ACHAT EN UN CLIC, QUELLE PORTÉE JURIDIQUE ?

De plus en plus de sites marchands, et le premier d'entre eux (Amazon pour ne pas le citer) mettent en place une procédure d'achat en un « clic ».
L'objectif des plateformes de vente vise à automatiser le processus de vente, en le présentant comme une facilité pour le consommateur qui pourra faire ses achats plus rapidement, sans avoir à renseigner à chaque fois ses coordonnées bancaires. Un « clic » et la vente est conclue !

Pourtant, cette pratique nous paraît contestable sur le plan juridique et sans réel avantage pour le consommateur. Il apparait en effet que le temps, minime, gagné à l'occasion du processus de commande ne constitue en aucun cas un avantage pour le consommateur. A cela s'ajoute le danger qu'il y a, par la mise en œuvre de cette pratique commerciale, de pousser le consommateur à une surconsommation en lui ôtant toute faculté de réflexion quant à l'achat qu'il envisage de conclure.
Sur le plan strictement juridique, cette pratique parait en outre des plus contestable dans la mesure où l'article 1127-2 alinéa 1 du code civil énonce que « *Le contrat (N.d.A : conclu par voie électronique) n'est valablement conclu que si le destinataire de l'offre a eu la possibilité de vérifier le détail de sa commande et son prix total et de corriger d'éventuelles erreurs avant de confirmer celle-ci pour exprimer son acceptation définitive* ».

Autrement dit, l'article 1127-2 alinéa 1 du code civil impose comme condition de validité du contrat conclu par voie électronique, que le destinataire d'une offre puisse vérifier le détail de la commande, avant de pouvoir formellement l'accepter. On appelle cette procédure, la procédure du « *double clic* » (un premier « *clic* » pour vérifier la commande et un second pour l'accepter).
Si le code civil prévoit une possibilité de déroger à cette règle lorsque la vente est conclue entre professionnels, tout porte à croire qu'elle reste impérative lorsque la vente est conclue entre un professionnel et un consommateur. Ainsi, un consommateur ne devrait se trouver engagé dans un contrat de vente, conclu par voie électronique, qu'après le respect de cette procédure du « *double-clic* ».

S'agissant d'une condition de validité du contrat, la sanction attachée au non respect de cette règle devrait être la nullité du contrat, ce qui devrait permettre à tout consommateur qui se trouverait engagé après un achat en un-clic, d'en obtenir sa nullité. En l'espèce, le contrat est censé n'avoir jamais existé et charge au professionnel de rembourser le consommateur. Dans le cas où le bien a déjà été délivré au consommateur, charge également à lui de récupérer à ses frais, ce dernier.

ACHATS EN LIGNE, LE VENDEUR N'EST PAS TOUJOURS CELUI QUE L'ON CROIT

Autrefois réservées à un petit nombre de site marchand, les places de marché (plus connues sur la toile sous le nom de Market Place) occupent une place croissante sur internet. Désormais, la plupart des grandes enseignes (Darty, FNAC, Amazon, PriceMinister, La Redoute, etc...) s'y sont mises, ce qui n'est pas sans incidence pour le consommateur !

Les places de marché consistent pour une grande enseigne à ouvrir son site marchand à d'autres vendeurs, parfois installés à l'autre bout du monde. Il peut aussi s'agir de vendeurs particuliers.
Leur essor sur le Net doit pousser le consommateur à la plus grande prudence. Le premier risque pour lui étant la confusion possible entre la multitude de vendeurs proposant leurs produits (parfois identiques) sur le même site. Plus simplement, dorénavant, acheter un bien sur le site de la FNAC, ne garantie pas à l'acheteur, s'il n'est pas suffisamment attentif, que le vendeur sera la FNAC. Il pourra s'agir d'un tiers.

.../...