

Le commerce électronique

Chapitre 3. L'encadrement juridique du commerce électronique

3.1. Les contrats spéciaux conclus pour l'internet

3.1.1. Les contrats à finalité technique



Sources d'information juridiques :

- Consulter sur le site Lemondedudroit.fr, Magazine des professions juridiques, la page sur les **Actualités sur les technologies de l'information**
- Consulter sur le site tpe-ecommerce.fr de la Plateforme de connaissances pour vendre en ligne de l'association PRATIC de Clermont-Ferrand, la page sur **les aspects juridiques, résumé de la législation concernant le e-commerce**
- Consulter sur le site cours.unjf.fr, la partie du cours "[Maîtriser les enjeux de l'économie numérique](#)" dans "[Identifier les acteurs](#)" de Claire-Marie Bringuier le chapitre **1.3 Droit applicable**



Le contrat de fourniture d'accès au réseau

Définition

Le contrat d'accès au réseau est un contrat passé à distance entre un utilisateur et un fournisseur d'accès à l'internet grâce à un clé d'accès et permet ainsi d'utiliser tout ou partie des services de l'internet.

L'**objet du contrat** porte sur la mise en réseau de l'ordinateur du client pour **permettre d'utiliser les services de l'internet** mais ne porte pas sur le contenu de la communication.

Le fournisseur d'accès offre un **service** à un utilisateur.

Ce contrat se rapproche d'un **contrat d'abonnement électronique**.

2 types de contrat :

- Le contrat passé **entre un professionnel et un consommateur** est un **contrat d'adhésion**,
- Le contrat passé **entre professionnels** est un **contrat négocié**.

1. Les obligations de l'abonné

- L'obligation de disposer d'un **matériel et de logiciels adéquats** à l'utilisation de l'internet.
Il doit veiller à sa sécurité (mots de passe, etc.),
- L'obligation de **payer le prix**,
- L'obligation de **respecter la loi et la netiquette, notamment l'obligation de ne pas spammer**.



Consulter le site afa-france.com de l'Association des Fournisseurs d'Accès et des Services Internet et la page concernant la **Netiquette, la charte de bonne conduite des acteurs de l'Internet**

Consulter le site Pointdecontact.net

« Le site Point de Contact vous permet de signaler anonymement par le biais d'un formulaire tout contenu choquant rencontré sur Internet. »



Consulter sur le site Legifrance, La **loi création et internet dite HADOPI du 12 juin 2009** qui
 « définit les obligations de la personne titulaire de l'accès à son réseau :
 - Il doit empêcher toute utilisation illicite après la conclusion d'un contrat d'accès,
 - Il est rendu responsable de toute atteinte aux droits d'auteur qui pourrait être faite sur l'internet à partir de son ordinateur et de sa connexion internet, dès lors qu'il a mis en œuvre les moyens techniques de sécurisation.[...] »



Consulter sur le site afa-france.com de l'Association des Fournisseurs d'Accès et des Services Internet, la page sur **Le Label " Net+sûr "**

« Ce label est apposé sur les portails et/ou autres supports de communication des hébergeurs et des fournisseurs d'accès à Internet fixe grand public membres de l'AFA qui mettent en œuvre des mesures propres à lutter plus efficacement contre la diffusion de contenus à caractère pédo-pornographique ou incitant à la haine raciale ; qui s'engagent pour une meilleure protection et sensibilisation des mineurs sur Internet. »

2. Les obligations du fournisseur

- L'obligation de **garantir l'accès à l'internet**,
- L'obligation d'**accès aux informations circulant sur le réseau** (obligation de moyens),
- L'obligation d'**indiquer le prix**,
- L'obligation d'**information du fournisseur d'accès** ([LCEN](#) du 21 juin 2004). Exemple: existence de logiciels de contrôle parental,
- L'obligation de **conserver les données de connexion et d'identification de ses clients**, comme le contrôle des adresses IP (internet protocol= numéro correspondant à un point d'accès au réseau accordé par le fournisseur d'accès).

➡ Le contrat d'hébergement

Définition

Le contrat d'hébergement est un **contrat passé entre un utilisateur et une entreprise possédant un serveur**, par lequel le fournisseur héberge sur ses propres machines le site web et stocke les informations fournies par l'utilisateur et les rend accessibles sur le réseau. **Ce contrat d'hébergement va permettre de mettre en place le site internet.**

NB: Le contrat peut être une extension du contrat d'accès. Le fournisseur d'hébergement ne participe ni au contenu ni à son élaboration mais à son hébergement.



Consulter sur le site <http://www.esen.education.fr/> de l'Ecole supérieure de l'éducation nationale,

de l'enseignement supérieur et de la recherche, l'exemple de [Contrat d'hébergement de service Web](#) (document pdf)

1. Les obligations de l'hébergé

- **Payer le prix,**
- **Respecter la netiquette.**

2. Les obligations de l'hébergeur

- L'obligation de **disponibilité du site,**
- L'obligation de **sécurité des données** (obligation de résultat),
- L'obligation de **sécurité des traitements de données à caractère personnel** ([Loi 1978](#)),
- L'obligation de **maintien du site et de « passage de relais »**,
- L'obligation de **conservation des données de connexion et d'identification des clients.**



Consulter le site [Legalis.net : l'actualité du droit des nouvelles technologies](#)



Consulter le site [Easydroit.fr : le portail du droit](#)



Consulter sur le site <http://www.universites-numeriques.fr/fr> du Portail des Universités numériques thématiques, la page concernant la [Protection des données personnelles et autres contraintes liées à l'exploitation d'un site](#)



Consulter sur le site http://ec.europa.eu/index_fr.htm de la Commission européenne, les vidéos d'information en Droit sur :

- [Protecting your data, protecting you](#) publiée le 16/11/2011 (vidéo en anglais, 1min)
- [Data protection day 2012 : What can happen to your personal data online ?](#) publiée le 21-01-2012 (vidéo en anglais, 1 min)

Exemples de responsabilités des hébergeurs



Consulter sur le site [Legalis.net](#), l'article sur **L'hébergeur doit accepter les demandes de suppression de données personnelles** publié le 11/01/2012



Consulter sur le site [easydroit.fr, le droit pour tous](#), la fiche pratique **Définition, obligations et responsabilité de l'hébergeur**



Consulter sur le site <http://www.esen.education.fr/> de l'Ecole supérieure de l'éducation nationale, de l'enseignement supérieur et de la recherche dans la rubrique Outils pour agir : l'internet responsable, les vidéos sur [les responsabilités](#) (vidéos 3 min)



Consulter sur le site emploi.lemondedudroit.fr, l'article sur **Google doit dévoiler les données d'identification** publié le 26/02/2013



Responsabilités des acteurs techniques et des éditeurs de contenus (partir de l'explication du site ESEN et du site legalis.net)

Question 1 : Chercher des cas de responsabilités des hébergeurs et des FAI

Question 2 : Et UNE d'un Editeur UN par acteur et exposer le type et la raison d'être responsable



QUIZZ en ligne du cours d'autoformation "[Maîtrise des enjeux de l'économie numérique](http://cours.unjf.fr)" : [Identifier les acteurs](http://cours.unjf.fr) de Claire-Marie Bringuier et Didier Valette – cours.unjf.fr

[La responsabilité des acteurs : TESTEZ VOS CONNAISSANCES](#)

➔ [Le contrat de conception et de réalisation du site internet](#)

Définition

Le contrat de conception et de réalisation du site internet consiste à **définir et à créer les pages d'un site internet**. La base du contrat sera le **cahier des charges** (= besoins du client). Il faut **vérifier que le prestataire détient le droit d'utiliser les œuvres qui composent le site mais aussi de protéger le site susceptible de constituer une œuvre de l'esprit**. En principe le prestataire cède à titre exclusif les droits de reproduction, de représentation et d'adaptation du site dans son ensemble et dans les éléments qui le composent.



Consulter le site <http://www.app.asso.fr/> de l' **Agence pour la Protection des Programmes**

L'APP permet d'enregistrer ses créations numériques au registre international IDDN pour assurer, gérer et défendre leur protection.

- **IDDN** : InterDeposit Digital Number est un répertoire international des oeuvres numériques,
- **Logibox** : Enveloppe scellée utilisée par l'Agence pour la Protection des Programmes lors des dépôts ou référencements,
- **Numéro IDDN** : Numéro d'inscription au répertoire IDDN. Ce numéro (de 33 chiffres et lettres) contient des renseignements codifiés permettant de connaître notamment le type d'œuvre, le numéro de classe de produit, la nationalité de l'œuvre et l'année de référencement ou de dépôt. Ce numéro se retrouve sur votre certificat de dépôt ou de référencement.

➔ [Exercice de synthèse](#)



Exercice en ligne du cours d'autoformation "[Maîtrise des enjeux de l'économie numérique](http://cours.unjf.fr)" : [Maîtriser le contexte](http://cours.unjf.fr) de Claire-Marie Bringuier et Didier Valette – cours.unjf.fr

Savoir Faire : Cas Pratique : responsable juridique au sein d'une structure commerciale, on vous interroge sur la question du commerce électronique et sur sa mise en œuvre.

3.1.2. Les contrats à finalité identitaire et publicitaire

➡ Le contrat de portail

Son objet est de **promouvoir les sites cibles référencés par le site portail**. Les portails laissent les sites contractuellement responsables de leur contenu.



Consulter sur le site archives.gouvernement.fr des Archives du gouvernement (France), l'article : **Commerce en ligne : protéger les consommateurs** publié le 31/08/2010 : « Pour lutter contre les abus et les fraudes et garantir la sécurité des consommateurs, le Centre de surveillance du commerce électronique (CSCE) effectue des contrôles de sites de e-commerce tout au long de l'année. »

➡ Le contrat de référencement

L'objet est de **déterminer les conditions dans lesquelles le référenceur assurera le référencement du site du client auprès des outils de recherche et des portails pour leur assurer une bonne visibilité** :

- **Un moteur de recherche** est un programme de navigation qui visite les pages web et leurs liens en utilisant les mots-clés présents dans le titre du site,
- **Les annuaires** sont des répertoires de sites classés par thèmes, dans lesquels, à la différence des moteurs de recherche, le référencement s'effectue manuellement après la demande du titulaire du site.



Consulter sur le site dailymotion.com, la vidéo publiée le 07/12/2011 par [Echangeur Bordeaux acquitaine](#), Centre de ressources TIC de la CCI de Bordeaux sur les **Bonnes pratiques web pour les professionnels du tourisme** : *notions de référencement* (vidéo 3 min)

- **Les responsabilités** : la mise en œuvre des techniques d'indexation ou de référencement est susceptible d'engager la responsabilité des outils de recherche à l'égard des tiers, titulaires de droits de propriété.



Consulter sur le site net-iris.fr, [Le droit à l'information juridique](#), l'article du blog juridique de Murielle Cahen **Les bonnes pratiques du référencement sur Internet** publié le 09/01/2012

➡ Les conventions portant sur les noms de domaine

Le nom de domaine est un terme employé pour désigner l'adresse URL d'un site. Le nom de domaine est une adresse électronique personnalisée identifiant un site internet. C'est un signe de ralliement de la clientèle vers le site qu'il identifie.



Consulter sur le site DomainesInfo.fr, le site d'information des noms de domaine, l'article de Emmanuel Gillet sur **Qu'est qu'un nom de domaine disponible ?** publié le 13/02/2007



Consulter sur le site Domaine.info, l'article sur **Comment choisir son nom de domaine ?** publié le 11/01/2013

[La gestion des noms de domaine](#)

L'organisation des noms de domaine est assurée au niveau international par l'INTERNIC dont la gestion est réalisée par l'ICANN.

Au niveau national, la gestion du « .fr » est assurée par l'AFNIC, Association Française pour le Nommage Internet en Coopération. L'enregistrement des noms ne se fait pas directement auprès de l'AFNIC mais par l'intermédiaire des fournisseurs d'accès à l'internet auprès des bureaux d'enregistrement.



Consulter sur le site <http://www.afnic.fr/fr/> de l'Association Française pour le Nommage Internet en Coopération :

- La page de la rubrique Produits et services, **WHOIS** qui permet d'effectuer des recherches sur les bases de données des noms de domaine,
- La page de la rubrique Produits et services sur la présentation : **Le « .fr »**
- La page de la rubrique Résoudre un litige sur **Signaler un nom de domaine illicite ou contraire à l'ordre public**



Consulter le site Domaines.info, **site d'information des noms de domaine**



Consulter le site <http://nameshield.net/> de la **Société Nameshield sur la valorisation et la protection de votre patrimoine identitaire**
 « Créée en 1994 sous le nom commercial Observatoire des marques, Nameshield a développé une technologie pour vous aider à mettre en place une stratégie globale de votre identité sur internet. Nous vous donnons les moyens de constituer et de gérer votre portefeuille de noms mais aussi de rechercher, surveiller d'enregistrer et de protéger vos noms de domaine. »



Consulter sur le site <http://www.wipo.int/portal/index.html.fr> de l'OMPI, Organisation mondiale de la propriété intellectuelle, la FAQ **Questions fréquemment posées : noms de domaine de l'Internet**
Exemples : nature des litiges (cybersquattage), résolution des litiges, principes UDRP



Utiliser le site Domaine.info **pour vérifier la disponibilité d'un nom de domaine**



Consulter sur le site <http://www.wipo.int/portal/index.html.fr> de l'OMPI, Organisation mondiale de la propriété intellectuelle, le **Guide de l'OMPI sur le règlement des litiges relatifs aux noms de domaine** publié en 2012 (document pdf)

« Je représente une entreprise française ou étrangère, une association, un organisme national ou international, quels sont mes droits au dépôt d'un nom de domaine en .fr ou en .re ? Existe-t-il des contraintes techniques à prendre en compte dans le choix d'un nom de domaine en .fr ou en .re ? Sur le plan technique, un nom de domaine en .fr ou .re doit comprendre au moins 3 et au maximum 64 caractères choisis parmi les lettres A à Z et les chiffres 0 à 9. Il est possible d'utiliser le trait d'union (ou tiret catradin) mais pas les espaces, apostrophes, tiret demi-catradin (tiret bas), etc. A ce jour, les

noms de domaine en .fr ou en .re comportant des caractères accentués ne sont également pas admis. »

➔ La qualification du nom de domaine

- Signe distinctif
- Peut être évalué



Consulter sur le site cours.unjf.fr, la partie du cours "[Maîtriser les enjeux de l'économie numérique](#)" sur "[Maîtriser le outils](#)" de Alain Le Pommelec et Didier Valette : **[Le choix du nom de domaine](#)**



Consulter sur le site <http://www.amen.fr/index.html> de la Société Amen (société d'enregistrement de noms de domaine et d'hébergement web), la page sur les **Conseils de base pour choisir un nom de domaine par une plateforme de commerce en ligne**

- **La cession du nom de domaine** : acte de vente d'un nom de domaine



Consulter sur le site DomainesInfo.fr, le site d'information des noms de domaine, l'article de Emmanuel Gillet sur la **Cession de nom de domaine** publié le 04/01/2011

- **Charte de nommage** : elle définit les conditions d'attribution et de gestion des noms de domaine



Consulter sur le site <http://www.afnic.fr/fr/> de l'Association française pour le nommage Internet en coopération, la **Charte de nommage en vigueur - version applicable depuis le 15 mars 2013** (document pdf)

3.2. L'application de différents droits par rapport à des sites de commerce électronique

3.2.1. L'application du droit de la communication

Le droit de la communication est applicable à l'égard de tout acteur intervenant pour diffuser de l'information sur internet.

- **Principe** : liberté d'expression et de communication,
- **Mais** respect du droit de communication au public en ligne.



Consulter sur le site <http://www.cnil.fr/> de la Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés (CNIL), l'article sur **Des réseaux sociaux plus protecteurs de la vie privée...** publié le

10/09/2012



Consulter sur le site slideshare.net, le diaporama de Michèle Battisti, spécialiste en propriété intellectuelle à l'ADBS, sur **Droit et contenus en ligne** publié en mai 2012 (122 diapos)

3.2.2. Le respect de l'intérêt général

Le respect de l'intérêt général est :

- **L'interdiction de contenus odieux,**
- **L'interdiction de l'apologie des crimes contre l'humanité.**

3.2.3. L'interdiction des atteintes aux intérêts particuliers

➔ L'atteinte aux personnes

Il s'agit de :

- **l'atteinte à la vie privée** : en captant et en transmettant sans le consentement de leur auteur les paroles privées ou en fixant l'image d'une personne se trouvant dans un lieu privé,
- **l'atteinte à la réputation d'une personne,**
- **l'atteinte dans l'usage de données à caractère personnel.**



Consulter le site <http://www.cnil.fr/> de **La Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés (CNIL)** qui est chargée de veiller à ce que l'informatique soit au service du citoyen et qu'elle ne porte atteinte ni à l'identité humaine, ni aux droits de l'homme, ni à la vie privée, ni aux libertés individuelles ou publiques.



Consulter sur le site Trustedshops.fr, **société de labélisation de sites marchands**, l'article de Glynnis Makoundou sur **Avez-vous déclaré votre site marchand à la CNIL ?** publié le 22/11/2012



Consulter sur le site <http://www.creatif-public.net/>, CRÉATIF - Accès public et appropriation citoyenne des technologies de l'information, le jeu interactif : **Droit et EPN, le Jeu ! Un kit pour l'auto-formation des médiateurs du numérique sous forme de BD interactive** sur la maîtrise des notions d'interdiction des atteintes aux intérêts particuliers



Consulter sur le site ecommercemag.fr, l'article de Mathieu Maître Prud'homme et Katharina Maître Berbett sur la **Violation des données personnelles : un nouvel enjeu pour l'e-commerce** publié le 01/09/2011



Consulter sur le site <http://www.esen.education.fr/fr/> de l'Ecole supérieure de l'éducation nationale et de l'enseignement supérieur et de la recherche :

- La conférence du 31/04/2010 de Louise MERZEAU, maître de conférences en Sciences de l'information et de la communication, université Paris Ouest Nanterre La Défense sur **Traces et identité numérique** (vidéo 50 min),
- La présentation en image d'une étude de cas professionnel réalisée par un journaliste et une juriste sur **Facebook, espace public et obligation de réserve** publiée le 05/12/2011 (vidéo 13 min)



Consulter sur le site canal-u.tv, la Web TV de l'enseignement supérieur :

- La conférence du 18/11/2011 de Camille Alloing, Ingénieur R&D Innovations digitales à La Poste, et Doctorant en Sciences de l'information et de la communication au CEREGE de l'IAE de Poitiers sur **Le détournement d'identité numérique** : définition de l'identité numérique et réputation en ligne (vidéo 22 min),
- La conférence du 15/09/2000 de Cécile Alvergnat, Directrice Générale de l'Échangeur, Centre Européen de Réflexion et de Formation sur les Nouvelles Technologies du Commerce de Biens et de Services, sur **Protection de la vie privée et société de surveillance et d'information** (vidéo 56 min).



Consulter sur le site <http://dev.fevad.com/> de la FEVAD, Fédération e-commerce et vente à distance, le **Guide de protection des données personnelles** publié en Mars 2011

➡ Les atteintes aux titulaires des droits : les droits d'auteur

Définition : les auteurs d'œuvres de l'esprit sont susceptibles de subir des atteintes à leurs droits dès lors que leurs œuvres peuvent facilement être mises en ligne sous une forme numérique, sans leur autorisation.

La mise en ligne, sans autorisation de l'auteur, constitue une contrefaçon par reproduction et par représentation.



Consulter le site <http://www.inpi.fr/fr/accueil.html> de l' **INPI, Institut national de la propriété industrielle** qui protège et valorise l'innovation, et accompagne les déposants (brevets, marques, dessins, modèles) dans leurs démarches



Consulter/télécharger sur le site <http://www.aecom.or/> , Portail Aquitaine Europe Communication, agence des initiatives numériques (AEC), agence qui contribue en région au déploiement de projets innovants utilisant le numérique comme moteur du développement économique et facteur de cohésion sociale, leur **Guide juridique : comprendre et respecter le droit d'auteur publié en Juillet 2009**



Consulter sur le site <http://eduscol.education.fr/internet-responsable/> , portail Internet responsable du Ministère de l'éducation nationale (France), l'article de la rubrique "Se documenter, publier" sur **Responsabilités des auteurs, éditeurs et hébergeurs** (pour la notion d'injure et de

diffamation)



Consulter sur le site <http://www.esen.education.fr/fr/> de l'Ecole supérieure de l'éducation nationale et de l'enseignement supérieur et de la recherche, la présentation en image d'une étude de cas professionnel réalisée par un journaliste et une juriste sur **Messagerie et protection de la vie privée** publié le 05/12/2011 (vidéo 12 min)

1. Diffuser les éléments protégés par le droit d'auteur dans un site

Les droits d'auteur font partie des droits de la propriété littéraire et artistique :

- **Principe 1** : l'auteur a des **droits sur son œuvre** du seul fait de sa création,
- **Principe 2** : Les droits sont constitués de **droits patrimoniaux et de droits moraux**.

Les droits patrimoniaux	<p>Les auteurs ont un monopole d'exploitation reposant sur deux droits généraux :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le droit de représentation : « communication de l'œuvre au public par un procédé quelconque » • Le droit de reproduction : « fixation matérielle de l'œuvre par tous procédés qui permettent de la communiquer au public d'une manière indirecte. »
Les droits moraux	<p>« L'auteur a seul le droit de divulguer son œuvre. »</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'auteur a le droit de retrait et de repentir, • Le droit au respect de l'œuvre, • Le droit à la paternité.



Consulter sur le site <http://www.sgdl.org/> de la Société des gens de Lettres, la rubrique "Juridique" sur **Le droit d'auteur**

« Le droit d'auteur expliqué par la société des gens de lettres . « La vocation de la Société des Gens de Lettres est la défense du droit moral, des intérêts patrimoniaux et du statut juridique et social de tous les auteurs de l'écrit, quel que soit le mode de diffusion de leur œuvre, quelles que soient les sociétés de perception et de répartition dont ils sont par ailleurs membres (SOFIA, SACEM, SACD, SCAM, CFC etc.). La SGDL est un organisme de réflexion, d'initiative et de surveillance au service de la création intellectuelle. Attentive à toutes les mutations dans la production et les modes de diffusion de l'écrit, elle se doit d'initier des changements dans les lois et les usages, de surveiller leur application et de servir de médiateur entre les divers partenaires, publics ou privés » *Extraits du site internet à partir de l'onglet vocation de la SGDL*

2. Protéger les éléments du site : les bases de données

Définition : « un recueil d'œuvres, de données ou autres éléments indépendants, disposés de manière systématique ou méthodique, et individuellement accessibles par des moyens électroniques ou tout autre moyen »

- Le producteur d'une base de données peut être titulaire d'un droit sui generis s'il a

réalisé un investissement substantiel ayant permis la création d'une base de données.

- Le producteur peut interdire toute extraction ou réutilisation partielle excédant les conditions normales d'utilisation.



Consulter sur le site Creativecommons.fr, la page de présentation sur **Les 6 Licences creative commons** : *Creative Commons propose gratuitement six licences, simples à utiliser et intégrées dans les standards du web, qui permettent aux titulaires de droits d'auteur de mettre leurs oeuvres à disposition du public à des conditions prédéfinies*



Consulter sur le site Framatube.org, [les vidéos du libre](#), la vidéo animation réalisée par Pete Foley et Chris Perren (CC Australie) et traduit par François Schnell sur **Mayer and Bettel Animation, ou les Creative Commons expliquées à ma fille** publiée le 18/05/2005 (vidéo de 6 min en anglais)



Consulter sur le site <http://www.sgdj.org/> de la Société des gens de Lettres, la rubrique "Juridique" sur les **Creative commons**

3. Agir en contrefaçon

- **L'action en référé** : en présence d'une atteinte à un droit d'auteur occasionnée par le contenu d'un service de communication au public en ligne, le TGI statuant en référé, peut ordonner à la demande des titulaires des droits toutes mesures propres à faire cesser une telle atteinte.
- **L'action en contrefaçon** : le demandeur à l'action peut être l'auteur ou ses ayants droit ou les sociétés de perception et de réparation des droits.



Consulter sur le site <http://www.inpi.fr/fr/accueil.html> de l'Institut national de la propriété industrielle (INPI), dans la rubrique "Connaître la PI", le dossier **Lutte anti-contrefaçon**



Consulter le site <http://www.contrefacon-danger.com/> du **Comité national anti-contrefaçon (CNAC)** : Le CNAC est une coalition française de tous les partenaires publics et privés concernés par le respect des droits de propriété intellectuelle et la lutte contre les produits de contrefaçon.

et, notamment, l'article de Jean-Baptiste Barbier (INPI) sur la **Contrefaçon : textes et accords**

« Afin de lutter contre la contrefaçon sur Internet et assurer la protection des consommateurs, trois accords volontaires de coopération ont été signés entre différents acteurs économiques :

- la Charte de lutte contre la contrefaçon sur Internet entre titulaires de droits de propriété industrielle et plateformes de commerce électronique (16 décembre 2009),
- la Charte de lutte contre la contrefaçon sur Internet entre titulaires de droits de propriété industrielle et plateformes de petites annonces sur Internet (7 février 2012),
- la Charte de lutte contre la contrefaçon sur Internet entre titulaires de droits de propriété industrielle et opérateurs postaux (7 février 2012). »



Consulter le site <http://www.unifab.com/fr/> de l'**Union des fabricants pour la protection internationale de la propriété intellectuelle (UNIFAB)** : *ses principales missions sont de sensibiliser le grand public, de collaborer avec les pouvoirs publics et avec les entreprises, d'être porte-parole et représentante des entreprises et d'exercer son influence vis-à-vis des instances internationales*



Consulter le site sesam.org, **le droit des auteurs multimédia** : en fédérant les diverses sociétés de droit d'auteur, SESAM permet aux auteurs de bénéficier de l'exploitation de leurs oeuvres et aux producteurs de les utiliser à leur juste valeur, dans tous les domaines du multimédia



La violation du droit d'auteur est sanctionnée non seulement en tant que délit civil mais aussi en tant qu'infraction pénale :

- **Au civil** : sanctions par l'obligation de cesser les actes contrefaisants et des DI; L'action est prescrite par dix ans à compter de la réalisation du dommage.
- **Au pénal** : le délit de contrefaçon est continu, le point de départ de la prescription correspond au jour de la cessation du délit. Ainsi pour les contrefaçons sur internet, le délai ne court que lorsque l'œuvre est retirée du site.
- **L'élément matériel** est constitué lorsque le monopole d'exploitation est atteint, lorsqu'il y a violation d'un des droits patrimoniaux mais également atteinte au droit moral.
- **L'élément moral** : au pénal, la mauvaise foi est présumé mais au civil, la contrefaçon est caractérisée, indépendamment de toute faute ou de mauvaise foi.



Les sanctions :

- **Les sanctions civiles** : allocation des DI et mesures pour faire cesser les actes condamnés,
- **Les sanctions au pénal** : soit peines principales et/ou peines complémentaires,

La contrefaçon est punie de trois ans d'emprisonnement et de 300 000 euros d'amende.

L'usage des hyperliens

Définition : les hyperliens constituent une technique pour relier les sites les uns aux autres.

- Les poseurs de liens ne sont pas, a priori, responsables du contenu illicite des sites vers lesquels ils renvoient et n'ont aucune obligation préalable de vérifier les effets des hyperliens qu'ils fournissent.
- **Est interdite la pratique du « framing » ou lien profond qui consiste à faire apparaître un autre site, sans faire apparaître le changement de site dans l'adresse URL et sans passer par la page d'accueil.**
- La mise en œuvre d'un lien profond est susceptible de **constituer un acte de concurrence déloyale**, dans la mesure où celui-ci arrive à détourner les internautes des sites concurrents ou être considérée comme une action parasitaire (appropriation du travail d'autrui).



Consulter sur le site <http://www.ac-besancon.fr/> de l'Académie de Besançon, dans la rubrique "Pédagogie/Mission TICE/Ressources Sécurité Informatique", l'article sur [Le droit des hyperliens](#) publié le 09/10/2008



Consulter sur le site foruminternet.org , Forum des droits sur l'Internet, la **Recommandation du Forum des droits sur l'internet sur les « Hyperliens : statut juridique »** publiée le 03/03/2003

➔ Les atteintes à la libre concurrence

- **Les règles de la libre concurrence s'appliquent,**
- **Les règles sur la distribution s'appliquent** : un site marchand doit respecter les réseaux de distribution sélective,
- **Les règles sur le parasitisme et la concurrence déloyale s'appliquent.**



Consulter sur le site canal-u.tv, [la Web TV de l'enseignement supérieur](#) :

- La conférence du 18/03/2010 de Laurence Dreyfus-Bechmann, Avocate associée, spécialiste en droit de la Propriété Intellectuelle chez FIDAL - Espace Européen de l'Entreprise, sur [La cyber-contrefaçon](#) (vidéo de 42 min sur la contrefaçon sur internet à partir du e-commerce),

- La conférence du 18/03/2010 de Myriam Moatty, Avocate chez Cousin et Associés - Paris, sur [Contrefaçon et concurrence déloyale](#) (vidéo de 27 min pour comprendre la différence entre les actions en contrefaçons et les actions en concurrence déloyale).

➔ Exercice de synthèse



Application pour la protection des droits sur et par un site marchand

Etude de cas : Viviane (DB) <http://www.trouverdesparfums-sanssedéplacer-enmagasin.fr>

Madame Viviane a eu l'idée de créer un magasin en ligne de vente à des prix bas de marques de parfums ou de toutes sortes de parfums. Elle crée le site en choisissant le nom de domaine : <http://www.trouverdesparfums-sanssedéplacer-enmagasin.fr>

- Le site contient un catalogue avec de nombreuses marques de luxe différentes et toutes sortes de parfums.

- Le site est organisé par onglets différents : parfums hommes, parfums femmes, coffrets hommes, coffrets femmes, parfums mythiques, idées de cadeaux, meilleures ventes, promotions, marques disponibles, parfums introuvables dans un magasin et nouveautés de l'année.

- Des informations extraites d'un site dédié aux livres sur les parfums sont accessibles à partir d'un onglet.

- Le directeur de publication prend soin de faire varier les informations par trimestre.

- Un bandeau déroulant à gauche indique le top des ventes, l'agrémentant d'une musique trouvée sur d'autres sites internet que l'administrateur change en fonction des top de ventes du type de parfum.

- Le site a été créé par une société de prestation de création de site internet marchand. Il est interactif, il est possible de parler avec l'administrateur du site à tout moment.

- Le site propose une newsletter mais demande de nombreuses informations personnelles lors de l'adhésion d'un nouveau client à la newsletter.

- Le magasin en ligne contient les photos en ligne des produits et des prix indicatifs et des indications sur les livraisons et les paiements sécurisés possible. Il est certifié « shop application. ».

- Les consommateurs peuvent indiquer qu'ils ont vu le produit moins cher ailleurs. Il dispose d'un flux RSS sur les actualités des ventes de parfums low cost .

Question 1 : Quels sont les droits que madame Viviane a dû respecter avant de mettre en ligne son site ? (pour créer son nom de domaine, pour respecter son prestataire de création de sites, les droits des marques, les données personnelles des acheteurs potentiels, les liens avec d'autres sites internet, les droits d'auteur)

Question 2 : Comment peut-elle protéger son site et le contenu de son site ? (son nom de domaine,

son arborescence, son catalogue, ses contenus originaux)

NB : ANNEXE UTILES (voir cours en ligne)

3.3. Le fonctionnement des sites de commerce électronique

3.3.1. Les règles générales du commerce électronique

➔ Les règles relatives à la publicité

- Toute **publicité** doit pouvoir être **clairement identifiée comme telle**.
- Les pages Web rédigées en français doivent **respecter l'usage du français dans les publicités**.



Consulter le site <http://www.google.fr/adwords/express/> sur la publicité locale sur Google



Consulter sur le site <http://eduscol.education.fr/internet-responsable/>, portail Internet responsable du Ministère de l'éducation nationale (France), l'article sur **Les spams** publié le 16/01/2008 : *qu'est-ce qu'un spam ? ; les atteintes aux droits des personnes ; les perturbations du trafic ; législation applicable ; le cas des adresses électroniques professionnelles ; sanctions*

➔ Le démarchage

- **L'utilisation des courriers électroniques à des fins de prospection directe** est subordonnée à l'**accord préalable du destinataire** personne physique (= système de l'opt-in)
- Cependant il est possible d'utiliser le mail de prospection à destination des personnes qui auraient donné elles-mêmes leur coordonnées à l'occasion d'une vente à condition que la prospection porte sur des biens et services analogues à ceux fournis précédemment.
- Les personnes morales sont librement démarchées, à condition de pouvoir s'opposer a posteriori à l'envoi publicitaire.



Consulter sur le site <http://www.cnil.fr/> de la Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés (CNIL) :

- La fiche pratique : **Les règles d'or de la prospection par courrier électronique** publiée le 16/06/2009

« L'e-mailing n'est pas du "spam" dès lors qu'il respecte les règles et recommandations suivantes :

1. Ne faites pas de prospection électronique à partir d'adresses de courriers électroniques collectées dans les espaces publics de l'internet (site web, annuaire, forum discussion,...). C'est interdit !

2. Utilisez exclusivement, à des fins de prospection, les adresses de courriers électroniques collectées de manière loyale [...] Le recueil du consentement préalable des personnes est exigé pour les messages commerciaux destinés à des particuliers (B to C). le principe est : « pas de message commercial sans accord préalable du destinataire ». [...]

3. Informez les personnes de l'identité du responsable de traitement ; de leur droit d'accès et de rectification aux données collectées ; des destinataires des informations collectées ; du caractère obligatoire ou facultatif des informations collectées et les conséquences d'un défaut de réponse ; de la

finalité du traitement des données collectées.

4. Offrez systématiquement dans chaque message une possibilité de désinscription [...]

5. Indiquez dans chaque message l'identité de l'annonceur [...]

6. L'envoi de lettres d'information [...] »

- La fiche pratique : [Les codes de déontologie pour la prospection par voie électronique](#) publiée le 26/02/2013



Consulter sur le site ecommercemag.fr, l'article de Brigitte Misse sur **Les règles de la prospection électronique** publié le 01/04/2009



Consulter sur le site <http://www.securite-informatique.gouv.fr/index.html>, portail de la sécurité informatique, géré par l'Agence nationale de la sécurité des systèmes d'information (ANSSI, France), **Le guide de configuration : se protéger du pourriel (spam)** publié le 24/01/2008

➔ [La publicité trompeuse](#)

Définition : les publicités ou pratiques commerciales trompeuses concerne toute pratique visant à induire en erreur le consommateur.

- **Les agences de la répression des fraudes sont habilités à constater les infractions.**
- **Les publicités en ligne sont des délits instantanés.**



L'usage de publicités ou pratiques commerciales trompeuses encourt des sanctions pénales : deux ans d'emprisonnement et 37 500 euros.



Consulter le site <http://www.sampleo.com/> de la société Sampleo, entreprise spécialisée dans le tryvertising (publicité par l'essai), notamment la page **Comment ça marche ?**

« Premier site Internet spécialisé dans le tryvertising (publicité par l'essai), Sampleo sollicite votre avis consommateur en vous offrant tous les mois des produits gratuits livrés tout aussi gratuitement, chez vous ! Sampleo vous propose des produits gratuits issus de différents univers (cosmétiques, agroalimentaires, hygiènes, etc.) adaptés à chacun d'entre vous. Sur Sampleo, pas de mauvaises surprises, un consommateur qui veut un produit l'obtient. »



Consulter sur le site <http://lexpansion.lexpress.fr/> de la revue l'Expansion, l'article : **Le guide d'achat "Leguide.com" épinglé par la Cour de cassation** publié le 14/12/2012



Consulter sur le site e-marketing.fr, l'article de Damien Grosset sur **Les dépenses publicitaires on line pèseront 7,7 milliards d'euros en 2016** publié le 10/10/2012

« Les dépenses publicitaires devraient connaître une croissance à deux chiffres entre 2012 et 2017. C'est ce que dévoile le cabinet Forrester dans son rapport "Global Digital Media Buying Forecast, 2012 to 2017". En Europe, ces investissements médias digitaux devraient croître à un taux annuel moyen de 13 %, passant de 4,8 milliards d'euros en 2012 à 7,7 milliards d'euros en 2016. Aux États-Unis, ces dépenses devraient être un peu plus élevées pour augmenter à un taux annuel moyen de 17 %

entre 2012 et 2017, passant de 12,7 à 28 milliards de dollars »



Consulter sur le site <http://www.foruminternet.org/> du Forum des droits sur Internet, l'article : **Les juges ne croient plus au Père Noël** publié le 11/04/2007 : « *La Cour d'appel de Lyon, dans un arrêt du 7 mars 2007, a considéré que le non respect du délai de livraison annoncé par un cybermarchand est constitutif de publicité mensongère ou de nature à induire en erreur* »



Consulter sur le site ecommercemag.fr :

- L'article de Mathieu Maître Prud'homme et Katharina Maître Berbett sur **Les pratiques commerciales trompeuses en ligne de mire** publié le 01/02/2012

- L'article de Gaël Lombart sur **Expedia condamné pour pratiques déloyales et trompeuses** publié le 05/10/2011

➡ **La publicité comparative**

La publicité comparative est admise à certaines conditions, si :

« Elle n'est pas trompeuse ou de nature à induire en erreur, elle porte sur des biens et services répondant aux mêmes besoins ou ayant le même objectif, elle compare objectivement une ou plusieurs caractéristiques essentielles, pertinentes, vérifiables et représentatives de ces biens ou services dont le prix fait partie »
source : [article L121-8 du code de la consommation](#)

A NOTER : Les sites comparateurs de prix avec les produits des concurrents sont soumis aux règles de la publicité comparative.



Consulter sur le site <http://www.feral-avocats.com/index.htm> de la Société d'Avocats Féral-Schuhl / Sainte-Marie, l'article de Christiane Féral-Schuhl, avocate à la cour, et associée fondatrice du cabinet Féral-Schuhl / Sainte-Marie sur **Les comparateurs de prix sont des sites publicitaires** publié le 03/02/2011(document pdf)

3.3.2. Les informations préalables obligatoires

1. L'obligation d'identification du commerçant

Avec le maximum d'informations (exemple : le numéro de téléphone de la personne à contacter depuis la Loi 2008)



Exemple : consulter la **page d'accueil du site de la pastille Vichy** <http://www.pastille-vichy.fr/index.php>

2. L'obligation de transparence des prix

Il faut préciser si les taxes et les frais de livraison sont inclus.



Consulter sur le site Journaldunet.com, le dossier de Flore Fauconnier sur la **Directive e-commerce : ce qui va changer pour les e-marchands** publié le 30/06/2011

3.3.3. La formation du contrat

➔ Les conditions de formation

1. Le respect des conditions de formation de droit commun



Consulter sur le site Legifrance, le **Code civil. Titre III : Des contrats ou des obligations conventionnelles en général**

2. Le respect de conditions spécifiques

➔ DES CONDITIONS DE FOND

L'offre

La mise à disposition des conditions contractuelles de vente par le professionnel

- L'offre énonce les différentes étapes à suivre,
- Les moyens techniques permettant à l'utilisateur d'identifier les erreurs commises lors de la saisie et de les corriger,
- Les langues proposées,
- Les moyens de consulter par voie électronique les règles professionnelles et commerciales.

Les conditions de l'offre

En principe, l'offrant est tenu de satisfaire l'offre pendant toute la durée qu'il mentionne.

- L'offre est révoquée par la suppression à l'écran du produit,
- L'offre doit limiter dans l'espace,
- L'offre doit contenir des informations précises sur l'identité du fournisseur, les caractéristiques essentielles du bien, les prix, les frais de livraison, les modalités de paiement et de livraison, le rappel du droit de rétractation.

➔ DES CONDITIONS DE FORME

La signature électronique

Principe : un document électronique a la même valeur qu'un document établi sur papier. Mais pour que la signature électronique soit reconnue, il faut passer par un tiers. Il s'agit d'associer un certificat à chaque signature. Le certificat permet d'attester la signature et l'identité de son auteur. **Le certificat est délivré par un prestataire de service de certification qui fait l'objet d'une qualification.**

La signature a pour fonction d'identifier. Elle doit manifester le consentement des parties ou

l'authentification de l'acte. La cryptologie est un des seuls moyens de sécuriser les messages passant par les réseaux.

L'usage de la signature électronique n'est pas obligatoire ni nécessaire pour le CE.



Consulter sur le site <http://www.securite-informatique.gouv.fr/index.html> , portail de la sécurité informatique (ANSSI, France) :

- Le module d'autoformation de Thomas Fuhr sur la [Cryptologie](#)
- Le module d'autoformation sur la [Signature numérique](#)

L'écrit numérique

Le code civil pose un principe d'équivalence à titre de preuve de l'écrit électronique et l'écrit papier à condition qu'il soit possible d'identifier la personne dont il émane et que l'intégrité du document soit conservé.

L'acceptation

En deux étapes : le double clic

- **une possibilité de relecture et de modification de la commande,**
- **l'auteur de l'offre doit accuser réception sans délai injustifié et par voie électronique de la commande.**



Consulter sur le site <http://www.foruminternet.org/> , Forum des droits de l'Internet, le guide pratique « **Achats en ligne, suivez le guide...** » - édition 2010 publié le 18/11/2009 (document pdf)



Consulter sur le site <http://www.etudes.cci-paris-idf.fr/> de la CCI Paris Ile-de-France, l'exemple de [Contrat type de commerce électronique](#) (document pdf)



Consulter sur le site http://ec.europa.eu/justice/index_fr.htm#newsroom-tab de la Commission européenne - Justice, la vidéo d'information sur le contrat type : [Improving your choice for buying and selling](#) (video 1 min 30 en anglais)

➡ [L'exécution du contrat \(paiement en ligne, conséquences, schéma\)](#)

1. Le paiement en ligne

NB : Le commerçant exige presque toujours le paiement au moment de la conclusion du contrat.

Plusieurs techniques sont possibles :

- **le paiement par carte bancaire**



Consulter sur le site <http://www.cartes-bancaires.com/spip.php?lang=fr> , site officiel des Cartes bancaires, l'article sur **Carte bancaire et sécurité : bien acheter en ligne**

- **le paiement par tiers de confiance (Paypal..)**



Consulter sur le site <https://www.paypal.com/fr/webapps/mpp/accueil> de l'établissement de crédit PayPal, la page sur **Faites votre shopping en ligne. Payez en quelques clics**



Consulter sur le site <http://www.fia-net.com/annuaire/> de la société FIA-NET,
 - Le moteur de recherche **TROUVER UN SITE E-COMMERCE** sur la page d'accueil,
 - La page sur **A quoi sert le sceau de confiance FIA-NET ?**



Consulter sur le site <https://www.cmcicpaiement.fr/fr/index.html> du Groupe Crédit Mutuel CIC, la page de démonstration : **découvrez pas à pas les différentes étapes d'une transaction en ligne**



Consulter sur le site fevad.com, l'article sur les **Paiements en ligne et 3Dsecure** publié le 29/01/2010 : *3DSecure est un protocole de paiement sécurisé sur Internet développé par Visa*



Consulter sur le site Trustedshops.fr:
 - La page sur l'**intégration du Label Trusted Shops**
 « *Les sites marchands portant le label Trusted Shops sont vérifiés et vous proposent une protection contre la perte financière en cas de non-livraison ou de non-remboursement.* »
 - Le **moteur de recherche des boutiques Trusted Shops certifiées**



Consulter sur le site <http://www.websolution.fr/> de la société Web solutions, la page sur la **Liste des plateformes de paiements en ligne**



Consulter sur le site Legifrance, les **Conditions régissant l'émission et la gestion de monnaie électronique et portant création des établissements de monnaie électronique (titre 1er de la Loi n° 2013-100 du 28 janvier 2013)**



Consulter sur le site Journaldunet.com, la chronique de Pierre Storrer, Avocat du cabinet Féral-Schuhl / Sainte-Marie sur la **Monnaie électronique : ce qu'il faut savoir en 2013** publiée le 30/01/2013



Consulter sur le site <http://www.virgopass.fr/> de la société Virgopass, solution de paiement Internet & Mobile proposée par Digital Virgo, la page du glossaire sur la **présentation du « E-**

wallet »

« La particularité d'un e-wallet est qu'il est inutile pour le consommateur de réinsérer ses données une fois qu'elles sont stockées dans l'appareil utilisé pour effectuer des transactions . Les informations financières dont il s'agit ici sont cruciales pour qu'un utilisateur puisse réaliser des achats en ligne. C'est un moyen de paiement accessible à tous et surtout très pratique. [...] »



Consulter sur le site <http://www.lesechos.fr/> du magazine Les Echos, l'article de Ninon Renaud sur **Le marché français du « e-wallet » s'étoffe** publié le 05/09/2011

2. Les conséquences de l'utilisation frauduleuse de la carte bancaire

En cas d'utilisation de la carte à distance :

Le consommateur peut demander l'annulation du paiement et doit être recredité des sommes versées de façon frauduleuse, sans frais bancaires.

Le consommateur dispose d'un délai de 70 jours à compter de la date de l'opération contestée pour déposer une réclamation par écrit. Le remboursement de la somme frauduleusement débitée sera effectué sans frais dans un délai maximum d'un mois.



Consulter sur le site cours.unjf.fr, la partie du cours "[Maîtriser les enjeux de l'économie numérique](#)" sur "[Maîtriser le contexte](#)" de Claire-Marie Bringuier et Didier Valette : **Le paiement**



Consulter sur le site fevad.com, la brochure de l'Observatoire de la sécurité des cartes de paiement sur **Commerçant : comment renforcer la sécurité des paiements sur internet** publié le 18/12/2012 (document pdf)



Consulter sur le site <http://www.banque-france.fr/accueil.html> de la Banque de France, la FAQ **Questions et réponses pour sécuriser les paiements par carte sur internet** (document pdf)



Consulter sur le site Lescomparateurs.com, [le guide des outils d'aide au shopping](#), la page : **Acheter en ligne sur Internet** concernant les risques du paiement en ligne (dernière mise à jour en Février 2012)

➔ **Bien acheter en ligne**



Consulter sur le site <http://www.cartes-bancaires.com/spip.php?lang=fr>, site officiel des cartes bancaires, la page : **Quelques règles de prudence**

Pour bien acheter en ligne, il faut, en plus des règles de prudence générales :

- « **Ne pas stocker son numéro de carte bancaire** dans son ordinateur ni envoyer ses informations confidentielles dans un simple mail ;
- **Vérifier la sécurisation du site avec le cadenas** apparaissant en bas de l'écran, le **https** qui précède l'adresse Internet du site dans le navigateur, et le routage vers le site de la banque lors du paiement ;
- **Etre vigilant sur les tentatives "pirate" de "Phishing" par mail** à l'orthographe parfois approximative vous demandant de fournir des données » - **Contactez le commerçant**, si nécessaire

ou en cas de doute ;

- **Vérifier attentivement ses relevés bancaires** afin de signaler toute anomalie à sa banque ;
- **Bien choisir son commerçant en s'assurant de ses coordonnées** (adresse, numéro de téléphone, contact avec le service client) et en lisant les conditions générales de vente. »

➔ La rétractation (délai, recours)

1. Le délai de rétractation

Il peut être exercée dans le délai de 7 jours à compter de la livraison OU à partir de la conclusion du service.

Si le droit de rétractation est exercé, **le professionnel est tenu de rembourser le consommateur de la totalité des sommes versées** dans les meilleurs délais et au plus tard dans les trente jours suivant la date de rétractation.



Consulter sur le site Droitissimo.com, le robin des Droits, l'article de Thomas Saint-Aubin, formateur juridique et responsable éditorial de portail internet, expert en droit de l'internet et droit de la propriété intellectuelle : **Puis-je annuler ma commande passée par Internet en me rétractant** mis à jour le 03/11/2012

Certains contrats ou services ne peuvent donner lieu à l'exercice du droit de rétractation :

- logiciels,
- fourniture d'enregistrement audio ou vidéo,
- fourniture d'instruments financiers,
- contrats de crédits immobiliers, etc.



Le vendeur doit informer du droit de rétractation, sinon le délai de rétractation est prolongé de trois mois.

2. Les recours



Consulter sur le site <http://www.service-public.fr/>, site de l'administration française,

- La page sur les **Recours en cas de litige suite à un achat à distance** mise à jour le 23/07/2012 - Direction de l'information légale et administrative

Principe :

« En cas de problème suite à un achat à distance avec un professionnel (par exemple colis non reçu, prestation fournie différente de celle annoncée), le consommateur dispose d'un certain nombre de recours. La première démarche à entreprendre est de contacter le vendeur pour tenter de régler le litige. S'il n'obtient pas satisfaction, un certain nombre d'associations, de fédérations, d'administrations, et notamment la justice, peuvent l'aider. Il est libre dans son choix. »

- La page mettant à disposition les **Formulaires de réclamations en cas de mauvaise exécution de la commande en ligne**



Consulter sur le site Droitissimo.com, [le Robin des Droits](http://leRobinDesDroits.com), la page des **articles sur le thème Consommer sur Internet**, articles d'avocats qui répond simplement à la plupart des questions concernant les ventes en ligne.



Consulter sur le site Lescomparateurs.com, [le guide des outils d'aide au shopping](http://leGuideDesOutilsD'AideAuShopping.com), la page : **Comment régler un litige suite à un achat sur Internet ?** (dernière mise à jour en avril 2012)



Consulter sur la site <http://www.foruminternet.org/> , Forum des droits sur l'Internet, la fiche pratique : **En cas de litige, quels sont mes recours ?** publié le 21/01/2012



Consulter sur le site http://europa.eu/index_fr.htm de l'Union européenne, le communiqué de presse de la commission européenne : **Litiges entre les consommateurs et les entreprises : la Commission propose des mesures en faveur de moyens de recours rapides, simples et peu onéreux** publié le 29/11/2011