

**Adoption de la loi du 3 janvier 2008**  
—  
**Des impacts importants pour les commerçants électroniques**

---

**DEPARTEMENT TIMED&IP :**

*Télécommunications - Informatique*  
*Médias - E-commerce – Données Personnelles*  
*& Propriété Intellectuelle*



●  
Latournerie Wolfrom  
& Associés  
Société d'Avocats

164, rue du Faubourg Saint-Honoré 75008 Paris  
Tél : 33 (0)1 56 59 74 74 – Fax : 33 (0)1 56 59 74 75 – [contact@latournerie-wolfrom.com](mailto:contact@latournerie-wolfrom.com)  
[www.latournerie-wolfrom.com](http://www.latournerie-wolfrom.com)

## Adoption de la loi du 3 janvier 2008

### Des impacts importants pour les commerçants électroniques

La loi n° 2008-3 du 3 janvier 2008 pour le développement de la concurrence au service des consommateurs est récemment intervenue dans le Code de la consommation, afin de mettre à la charge des professionnels du monde du commerce électronique des obligations contraignantes, dont l'impact économique ne sera pas neutre. Bien que la plupart de ces obligations ne vise que les fournisseurs de services de communications électroniques (2.), certaines d'entre elles, apparues tard au cours des débats parlementaires ayant précédé l'adoption de la loi, s'adressent à l'ensemble des prestataires qui ont une activité de vendeur à distance, tels que les commerçants électroniques (1.).

L'ensemble de ces dispositions n'entrera toutefois en vigueur que le 1<sup>er</sup> juin 2008<sup>1</sup>.

#### 1. LES NOUVELLES OBLIGATIONS APPLICABLES A TOUS LES VENDEURS A DISTANCE

Alors que professionnels et représentants des consommateurs avaient pu aboutir à un code de bonnes conduites en la matière, le législateur est venu, par la loi du 3 janvier 2008, imposer de nouvelles obligations, par hypothèse contraignantes, aux professionnels de la vente à distance, sur le terrain du droit de rétractation (1.1), des délais de livraison (1.2) et de l'information du consommateur (1.3).

##### 1.1. Renforcement des obligations du vendeur à distance en matière de droit de rétractation

Toute offre de contrat à distance, qui devait déjà non seulement faire mention de l'existence du droit de rétractation offert au consommateur, doit dorénavant en outre préciser l'absence du droit de rétractation lorsque celui-ci ne s'applique pas<sup>2</sup>, comme l'avait appelé de ses vœux le Forum des droits sur l'Internet<sup>3</sup>.

**Le professionnel doit aujourd'hui mentionner dans ses offres l'existence mais aussi l'absence d'existence du droit de rétractation.**

Le nouveau texte apporte également une précision qui avait suscité en son temps des débats au sein du Forum des droits sur l'Internet. Il précise que lorsque le consommateur exerce le droit de rétractation qu'il tient de la loi, le professionnel est tenu de lui « *rembourser la totalité des sommes versées* »<sup>4</sup>, toujours « *à l'exception, le cas échéant de frais de retour* ». Le remboursement des frais d'envoi s'effectuera donc de plein droit, et ce même si le consommateur avait choisi des modalités de livraison onéreuses (par exemple livraison par Chronopost).

**Toutes les sommes versées par le consommateur, notamment les frais de livraison – y compris à tarification spéciale –, doivent être remboursées, à l'exception des frais de retour.**

<sup>1</sup> Y compris, en ce qui concerne la plupart des dispositions concernant spécifiquement les opérateurs de communications électroniques, pour les contrats en cours à cette date.

<sup>2</sup> Article L. 121-18 4° du Code de la consommation.

<sup>3</sup> Recommandation du Forum des droits sur l'internet « Droit de la consommation appliqué au commerce électronique », 31 août 2007, p. 28.

<sup>4</sup> Article L. 121-20-1 du Code de la consommation.

En outre, ce remboursement devra s'effectuer par « *tout moyen de paiement* »<sup>5</sup>, donc en argent. Ce n'est que si le consommateur décide d'accepter un autre mode de remboursement qui lui est proposé, tel qu'un avoir, que le vendeur pourra utiliser ce moyen pour le rembourser<sup>6</sup> ; mais il ne pourra pas l'imposer.

**Le remboursement doit se faire en argent, sauf accord du consommateur.**

### 1.2. Des délais d'exécution qui engagent véritablement le vendeur

Avant l'adoption de la loi du 3 janvier 2008, à défaut de convention entre les parties, la commande passée à distance devait être exécutée dans les trente jours suivant la commande.

Dorénavant, le professionnel sera tenu d'indiquer « *avant la conclusion du contrat, la date limite à laquelle il s'engage à livrer le bien ou à exécuter la prestation* ». A défaut de précision, tout se passe comme si il s'était engagé à le faire immédiatement, « *dès la conclusion du contrat* »<sup>7</sup>.

Sanction redoutable de cette nouvelle obligation, la résolution du contrat est encourue chaque fois que le délai d'exécution – qu'il soit immédiat, conformément à la loi, à défaut de précision, ou qu'il ait été fixé librement par le vendeur – n'est pas respecté<sup>8</sup>.

**Le professionnel est donc aujourd'hui contraint de fixer, par un acte positif qui l'engage véritablement, le délai dans lequel il se propose d'exécuter les commandes.**

### 1.3. Interdiction de surfacturer certains appels passés au service client

A compter de l'entrée en vigueur de la loi du 3 janvier 2008, le 1<sup>er</sup> juin 2008, il sera interdit de surtaxer les appels vers les services téléphoniques permettant au consommateur de :

- « *suivre l'exécution de sa commande* » ;
- « *d'exercer son droit de rétractation* » ;
- « *faire jouer la garantie* »<sup>9</sup>.

Cette disposition s'applique à l'ensemble des contrats de vente à distance. En revanche, contrairement à ce qui a pu se dire ces derniers temps, seuls les opérateurs de communications électroniques se voient contraints d'offrir la gratuité du temps d'attente et de ne pas surtaxer les services dits « contraints »<sup>10</sup>.

**Les appels des consommateurs au service client ne pourront plus être surtaxés lorsqu'ils leur permettent de suivre leur commande, d'exercer leur droit de rétractation ou de faire jouer la garantie.**

<sup>5</sup> Au sens de l'article L. 311-3 du Code monétaire et financier, « *sont considérés comme moyens de paiement tous les instruments qui permettent à toute personne de transférer des fonds, quel que soit le support ou le procédé technique utilisé* ». Par exemple, ne sont pas des moyens de paiement les chèques-cadeaux (Cass, com., 6 juin 2001, Revue de Droit Bancaire et Financier, n° 4, juill. 2001, p. 223).

<sup>6</sup> Article L. 121-20-1 du Code de la consommation.

<sup>7</sup> Article L. 121-20-3 du Code de la consommation alinéa 1<sup>er</sup>.

<sup>8</sup> *Ibid.*

<sup>9</sup> Article L. 121-19-III du Code la consommation.

<sup>10</sup> Voir *infra*.

Le législateur a également souhaité préciser qu'il est interdit de facturer des appels vers des services téléphoniques qui ont été présentés « *sous quelque forme que ce soit* » comme étant gratuits<sup>11</sup>.

**Les appels vers des services téléphoniques présentés d'une manière ou d'une autre comme gratuits ne pourront en aucun cas être facturés.**

#### 1.4. Obligation de communiquer au public des coordonnées téléphoniques effectives

Les professionnels avaient déjà l'obligation de fournir au consommateur un « *numéro de téléphone* » :

- sur l'offre de contrat, dans le cas de la vente à distance<sup>12</sup> ;
- et en outre, le cas échéant, en cas d'exercice d'une activité de commerce électronique, « *dans un standard ouvert* » accessible en permanence<sup>13</sup>.

A partir du 1<sup>er</sup> juin 2008, la mention d'un simple numéro de téléphone ne suffira plus, puisque ce sont « *des coordonnées téléphoniques permettant d'entrer effectivement en contact avec lui* » que le professionnel devra communiquer au consommateur<sup>14</sup>.

Cette disposition met donc un terme à la pratique de certains vendeurs qui, ne pouvant supporter les coûts d'un service téléphonique client coûteux, mentionnaient un numéro de téléphone « fantôme », erroné ou renvoyant vers une bande audio enregistrée.

**Dorénavant, le cyber-commerçant doit pouvoir être joint par téléphone et doit rendre public le numéro de téléphone auquel il peut l'être.**

## 2. LES MESURES SPECIFIQUES AUX OPERATEURS DE TELEPHONIE FIXE ET MOBILE ET AUX FOURNISSEURS D'ACCES A INTERNET

Certaines dispositions de la loi du 3 janvier 2008 s'adressent exclusivement aux fournisseurs de services de communications électroniques, que sont les personnes qui proposent « *des prestations consistant entièrement ou principalement en la fourniture de communications électroniques* », à l'exclusion de celles qui ont pour activité d'« *éditer ou [de] distribuer des services de communication au public par voie électronique* »<sup>15</sup>. Sont donc concernés tous les opérateurs de téléphonie fixe, mobile et Internet, qui se voient imposer une moindre flexibilité dans leurs engagements contractuels envers leurs clients (2.1), plus de transparence dans leurs relations avec les consommateurs (2.2), et une régulation du coût de certains appels à destination de leurs services (2.3).

### 2.1. Une moindre flexibilité des engagements contractuels pris par l'opérateur

Les sommes versées d'avance par un consommateur à un opérateur (dépôt de garantie, etc.) doivent lui être restituées dans les dix jours suivant le paiement de la dernière facture, ou de la restitution de l'objet garanti (le paiement de la dernière facture suppose que toutes les factures restant dues ont été payées). A défaut, ces sommes seront de plein droit majorées de moitié lors de leur restitution<sup>16</sup>.

**La restitution des avances versées par le consommateur doit se faire sous dix jours.**

<sup>11</sup> Article L. 121-84-8 du Code de la consommation.

<sup>12</sup> Ancien article L. 121-18 du Code de la consommation.

<sup>13</sup> Ancien article 19 de la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique.

<sup>14</sup> Nouveaux articles L. 121-18 du Code de la consommation et 19 de la loi n°2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique.

<sup>15</sup> Article L. 32 6° du Code des postes et communications électroniques.

<sup>16</sup> Article L. 121-84-1 du Code de la consommation.

La durée du préavis de résiliation d'un contrat de services de communications électroniques ne peut plus excéder dix jours à compter de la réception par le fournisseur de la demande de résiliation (sauf demande contraire du consommateur)<sup>17</sup>.

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2007, seuls les consommateurs qui souhaitent changer d'opérateur de téléphonie mobile, tout en gardant le même numéro de téléphone, bénéficiaient d'un délai de résiliation de leur contrat qui ne pouvait pas excéder dix jours<sup>18</sup>.

Aujourd'hui, tous les abonnés à des services de communications électroniques bénéficient donc de cette disposition.

**Le délai de résiliation de dix jours est généralisé pour tous les contrats de téléphonie et d'accès à Internet.**

La durée d'engagement maximum exigible du consommateur, dans le cadre de la conclusion ou de la modification d'un contrat de fourniture d'un service de communications électroniques ou d'un contrat accessoire à un tel contrat, est de vingt-quatre mois. Toute souscription pour une durée supérieure est purement et simplement interdite<sup>19</sup>.

En outre, l'opérateur ne peut proposer des contrats dont la durée est supérieure à douze mois qu'à la double condition de :

- proposer la même offre avec une durée d'engagement de douze mois et à des conditions « *non disqualifiantes* ». Il s'agit là d'une notion qu'il reviendra aux juges de définir, le législateur n'ayant pas estimé utile de le faire. Il leur incombera notamment de déterminer si la différence de prix pratiquée entre les contrats d'engagement de douze mois et ceux de vingt-quatre mois peut constituer une condition « disqualifiante ». S'ils jugent cette différence de prix « disqualifiante », ils signeront l'arrêt de mort du contrat de vingt-quatre mois ;
- permettre au consommateur de résilier le contrat à la fin du douzième mois, l'opérateur étant alors autorisé à percevoir une indemnisation de résiliation qui ne saurait toutefois excéder le quart des sommes restant dues par le consommateur<sup>20</sup>.

**La durée d'engagement des consommateurs ne peut plus excéder vingt-quatre mois, et l'engagement des consommateurs pour des contrats de plus de douze mois est strictement encadré.**

Les frais de résiliation exigés du consommateur doivent correspondre au coût effectivement supporté par le fournisseur au titre de cette résiliation, sauf dispositions contractuelles portant sur le respect d'une durée minimum d'exécution du contrat. Les frais de résiliation ne pourront être exigés du consommateur « *que s'ils ont été explicitement prévus dans le contrat et dûment justifiés* »<sup>21</sup>.

**Les frais de résiliation doivent être justifiés pour pouvoir être facturés au consommateur.**

<sup>17</sup> Article L. 121-84-2 du Code de la consommation.

<sup>18</sup> Article D. 406-18 du Code des postes et communications électroniques

<sup>19</sup> Article L. 121-84-6 du Code de la consommation.

<sup>20</sup> *Ibid.*

<sup>21</sup> Article L. 121-84-7 du Code de la consommation.

## 2.2. Une plus grande transparence dans les relations des opérateurs avec leurs clients

Dorénavant, il doit être fait mention sur les factures établies par les opérateurs de la date de fin de contrat, de la durée d'engagement restant à courir ou du fait que cette durée est échue<sup>22</sup>.

**Le consommateur doit être informé, sur chaque facture, de la durée restante de son engagement envers l'opérateur.**

A compter du 1<sup>er</sup> juin 2008, « l'accord exprès du consommateur » sera exigé pour la poursuite à titre onéreux de la fourniture de services accessoires à son contrat de communications électroniques, initialement consentis à titre gratuit<sup>23</sup>.

Cette disposition met fin à la pratique de nombreux opérateurs, qui consiste à offrir des options normalement payantes à leurs clients pendant une durée limitée, puis à les leur facturer s'ils n'informent pas l'opérateur qu'ils ne souhaitent pas continuer à en bénéficier. Dorénavant, le consommateur ayant oublié de se manifester ne se trouve plus, par son silence, engagé au titre d'options devenues payantes.

**Il est aujourd'hui interdit de faire payer au consommateur des services accessoires qui lui ont été initialement fournis gratuitement, sans son accord exprès.**

## 2.3. La régulation des coûts de certains appels

Le législateur a souhaité réguler les coûts des appels passés par les clients des opérateurs<sup>24</sup> vers les services liés à l'exécution du contrat (les services dits « contraints ») suivants :

- le service après-vente ;
- le service d'assistance technique ;
- et plus généralement, les services réclamations.

Les mesures concernant ces services ne sont donc pas applicables aux appels passés aux services commerciaux ou de prévente (achat, prise de commande, etc.), ces services ne se rapportant pas à l'exécution du contrat.

En premier lieu, il est interdit aux opérateurs de communications électroniques de surtaxer les appels vers les services contraints ; les opérateurs doivent les rendre accessibles par des numéros de téléphone fixe non géographiques (c'est-à-dire des numéros de téléphone commençant par 08 ou 09, dont le coût n'est pas lié à l'endroit depuis lequel la personne les reçoit)<sup>25</sup>.

En second lieu, est interdite la facturation du temps d'attente lors des appels aux services contraints, mais exclusivement lorsque ces appels sont passés depuis une ligne de l'opérateur. Le temps d'attente doit être entendu comme le temps qui s'écoule avant « *la mise en relation avec un interlocuteur prenant en charge le traitement effectif de la demande* ». Les messages préenregistrés ou les intervenants intermédiaires chargés de rediriger les appels ne peuvent donc pas mettre un terme à la gratuité du temps d'attente<sup>26</sup>.

**Les appels vers les services clients ne doivent pas être surtaxés. Le temps d'attente vers ces services est gratuit, mais uniquement lorsque l'appel est passé depuis une ligne de l'opérateur concerné.**

<sup>22</sup> Article L. 121-84-3 du Code de la consommation.

<sup>23</sup> Article L. 121-84-4 du Code de la consommation.

<sup>24</sup> Y compris lorsque ces appels transitent par des tiers, comme par exemple des sous-traitants de l'opérateur.

<sup>25</sup> Article L. 121-84-5 du Code de la consommation.

<sup>26</sup> *Ibid.*

Les appels passés depuis un téléphone mobile vers un service de renseignement téléphonique ne peuvent pas être facturés plus cher qu'une communication locale par l'opérateur de téléphonie mobile. En revanche, les tarifs spéciaux pratiqués par les services de renseignements téléphoniques restent en vigueur<sup>27</sup>.

Le service de renseignement téléphonique qui propose la mise en relation vers un numéro de téléphone après avoir fourni le renseignement doit informer le consommateur du tarif de cette mise en relation, systématiquement et préalablement à l'acceptation expresse de celui-ci<sup>28</sup>.

**Les appels passés depuis un téléphone mobile vers les services de renseignements téléphoniques ne peuvent plus être surtaxés par les opérateurs mobiles, et la facturation de la mise en relation doit être acceptée par le consommateur.**

\* \* \*

\*

### **Marie-Hélène Tonnellier** *Associée*

Marie-Hélène Tonnellier, avocat associée du Cabinet Latournerie Wolfrom & Associés, dirige le département TIMED & IP du Cabinet. Elle assure la direction et la supervision des dossiers de conseil et de contentieux du département.

Elle est titulaire d'un DEA de droit des affaires de Paris I Panthéon Sorbonne, d'un DESS de droit notarial de Paris II Assas, d'une Maîtrise en droit des affaires de Paris I Panthéon Sorbonne. Elle est chargée d'enseignement en droit de l'informatique au Master 2 Droit de l'informatique et du numérique de l'Université de Paris XI Sceaux.



#### *Domaines de compétence*

Droit des contrats  Droit de l'informatique  Droit de l'Internet et des télécommunications  Droit des Médias  Droit d'auteur  Droit de la propriété industrielle (marque, brevet, savoir faire,...)  Droit du commerce électronique  Droit des données à caractère personnel  Droit de la cryptologie

<sup>27</sup> Article L. 121-84-9 du Code de la consommation.

<sup>28</sup> Article L. 121-84-10 du Code de la consommation.