Le commerce électronique BtoB

Les contrats EDI

Les places de marché

Les relations BtoB (business to business) sont des échanges intervenants entre professionnels.

Les contrats dans le cadre du BtoB sont soumis aux règles du code civil et du code de commerce. En revanche, la législation protectrice du consommateur ne s'applique pas. Par exemple, la règlementation des clauses abusives ou encore le droit de rétractation ne concerne que les contrats BtoC.

Deux questions doivent être envisagées:

* Les échanges entre professionnels dans le cadre de l'EDI
* Les échanges entre professionnels dans le cadre des places de marché

# I - Les échanges entre professionnels et l'EDI

L'EDI est le terme générique définissant un échange d'informations automatiques entre deux entités à l'aide de messages standardisés de machine à machine.

L'EDI a été à l'origine conçu dans l'optique du "zéro papier" et afin d'automatiser le traitement de l'information.

Par exemple, une entreprise peut émettre ces commandes, ces avis d'expéditions, ces factures, par EDI c'est-à-dire qu'elle va émettre des messages électroniques normalisés qui seront télétransmis vers les ordinateurs de ces partenaires commerciaux (fournisseurs, clients, banque) qui seront capable d'interpréter et d'intégrer automatiquement des données correspondantes dans leur système d'information respectif sans papier ni intervention humaine.

L'EDI concerne de très nombreux secteurs d'activités: les transports, la banque, la santé, ou encore la grande distribution.

De la même manière, l'EDI est aujourd'hui utilisée par les universités pour envoyer leur note aux étudiants, par le gouvernement pour les déclarations d'impôts ou encore par les professionnels de santés pour éviter l'établissement de feuille de soin (système de la carte vitale).

La technique de l'EDI présente l'avantage de réduire considérablement les interventions humaines dans le traitement de l'information et donc de le rendre plus rapide et plus fiable. Il permet d'éviter notamment les erreurs de saisie manuelle.

Néanmoins, l'EDI soulève un certain nombre de questions:

* Le correspondant connecté est-il bien le correspondant annoncé?
* Comment être certain de l'identité de l'émetteur et du récepteur?
* L'information transmise par voie électronique a-t-elle été effectivement reçu dans son intégralité?
* Le système est-il resté étanche?

Ainsi, sur le plan juridique, un certain nombre de problème doit être résolu pour que l'EDI puisse être utilisé.

L'EDI doit d'abord permettre l'authentification des cocontractants et la signature électronique afin d'authentifier le document et de garantir que l'émetteur a consenti au contrat.

L'EDI doit permettre aussi l'horodatation (munir le message électronique d'une date et d'une heure, qui soit sûre et incontestable).

Enfin, l'EDI doit permettre également la constitution de preuve ainsi que le chiffrement (utilisation de réseaux et de format normalisé) pour assurer la confidentialité des échanges.

Ainsi les contrats conclus entre les parties doivent comporter des clauses:

* Relatives à la formation du contrat conclu par EDI: les parties conviennent à l'avance qu'elles seront juridiquement liées par les contrats conclus par EDI. Elles peuvent aussi décider que le contrat est considéré comme conclu dès que le message EDI d'acceptation de l'offre est reçu par le service informatique de l'offrant.
* Relatives aux conditions de conservation des données.
* Relatives à la valeur probante des messages EDI. Les parties s'engagent à archiver tous les messages et documents dématérialisés échangés. L'enregistrement de ces documents servira en cas de litige.
* Relatives aux modalités de règlements des litiges. Par exemple, clause attributive de juridictions.

Afin de faciliter la rédaction de ces contrats, des contrats-types sont proposés par le CIGREF (Club Informatique des Grandes Entreprises Françaises). Des avocats spécialisés proposent également leur conseil.

Concernant le "langage" EDI, des normes de structurations ont d'abord été mis au point pour répondre aux besoins des différentes sociétés. Les utilisateurs se sont vite rendus compte des insuffisances de ces normes "maisons".

Des normes ont alors été élaborées par branche d'activité afin de répondre aux besoins de groupes d'utilisateur plus large. Toutefois les sociétés participant à des transactions commerciales entre plusieurs secteurs continuées à se heurter à un certain nombre d'obstacles. Il est donc devenu évident que des normes régionales et nationales étaient indispensables.

En 1986, la CE a approuvé le projet EDIFACT (échange de données informatisées pour l'administration, le transport et le commerce). Il s'agit d'un langage normalisé à l'échelle internationale. Il constitue un ensemble cohérent de principes, syntaxes, messages, définitions, permettant la communication de données quelque soit l'équipement informatique des partenaires et à travers tous les réseaux. Depuis lors, le processus EDIFACT s'est développé et a fait ces preuves. Plus de 40 pays l'utilisent. Les milieux d'affaires disposent désormais d'une norme véritablement fiable.

## BTS Session 2013

Contrat conclu entre le responsable informatique (représentant le directeur du centre hospitalier) et la société Hospit@lis (représentée par monsieur P, ingénieur).

La confidentialité des échanges est garantie (secret professionnel, durée du secret: toutes l'exécution du contrat + 5 ans après).

Les parties ont organisées la preuve en cas de litiges (même force contraignante des commandes passées par EDI que sur support papier + archivage par Hospit@lis, ces fichiers faisant foi en cas de litige).

Mis en place d'un système d'horodatation et de transcodification.

# II - Les échanges entre professionnels et les places de marché

Une place de marché est une plateforme d'échange virtuelle fédérant les offres et les demandes de client et de vendeur professionnel pour un secteur d'activité particulier (par exemple, l'industrie automobile) ou un segment de marché spécifique (par exemple, fourniture de bureau).

Les entreprises, notamment les PME vont pouvoir réaliser des transactions à distance sans avoir à supporter le coût des infrastructures EDI plutôt réservées aux envoies de données en grande quantité. Les entreprises vont pouvoir sélectionner leur fournisseur grâce à un système d'appel d'offre ou d'enchère.

On distingue généralement deux grandes familles de place de marché:

* Les places de marché verticales traitant les échanges interentreprises pour un secteur d'activité particulier.
* Les places de marché horizontales s'adressant aux entreprises de tout secteur d'activités confondues pour un segment de marché donné. Il s'agit le plus souvent de produit relatif aux fonctionnements de l'entreprise (fournitures de bureau, matériels informatiques).

Les places de marché ont ainsi tendance à accentuer la compétitivité des entreprises. Elles permettent en particulier aux acheteurs de bénéficier de prix réduit, de connaître le panorama des offres grâce à la mise en ligne des catalogues des fournisseurs mais offre également aux vendeurs un canal de prospection et de distribution performant à un coût avantageux. Le créateur de la place de marché n'est pas en reste puisqu'il perçoit un pourcentage sur chaque transaction effectuée.

La responsabilité du créateur de la place de marché dépend de son statut. S'il s'agit d'un courtier en ligne (simple proposition de mettre les parties en relation commerciale), il est astreint à une obligation de moyens. Le professionnel mécontent devra démontrer une faute du courtier pour obtenir réparation (le courtier n'a pas mis en œuvre tous les moyens possibles). Si le créateur de la place de marché intervient en tant que mandataire (la place de marché agit pour le compte d'un tiers mandant), il faut appliquer les règles de droits relatives au contrat de mandat.

La place de marché doit garantir la confidentialité des données échangées. Elle doit également respecter et faire respecter le droit des marques, des modèles, et la propriété intellectuelle. Elle doit aussi respecter et faire respecter le droit du commerce. Par exemple, la rupture brutale et abusive de l'accès de la place de marché est interdite. Enfin elle doit respecter et faire respecter le droit de la concurrence: les discriminations à l'entrée et les pratiques anticoncurrentielles (par exemple, entente illicite, abus de position dominante) sont interdites.

Les membres de la place de marché doivent respecter le contrat d'affiliation et la charte de la place de marché s'il en existe une.

Ces textes peuvent prévoir un agrément préalable, ou bien un libre accès, le paiement d'un prix d'entrée, des règles d'identifications sur la place de marché (un logo, le descriptif de la société membre, de ces produits et de ces conditions d'achat ou de vente), les règles de transaction en ligne, les règles de gestion des identifiants et la reconnaissance de la valeur probante des messages échangés.

Exemple: Prog Online