

Le numérique a généré les activités de e-commerce qui induisent des contrats de vente particuliers puisqu'acheteurs et vendeurs ne se rencontrent pas. Par ailleurs, l'activité numérique elle-même génère des besoins de matériels et prestations informatiques qui ont leurs propres spécificités.

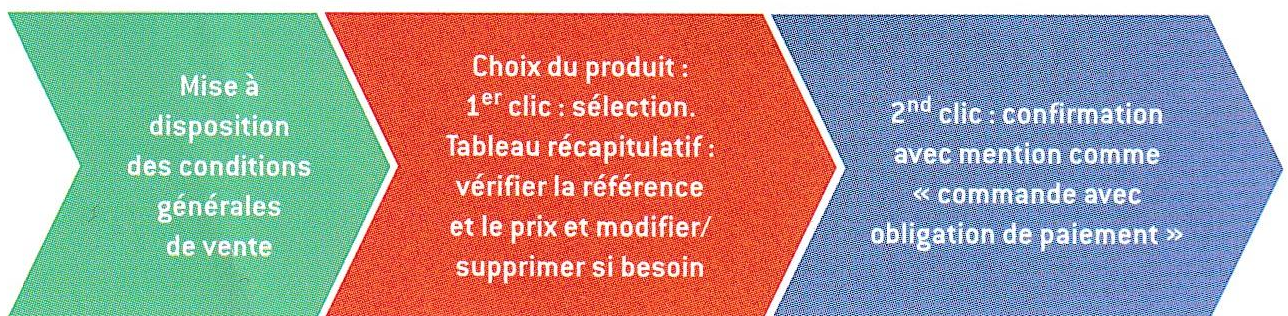
1 Le contrat de vente électronique

A L'information du consommateur

| ... sur le message commercial | ... sur le vendeur | ... sur le produit |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> ▮ Adresse obtenue loyalement ▮ Accord préalable de l'internaute pour recevoir ces messages (<i>opt-in</i>) ▮ Caractère commercial du message explicite ▮ Possibilité de stopper les envois sans frais | <ul style="list-style-type: none"> ▮ Identité ▮ Coordonnées (postales, téléphoniques et électroniques) ▮ Activité | <ul style="list-style-type: none"> ▮ Caractéristiques essentielles (composition...) ▮ Prix ▮ Date ou délai de livraison ▮ Garanties légales et contractuelles ▮ Frais de renvoi du bien en cas de rétractation |

L'information doit être **loyale** (elle ne doit pas induire en erreur le consommateur) et les sollicitations **ne doivent pas être agressives** (excessivement répétées et insistantes).

B La formation du contrat



Il est interdit de pré-cocher des options supplémentaires payantes. Un **formulaire de rétractation** doit être adressé au consommateur.

L'exécution du contrat

■ Lors d'un échange résultant d'un **contrat commercial électronique**, les **principales obligations** sont les suivantes :

- le vendeur **doit livrer le bien convenu** ;
- le consommateur s'engage à prendre livraison du produit demandé ;
- la livraison **doit intervenir à la date qui a été mentionnée** lors de la conclusion du contrat et, en tout état de cause, sous 30 jours. En cas de retard, le consommateur peut demander le **remboursement du bien**. Ce remboursement doit être effectué sous 30 jours (à ne pas confondre avec le délai de remboursement en cas de rétractation) ;
- le consommateur peut, sans avoir à se justifier, se prévaloir de son droit de rétractation et retourner le bien dans un **délai de 14 jours**. Les frais de retour sont également à la charge du client sauf disposition contractuelle inverse du vendeur. Le client doit être remboursé sous 14 jours. Le vendeur n'a pas le droit d'imposer une forme de remboursement différente de celle du paiement (comme un bon d'achat pour un bien payé par carte bancaire). Certains biens ne bénéficient pas de ce droit : produits sur-mesure, alimentation, fleurs, DVD ouverts, périodiques... ;
- en cas de **produit défectueux**, les frais de retour sont à la charge du vendeur. Le client doit indiquer le motif du retour. Le client demande alors un échange, une réparation ou un remboursement ;
- le vendeur est tenu d'**archiver le contrat commercial** d'un montant supérieur à 120 € pendant 10 ans.

■ En cas d'**utilisation frauduleuse d'une carte bancaire** sans dépossession physique (utilisation des numéros mais le propriétaire de la carte l'a toujours en sa possession), le titulaire du moyen de paiement n'est pas responsable : le commerçant doit assumer les coûts de la vente.

■ En cas de **litige avec un cyber-vendeur** implanté en France, le consommateur peut assigner le vendeur près d'une **juridiction civile** (vice du consentement) ou **pénale** (escroquerie). Le tribunal territorialement compétent est celui du lieu de livraison de la chose objet du contrat, en général le domicile du consommateur. Entre un vendeur professionnel et un acquéreur non professionnel, cette règle est d'ordre public : aucune exclusivité de compétence autre ne peut être imposée dans les CGV par exemple.

2 Les contrats de prestation de service numérique

A Les principaux contrats de prestation informatique

■ Les contrats d'étude et de conseil :

- l'**étude préalable** : elle recense l'existant informatique d'une entreprise, la compare à ses besoins et préconise une évolution en identifiant les contraintes budgétaires, techniques, juridiques... ;

- l'**assistance à la maîtrise d'ouvrage** : le prestataire agit comme conseil permanent de l'entreprise cliente pour établir un cahier des charges, formuler l'appel d'offres, choisir le maître d'œuvre et ensuite assurer le contrôle, le suivi et la bonne fin du projet jusqu'à son terme.

Définition

Un **cahier des charges** est un document qui détaille les besoins et les attentes du client.

■ Les contrats de **production/d'entretien** :

- la **conception de logiciel** : un prestataire se charge de développer un logiciel spécifique qui répondra le plus précisément possible aux besoins de l'entreprise cliente, à la différence des logiciels standards ;

- la **maintenance** : elle peut être technique (entretenir/réparer des défaillances techniques) ou éditoriale (faire évoluer le contenu d'un site internet). La maintenance peut être préventive (prévenir les défaillances du système) ou curative (corriger des dysfonctionnements signalés par le client).

■ Les **contrats de SaaS** (*software as a service/de cloud computing*, voir fiche 29).

B Les clauses spécifiques dans les contrats de prestation informatique

Les contrats de prestation de service numérique sont soumis au droit commun des contrats. Leur nature impose cependant des spécificités comme l'élaboration du **cahier des charges** ou la rédaction de clauses spécifiques dont les principales relèvent de « l'obligation de... ».

| Obligations de ... | Principes |
|-------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ... conseil et d'assistance | Le prestataire doit non seulement informer son client (présenter les caractéristiques) mais également préconiser une solution adaptée à ses besoins propres. |
| ... délivrance | La prestation effectuée doit être conforme au cahier des charges. |
| ... collaboration | Le client est tenu de communiquer activement les informations dont a besoin le prestataire pour le bon accomplissement de sa mission. |
| ... confidentialité/sécurité | <ul style="list-style-type: none"> ▮ Le prestataire doit avoir connaissance d'informations sur son client, tant pour la phase d'étude que pour l'intégration de données. ▮ Par ailleurs, il peut lui-même stocker les données de ses clients (<i>cloud computing</i>). ▮ Dans tous les cas, le prestataire doit empêcher toute communication à des tiers non autorisés les informations reçues. |
| ... réversibilité | Le prestataire s'engage à prévoir les solutions techniques pour que les données intégrées puissent migrer vers une autre solution informatique (compatibilité technique). |
| ... respect du droit d'auteur | <ul style="list-style-type: none"> ▮ Un éditeur de sites internet ne peut pas proposer à son client un site avec des images, textes, sons (...) protégés par le droit d'auteur et non acquis licitement. ▮ Un éditeur de logiciels ne peut intégrer illicitement un programme lui-même protégé dans sa propre production. |

Le manquement à l'une ou l'autre de ces obligations peut engager la **responsabilité civile** voire **pénale** du prestataire ou de son client.

Exemples

Violation du droit d'auteur, violation des règles liées aux données à caractère personnel (DCP)...

3 La signature numérique des contrats et la preuve électronique

■ Le droit accorde une **équivalence fonctionnelle** entre la signature autographe et la signature électronique. Ces 2 signatures – sous réserve des autres conditions de validité – assurent donc la formation du contrat et ont la **même valeur comme preuve** : « *L'écrit électronique a la même force probante que l'écrit sur support papier, sous réserve que puisse être dûment identifiée la personne dont il émane et qu'il soit établi et conservé dans des conditions de nature à en garantir l'intégrité.* » (art. 1366 du Code civil). L'article 1367 du Code civil impose en outre que cette signature résulte « d'un **procédé fiable d'identification** garantissant son lien avec l'acte auquel elle s'attache ».

Exemple

Le service « identité numérique » de La Poste, en lien avec le service France Connect, garantit l'identité de la personne connectée.

■ La cryptologie (historiquement la science du secret) regroupe des procédés techniques permettant de remplir les conditions posées par le Code civil : **intégrité du contenu** du contrat et **authenticité de l'émetteur** et de sa signature. La cryptologie permet également la confidentialité du contenu par la technique du chiffrement mais cette caractéristique n'est pas imposée pour la reconnaissance juridique du contrat.

■ L'intégrité du contenu est assurée par le **hachage** du document : une empreinte est associée au document qui en est un identifiant unique à un moment précis.

■ L'authenticité de l'émetteur est assurée par la confrontation de la **clef secrète** avec laquelle le document a été signé et de la **clef publique** connue de tous.

Exemple

Une association émet des codes sur des billets pour son gala de fin d'année. Ils sont numérotés de 10 chiffres imprimés et visibles (clef publique). Les organisateurs savent qu'en faisant un certain calcul avec certains des chiffres de la série, on doit retrouver par exemple le nombre formé par les 2 derniers chiffres (clef secrète) : cela permet ainsi de savoir si de faux billets ont été créés.