

Fonctionnement d'un site marchand

ASPECTS JURIDIQUES

Sommaire

1. Les liens.....	3
2. Introduction.....	4
3. Avertissement préalable.....	5
4. Suis-je libre de déposer le nom de domaine qui me plaît ?.....	7
5. Comment protéger le nom de domaine de mon site ?.....	10
6. Dois-je déclarer mon site à la CNIL ?.....	11
7. Quelles sont les mentions légales à faire apparaître sur mon site ?.....	14
8. Y-a-t-il des règles de présentation pour mon offre de produits ou de services ?..	15
9. Quelle législation s'applique sur la fixation des prix (soldes, promotions etc.) ?.	17
10. Quid du droit de rétractation?.....	19
11. Comment rédiger mes Conditions Générales de Vente (CGV) ?.....	20
12. Comment s'assurer de la conclusion d'un contrat électronique ?.....	22
13. Et le paiement en ligne ?.....	23
14. Suis-je propriétaire de mon site ?.....	24
15. Peut-on utiliser librement l'image d'un bien ou d'une personne ?.....	26
16. Puis-je faire évoluer mon site comme bon me semble ?.....	27

1. Les liens

- [Droits des TIC](#)
- [Site de l'AFNIC](#)
- [Site de la CNIL](#)
- [Actualité du droit des nouvelles technologies](#)
- [Conseils e-commerce et solutions pratiques](#)

2. Introduction

Notre volonté dans ce chapitre n'est pas de créer un référentiel juridique mais plutôt un résumé de la législation concernant le e-commerce qui vous donnera des pistes à approfondir ensuite.

3. Avertissement préalable

Le droit est lié aux textes mais aussi à la jurisprudence

Il apparaît important tout d'abord de rappeler que le droit n'est pas une matière figée mais est au contraire en constante évolution. En effet, les pratiques changent et le droit également.

Ensuite, force est aujourd'hui de constater que la seule connaissance des textes (lois, décrets, ordonnances...), à supposer encore que nous puissions l'avoir intégralement, n'est pas suffisante pour pouvoir apporter à chaque cas une réponse précise et fiable.

Beaucoup de réponses sont ainsi apportées par la doctrine, l'avis ou la jurisprudence des juridictions (Cours d'Appel, Cour de Cassation...) mais aussi d'organismes tels que la CNIL, la DGCCRF par exemple.

Pour finir, deux cas en apparence semblables ou voisins peuvent néanmoins appeler une réponse juridique différente.

Le droit du e-commerce n'est pas une matière à part

En effet, avant le e-commerce, le droit du commerce en général existait déjà et il s'applique de la même manière pour le commerce électronique.

Le droit du e-commerce apporte donc seulement les réponses relatives aux cas particuliers et aux nouvelles situations qui découlent de ce nouveau type de vente.

Il faut donc être conscient que :

- les entreprises qui souhaitent **vendre à des particuliers** devront examiner les règles prévues par le code de la consommation
- **la vente de certains produits** ou la réalisation de certaines prestations de service peut faire l'objet de réglementations très spécifiques (médicaments, alcools...) ou peut être même tout simplement interdite dans certains pays.
- **l'exercice de certaines professions** est réglementé (banquiers, huissiers, pharmaciens, médecins...).

- **un site internet est accessible depuis d'autres pays** que le nôtre qui disposent eux-mêmes de règles spécifiques pour la commercialisation ou la distribution de produits ou services. Or, il ne nous est pas possible de présenter la réglementation de tous les pays et ce d'autant plus qu'elle peut changer.

Ce préambule présenté sous forme d'avertissement nous est par conséquent apparu important pour la sécurité juridique de vos projets. Nous vous invitons à consulter un professionnel compétent à même d'apporter une réponse précise à une question précise.

4. Suis-je libre de déposer le nom de domaine qui me plaît ?

L'une des démarches préalables à l'ouverture du site, laquelle correspond à sa mise à disposition du public, est de déposer le nom de domaine.

Pour une définition et plus de précisions sur ce qu'est un nom de domaine, vous pouvez vous reporter au chapitre *Publication, mises à jour et sauvegardes* question *Comment choisir mon nom de domaine ?*

Un nom de domaine est constitué d'un préfixe (<http://www.>), d'un radical (le plus souvent il s'agit du nom de votre entreprise) et d'un suffixe ou extension.

Le choix du radical

Le radical correspond la plupart du temps au nom de votre entreprise. Cependant au moment de choisir votre nom de domaine vous devez vous assurer :

- **qu'il ne porte pas atteinte à une marque déposée à l'INPI** pour des produits et/ou des services identiques ou similaires à ceux que vous souhaitez proposer sur votre site. En effet dans ce cas vous pourrez être poursuivi pour contrefaçon et éventuellement pour concurrence déloyale. C'est le principe dit de « spécialité ». Notons que ce principe s'applique aussi bien pour une reproduction à l'identique de la marque mais aussi pour un nom de domaine similaire à une marque (orthographe différente mais même prononciation par exemple). Dans le cas où vous proposeriez des produits et/ou des services différents de ceux précisés dans le dépôt de marque (par exemple vous vous appelez Leroy Merlin mais vous vendez des chaussettes) il faudra encore s'assurer que la marque n'est pas protégée par le droit d'auteur de par son originalité .
- **qu'il ne correspond pas à la dénomination sociale ou le nom commercial d'une entreprise existante**, toujours pour des produits et/ou des services identiques ou similaires à ceux que vous souhaitez proposer sur votre site, sous peine d'être poursuivi pour concurrence déloyale.
- **qu'il ne prête pas à croire qu'on est sur le site officiel d'une ville, d'une AOC ou d'une personne**

Conclusion : la prudence impose de commander auprès de l'Institut National de la

Propriété Industrielle une recherche d'antériorité portant tant sur les marques que sur les dénominations sociales pré-existantes.

Le choix des extensions (.fr, .com etc)

Le choix d'une extension n'est pas soumis à une obligation quelconque cependant il existe des conventions qu'il est préférable de respecter. Vous pouvez décliner votre nom de domaine avec plusieurs extensions.

Voici quelques exemples :

.fr	Extension officielle française. L'entreprise doit être géographiquement située sur le territoire français. Organisme : AFNIC
.eu	Extension officielle pour l'Union européenne. Organisme : EURID
.com	Extension internationale. Elle concerne plus particulièrement les sites à but commercial. Organisme : INTERNIC
.org	Extension prévue pour les sites d'organisation et d'association Organisme : PIR
.info	Extension prévue pour les sites d'information Organisme : Afilias
.biz	Extension prévue pour les sites d'entreprise, de commerce, d'affaire (biz pour business)

L'enregistrement de votre nom de domaine

L'enregistrement des noms de domaine obéit à des règles simples qui sont :

- « premier arrivé, premier servi »
- un seul titulaire pour un nom de domaine donné tout au moins dans l'extension revendiquée (suffixe). Ainsi on ne trouve pas 2 noms de domaine identiques même pour des activités différentes et toute entreprise a intérêt à réserver son nom de domaine rapidement.

Pour s'assurer que chaque nom de domaine est unique, en fonction de l'extension choisie il est enregistré auprès d'un organisme différent. Par exemple l'AFNIC recense tous les

noms de domaine en .fr et l'INTERNIC tous ceux en .com.

Cet enregistrement est généralement pris en charge par l'entreprise auprès de laquelle vous effectuerez la location de votre nom de domaine et éventuellement celle de votre hébergement. Vous n'aurez donc pas à vous en occuper.

5. Comment protéger le nom de domaine de mon site ?

Compte-tenu du fait qu'un nom de domaine peut avoir une valeur économique (c'est un élément d'attraction de la clientèle), il faut dans la mesure du possible le protéger. Vous pouvez le déposer comme marque auprès de l'INPI, pour les produits et/ services exploités ou en passe de l'être.

La protection dure 10 années à compter du dépôt et ce dépôt doit être renouvelé dans les 6 mois qui précèdent l'échéance décennale.

Il faut cependant signaler que le dépôt régulier d'une marque obéit à plusieurs règles dont les principales sont :

- **une marque ne doit pas être descriptive** mais doit au contraire être distinctive. Cela signifie qu'elle ne peut, dans le langage courant ou professionnel, reprendre la désignation nécessaire, générique ou usuelle du produit ou du service qu'elle va couvrir (par exemple : n'est pas distinctive en tant que telle la dénomination SAVON pour protéger du SAVON). Elle ne peut pas non plus servir à désigner une caractéristique du produit ou du service et notamment l'espèce, la qualité, la quantité, la destination, la valeur, la provenance géographique, l'époque de la production du bien ou de la prestation de service (article L 711-2 CPI),
- **une marque ne doit pas être contraire à l'ordre public, aux bonnes mœurs** (article L 711-3 CPI),
- **elle ne doit pas non plus être de nature à tromper le public**, notamment sur la nature, la qualité ou la provenance géographique du produit ou du service (article L 711-3 CPI),
- **elle ne doit pas porter atteinte à des droits antérieurs** : droits d'auteur, dessins et modèles protégés, nom commercial ou enseigne connus... (article L 711-4 CPI).

Il faut savoir que le droit à un nom de domaine repose sur deux facteurs :

- **l'antériorité** : mon nom de domaine a-t-il été créé avant la marque qui le réclame ?
- **la bonne foi** : mon nom de domaine pointe-t-il sur un site effectivement exploité

6. Dois-je déclarer mon site à la CNIL ?

Qu'est-ce que la CNIL ?

La Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés a été créée par la loi informatique et liberté en 1978 et a pour vocation de veiller à ce que l'informatique ne porte pas atteinte à la vie privée et aux libertés des hommes. Il s'agit d'une autorité administrative indépendante : ses membres et son président sont élus et les autorités publiques ne peuvent s'opposer à son action.

Ses missions concernant la loi Informatique et libertés sont :

- d'informer sur les droits et les obligations des personnes qui collectent des données
- de protéger les droits des citoyens
- de réguler le traitement des fichiers
- de contrôler les fichiers pour faire respecter la loi informatique et libertés
- de sanctionner financièrement les personnes qui ne respectent pas cette loi
- d'anticiper les développements technologiques dans le but de tenir la loi à jour

Quand déclarer un site à la CNIL ?

Dans un souci de protection de la vie privée et des libertés individuelles de chacun, le législateur, par la Loi Informatique et Libertés du 6 Janvier 1978 modifiée par une loi du 6 Août 2004, a prévu des dispositions relatives à la mise en œuvre et au traitement des données à caractère personnel.

Sont considérées comme données à caractère personnel les données permettant une identification directe ou indirecte de personnes (exemples : un nom, un n° d'immatriculation, une adresse, un n° de téléphone, une photographie...).

Ainsi, selon la CNIL, lorsqu'un site internet diffuse ou collecte des données à caractère personnel, il doit être déclaré auprès d'elle préalablement à la mise en œuvre du fichier ou de son traitement

Sont donc soumis à déclaration les sites internet à titre professionnel, associatif ou politique qui diffusent et collectent des données à caractère personnel. En revanche un

site mis en œuvre par un particulier dans le cadre d'une activité exclusivement personnelle est dispensé de déclaration préalable.

Nous ne pouvons envisager ici tous les cas de figure et présenter tous les cas dans lesquels une déclaration doit ou non être faite.

Nous ne pouvons que vous inviter à une grande vigilance et à vous connecter au site de la CNIL pour plus de précisions : <http://www.cnil.fr/vos-responsabilites/declarer-a-la-cnil/declarer-un-fichier/dispense/mon-secteur-dactivite/>

Nous vous recommandons encore tout particulièrement de prendre connaissance des documents suivants qu'elle édite en ligne : « Guide pratique : Déclarer à la CNIL » et « Je monte un site internet : Guide pratique ».

Obligations et sanctions en cas de non respect des règles

Le non respect des dispositions légales en la matière expose tout contrevenant à de lourdes sanctions pénales et/ou financières.

Voici les obligations de tout responsable de traitement informatique de données personnelles :

- **il doit assurer la sécurité des fichiers** : aussi bien la sécurité des locaux que celle des systèmes informatiques.
Sanction en cas de non respect : 5 ans d'emprisonnement et 300 000€ d'amende.
- **il doit assurer la confidentialité des données** : la transmission des données à un tiers ne peut intervenir sans le consentement de l'internaute, de même que la réception de sollicitations commerciales.
Sanction en cas de non respect : 5 ans d'emprisonnement et 300 000€ d'amende ou en cas d'imprudence ou de négligence : 3 ans d'emprisonnement et 100 000€ d'amende.
- **il doit déterminer la durée de conservation des données** : elles ont une date de péremption et une limite doit être fixée en fonction de l'objectif du fichier.
Sanction en cas de non respect : 5 ans d'emprisonnement et 300 000€ d'amende.
- **il doit informer les personnes** : sur tous les espaces ou supports de collecte de données nominatives (formulaires de contact, bons de commande, questionnaires

de satisfaction...) doit figurer notamment la finalité de la collecte, les conditions de stockage des données, l'existence et les conditions du droit d'accès, de rectification et de suppression des données.

Sanction en cas de non respect : 1500€ par infraction constatée et 3000€ en cas de récidive.

- **il doit demander l'autorisation de la CNIL avant la mise en œuvre de la collecte** de données.

Sanction en cas de non respect : 5 ans d'emprisonnement et 300 000€ d'amende.

- **il doit déterminer la finalité des traitements** : la collecte doit avoir un objectif précis et les données contenues dans le fichier doivent être en accord avec cet objectif et ne peuvent être utilisées pour une autre finalité.

Sanction en cas de détournement de finalité : 5 ans d'emprisonnement et 300 000€ d'amende.

Pour plus d'informations sur les procédures de sanction : <http://www.cnil.fr/vos-responsabilites/les-sanctions-de-a-a-z/>

7. Quelles sont les mentions légales à faire apparaître sur mon site ?

Dans la mesure où les produits et services sont destinés à des consommateurs, à savoir des personnes physiques achetant ces produits et services à des fins personnelles et non professionnelles, les règles du droit de la consommation relatives notamment à l'information sur les produits, sur les conditions de vente, et sur les ventes conclues à distance, vont trouver application.

Mais ce ne sont pas là les seules informations que vous devez faire apparaître. Il résulte notamment de la Loi 21 Juin 2004 (Loi pour la confiance dans l'économie numérique) que les informations concernant le ou les éditeurs du site doivent être affichées :

- leurs nom et prénoms (personnes physiques), leur dénomination sociale, leur capital social, leur n° de RCS, n° de TVA, l'adresse de leur siège social, leur adresse physique et électronique, leur n° de téléphone.
- le nom du directeur ou du codirecteur de la publication et, le cas échéant, celui du responsable de la rédaction.
- le nom, la dénomination ou la raison sociale et l'adresse et le numéro de téléphone de l'hébergeur du site.
- si l'activité est soumise à autorisation ou si elle est réglementée, le nom et l'adresse de l'organisme ou de l'autorité concernée,

Le non respect de ces prescriptions légales expose le dirigeant à une sanction pénale pouvant aller jusqu'à un an d'emprisonnement et 75 000€ d'amende ; de même que des sanctions de nature pénale peuvent être prononcées à l'encontre de la société (amende, interdiction pour une durée de 5 ans d'exercer une ou plusieurs activités, affichage de la décision).

8. Y-a-t-il des règles de présentation pour mon offre de produits ou de services ?

Business to Business ou Business to Customer

Les offres de produits et services dans le commerce entre professionnels (B to B) ne sont pas soumises aux mêmes prescriptions que celles intervenant dans le commerce entre professionnels et particuliers (B to C) même s'il peut y avoir des règles communes entre elles.

Dans le commerce B to B, les parties, parce qu'elles sont des professionnels, sont moins protégées et, de ce fait, la liberté contractuelle est plus importante.

Compte-tenu de la diversité des relations commerciales susceptibles d'être nouées entre professionnels (contrat de bail commercial, licence de brevet, de marque, contrat de maintenance....), il n'est possible d'étudier ici tous les cas de figure susceptibles de se présenter.

Le commerce B to C est lui plus encadré car le particulier doit être protégé car considéré comme plus faible que le professionnel.

Vous retrouverez l'essentiel des dispositions applicables dans le code de la consommation.

Les informations sur le produit/service

En substance, nous pouvons dire que l'offre doit être claire, compréhensible et indiquer :

- les caractéristiques essentielles du produit ou du service,
- le prix, comprenant les taxes et les frais de livraison,
- la durée de validité de l'offre,

Les informations concernant les produits et services devant figurer dans le site sont celles prescrites par le code de la consommation et il conviendra d'en respecter les prescriptions en fonction du type de produit ou service vendu.

Les informations sur les prestations autour de la vente (paiement, livraison etc)

En plus des informations concernant le produit/service lui même, l'acheteur doit être

averti :

- des modalités de paiement, de livraison du produit ou d'exécution de la prestation de service,
- de l'existence d'un droit de rétractation sauf les cas où il ne s'applique pas,
- des différentes étapes à suivre pour conclure le contrat en ligne (processus de commande),
- des moyens techniques lui permettant d'identifier et de corriger les erreurs commises lors de la saisie des données avant la conclusion du contrat c'est à dire la validation de la commande,
- des conditions d'archivage et les modalités d'accès aux contrats portant sur des sommes égales ou supérieures à 120€ TTC,
- des langues proposées pour la conclusion du contrat,
- des moyens de consulter par voie électronique les règles professionnelles et commerciales auxquelles le vendeur se soumet.
- qu'un moyen non surtaxé est mis à sa disposition pour contacter le vendeur (loi Châtel de 2008)

Le e-commerce : du commerce avant tout

Le e-commerce reste du commerce, c'est pourquoi le code du commerce s'y applique. Il faut rappeler que les produits devront être conformes à la réglementation et disposer d'un étiquetage conforme aux prescriptions.

En ce qui concerne la publicité des produits et services, celle-ci ne devra pas être trompeuse ou de nature à induire en erreur.

9. Quelle législation s'applique sur la fixation des prix (soldes, promotions etc.) ?

Le cadre réglementaire qui s'applique aux distributeurs physiques doit aussi être respecté par les cybermarchands

Les marchands en ligne doivent en effet se soumettre aux règles du Code de la Consommation, qui encadre très précisément les ventes. Et en ce qui concerne la réduction de prix, l'arrêté 77105 P du 2 septembre 1977 précise les conditions qu'il convient de respecter. De la même manière, la réglementation des soldes et l'interdiction de revente à perte sont précisées dans le Code du Commerce et s'appliquent aux cybermarchands.

Les promotions, réductions...

Le cybermarchand peut réaliser ses promotions quand il le souhaite à condition de limiter dans le temps la réduction de prix accordée : il doit donc, comme les autres commerçants, préciser les dates de début et de fin de ces opérations de promotion. Par ailleurs la réduction de prix doit faire référence aux prix le plus bas pratiqué au cours des 30 jours qui précèdent le début de l'opération et le nouveau prix doit s'afficher aux côtés de l'ancien prix barré.

Attention : la promotion engage le e-commerçant à proposer au cyberacheteur la possibilité de commander le produit même si celui-ci n'est plus en stock durant toute la durée de ladite promotion.

Les soldes

Les articles en soldes doivent avoir été proposés à la vente depuis au moins un mois à la date de début de la période des soldes, et ne doivent donc pas faire l'objet d'un réassort pendant et après les périodes fixées.

Les soldes doivent être précédées ou accompagnées de publicités. Dans les magasins physiques comme sur les sites de e-commerce, la distinction entre les articles soldés et non soldés doit être clairement mise en évidence pour les consommateurs

La revente à perte ?

A la différence des distributeurs physiques, les cybermarchands n'ont pas à prendre en

compte certaines taxes comme les baux commerciaux dans leur calcul du seuil de revente à perte ce qui leur permet d'en descendre le niveau.

10. Quid du droit de rétractation?

Le code de la Consommation – Article L121-20 par Ordonnance n° 2001-741 du 23 août 2001, indique que le client dispose de 7 jours francs pour exercer son droit de rétractation. Si le dernier jour de cette période est un samedi, un dimanche ou un jour férié, on prolonge le délai jusqu'au prochain jour ouvré.

Si le délai de rétractation n'est pas indiqué dans les conditions générales de vente, celui-ci est automatiquement porté à trois mois, à moins d'une modification des CVG durant ce délai.

Il existe cependant des exceptions liées à ce droit de rétractation :

- la fourniture de services : si elle a commencé avec l'accord du client
- les produits et services dont le prix est lié aux fluctuations du marché (fuel par exemple)
- les biens dont la conception a été personnalisée pour le client avec son accord
- les biens susceptibles de se détériorer ou de se périmier lors de l'envoi
- les supports déballés contenant des œuvres avec droit d'auteurs
- la presse
- les services de paris et de loterie
- les voyages et les prestations d'hébergement

Les crédits à la consommation et la vente de produit financiers portent le délai de rétractation à 14 jours.

11. Comment rédiger mes Conditions Générales de Vente (CGV) ?

L'intérêt des Conditions Générales de Vente est de préciser les spécificités liées au site de vente en ligne, non précisées dans le cadre de la loi. C'est donc une manière pour le vendeur de protéger son activité. On ne peut évidemment pas se protéger plus que la loi le permet (exemple : on ne peut pas se déresponsabiliser concernant l'affichage des prix sur le site internet).

Nous recommandons à toute personne qui commercialise des produits ou services sur internet, auprès d'un public de particuliers ou de professionnels, d'établir des conditions générales de vente. Elles devront, dans le système de prise des commandes mis en place sur le site, être portées non seulement **à la connaissance mais encore à l'approbation de l'acheteur** au plus tard au moment où il passe sa commande.

A ce titre, nous insisterons sur la nécessité pour chacun, et dans le respect de la règle légale applicable, d'établir des conditions générales de vente appropriée à sa situation et aux produits ou services qu'il propose.

Contrairement à une idée reçue et bien ancrée, il n'y a pas de modèle universel qui convienne à tout le monde...et donc finalement à personne.

En effet, celui qui vend en ligne des denrées alimentaires périssables n'a pas forcément les mêmes contraintes que celui qui vend des bijoux en ligne ou encore des services : leurs conditions de vente seront donc nécessairement différentes à plusieurs égards.

D'ailleurs, celui qui vend à des consommateurs particuliers devra veiller à ce que tout ou partie des clauses de ses conditions de vente ne tombe pas sous le coup de la réglementation sur les clauses abusives car en ce cas ses conditions seront inefficaces faute de pouvoir être opposables à l'acheteur.

Voici quelques pistes sur ce que les CGV peuvent contenir :

- une présentation du commerçant (SIRET, coordonnées etc.)
- la description des modes de paiement
- la description des modes et délais de livraisons

- les modalités de validation de commande
- la procédure en cas de rupture de stock
- le système SAV
- le délai de rétractation
- les modalités de retour des produits

C'est aussi l'occasion de se décharger de certaines responsabilités, comme par exemple le retard de livraison dû au transporteur.

Enfin il faut savoir que les CGV peuvent évoluer et donc être modifiées. Il est fortement conseillé de dater et de conserver l'historique de ces modifications. Il sera ainsi possible de retrouver les conditions générales de vente s'appliquant lors d'une commande passée.

12. Comment s'assurer de la conclusion d'un contrat électronique ?

Pour que la vente s'opère, il faut que l'acheteur puisse exprimer son consentement.

A cet effet, la Loi du 21 Juin 2004 a déterminé les conditions de la conclusion des contrats en ligne. Elle dispose ainsi que, pour que le contrat soit valablement conclu sous forme électronique, il faut que :

- le destinataire ait eu la possibilité de vérifier le détail de sa commande et son prix total,
- le destinataire ait également eu la possibilité de corriger d'éventuelles erreurs dans sa commande, avant de confirmer celle-ci pour exprimer son acceptation
- l'auteur de l'offre accuse réception sans délai injustifié et par voie électronique la commande qui lui a été ainsi adressée.

La loi précise à ce titre que la commande, la confirmation de l'acceptation de l'offre et l'accusé de réception sont considérés comme reçus lorsque les parties auxquelles ils sont adressés peuvent y avoir accès.

Pour clore cette question de la conclusion des contrats sous forme électronique, nous précisons que le délai de conservation de l'écrit constatant le contrat est de 10 ans à compter de la conclusion du contrat lorsque la livraison du bien ou l'exécution de la prestation est immédiate. Dans le cas contraire, le délai court à compter de la conclusion du contrat jusqu'à la date de livraison du bien ou de l'exécution de la prestation et pendant une durée de 10 ans à compter de celle-ci.

13. Et le paiement en ligne ?

Pour le commerçant, comme pour l'utilisateur, il est impératif que le paiement en ligne garantisse l'authenticité et la sécurité de l'ordre de paiement ainsi que la libération du débiteur du prix.

Comme il n'y a pas de saisie de son code confidentiel par l'acheteur, le vendeur supportera le risque de l'utilisation frauduleuse de la carte bancaire.

Dans ses relations avec l'acheteur, le vendeur pourra être déclaré responsable si le système de paiement qu'il a instauré pour le règlement des achats sur son site est insuffisant ou défaillant et que, de ce fait, le code confidentiel du client a été détourné par un tiers.

Le cas échéant, le vendeur aura un recours contre celui qui lui a installé ou vendu le système insuffisant ou défaillant.

Conservation du numéro de carte bancaire

Le numéro de carte bancaire du client peut être conservé sous réserve :

- de déclaration à la CNIL,
- que le cybermarchand ait une bonne raison de conserver cette information (abonnement par exemple)

En revanche, la CNIL déconseille de retenir le cryptogramme visuel de la carte bancaire. En effet, en cas de mauvaise sécurisation des données, le commerçant sera responsable pénalement (article 34 de la Loi informatique et libertés). Il est donc plus prudent de passer par un organisme bancaire.

14. Suis-je propriétaire de mon site ?

La nécessité pour le client, avec l'assistance du prestataire, de définir un cahier des charges aussi précis et complet que possible sur le site qui doit être réalisé.

Tant dans l'intérêt du prestataire appelé à concevoir et bâtir le site que dans celui de son client, il est important d'établir un cahier des charges du site à réaliser et de définir les obligations de chacun.

Ce cahier des charges devra notamment décrire le site à réaliser et ses fonctionnalités.

La question des droits de propriété du site.

Les droits de propriété intellectuelle liés à la création du site, sous naturellement la réserve expresse qu'il n'y ait pas eu emprunt à des créations de tiers pré-existantes, reviennent en principe au créateur.

Le simple fait de payer au prestataire qui conçoit et bâtit le site le prix convenu pour cette prestation n'emporte pas pour autant automatiquement et de plein droit le transfert du droit de propriété des éléments du site au profit du client. Ceci résulte des dispositions de l'article L111-1 du Code de la Propriété Intellectuelle.

Pour preuve illustrative de ce principe, lorsque nous achetons le disque d'un artiste, nous n'achetons qu'un support et nous ne devenons pas pour autant propriétaire des droits d'auteur de cet artiste sur son œuvre musicale.

En principe, le client reste propriétaire des droits relatifs à son apport.

Pour le reste, nous ne pouvons que recommander aux parties de se mettre d'accord au moment où elles concluent leur contrat, sur la propriété des droits sur le site et de l'écrire avec précision.

Les droits de propriété intellectuelle des tiers.

Si la détermination du contenu du site (graphisme, musique...) est libre, cette liberté ne doit pas porter atteinte aux droits de propriété intellectuelle (droit d'auteur, dessins et modèles) dont peut être titulaire un tiers.

Il convient ainsi de veiller à ce que les éléments insérés dans le site, dès l'instant où ils ne sont pas créés de toutes pièces, ne reprennent pas des éléments (dessins, graphismes,

photographies, musique...) protégés par le droit d'auteur.

Bien entendu le site ne doit pas copier le contenu d'un autre site.

La difficulté en ce qui concerne le droit d'auteur est qu'il naît du seul fait de la création de l'œuvre, sans qu'un dépôt soit effectué car il n'est pas nécessaire, à la différence d'une marque, d'un brevet ou d'un dessin et modèle.

Si l'on souhaite reprendre des éléments protégés et non libres de droits, l'autorisation préalable, expresse et écrite (pour des raisons de preuve) de l'auteur sera nécessaire, de la même façon que si l'on souhaite apporter des modifications à ces éléments ne serait-ce que pour les adapter.

15. Peut-on utiliser librement l'image d'un bien ou d'une personne ?

Peut-on librement reproduire l'image d'un bien ou d'une personne pour la mettre sur son site ou sur tout autre support ?

En ce qui concerne l'image des biens

Selon un arrêt important de la Cour de Cassation, le propriétaire d'une chose ne dispose pas d'un droit exclusif sur l'image de celle-ci (Cour de Cassation Assemblée Plénière du 7 Mai 2004).

Cela signifie qu'en principe, nous pouvons utiliser l'image du bien d'autrui.

Toutefois, la Cour de Cassation, dans cette même décision a apporté une limite à cette règle en décidant que le propriétaire peut s'opposer à l'utilisation de l'image de son bien par un tiers si cette utilisation lui cause un trouble anormal.

Pour l'image d'un bien immobilier, il pourrait y avoir trouble anormal si, par exemple, à la suite de la publication de la photographie de son bien, sa tranquillité et sa vie privée se voyaient perturbées.

Important : il convient de préciser que si le bien constitue une œuvre qui peut être protégée au sens du droit de la propriété intellectuelle et que la durée de sa protection est encore en vigueur, l'autorisation préalable de l'auteur de l'œuvre sera nécessaire pour procéder à la divulgation de son œuvre.

En ce qui concerne l'image des personnes

L'image de chacun est protégée par les dispositions de l'article 8 de la Convention Européenne des Droits de l'Homme et l'article 9 du Code Civil selon lesquelles : chacun a droit au respect de sa vie privée.

En conséquence, leur accord préalable doit intervenir.

S'il s'agit d'un mineur, l'accord à obtenir sera celui de ses parents.

16. Puis-je faire évoluer mon site comme bon me semble ?

Il doit être expressément convenu et écrit dans votre contrat avec le prestataire que l'ensemble des images, graphismes, icônes et autres contenus créés ou déjà existants et utilisés pour le site vous sont cédés libres de droit.

Il faut veiller à ce que les droits d'auteur sur le site lui-même dans sa globalité en tant qu'œuvre vous soient également cédés.

A savoir : le concepteur-réalisateur de votre site peut, même s'il vous cède les droits, vous demander de mentionner son nom sur le site car il reste propriétaire de son droit moral.