

L'immatériel dans les relations économiques

Sources : economie.gouv.fr / jurifiable.com / legifrance

I. Contrat électronique

A. Introduction - Le contrat électronique

Le contrat électronique est un **contrat conclu par le biais d'internet**, il s'agit donc d'un contrat à distance. Le commerce électronique regroupe les activités économiques par lesquelles une personne propose ou assure à **distance et par voie électronique** la fourniture de biens ou de services.

Le contrat électronique est donc un **type de contrat singulier**, nécessitant des règles propres à cette activité. Le droit de la consommation vise particulièrement à protéger le consommateur, en particulièrement en cas de publicité.

Règles particulières de conclusion

Le consentement sous la forme d'un écrit électronique est valable, il **équivalait au support papier**. De plus, l'écrit électronique a valeur probante, c'est-à-dire que le consommateur peut s'en servir comme moyen de preuve. La conclusion du contrat électronique de consommation est soumise à la **confirmation de la commande** et à la remise d'un **accusé de réception**. Si ces formalités ne sont pas respectées, le contrat n'est pas valable.

Conditions spécifiques de la publicité électronique : Il faut que la publicité électronique soit clairement identifiable comme telle par le consommateur et que toutes les conditions liées à des promotions (comme des jeux ou des concours) soient explicitement communiquées pour éviter les pratiques commerciales trompeuses.

Responsabilité des acteurs d'Internet : La distinction entre les fournisseurs de contenu et les hébergeurs reste cruciale. Les fournisseurs sont responsables des contenus qu'ils contrôlent, tandis que les hébergeurs, sans obligation de surveillance proactive, peuvent être tenus responsables si on prouve qu'ils étaient conscients du caractère illicite des activités et qu'ils n'ont pas agi pour les retirer.

Si cela n'est pas clairement précisé, le consommateur est face à une **pratique commerciale trompeuse** qui peut être sanctionnée par **2 ans de prison et 37 500 euros d'amende**, en plus d'indemnités de réparation.

Attention : L'infraction à la règle de publicité

On estime qu'environ **30% des sites internet commerciaux** sont en infraction avec la législation sur les règles particulières de publicité en matière de contrat électronique.

Validité de l'écrit électronique : Selon les articles 1366 et 1367 du Code civil, modifiés par l'ordonnance n°2016-131 du 10 février 2016, un écrit électronique est considéré comme valide pour la formation d'un contrat si les conditions de sa création, de sa conservation, et de son intégrité sont garanties. Ceci inclut la nécessité que l'écrit électronique soit établi et conservé dans des conditions qui assurent sa conservation fiable et durable.

Signature électronique : L'article 1367 spécifie que la signature électronique doit être créée de manière à garantir qu'elle est propre au signataire et qu'elle a été utilisée par lui pour signer. Cette signature doit utiliser des moyens que le signataire peut maintenir sous son contrôle exclusif.

Conservation des contrats : Les contrats électroniques de plus de 120 euros doivent être conservés pendant une période de dix ans par le professionnel, en garantissant leur accès facile en cas de demande par le consommateur ou par des autorités compétentes.

B. Procédure de responsabilité des acteurs d'Internet

Il faut distinguer deux acteurs : **les fournisseurs** de contenu et **les hébergeurs**.

Les fournisseurs de contenu sont responsables de leur fait et du fait d'autrui. Le consommateur n'a pas à apporter la preuve de la faute du professionnel.

Par exemple, si le contrat est mal exécuté, le consommateur pourra **engager la responsabilité du fournisseur** (ex : colis non reçu, appareil défectueux).

En revanche, les **hébergeurs sont irresponsables**, c'est-à-dire qu'ils n'ont aucune obligation de surveillance. Cependant, le juge pourra condamner l'hébergeur si celui-ci avait connaissance du caractère illicite des activités du destinataire.