

## **VENTES A DISTANCE ET VENTES HORS ETABLISSEMENT**

10.09.2018

Aux termes de l'article L221-1 du code de la consommation, constitue un « contrat à distance » tout contrat conclu entre un professionnel et un consommateur, dans le cadre d'un système organisé de vente ou de prestation de services à distance, sans la présence physique simultanée du professionnel et du consommateur, par le recours exclusif à une ou plusieurs techniques de communication à distance jusqu'à la conclusion du contrat.

De même constitue un "contrat hors établissement" tout contrat conclu entre un professionnel et un consommateur :

- Dans un lieu qui n'est pas celui où le professionnel exerce son activité en permanence ou de manière habituelle, en la présence physique simultanée des parties, y compris à la suite d'une sollicitation ou d'une offre faite par le consommateur ;
- Dans le lieu où le professionnel exerce son activité en permanence ou de manière habituelle ou au moyen d'une technique de communication à distance, immédiatement après que le consommateur a été sollicité personnellement et individuellement dans un lieu différent de celui où le professionnel exerce en permanence ou de manière habituelle son activité et où les parties étaient, physiquement et simultanément, présentes ;
- Pendant une excursion organisée par le professionnel ayant pour but ou pour effet de promouvoir et de vendre des biens ou des services au consommateur.

Parmi ces techniques, la loi désigne notamment la télématique (dont Internet), le téléphone, la télécopie, la vidéotransmission, la voie postale, la diffusion de catalogues ou la distribution d'imprimés ou encore le démarchage. Mais cette liste n'est pas exhaustive.

Cette loi vient renforcer le droit des consommateurs.

### **I. REGLES COMMUNES**

### **II. REGLES PROPRES A LA VENTE A DISTANCE**

### **III. REGLES PROPRES A LA VENTE PAR VOIE ELECTRONIQUE**

### **IV. REGLES PROPRES A LA VENTE HORS ETABLISSEMENT**

### **V. SANCTIONS DU NON RESPECT DES REGLES PRESCRITES**

## I. REGLES COMMUNES

### A. L'obligation d'information précontractuelle

#### **1. L'obligation d'information générale et préalable du consommateur**

Avant la conclusion du contrat de vente de biens ou de fournitures de services, le professionnel doit communiquer au consommateur, de manière lisible et compréhensible, les informations suivantes (article L111-1 du code de la consommation) :

- Les caractéristiques essentielles du bien ou du service, compte tenu du support de communication utilisé et du bien ou service concerné ;
- Le prix du bien ou du service ;
- En l'absence d'exécution immédiate du contrat, la date ou le délai auquel le professionnel s'engage à livrer le bien ou à exécuter le service ;
- Les informations relatives à son identité, à ses coordonnées postales, téléphoniques et électroniques et à ses activités, ainsi que, s'il y a lieu, celles relatives aux garanties légales, aux fonctionnalités du contenu numérique et, le cas échéant, à son interopérabilité, à l'existence et aux modalités de mise en œuvre des garanties et aux autres conditions contractuelles.

En outre, tout professionnel, avant la conclusion d'un contrat de fournitures de services et, lorsqu'il n'y a pas de contrat écrit, doit, avant l'exécution de la prestation de services, mettre à la disposition du consommateur ou lui communiquer, de manière lisible et compréhensible, les informations complémentaires relatives à ses coordonnées, à son activité de prestation de services et aux autres conditions contractuelles.

- La possibilité de recourir à un médiateur de la consommation dans les conditions prévues aux articles L.611-1 à L.616-3 et R.612-1 à R.616-2 du Code de la consommation.

Le ministère de l'économie et des finances a publié une liste des médiateurs référencés par secteurs professionnels : <https://www.economie.gouv.fr/mediation-conso/saisir-mediateur>

#### **2. L'obligation précontractuelle d'information pour les contrats à distance et hors établissement**

Préalablement à la conclusion d'un contrat de vente ou de fournitures de services, le professionnel doit communiquer au consommateur, de manière lisible et compréhensible, les informations suivantes :

- Les informations prévues au titre de l'obligation générale d'information (prévues aux articles L111-1 et L111-2 du code de la consommation) ;
- Lorsque le droit de rétractation existe, les conditions, le délai et les modalités d'exercice de ce droit ainsi que le formulaire type de rétractation ;
- Le cas échéant, le fait que le consommateur supporte les frais de renvoi du bien en cas de rétractation et, pour les contrats à distance, le coût de renvoi du bien lorsque celui-ci, en raison de sa nature, ne peut normalement être renvoyé par la poste ;
- L'information sur l'obligation du consommateur de payer des frais lorsque celui-ci exerce son droit de rétractation d'un contrat de prestation de services, de distribution d'eau, de fourniture de gaz ou d'électricité et d'abonnement à un réseau de chauffage urbain ;

- Lorsque le droit de rétractation ne peut être, l'information selon laquelle le consommateur ne bénéficie pas de ce droit ou, le cas échéant, les circonstances dans lesquelles le consommateur perd son droit de rétractation ;
- Les informations relatives aux coordonnées du professionnel, le cas échéant aux coûts de l'utilisation de la technique de communication à distance, à l'existence de codes de bonne conduite, le cas échéant aux cautions et garanties, aux modalités de résiliation, aux modes de règlement des litiges et aux autres conditions contractuelles.

La charge de la preuve concernant le respect de cette obligation d'information pèse sur le professionnel.

## **B. Le droit de rétractation**

### **1. Principe**

Selon l'article L221-18 du code de la consommation, le consommateur dispose d'un délai de quatorze jours pour exercer son droit de rétractation sans avoir à justifier de motifs ni à payer de pénalités, à l'exception le cas échéant des frais de retour. Toute clause par laquelle le consommateur abandonne son droit de rétractation est nulle.

Lorsque les informations relatives au droit de rétractation n'ont pas été fournies au consommateur, le délai de rétractation est prolongé de douze mois à compter de l'expiration du délai de rétractation initial. Il convient de préciser que lorsque la fourniture de ces informations intervient pendant cette prolongation, le délai de rétractation expire au terme d'une période de quatorze jours à compter du jour où le consommateur a reçu ces informations.

### **2. Mise en œuvre**

Le délai de quatorze jours court à compter de la réception pour les biens ou de la conclusion du contrat pour les prestations de service.

Le consommateur informe le professionnel de sa décision de rétractation en lui adressant le formulaire de rétractation ou toute autre déclaration, exprimant clairement sa volonté de se rétracter. Il convient de préciser que le professionnel peut permettre au consommateur de remplir et de transmettre en ligne, sur son site internet, le formulaire ou la déclaration de rétractation.

Le consommateur renvoie ou restitue les biens au professionnel ou à une personne désignée par ce dernier, au plus tard, dans les quatorze jours suivant la communication de sa décision de rétracter, à moins que le professionnel ne propose de récupérer lui-même ces biens.

Le professionnel est tenu de rembourser le consommateur de la totalité des sommes versées, y compris les frais de livraison dans un délai de quatorze jours à compter de la date à laquelle il est informé de la décision du consommateur de se rétracter.

Pour les contrats de vente de biens, le professionnel peut différer le remboursement jusqu'à récupération des biens ou jusqu'à ce que le consommateur ait fourni une preuve de l'expédition de ces biens.

### **3. Exceptions**

Le droit de rétractation ne peut être exercé pour les contrats suivants :

- Contrats de fourniture de services pleinement exécutés avant la fin du délai de rétractation et dont l'exécution a commencé après accord préalable exprès du consommateur et renoncement exprès à son droit de rétractation ;
- Contrats de fourniture de biens ou de services dont le prix dépend de fluctuations sur le marché financier échappant au contrôle du professionnel et susceptibles de se produire pendant le délai de rétractation ;
- Contrats de fourniture de biens confectionnés selon les spécifications du consommateur ou nettement personnalisés ;
- Contrats de fourniture de biens susceptibles de se détériorer ou se périmer rapidement ;
- Contrats de fourniture de biens qui ont été descellés par le consommateur après la livraison et qui ne peuvent être renvoyés pour des raisons d'hygiène ou de protection de la santé ;
- Contrats de fournitures de biens, qui, après avoir été livrés et de par leur nature, sont mélangés de manière indissociable avec d'autres articles ;
- Contrats de fourniture de boissons alcoolisées dont la livraison est différée au-delà de trente jours et dont la valeur convenue à la conclusion du contrat dépend de fluctuations sur le marché échappant au contrôle du professionnel ;
- Contrat de travaux d'entretien ou de réparation à réaliser en urgence au domicile du consommateur et expressément sollicités par lui, dans la limite des pièces de rechange et travaux strictement nécessaires pour répondre à l'urgence ;
- Contrats de fourniture d'enregistrements audio ou vidéo ou de logiciels informatiques lorsqu'ils ont été descellés par le consommateur après la livraison ;
- Contrats de fourniture d'un journal, d'un périodique ou d'un magazine, sauf pour les contrats d'abonnement à ces publications ;
- Contrats conclus lors d'une enchère publique ;
- Contrats de prestations de services d'hébergement, autres que d'hébergement résidentiel, de services de transport de biens, de locations de voitures, de restauration ou d'activités de loisirs qui doivent être fournis à une date ou période déterminée ;
- Contrats de fourniture d'un contenu numérique non fourni sur un support matériel dont l'exécution a commencé après accord préalable exprès du consommateur et renoncement exprès à son droit de rétractation.

### C. Le Règlement Général européen sur la Protection des Données (RGPD)

Depuis l'entrée en vigueur du Règlement Général européen sur la Protection des Données le 25 mai 2018, les entreprises ont une obligation de transparence, c'est-à-dire qu'elles doivent informer leurs clients du traitement de leurs données personnelles (quelles données sont utilisées et stockées et pour quelle finalité).

Qu'est-ce qu'une donnée personnelle ? L'article 4 du RGPD précise qu'il s'agit de toute information se rapportant à une personne physique identifiée ou identifiable ; est réputée être une « *personne physique identifiable* » une personne physique qui peut être identifiée, directement ou indirectement, notamment par référence à un identifiant, tel qu'un nom, une adresse mail (...) ou à un ou plusieurs éléments spécifiques propres à son identité

physique, physiologique, génétique, psychique, économique, culturelle ou sociale. Selon l'article 5, ces données à caractère personnel doivent être collectées pour une finalité (but, objectif) déterminée, explicite et légitime.

Ainsi lorsque les entreprises traitent une donnée personnelle, elles doivent recueillir le consentement de la personne pour les différentes utilisations qui en seraient faites. Il est ainsi nécessaire pour les entreprises de mettre en place un système de double opt-in pour leurs campagnes d'e-mailings, de manière à informer clairement et explicitement les internautes sur la finalité des données collectées et ainsi obtenir leur consentement.

L'opt-in est défini comme acte positif clair par lequel la personne concernée manifeste de façon libre, spécifique, éclairée et univoque son accord au traitement des données à caractère personnel la concernant. On parle de système de double opt-in lorsque le destinataire d'un mail a donné son consentement une première fois puis cliqué sur un lien contenu dans un email de confirmation de l'inscription. Ce double processus permet de s'assurer que la personne qui s'est inscrite est bien propriétaire de l'adresse communiquée.

Par ailleurs, les entreprises sont dans l'obligation de répondre aux demandes d'exercice du droit d'accès des personnes dont les données sont récoltées, à des fins de consultation, rectification mais aussi de suppression. Pour les utilisateurs qui ne souhaitent pas que l'on récolte leurs données, les entreprises seront dans l'obligation de les crypter.

Les données conservées doivent désormais être soumises à des contraintes fortes : gestion stricte des habilitations, traçabilité des accès, sécurisation du réseau et des échanges avec les tiers. Cette obligation est aussi valable dans les relations aux entreprises sous-traitantes qui ont accès aux fichiers de données. Il est recommandé de définir contractuellement entre les parties ces obligations de sécurité.

Les entreprises doivent ajuster leurs cookies, en effet, à l'entrée sur votre site, un bandeau signalant la finalité des cookies est obligatoire.

La CNIL a élaboré, en partenariat avec Bpifrance, un guide pratique de sensibilisation au RGPD afin de répondre aux interrogations des entrepreneurs. Ce guide a pour but d'expliquer les grandes étapes pour protéger les données personnelles de votre entreprise : <https://www.cnil.fr/sites/default/files/atoms/files/bpi-cnil-guide-rgpd-tpe-pme.pdf>

## **II. REGLES PROPRES A LA VENTE A DISTANCE**

### **A. L'information écrite du consommateur**

Le professionnel doit fournir au consommateur, de manière lisible et compréhensible, les informations précontractuelles de l'article L221-5 ou les mettre à disposition par tout moyen adapté.

Lorsque la technique de communication utilisée impose des limites d'espace ou de temps pour la présentation des informations, le professionnel fournit au consommateur, avant la conclusion du contrat, au moins les informations relatives aux caractéristiques essentielles des biens ou des services, à leur prix, à son identité, à la durée du contrat et au droit de rétractation. Le professionnel transmet au consommateur les autres informations par tout autre moyen adapté à la technique de communication utilisée.

Après la conclusion du contrat, le professionnel fournit au consommateur, sur un support durable et dans un délai raisonnable, au plus tard au moment de la livraison du bien ou avant le début de l'exécution du service, la confirmation du contrat comprenant toutes les

informations mentionnées à l'article L221-5, sauf si le professionnel les lui a déjà fournies avant la conclusion du contrat.

En outre, le contrat doit être accompagné du formulaire type de rétractation.

## **B. Le moment de la formation du contrat**

### **1. La relation entre l'entreprise de vente et le client s'établit soit :**

- par catalogue,
- par annonce dans la presse,
- par la radio ou la télévision,
- par courrier direct,
- par téléphone,
- par liens Internet ou e-mails.

Le moment de la formation du contrat est important car il déterminera le moment à partir duquel "le risque de la chose" pèsera sur l'acheteur. En principe, ce moment est fixé par les parties. Mais, en l'absence de stipulation particulière, la vente est réputée conclue à la date d'émission de l'acceptation par l'acheteur.

### **2. L'acceptation du client**

A titre liminaire, il convient de préciser que préalablement à la conclusion d'un contrat de vente ou de prestation de services, le professionnel s'assure du consentement exprès du consommateur pour tout paiement supplémentaire venant s'ajouter au prix de l'objet principal du contrat.

Dans l'hypothèse où le paiement supplémentaire résulte d'un consentement du consommateur donné par défaut, c'est-à-dire en l'absence d'opposition expresse de sa part à des options payantes qu'il n'a pas sollicitées, le consommateur peut prétendre au remboursement des sommes versées au titre de ce paiement supplémentaire.

L'acceptation du client se manifeste de façon différente suivant la forme de la vente.

- Commande par envoi direct :

L'entreprise propose une offre à l'aide d'un bon de commande. Le client acceptera cette offre en remplissant ce bon et en le renvoyant.

- Commande par intermédiaire :

Ces intermédiaires qui ne concluent pas la vente mais facilitent simplement les relations entre acheteur et vendeur, peuvent être des commissionnaires ou des mandataires de l'entreprise. Le client manifestera son acceptation en leur passant commande.

- Commande par téléphone :

Le client manifeste son acceptation en passant commande par téléphone.

Cependant, il ne sera engagé que par sa signature qu'il apposera sur l'offre écrite envoyée ultérieurement.

- Commande par Internet :

Voir partie relative aux règles applicables spécifiquement au contrat conclu par voie électronique.

### **3. Le respect des délais de livraison**

Le professionnel doit communiquer au consommateur la date ou le délai auquel il s'engage à livrer le bien ou à exécuter le service.

Depuis la loi Hamon du 17 mars 2014, à défaut d'indication ou d'accord entre les parties quant à la date de livraison ou d'exécution, le professionnel livre le bien ou exécute la prestation au plus tard trente jours après la conclusion du contrat.

## **III. REGLES PROPRES A LA VENTE PAR VOIE ELECTRONIQUE**

### **A. L'offre de contrat**

L'offre électronique peut être communiquée soit par courrier électronique, soit par le biais d'un site Internet.

#### **1. Le contenu de l'offre**

Dès lors que la conclusion du contrat peut se faire via le site internet du professionnel, l'offre de contrat doit obligatoirement mentionner les points suivants (art. 1127-1 du Code civil) :

- les étapes à suivre pour conclure le contrat,
- Les moyens techniques permettant au destinataire de l'offre, avant la conclusion du contrat, d'identifier d'éventuelles erreurs commises dans la saisie des données et de les corriger,
- la langue proposée (si choix entre plusieurs langues) étant rappelé que l'emploi de la langue française est obligatoire pour les transactions impliquant des personnes domiciliées en France,
- les modalités d'archivage et les conditions d'accès au contrat archivé,
- les moyens de consulter les règles professionnelles auxquelles le commerçant entend se soumettre.

Entre professionnels, la loi n'impose pas la présence de ces mentions dans l'offre de contrat. Toutefois, il est souhaitable de s'y conformer.

Dans le cadre de relations particulières résultant d'un échange de courriers électroniques entre un professionnel et un consommateur, le professionnel n'a pas l'obligation de faire figurer ces mentions dans son courrier électronique, le contenu des échanges actant de la formation du contrat.

Il n'y a pas d'obligation générale de transmission par courrier électronique des conditions générales. Elles doivent simplement être mises à disposition et le format utilisé doit permettre « leur conservation et leur reproduction ». Les contrats conclus entre professionnels sont également soumis à cette dernière obligation.

Par ailleurs, il est conseillé, pour des raisons de sécurité juridique, de prévoir une clause contractuelle qui délimite la zone de livraison.



## **2. La durée de validité de l'offre**

Dans ses relations contractuelles avec des consommateurs, le commerçant doit faire figurer la durée de validité de l'offre.

Dans les relations contractuelles entre professionnels, le Code civil prévoit que l'auteur de l'offre reste engagé par son offre tant qu'elle est accessible en ligne de son fait.

## **B. L'acceptation**

L'acceptation émise par l'internaute a pour effet de former le contrat. La seule réserve résulte de l'exercice du droit de rétractation par le consommateur.

### **1. Le moment de la formation du contrat**

En droit français, le contrat est formé au moment de l'émission de l'acceptation par le cocontractant.

La LCEN a mis en place une procédure d'acceptation en deux étapes. Dans un premier temps, le destinataire de l'offre passe sa commande. Dans un second temps, il doit pouvoir vérifier le détail de cette commande et avoir la possibilité d'en corriger les erreurs. C'est cette confirmation qui vaudra acceptation. Ainsi, le commerçant doit prévoir un écran récapitulatif comprenant des zones de saisie permettant de corriger les éventuelles erreurs. Finalement, le contrat sera formé au moment de l'émission de la confirmation de la commande par le consommateur. Enfin, le professionnel doit accuser réception de la commande. Cet accusé de réception doit être adressé « sans délai injustifié et par voie électronique ».

L'obligation de la procédure de double clic et l'exigence de l'accusé réception ne s'appliquent pas pour les contrats conclus par échange de courriers électroniques ou pour les conventions entre professionnels. Ces derniers peuvent par contrat prévoir le moment de la formation du contrat.

## **C. Les caractéristiques du contrat**

### **1. La forme du contrat**

Le principe de l'équivalence entre un écrit sur support papier et un écrit sur support électronique a été posé sur le plan de la preuve par la loi du 21 mars 2000 qui a modifié le Code civil et sur le plan de la validité par la LCEN.

Ainsi, lorsqu'un écrit est exigé pour la preuve et/ou la validité d'un acte juridique, il peut être fait sous forme électronique dès lors que les conditions posées aux articles 1366 et 1367 du Code civil sont respectées. Ainsi, l'acte devra être « un écrit électronique parfait » : la personne dont il émane devra être dûment identifiée et il devra être établi et conservé de manière à préserver son intégrité. Pour ce faire, il sera signé et authentifié par le biais d'une signature électronique telle que définie par l'article 1367 al 2 : « Elle consiste en l'usage d'un procédé fiable d'identification garantissant son lien avec l'acte auquel elle se rattache ».

Pour plus d'information sur la signature électronique, voir notre note d'information juridique « la signature électronique » également disponible sur notre site.



## **2. La preuve du contrat**

La charge de la preuve pèse sur la partie qui se prévaut de l'existence du contrat. Toutefois, l'article L.213-1 du Code de la Consommation énonce que « *le cocontractant professionnel assure la conservation de l'écrit... et en garantit à tout moment l'accès à son cocontractant si celui-ci en fait la demande* ». Cet archivage est obligatoire pour les contrats de commerce électronique dont le montant est supérieur à 120 €. La durée de cet archivage a été fixée à 10 ans. Ce délai court à compter de la date de conclusion du contrat lorsque la livraison du bien ou l'exécution de la prestation est immédiate ou court à compter de la date de livraison du bien ou de celle de l'exécution de la prestation si celle-ci est différée.

### **D. Le paiement**

De nombreux moyens de paiement peuvent être utilisés pour le paiement des achats en ligne, le plus utilisé étant la carte bancaire. Ce mode de paiement ne doit être utilisé que s'il s'accompagne d'un cryptage des données ou de l'utilisation d'un procédé de paiement sécurisé (présence à l'écran d'un petit cadenas). A défaut, les risques pour le consommateur seront trop élevés.

Pour sécuriser davantage sa transaction, le consommateur a la possibilité d'utiliser une « e-carte ». Elle lui permet d'obtenir un numéro de carte qui ne sera valable que pour une seule opération en ligne. Un nouveau mode de paiement associant une carte bancaire et un lecteur carte relié au PC arrive sur le marché. Citons également le « paiement par e-mail », largement diffusé Outre-Atlantique et qui arrive en France. Le paiement est effectué par l'intermédiaire d'un compte ouvert par l'internaute sur un site dédié à cet effet. Enfin, le paiement par chèque reste très utilisé.

### **E. L'exécution du contrat et la responsabilité contractuelle du professionnel**

Le fournisseur doit indiquer, avant la conclusion du contrat, la date limite à laquelle il s'engage à livrer le bien ou à exécuter la prestation de services. A défaut, le fournisseur est réputé devoir délivrer le bien ou exécuter la prestation de services dès la conclusion du contrat. En cas de non-respect de cette date limite, le consommateur peut obtenir la résolution de la vente et le remboursement de toutes les sommes versées.

L'article 15 de la LCEN a instauré une responsabilité de plein droit du professionnel concluant des contrats électroniques avec un consommateur. Ainsi, celui-ci doit répondre "de la bonne exécution des obligations résultant du contrat, que ces obligations soient à exécuter par lui-même ou par d'autres prestataires de services". La simple inexécution d'une obligation contractuelle suffira à engager la responsabilité du commerçant. Il ne pourra s'exonérer qu'en rapportant la preuve que l'inexécution ou la mauvaise exécution est imputable à l'acheteur, la preuve d'un fait imprévisible et insurmontable d'un tiers étranger à la fourniture du bien ou service prévu au contrat ou la preuve d'un cas de force majeure.

### **F. Les obligations du commerçant dans la vente en ligne**

#### **❖ Obligations pour les sites e-commerce**

Les sites de e-commerce sont tenus d'afficher des informations obligatoires et ont des obligations vis-à-vis de leurs clients.

➤ **Affichages obligatoires**

- nom et prénoms du cybervendeur (dénomination sociale s'il s'agit d'une personne morale),
- l'adresse postale de l'établissement, son adresse de courrier électronique, ainsi que son numéro de téléphone,
- l'adresse du siège social et le montant de son capital, s'il s'agit d'une personne morale,
- son numéro d'inscription au RCS ou au Répertoire des Métiers.

➤ **Les caractéristiques essentielles du bien ou du service et son prix.**

- La date ou le délai de la livraison, auquel le commerçant s'engage à livrer le bien ou à exécuter le service. Ce délai ne pourra pas excéder 30 jours. Si le commerçant ne livre pas dans certaines zones (hors Europe par exemple), il devra l'afficher le plus tôt possible,
- Dans un souci d'harmonisation européenne, au moment de passer la commande le client doit comprendre qu'il y a une obligation de paiement, le commerçant devra donc faire figurer une phrase du type "je comprends qu'effectuer cette commande nécessite un paiement".
- Le commerçant doit également informer le consommateur des moyens de paiement utilisés au plus tard au début du processus de commande.
- Les conditions et les modalités de mise en œuvre de la garantie du bien ou du service
- Le code de bonne conduite, comme celui de la Fevad ou de l'UMFD par exemple, auquel le commerçant a adhéré.
- Les conditions du droit de rétractation avec l'accès à un formulaire en ligne lisible et compréhensible : en effet, quand le client a un droit de rétractation, le commerçant doit lui indiquer les conditions, délai, modalités d'exercice et formulaire pour exercer ce droit (ainsi que notamment les frais de renvoi d'un bien, frais pour la rétractation de commande d'une prestation de services).
- Les conditions générales de vente, doivent être conformes à la loi Hamon du 17 mars 2014. Elles doivent être fournies sur un support durable (un fichier pdf par exemple). Il faut donc que le marchand mette en place un système d'archivage pour que le client puisse les retrouver. Comme ce document peut être modifié, il faudra lui donner un numéro de version. Il en est donc fini des conditions générales de vente à valider en ligne en cochant une croix sans que le client puisse en conserver la trace.
- Une fois la commande passée et au plus tard le jour de la livraison, le commerçant doit reprendre toutes les informations obligatoires par voie électronique ou sur papier, en y joignant ses conditions générales de vente, qui seront en outre archivées dans le compte de l'utilisateur.
- Enfin la loi Hamon interdit les pratiques qui consistent à cocher des cases par défaut pour vendre en plus d'autres prestations comme une assurance, une extension de garantie.

#### **IV. REGLES PROPRES A LA VENTE HORS ETABLISSEMENT**

Depuis la loi "Hamon" du 17 mars 2014, les présentes dispositions s'appliquent aux contrats conclus entre un professionnel et un consommateur, mais aussi aux contrats conclus entre deux professionnels dès lors que l'objet de la convention n'entre pas dans les champs de l'activité principale du professionnel sollicité et que le nombre de salariés employés par celui-ci est inférieur ou égal à cinq.

Les informations précontractuelles de l'article L111-1 devront être fournies, de manière claire et compréhensible, sur papier ou, avec l'accord du consommateur, sur un support durable, telles qu'elles sont détaillées dans le grand I de la présente note.

Le contrat liant les parties devra être fourni sur un support papier, sauf si le consommateur accepte qu'il soit fourni sur un autre support durable, permettant ainsi de confirmer l'engagement exprès des parties. Le contrat doit être accompagné du formulaire type permettant la mise en œuvre du droit de rétractation.

Le professionnel ne peut recevoir aucun paiement ou aucune contrepartie de la part du consommateur avant l'expiration d'un délai de sept jours à compter de la conclusion du contrat hors établissement. Cependant des exceptions à cette règle existent, c'est notamment les cas :

- De la souscription à domicile d'un abonnement à une publication quotidienne et assimilée ;
- Des contrats à exécution successive, concernant la garde d'enfants, l'assistance aux personnes âgées, aux personnes handicapées ou autres personnes qui ont besoin d'une aide personnelle à leur domicile et les services aux personnes à leur domicile relatifs aux tâches ménagères et familiales ;
- Des contrats conclus au cours de réunions organisées par le vendeur à son domicile ou au domicile d'un consommateur ayant préalablement et expressément accepté que cette opération se déroule à son domicile ;
- Des contrats ayant pour objet des travaux d'entretien ou de réparation à réaliser en urgence au domicile du consommateur et expressément sollicités par lui, dans la limite des pièces de rechange et travaux strictement nécessaires pour répondre à l'urgence.

#### **V. SANCTIONS DU NON RESPECT DES REGLES PRESCRITES**

En ce qui concerne les contrats conclus hors établissement, tout manquement à l'obligation d'information précontractuelle ou autres dispositions propres à ce type de contrat est passible d'une amende administrative dont le montant ne peut excéder 3 000 € pour une personne physique et 15 000 € pour une personne morale.

Tout manquement aux dispositions relatives au droit de rétractation est passible d'une amende administrative dont le montant ne peut excéder 15 000 € pour une personne physique et 75 000 € pour une personne morale.

Toute infraction à l'obligation de remettre au consommateur un exemplaire du contrat conclu hors établissement ou à l'interdiction de recevoir un paiement ou toute autre contrepartie avant un délai de sept jours à compter de la conclusion du contrat est passible d'une peine d'emprisonnement de deux ans, ainsi que d'une amende de 150 000 € et des peines complémentaires.