1. LA FORMATION DU CONTRAT ELECTRONIQUE
2. Le cyberconsommateur intéressé par une offre commerciale électronique bénéficie des mêmes droits que l’acheteur par correspondance, c’est-à-dire qu’il a le droit de connaître les caractéristiques, rédigées en français, des biens commandés et du prix à payer, y compris les frais de livraison. Il doit pouvoir, en outre, accéder en ligne aux conditions générales de vente.
3. Les conditions de validité d’un contrat électronique sont identiques à celles d’un contrat classique puisqu’il faut un consentement non vicié, la capacité à contracter des parties, un objet et une cause licites.
4. Il convient de réglementer davantage les contrats électroniques car la sur sollicitation des internautes est forte, engendrant un risque de vice du consentement lié au manque d’informations, aux informations trompeuses, etc. (cf. chapitre 1).
5. Le cybervendeur doit permettre à l’acheteur de vérifier le détail de sa commande ainsi que le prix total, et de corriger éventuellement sa première saisie. Par ailleurs, l’internaute doit confirmer sa commande pour valider la transaction.
6. Ces différentes étapes se justifient par le fait qu’il est nécessaire, dans le contexte virtuel dans lequel se déroule le contrat, de renforcer la procédure pour bien attirer l’attention de l’internaute sur la concrétisation de son engagement contractuel.
7. LA FORMATION DU CONTRAT ELECTRONIQUE
8. « Être responsable de plein droit à l’égard de l’acheteur » signifie que la loi prévoit à sa charge une responsabilité de plein droit quant à la bonne exécution de ses obligations, y compris lorsqu’il les fait exécuter par d’autres prestataires. Il y a donc présomption de responsabilité du cybervendeur.

Par exemple, il revient au vendeur de prouver qu’il a bien procédé à l’expédition de la commande. Selon les tribunaux, la simple production d’un listing informatique interne à l’entreprise ne suffit pas ; il faut fournir une preuve de l’expédition (par exemple, un document d’acceptation de la marchandise par un transporteur). Si la commande a été égarée lors de son acheminement, ou en cas de retard dans la distribution postale, c’est encore au vendeur de rapporter la preuve, en effectuant les démarches nécessaires auprès du distributeur.

1. La virtualité de l’univers marchand liée à Internet impose de bâtir une relation de confiance envers les internautes ; il en va de la survie et du développement de l’e-commerce.
2. Pas nature, les achats par internet ne connaissent pas de frontière. Une législation d’impose tant au niveau international qu’au niveau européen
3. L’execution du contrat par le consommateur
   1. Le droit de rétractation est le droit donnée au consommateur de revenir sur sa décision dans un délai de 14 jours. Le délai de remboursement ne peut pas dépasser 30 jours. Le remboursement ne peut pas être obtenue si le produit est déballé.
   2. Les produits en ligne peuvent s’avérer défectueux ou non conforme à la commande ou non livré. Il est donc logique de mettre en place une protection particulière en faveur du cyber acheteur. Celui-ci ne pouvant pas se rendre à un endroit précis pour retirer sa commande.
   3. Il doit rembourser le client s’il ne lui a pas livré les articles commandé dans un délai de 30jours au plus tard. Il est aussi responsable des défauts des articles au moment de la livraison et pendant les 2années qui suivent.
   4. Le cyberconsommateur doit être attentif aux conditions générale de vente, car en droit français, les obligations contractuelles doivent être respecté dès la conclusion du contrat, c’est ce qui permet aux commerçants d’encaisser le paiement dès la validation de la commande. Il peut aussi ne l’encaisser qu’a la réception du produit.
   5. Le règlement européen prévoit que les actions mené contre les personnes domiciliées sur le territoire d’un état membre doivent être mené devant le tribunal ou les tribunaux de cet état membre doivent être généralement formé devant le tribunal de cet état membre, ou l’obligation contractuelle.