

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

<b>Idée clé</b> →	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.
<b>Donner du sens</b> →	En 2013, 52% des entreprises de moins de 50 salariés ont ouvert leur site de e-commerce pour doper leurs ventes (baromètre e-commerce des petites entreprises) contre 48% en 2012. Selon la FEVAD les principaux secteurs du e-commerce sont les prestations de voyage, l'hôtellerie, la billetterie, les produits culturels et high-tech et l'habillement.

\*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 etc., toutes ces grandes 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.

**2. Le nom de domaine**✓ **Les aspects juridiques et techniques**

Le nom de domaine remplit à la fois une fonction technique (il correspond à une adresse IP) mais également une fonction commerciale : il est un signe distinctif, localisable sur le web.

- **Le nom de domaine** :

- correspond à une adresse numérique ou IP traduite en langage logique par un serveur appelé DNS.
- est constitué d'une suite de caractères (de A à Z, de 0 à 9 et le tiret) composant le radical et d'un suffixe qui peut être générique (« .net », « com », « .org ») ou géographique (« .fr » ...) ou associé à un sous-domaine (« asso.fr »).
- 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 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.
- Le radical choisi ne peut pas porter atteinte à des droits existants (marque existante) ni comporter des termes officiels ou injurieux. 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 pour les extensions françaises. 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.

✓ **Les litiges liés aux noms de domaine**

- L'absence de contrôle administratif 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 *cybersquatters* (les *cybersquatters* déposent des noms de domaine correspondants à des marques, à des noms déjà appropriés par d'autres), de *typosquatters* (des noms de domaine similaires sont enregistrés par les *typosquatters* : « chonel.com » ; « amzon.com »...).
- 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.
- Résolution des litiges

- 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 : Syreli est une procédure payante (205€) et contradictoire de résolution des litiges qui peut être ouverte à la demande d'un requérant ayant intérêt à agir et demandant la suppression ou le transfert du nom de domaine litigieux : le déposant peut perdre la titularité du nom de domaine litigieux. Syreli ne concerne que les noms de domaine créés ou renouvelés depuis 2011.
- 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 : parce que la plupart des litiges sont internationaux et que cela peut poser des problèmes de compétence juridictionnelle, les entreprises préfèrent recourir aux modes alternatifs de règlement des litiges.

### 3. Le contenu du site marchand

- ✓ Certaines informations sont rendues obligatoires afin d'installer la confiance :
  - Les « Mentions légales » ou « Qui sommes-nous ? » ou « notice légale » :
    - 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 Châte LCEN du 21 juin 2004).
    - pour les entrepreneurs individuels : nom, prénom, adresse, N° RCS ou RM.
    - pour les sociétés : dénomination sociale, forme juridique, adresse du siège, capital social, n° RCS.
  - Les autres mentions obligatoires : indication des différentes modalités de paiement, du droit de rétractation de 7 jours, (le projet de loi du 13/9/13 prévoit de le porter à 14 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. (Les textes ont prévu des sanctions en cas de manquement à ces obligations)

### 4. Vente en ligne et les garanties

- ✓ La vente en ligne (ou vente entre « absents ») est encadrée par les textes (voir fiche D3.32)
- ✓ 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, PayLib (depuis septembre 2013) ...

#### **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 du droit pour limiter le risque de conflit.

#### **Les exemples pour illustrer :**

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 ». Les demandes de nouvelles extensions « newgTLDs » auprès de l'ICANN sont en augmentation rapide

Des sociétés proposent désormais l'[audit](#) des noms de domaine

Le 20 juin 2011, Microsoft Corporation a obtenu de l'Afnic, via Syreli, le transfert du nom de domaine litigieux « microstf.fr » au motif qu'il pouvait être confondu avec la marque Microsoft.