16.002

V. Autres sources (Internet)

Directive sur les droits des consommateurs, Bilan et présentation des nouvelles règles, http://www.europe-consommateurs.eu/fileadmin/user_upload/eu-consommateurs/PDFs/publications/etudes_et_rapports/Tableau_comparatif-FINAL-Mars_2014.pdf

La livraison et le transfert des risques Projet de loi, 16 mai 2013,

http://www.conso.net/imprimer.php?PagePath1=/page/bases.1_actualites.10_projet_de_loi_2.3_projet_de_loi_consommation.5_livraison_et_transfert_des_risques/



TABLE DES MATIERES

REMERCIEMENTS	3
LISTE DES PRINCIPALES ABREVIATIONS	4
SOMMAIRE	5
INTRODUCTION	6
CHAPITRE 1 : Un renforcement de l'obligation d'information precontractuelle.....	9
SECTION I : L'obligation d'information nécessaire au consentement du consommateur	10
§1. Les informations devant obligatoirement apparaitre sur le site en ligne	10
A. L'identification du vendeur professionnel	10
B. les caractéristiques essentielles sur les biens ou services vendus	11
§2. Les informations sur le processus de commande : la nécessité d'un consentement complet et éclairé.....	12
A. Suppression des frais cachés sur internet et principe du double-clic.....	12
B. L'interdiction des cases pré-cochées	14
SECTION II : L'obligation d'information nécessaire à l'exécution du contrat	15
§1. Les considérations spécifiques aux contrats de vente en ligne.....	15
A. L'information relative aux produits numériques	16
B. Le recours à la notion de « support durable » pour la confirmation des informations préalables	17
§2. Les informations relatives aux droits du cyberconsommateur.....	19
A. L'information spécifique sur le droit de rétractation	19
B. Garanties commerciales, services après-vente et recours extrajudiciaire	20
CHAPITRE II : Un renforcement des droits contractuels du consommateur	21
SECTION I : Le régime du droit de rétractation.....	21
§1. La possibilité de se rétracter en ligne.....	22
A. Le champ d'application du droit de rétractation	22
B. L'uniformisation des délais de rétractation	23
§2. La mise en œuvre du droit de rétractation.....	25
A. Les modalités d'exercice du droit de rétractation.....	25
B. L'effet du droit de rétractation.....	26
SECTION II : les conséquences de l'exécution du contrat.....	32
§1. Livraison et transferts de risque	33
A. Les modalités de livraison.....	33
B. Le transfert de risques	35
§2. Moyens de paiement et hotlines	36
A. Les moyens de paiement.....	37
B. Les hotlines.....	37

CONCLUSION GENERALE.....	38
BIBLIOGRAPHIE.....	40
TABLE DES MATIERES.....	43