



L'encadrement juridique d'un site de commerce électronique

Avant s'intéresser précisément au cadre juridique de la vente en ligne, nous devons nous interroger sur la capacité juridique des OT et CDT à commercialiser une prestation de service touristique sur Internet.

I – La capacité juridique à commercialiser une offre en ligne

C'est la loi du 23 décembre 1992 qui a fixé l'action respective de l'Etat, des comités départementaux du tourisme (CDT) et des offices de tourisme (OT) et syndicats d'initiative (SI). Les dispositions de la loi sont reprises dans le Code du Tourisme comme suit :

a- Le CDT

« Le CDT, créé à l'initiative du Conseil Général, prépare et met en œuvre la politique touristique du département. »

(Article L132-2 du Code du Tourisme)

« Le conseil général confie tout ou partie de la mise en œuvre de la politique du tourisme du département au comité départemental du tourisme qui contribue notamment à assurer l'élaboration, la promotion et la commercialisation de produits touristiques, en collaboration avec les professionnels, les organismes et toute structure locale intéressés à l'échelon départemental et intercommunal. »

(Article L132-4 du Code du Tourisme)

b- Les OT

L'OT, créé à l'initiative de la commune, « assure l'accueil et l'information des touristes ainsi que la promotion touristique de la commune ou du groupement de communes. Il contribue à coordonner les interventions des divers partenaires du développement touristique local. » (Article L133-3 du Code du Tourisme).

Au-delà des ces missions premières, plusieurs missions facultatives laissées à la discrétion des communes peuvent être attribuées aux OT.

« Il peut être chargé, par le conseil municipal, de tout ou partie de l'élaboration et de la mise en œuvre de la politique locale du tourisme et des programmes locaux de développement touristique, notamment dans les domaines de l'élaboration des services touristiques, de l'exploitation d'installations touristiques et de loisirs, des études, de l'animation des loisirs, de l'organisation de fêtes et de manifestations culturelles.

Il peut être autorisé à commercialiser des prestations de services touristiques.

Il peut être consulté sur des projets d'équipements collectifs touristiques.»

(Article L133-3 du Code du Tourisme).



La loi reconnaît donc aux CDT et aux OT la capacité de commercialiser des produits touristiques, sans que cela représente l'une de leurs missions premières et obligatoires.

Cependant, cette capacité juridique à commercialiser des produits touristiques doit être expressément prévue dans les statuts du CDT ou de l'OT.

Les statuts ou modifications de statuts de CDT sont soumis à délibération du Conseil Général et les statuts d'OT sont soumis à délibération du conseil municipal.

De plus, une autorisation préfectorale est nécessaire afin de commercialiser une offre touristique (articles R213-17 et R213-18 du code du tourisme). Pour obtenir cette autorisation, vous devez soumettre votre projet à la commission départementale d'action touristique (CDAT) qui en étudie l'opportunité et mesure votre capacité financière.

II- Les différents scénarii possibles

Scénario n°1 :

Le Site se présente comme une vitrine dans laquelle l'OT ou le CDT fait la promotion des offres touristiques locales et met à la disposition des internautes des informations relatives à la prestation proposée, notamment sa nature, son niveau de qualité, son prix, sa durée...

Dans ce cas, l'OT ou le CDT retranscrit sur son site l'ensemble des informations qui lui auront été transmises par chaque professionnel du tourisme local.

Toute l'offre devra être relayée afin de ne pas fausser les règles de la concurrence. L'information donnée devra être impartiale et aucune recommandation ne pourra être faite.

Une fois que l'Internaute aura choisi la prestation, il sera redirigé vers le site internet du professionnel. Il est indispensable d'informer l'internaute qu'il va être redirigé vers le site du professionnel et que la transaction va s'opérer directement avec le professionnel.

Si le professionnel ne dispose pas de site internet, ses coordonnées seront communiquées à l'internaute afin que celui-ci puisse prendre contact avec lui.

Ce sont les conditions générales de vente du professionnel qui s'appliqueront.

Ce qu'il faut prévoir :

- Demander à chaque professionnel de mettre à disposition des informations les plus actualisées possible
- Informer les internautes que l'OT ou le CDT relaie les informations et qu'il reste dépendant de la bonne volonté des Professionnels concernant la véracité des informations transmises, notamment en matière de disponibilité.
- Stipuler dans les conditions générales d'utilisation du site qu'en aucun cas, la responsabilité de l'OT ou du CDT ne pourrait être engagée pour toute inexécution ou mauvaise exécution de tout ou partie de la prestation touristique.



Scénario n° 2 :

Le Site se présente comme une vitrine dans laquelle l'OT ou le CDT fait la promotion des offres touristiques locales et permet aux internautes de réserver en ligne une prestation touristique via une centrale de réservation du type booking.fr.

Une convention d'affiliation doit être établie entre la centrale de réservation et l'OT ou le CDT.

Les professionnels doivent quant à eux devenir partenaires de la centrale et doivent par le biais d'un extranet, faire les mises à jour et traiter les réservations.

La transaction se fait directement entre l'internaute et le professionnel.

Deux possibilités s'offrent quant à l'intégration des services de recherche et de réservation de la centrale :

- L'intégration d'un lien vers le site de la centrale de réservation
- L'intégration en marque blanche qui permet de personnaliser l'affichage

Là aussi, il est indispensable d'informer l'internaute qu'il va être redirigé vers le site de la centrale de réservation et que la transaction va s'opérer directement avec le professionnel.

Ce qu'il faut prévoir :

- Spécifier que toute transaction effectuée sur le site de la centrale de réservation implique l'acceptation des conditions d'utilisation, des conditions de réservation, de modification ou d'annulation telles que décrites par le professionnel au moment de l'achat.
- La transaction engage exclusivement l'internaute et le prestataire avec lequel il a conclu la transaction.
- Stipuler dans les conditions générales d'utilisation du site qu'en aucun cas, la responsabilité de l'OT ou du CDT ne pourrait être engagée pour toute inexécution ou mauvaise exécution de tout ou partie de la prestation touristique.

Dans ces 2 premiers scénarii, l'OT et le CDT ont un rôle d'intermédiaire entre le touriste et le professionnel du tourisme.

Au-delà de la publication sur son site d'offres de prestations touristiques, il fournit à l'internaute la possibilité de conclure un contrat en ligne.

Le droit français protège le consommateur, en cas de litige, la responsabilité de l'OT ou du CDT en tant que fournisseur d'informations en ligne pourrait être engagée.

Scénario n° 3 :

Le Site se présente comme une vitrine dans laquelle l'OT ou le CDT fait la promotion des offres touristiques locales et permet aux internautes de réserver en ligne une prestation touristique notamment via leur propre centrale de réservation.

L'OT ou le CDT a fait développer sa propre centrale de réservation à laquelle les professionnels adhèrent par convention.

- d'une part l'OT ou le CDT met en relation l'internaute et le professionnel qui peuvent conclure un contrat en ligne via la plateforme et le paiement sécurisé mis en place



- d'autre part l'OT ou le CDT peut vendre directement en ligne des prestations touristiques.

C'est dans ce cadre-ci que l'OT ou le CDT exerce véritablement une activité de commerce électronique car c'est lui le vendeur.

III – Le cadre juridique de la vente en ligne

Dans le cas où l'OT ou le CDT s'est vu confier la mission de commercialisation des produits touristiques et a choisi de vendre directement en ligne ses offres touristiques, il convient de rappeler ce qui entre dans le champ de la commercialisation avant de détailler les règles juridiques applicables.

a- Rappel sur l'organisation et la vente de voyages ou de séjours touristiques

C'est la loi du 13 juillet 1992 qui a fixé les conditions d'exercice des activités relatives à l'organisation et à la vente de voyages ou de séjours. Les dispositions de la loi sont reprises dans le Code du Tourisme comme suit :

Sont concernées les opérations consistant en l'organisation ou en la vente :

« De voyages ou de séjours individuels ou collectifs ; de services pouvant être fournis à l'occasion de voyages ou de séjours, notamment la délivrance de titres de transport, la réservation de chambres dans des établissements hôteliers ou dans des locaux d'hébergement touristique, la délivrance de bons d'hébergement ou de restauration ; de services liés à l'accueil touristique, notamment l'organisation de visites de musées ou de monuments historiques (...) aux opérations de production ou de vente de forfaits touristiques » (Article L211-1 du Code du Tourisme)

Un forfait touristique est une prestation :

« Résultant de la combinaison préalable d'au moins deux opérations portant respectivement sur le transport, le logement ou d'autres services touristiques non accessoires au transport ou au logement et représentant une part significative dans le forfait ; dépassant vingt-quatre heures ou incluant une nuitée ; vendue ou offerte à la vente à un prix tout compris. » (Article L211-2 du Code du Tourisme)

Il est indispensable que ces critères de constitution des offres touristiques soient également respectés pour les offres mises en ligne.

b- L'exercice de l'activité de commerce électronique

Le commerce électronique est défini comme « l'activité économique par laquelle une personne propose ou assure à distance et par voie électronique la fourniture de biens ou de services ». (LCEN 21 juin 2004)

Les dispositions de la LCEN complétées par la loi Chatel du 2 janvier 2008 ont été reprises dans le code de la consommation comme suit :



- **Le cybermarchand est soumis à une obligation d'information concernant :**
 - son identité : pour une personne physique, son nom et prénom, pour une personne morale, doivent figurer clairement sur le site sa raison sociale,
 - son adresse, l'adresse de courrier électronique, le numéro de téléphone,
 - le cas échéant, le capital social, l'adresse du siège social et le numéro d'inscription au Registre du Commerce et des Sociétés.
 - les prix : renforcement de l'obligation d'information sur les prix. Le prix doit être précisé de manière claire, sans ambiguïté, il convient également de préciser les taxes applicables et les frais de livraison.
 - l'absence de délai de rétractation dans le cas de la vente d'une prestation de services d'hébergement, de transport, de restauration, de service qui doivent être fournis à une date ou selon une périodicité déterminée (article L121-20-4 du Code de la consommation)
 - les modalités de paiement : en prévoir au minimum deux. Précisez que les paiements par carte bancaire réalisés par le biais d'un système sécurisé qui utilise le protocole SSL (*Secure Socket Layer*) de telle sorte que les informations transmises sont cryptées par un logiciel et qu'aucun tiers ne peut en prendre connaissance au cours du transport sur le réseau.
 - les conditions générales de vente : elles doivent détailler :
 - Ø les étapes à suivre pour conclure le contrat
 - Ø les moyens techniques permettant à l'utilisateur, avant la conclusion du contrat, d'identifier les erreurs commises et de les corriger
 - Ø les langues proposées pour la conclusion du contrat
 - Ø les modalités d'archivage et les conditions d'accès aux contrats archivés
 - Ø les moyens de consulter par voie électronique les règles professionnelles du cybermarchand(Articles L121-18 et L121-19 du Code de la consommation)

- **La conclusion du contrat doit se faire en 2 clics correspondants à deux étapes :**
 - 1^{ère} étape : offrir la possibilité à l'acheteur de vérifier le détail de sa commande voire de la modifier.
 - 2^{ème} étape : confirmation de la commande.

- **Le cybermarchand est également soumis à une double obligation lors de la conclusion du contrat :**
 - obligation d'accuser réception de la commande
 - obligation de conserver l'écrit constatant le contrat

- **Le cybermarchand est considéré responsable de plein droit à l'égard de l'acheteur de la bonne exécution des obligations résultantes du contrat conclu à distance. Il existe cependant trois causes exonératoires de responsabilité : cas où l'inexécution ou la mauvaise exécution est imputable à l'acheteur, au fait d'un tiers étranger au contrat ou à un cas de force majeure.**

- **La publicité en ligne est aussi règlementée :**

C'est l'article L33-4-1 du code des postes et communications électroniques qui régit la publicité en ligne : le principe est celui de l'interdiction de toute prospection directe par



courrier électronique à destination de personnes physiques qui n'ont pas exprimé leur consentement préalable à les recevoir. Est donc interdite la prospection commerciale à destination d'adresses personnelles.

Deux exceptions à ce principe demeurent toutefois :

1^{er} cas : si le marchand satisfait trois conditions :

- l'envoi concerne la promotion de produits et de services analogues à ceux que le marchand a déjà eu l'occasion de fournir au consommateur.
- l'adresse de courrier électronique utilisée est celle fournie par le consommateur à l'occasion d'une vente ou d'une prestation de service antérieure.
- permission est laissée au destinataire de s'opposer sans frais à l'utilisation de ses coordonnées lorsque celles-ci sont recueillies et à chaque fois qu'un courrier électronique lui est envoyé.

2nd cas : lorsque la prospection s'effectue dans un cadre professionnel, à l'adresse électronique professionnelle et concerne directement l'activité professionnelle.

L'émetteur de tels messages de publicité est soumis à une obligation de transparence qui se traduit par le fait que le message doit indiquer :

- les coordonnées valides permettant au destinataire d'exercer son droit d'opposition.
- l'identité de la personne pour le compte de laquelle le message est envoyé.
- un objet en rapport avec la prestation ou le service proposé.

IV – Le « bloc contractuel » à rédiger et à mettre en ligne

Il est indispensable de mettre à disposition des internautes un certain nombre d'informations utiles et accessibles à tout moment, un lien en pied de page étant la solution la plus communément retenue.

Les informations à communiquer dépendent de l'objet et des applicatifs de votre site Internet.

a- Mentions légales pour tout site

Les mentions légales d'un site Internet doivent comporter un certain nombre d'informations accessibles à tout moment par l'internaute. Elles doivent comporter des informations relatives à :

- la propriété et responsabilité éditoriale : nom + adresse + organisme du propriétaire du site et nom et qualité du responsable éditorial

- à l'hébergement du site : nom et adresse de l'hébergeur

- à la déclaration du site à la CNIL : N° de déclaration CNIL (loi 6 janvier 1978 modifiée par loi 6 août 2004) **si le site recueille des données personnelles :**

« Constitue une donnée à caractère personnel toute information relative à une personne physique identifiée ou qui peut être identifiée, directement ou indirectement, par



référence à un numéro d'identification ou à un ou plusieurs éléments qui lui sont propres. » (Article 2 de la loi 6 janvier 1978 modifiée par loi 6 août 2004)

- au traitement des données nominatives : article 34 de la loi n°78-17 du 6 janvier 1978 l'utilisateur dispose d'un droit d'accès, de modification, de rectification et de suppression des données qui le concernent. Adresse pour recours.

- propriété intellectuelle : indiquer que le propriétaire du site détient la globalité des droits de propriété intellectuelle et prévenir des sanctions en cas de contrefaçon.

b- Conditions générales d'utilisation pour un site qui permet une certaine interaction avec les internautes

Tout internaute visitant votre site internet devra clairement accepter les conditions générales d'utilisation qui doivent définir :

- l'objet du site, les différents intervenants (fournisseur, producteur...)
- le droit de modifier ces CGU à tout moment
- la volonté de proposer une information juste et de qualité
- l'acceptation des risques de l'Internet par l'utilisateur
- les cookies : informer de l'éventuelle installation automatique de cookie
- liens hypertextes : 2 possibilités
 - le site peut contenir des liens : décliner toute responsabilité quant au contenu de ces sites, des mises à jour qui pourraient leur être apportées
 - être informé préalablement à la mise en place d'un lien hypertexte en direction du site et se réserver la possibilité de faire supprimer ce lien à tout moment.

c- Conditions générales de vente pour un site de commerce électronique

Il s'agit ici de retranscrire les règles professionnelles applicable en matière de tourisme et notamment les dispositions qui régissent les contrats de vente de voyages ou de séjours. L'article R211-14 du Code du Tourisme exige la reproduction des articles R211-5 à R211-13 du code du tourisme issu du décret du 15 juin 1994 sur toute brochure ou contrat de voyage.

d- Conditions particulières de vente en complément des conditions générales de vente

Prévoir également de rédiger des conditions particulières, c'est-à-dire relative à votre activité professionnelle, concernant notamment

- le prix,



Note juridique

Service Accompagnement



- la révision du prix,
- la durée du séjour,
- la réservation, l'acompte, le règlement du solde, le dépôt de garantie,
- les modifications effectuées par le client avant le départ,
- la cession du contrat,
- les frais d'annulation,
- l'assurance
- la loi applicable et la juridiction compétente en cas de litige

L'activité de commerce électronique suppose un encadrement juridique strict afin de sécuriser le consommateur dans son acte d'achat en ligne.