

## Mesures de la loi Chatel relatives à la vente à distance

- *Le recours au commerce électronique est une véritable opportunité pour améliorer le pouvoir d'achat des consommateurs : un produit est souvent vendu sur internet 30 à 40% moins cher qu'en magasin ;*
- *mais payer moins cher ne doit pas se traduire par une moindre protection des consommateurs. Afin d'améliorer la confiance des consommateurs et la fluidité du marché, la loi du 3 janvier 2008 pour le développement de la concurrence au service des consommateurs comprend 5 articles pour adapter le droit de la consommation au développement des ventes en ligne :*
  - o *meilleure information des consommateurs sur l'existence ou l'absence d'un droit de rétractation*
  - o *obligation pour le professionnel d'indiquer, avant la conclusion du contrat, une date limite de livraison. Si cette date est dépassée de plus de 7 jours, le consommateur peut annuler sa commande et se faire rembourser intégralement*
  - o *interdiction faite aux professionnels de surtaxer les moyens de communications par lesquels les consommateurs peuvent suivre leur commande, exercer leur droit de rétractation, ou faire jouer la garantie*
  - o *précision selon laquelle le remboursement d'un consommateur ayant exercé son droit de rétractation comprend toutes les sommes versées (y compris les frais de port aller, les éventuels frais de traitement de commande, ...)*
  - o *remboursement des consommateurs par un véritable moyen de paiement (chèque, virement, ...) et non plus systématiquement par un avoir*
- *ces mesures, qui améliorent les droits des consommateurs, permettront également l'exercice d'une concurrence loyale entre le commerce électronique et le commerce traditionnel*

Lors de la discussion au Parlement du projet de loi pour le développement de la concurrence au service des consommateurs, plusieurs mesures destinées à renforcer les droits des consommateurs dans la vente à distance ont été adoptées par amendements, donnant ainsi suite au travail de réflexion et de concertation du Forum des Droits de l'Internet qui avait remis fin août dernier une recommandation pour l'adaptation du droit de la consommation au commerce électronique.

### 1- les difficultés rencontrées par les consommateurs

L'évolution récente de la vente à distance du fait de l'essor du commerce électronique s'est accompagnée d'une accentuation des difficultés de livraison (30% des litiges enregistrés par le Forum des Droits de l'Internet, mais également premier motif de réclamation recensé dans le baromètre des plaintes), et des problèmes de non-remboursement des consommateurs (30% également). Par ailleurs, les informations les plus essentielles pour le consommateur ne sont pas toujours présentes ou suffisamment accessibles. Plus généralement, on assiste à un décalage croissant entre la facilité à contracter (un double-clic suffit) et les

difficultés du consommateur à faire valoir ses droits lorsque le professionnel ne respecte pas ses obligations contractuelles.

Encore récemment, les contrôles de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) dans ce secteur ont montré des taux d'anomalie particulièrement élevés. Ainsi, alors que 50% des transactions en ligne passent par un site comparateur de prix, les contrôles réalisés au 4<sup>ème</sup> trimestre 2006 sur 12 sites ont montré que 11 d'entre eux étaient en infraction. Par ailleurs, dans le cadre d'une récente opération coordonnée au niveau européen, la DGCCRF a constaté des infractions auprès de 10 sites parmi les 21 sites internet français contrôlés proposant des voyages (mauvaise information du consommateur, indisponibilité des billets au prix annoncé, conditions de ventes illisibles...).

## **2- Les mesures adoptées**

Cinq mesures ont été adoptées dans le cadre de la loi du 3 janvier 2008 pour le développement de la concurrence au service des consommateurs, pour adapter les règles de protection des consommateurs en matière de commerce électronique et de vente à distance. Elles entreront en vigueur le 1er juin 2008.

Mesure n°1 (article 30) : renforcement de l'information du consommateur préalable à la passation de commande pour lui permettre de mieux faire jouer la concurrence, par une mention explicite de l'absence de possibilité de rétraction le cas échéant.

Cette mesure, issue de la recommandation du 31 août 2007 du Forum des Droits de l'Internet, permettra au consommateur d'être informé précisément de sa faculté d'utiliser ou non son droit de rétractation dans le cadre de toute offre de vente à distance, notamment lorsque ce droit n'existe pas pour certains produits ou services.

Actuellement, le code de la consommation prévoit déjà la mention de l'existence d'un droit de rétractation. L'idée communément ancrée est que tous les achats effectués en ligne ou à distance peuvent être résiliés. Or il existe un certain nombre d'exceptions légales (les produits périssables, les voyages, les journaux, ...) qui justifient que l'absence de ce droit de rétraction le cas échéant soit également portée à la connaissance de l'acheteur, produit par produit.

Mesure n°2 (article 28) : renforcement des droits du consommateur sur les délais de livraison par l'obligation faite au professionnel de mentionner une date limite de livraison, sans quoi les biens et services doivent être livrés sans délai. Le consommateur pourra annuler sa commande sans frais s'il n'est toujours pas livré 7 jours après cette date limite de livraison.

Aujourd'hui le consommateur qui n'est pas livré subit une « double peine », car non seulement il ne peut pas bénéficier du bien qu'il a commandé, mais en plus, il ne peut pas renoncer à son achat puisque le droit de rétractation ne s'exerce qu'à compter de la livraison !

L'article 28, introduit par amendement par l'Assemblée Nationale, a mis en place une mesure attendue de longue date par les consommateurs, qui impose aux entreprises de vente à distance d'indiquer la date limite à laquelle les biens ou

services devront être livrés. Cette mesure est rendue nécessaire par le développement du commerce électronique, pour lequel l'administration reçoit de plus en plus de plaintes des consommateurs sur la livraison des produits.

Ainsi, dès lors que le professionnel ne pourra pas délivrer le bien ou le service dans les temps, le consommateur pourra renoncer à son achat et être remboursé intégralement. Un délai de 7 jours est toutefois prévu après la date limite de livraison pour tenir compte d'éventuels petits retards au niveau de l'acheminement des colis ou d'imprévus mineurs dans la délivrance du service.

Mesure n°3 (article 31): clarification de l'exercice du droit de rétractation (et de l'annulation), en précisant que l'assiette du remboursement comprend bien tous les frais de port aller et les éventuels frais de traitement de commande.

Cette mesure permet de mettre pleinement en conformité le code de la consommation relatif au remboursement du consommateur lorsque celui-ci exerce son droit de rétractation avec la directive européenne sur les contrats conclus à distance. Cette directive prévoit en effet, en cas d'exercice du droit de rétractation par le consommateur, que « le fournisseur est tenu au remboursement des sommes versées par le consommateur, sans frais. Les seuls frais qui peuvent être imputés au consommateur sont les frais directs de renvoi des marchandises (...). »

Or la rédaction actuelle du code de la consommation, insuffisamment précise, a conduit certains professionnels peu scrupuleux à multiplier les « frais de traitement de commande » non remboursés aux consommateurs qui exercent leur droit de rétractation.

La modification introduite par cette mesure consiste à préciser que le remboursement s'entend de toutes les sommes versées par le consommateur, à l'exception bien sûr des frais de renvoi de marchandises qui restent à sa charge.

Mesure n°4 (article 31) : primauté du remboursement par chèque ou virement (plutôt que par avoir).

Plusieurs abus ont été constatés consistant à rembourser systématiquement les consommateurs sous forme d'avoir. Or si un consommateur annule sa commande, soit parce qu'il souhaite exercer son droit de rétractation, soit parce qu'il n'a pas été livré dans les temps, c'est souvent pour passer sa commande sur un autre site.

Il était donc nécessaire de mettre fin à cette pratique abusive : désormais, le consommateur ne pourra plus se voir imposer un remboursement par avoir.

Mesure n°5 (article 29) : mise à disposition de moyens de communication non-surtaxés pour suivre les étapes de livraison, rétractation, résolution, garantie.

Les consommateurs s'interrogent légitimement sur la généralisation des numéros surtaxés. Le Gouvernement a déjà pris des dispositions pour en réglementer l'usage : il en est ainsi des services d'assistance technique des opérateurs de communications électroniques pour lesquels l'article 16 de la loi impose le recours à un numéro non-surtaxé.

Dans le cadre de l'extension de cette mesure à d'autres secteurs, il paraissait nécessaire de regarder en priorité les nouvelles formes de vente, pour lesquels le consommateur n'a pas les repères traditionnels. Dans la vente à distance, le

consommateur est contraint d'utiliser les moyens de communication mis à sa disposition par le professionnel pour faire valoir ses droits. Concrètement, il ne peut pas se déplacer en magasin.

C'est ainsi qu'un amendement adopté lors du passage du projet de loi au Sénat prévoit que dans la vente à distance, « les moyens de communication permettant au consommateur de suivre l'exécution de sa commande, d'exercer son droit de rétractation ou de faire jouer la garantie ne supportent que des coûts de communication, à l'exclusion de tout coût complémentaire spécifique ». Il est bien légitime que le consommateur ne soit pas surtaxé pour faire valoir ses droits !