

THEME D3 L'environnement juridique de la production et de la fourniture de services

Fiche

D3.3.1* Le commerce en ligne : le site marchand**Mots clés :** site en ligne, nom de domaine, formalités, conflits, obligations légales, données personnelles, paiement**Fiche synthèse**

Idée clé →	Le commerce en ligne ou commerce électronique consiste dans l'achat en ligne, de biens ou services, par une entreprise, une administration, une collectivité territoriale ou un particulier. Le législateur est intervenu pour encadrer ces nouvelles relations commerciales.
Donner du sens →	Les échanges réalisés au moyen d'un réseau électronique sont de plus en plus nombreux. Aujourd'hui, être présente sur internet est une nécessité pour une entreprise commerciale. Le web est à l'origine de nouveaux modèles d'affaires permettant de conquérir d'autres marchés. Le e-commerce n'est qu'une partie du <i>e-business</i> qui désigne toute activité économique sur le web.

*Le sous-thème D3.3 « le commerce en ligne » traite du site marchand, du commerce électronique en BtoC et du commerce électronique en BtoB.

Le sous-thème fera donc l'objet de 3 sous-fiches : **D3.3.1** puis D3.3.2 et D3.3.3.

1. Le site marchand

Amazon, eBay, Fnac, Dell... les entreprises présentes sur internet apportent un soin particulier au site lui-même (charte graphique, photos, confort de navigation..) et au choix du nom de domaine. Parce que le nom de domaine est bien davantage qu'une simple adresse (qui n'a qu'une fonction technique), il doit faire l'objet d'une réflexion dans le cadre de son futur référencement.

2. Les aspects techniques et juridiques de la création du site marchand

- Le nom de domaine :
 - Le nom de domaine est un nom propre ou commun ou encore une combinaison de mots servant à identifier de façon unique une ressource internet comme un site ou un serveur.
 - Le nom de domaine correspond à une adresse numérique ou adresse IP. Cette adresse est traduite en langage logique par un serveur appelé DNS.
 - Un nom de domaine est constitué d'une suite de caractères (de A à Z, de 0 à 9 et le tiret) et d'un suffixe soit générique (« .net », « com », « .org ») ou géographique (« .fr » ...).
- Le choix, les formalités et l'enregistrement d'un nom de domaine :
 - Le nom de domaine est à la fois l'indication d'un lieu dans le cyberspace, un signe distinctif (c'est sa fonction marketing) et un objet de propriété ayant une valeur financière et pouvant être cédé. Son choix est donc déterminant pour l'entreprise.
 - Il bénéficie d'une protection par le droit d'auteur reconnue au 1er déposant en vertu de la règle « 1er arrivé, 1er servi ». Il est donc facile d'enregistrer son nom de domaine mais il n'y a aucune garantie pour le conserver s'il est déjà utilisé par une autre entreprise ! Il est, par exemple, préférable de déposer son nom de domaine à partir de sa marque afin d'être le 1er et pouvoir ainsi faire la preuve de l'antériorité en cas de conflit.
 - L'attribution des noms de domaine a été confiée à des organismes privés. Le client (une entreprise par exemple) contacte un registraire qui entre en contact avec un office d'enregistrement tel que l'[Afnic](#), (Association Française pour le Nommage Internet en Coopération) gestionnaire du registre des noms de domaine pour les zones géographiques telles que le « .fr », l'[Eurid](#) pour le « .eu » et l'[Icann](#) pour le « .com » « .net » « .org » etc.... L'Afnic a édité une [Charte de nommage](#). Le titulaire du nom de domaine bénéficie d'un droit annuel, renouvelable s'il acquitte une redevance annuelle. Il peut le transférer vers un nouveau registraire à condition de prévenir l'ancien par LRAR.

3. Les litiges liés aux noms de domaine

- L'absence de contrôle de la disponibilité des noms et des marques utilisés en tant que nom de domaine ainsi que la règle du « 1er arrivé, 1er servi » expliquent certains litiges : contestations de la part de titulaires de marques utilisées en nom de domaine, de titulaires de nom de domaine n'admettant pas l'imitation, de *cybersquatting* (les *cybersquatters* déposent des noms de domaine correspondants à des marques, à des noms déjà appropriés par d'autres), de *typosquatting* (des noms de domaine similaires sont enregistrés par les *typosquatteurs* : « chonel.com » ; « amzon.com »...).
- Prévention et résolution des litiges :
 - Prévention des litiges : L'enregistrement préliminaire (« .com », « .net », « .org ») permet de vérifier que l'enregistrement ne se fait pas en fraude des droits du titulaire du nom ou de la marque composant le nom de domaine. Pour prévenir les litiges il est préférable de faire une recherche en disponibilité. Différents outils permettent cette vérification : [Whois](#) et le service DAS pour l'Afnic, InterNic pour l'Icann.

- Traitement administratif des litiges :
 - par l'Icann : il s'agit d'un règlement extrajudiciaire qui s'impose à tout déposant d'un nom de domaine auprès d'un registraire. En effet, lors de la convention d'enregistrement, le déposant a accepté d'avance de se soumettre à cette procédure en cas de conflit. Le principal centre d'arbitrage administratif est celui de l'OMPI (organisation mondiale de la propriété intellectuelle).
 - par l'Afnic : une procédure alternative de règlement des litiges (PARL) a été mise en place pour les nommages en « .fr », « .re » etc.... Le système de résolution en ligne des litiges se nomme [Syreli](#).
- Procédure judiciaire : internet étant sans frontière, la compétence du juge français n'est acquise que si le juge a pu constater que les faits litigieux en relation avec le préjudice se sont produits sur le territoire français.
- À noter que, compte tenu de la spécificité d'internet, les modes alternatifs de règlement des litiges sont préférables en ce sens qu'ils sont internationaux.

4. Le contenu du site marchand

- Certaines informations sont rendues obligatoires :
 - Les « Mentions légales » ou « Qui sommes-nous ? » ou « Informations légales » :
 - pour tous : courriel de contact, nom du représentant de la publication, ou de la rédaction (qui est responsable de ce qui est publié sur le site), numéro de tél du cybermarchand (loi Chatel)
 - pour les entrepreneurs individuels : nom, prénom, adresse, téléphone N° RCS ou RM
 - pour les sociétés : dénomination sociale, téléphone, forme juridique, adresse du siège, capital social, n° RCS.
 - Les autres mentions obligatoires :
 - indication des différentes modalités de paiement, du droit de rétractation (7 jours), du délai maximal de livraison, d'un numéro de SAV.... Voir fiche D 3.3.2
- Le site doit respecter les droits des tiers : il ne peut pas incorporer des éléments (textes, graphiques, images, photos...) appartenant à un tiers qui n'a pas consenti. Il est interdit de publier des articles de presse si l'auteur et l'éditeur n'ont pas donné d'autorisation. La publication d'images de personnes (photos de collaborateurs par exemple) sans leur autorisation est également interdite.
- Le site doit respecter la loi informatique et libertés : la collecte des données personnelles (nom des clients, adresses de messagerie, données bancaires...) ne peut se faire qu'en conformité avec la loi informatique et liberté. Il est obligatoire d'informer les tiers de leur droit d'accès, de rectification et de suppression de leurs données.
- Le site doit respecter le droit de la concurrence : le dénigrement d'un concurrent, l'utilisation d'un nom de domaine similaire ... sont considérés comme des actes de concurrence déloyale

5. Vente en ligne et les garanties

- La vente en ligne (vente entre « absents ») est encadrée par les textes. Le processus de contractualisation se fera en 2 clics : vérification de la commande et confirmation. Le cybermarchand procèdera à l'émission d'un accusé réception électronique qui doit respecter les dispositions de la loi (identification de la personne, intégrité du document...).
- Les transactions électroniques doivent bénéficier d'un système de paiement garantissant les intérêts des 2 parties : authentification du débiteur, garantie quant au montant prélevé, confidentialité des coordonnées bancaires, l'effectivité du paiement pour le cybermarchand. Un dispositif européen, SEPA, devra à terme, harmoniser les pratiques de paiement au sein de l'UE. Différents opérateurs proposent des paiements tripartites : PayPal... voir fiche D3.32

En résumé :

Le commerce en ligne se développe rapidement. De nombreuses entreprises créent leur site web afin d'augmenter leur chiffre d'affaires. Mais la création d'un site doit se faire dans le respect des règles pour limiter le risque de conflit.

Les exemples pour illustrer :

Apple, excédé par le *cybersquatting* sur ses produits phares, a engagé une procédure auprès de l'OMPI pour récupérer « iPhone5.com ».

Il existe un second marché des noms de domaine. Cette activité dite de *domaining* consiste à acheter des noms de domaine pour les revendre par la suite. La frontière est mince entre le *domaining* et le *cybersquatting*.

Les noms de domaine évoluent : il sera bientôt possible d'utiliser un nom, une ville comme NDD : « .ford », « .london »