



Les ventes à distance

Françoise BAERT, avocat

La loi du 6 avril 2010 relative aux pratiques du marché et à la protection du consommateur (articles 45 à 48) régit de manière stricte les contrats conclus à distance. Ces dispositions ont une importance pratique très grande pour toutes les entreprises qui souhaitent vendre leurs biens ou leurs services à distance, que ce soit via le web, par échange de courriels ou par correspondance.

Définition large du contrat à distance

Par contrat à distance, on entend tous les contrats dont le processus de conclusion se réalise sans que le vendeur et le consommateur ne soient mis en présence physique.

Seul le consommateur, c'est-à-dire la personne physique ou morale qui acquiert ou utilise à des fins excluant tout caractère professionnel des produits mis sur le marché, est protégé par ces dispositions.

Obligation d'information du vendeur vis-à-vis du consommateur

Dès l'offre de contrat à distance, le vendeur doit fournir au consommateur certaines informations de manière claire, compréhensible et sans équivoque. La manière de concevoir la plateforme de vente est donc influencée par des considérations juridiques. Le vendeur doit notamment porter à la connaissance du consommateur les éléments suivants :

- 1° son identité et son adresse géographique;
- 2° les caractéristiques essentielles du bien ou du service;
- 3° le prix du bien ou du service;
- 4° le cas échéant, les frais de livraison;
- 5° les modalités de paiement, de livraison ou d'exécution du contrat;
- 6° l'existence ou l'absence d'un droit de rétractation;
- 7° les modalités soit de reprise, soit de restitution du bien, y compris les frais éventuels y afférents...;
- 8° la durée de validité de l'offre ou du prix.

Une fois le produit ou le service **commandé**, le consommateur doit recevoir par écrit ou sur un autre support durable (par exemple, via un courriel) la **confirmation** des principaux éléments de sa commande. Les informations à transmettre sont également énumérées de manière précise par la loi et font souvent double emploi avec celles qui figurent dans l'offre.

Le droit de repentir

Parmi ces informations figure l'obligation pour le vendeur d'informer le consommateur de l'existence d'un droit de rétractation dans son chef. En commandant à distance, le consommateur peut se laisser emporter par la facilité de l'achat ou se méprendre sur les caractéristiques du produit qu'il achète et qu'il n'a jamais vu. La loi le protège donc relativement efficacement contre des « achats intempestifs » : il doit être informé de son droit de renoncer à son achat dans un délai qui ne peut être inférieur à 14 jours calendrier.

La mention de l'existence d'un droit de rétractation doit figurer tant sur l'offre que sur la confirmation de commande en première page sur support durable, en gras et dans un cadre distinct. Cette mention doit donc prendre la forme suivante :

Le consommateur a le droit de notifier à l'entreprise qu'il renonce à l'achat, sans pénalité et sans indication de motif, dans les _____ (compléter par un nombre de jours qui ne peut être inférieur à 14 jours calendrier) jours calendrier à dater du lendemain du jour de la livraison du bien ou de la conclusion du contrat de service.

Le consommateur ne doit pas préciser la raison pour laquelle il souhaite exercer son droit de rétractation. Les raisons peuvent être de pure convenance personnelle. Dans ce cas, les frais directs éventuels de renvoi peuvent être mis à charge du consommateur, mais pas les autres : tout le reste doit être remboursé.

Pour certaines ventes à distance, le consommateur ne bénéficie en principe pas du droit de rétractation, et notamment lors de fournitures de biens confectionnés selon les spécifications du consommateur, la fourniture d'enregistrements audio ou vidéo ou de logiciels informatiques descellés par le consommateur, la fourniture de journaux, la fourniture de denrées alimentaires, ...

Dans ce cas, le consommateur doit être informé de la manière suivante :

Le consommateur ne dispose pas du droit de renoncer à l'achat.

Le législateur a fait preuve d'une grande imagination pour sanctionner le vendeur qui n'a pas informé le consommateur de son droit de rétractation dans les formes prévues par la loi. La panoplie des sanctions est très large puisqu'elle va de la prolongation du délai de rétractation ou droit pour le consommateur de garder le bien ou le service commandé sans avoir à le payer !

Et ce n'est pas tout ...

Les contrats à distance portant sur des services financiers font l'objet d'une réglementation spécifique (article 49 de la loi sur les pratiques du marché), tandis que les contrats conclus par voie électronique (par courriels ou via le Web, par exemple) font l'objet de conditions supplémentaires imposées par une autre législation : la loi du 11 mars 2003 sur certains aspects de la société de l'information (la L.S.S.I.). Cette législation protège quant à elle tant les consommateurs que les professionnels. Elle impose notamment la manière dont les conditions générales doivent être portées à la connaissance des acheteurs pour être opposables (notamment d'une manière qui lui permette de les conserver et de les reproduire).

Rendre un site de vente en ligne conforme au droit est donc un exercice de style extrêmement difficile.