

 Imprimer | [Retour](#)



[S'abonner](#) | [Les autres articles de ce numéro](#)

La délégation e-commerce: quelles précautions prendre avant d'externaliser?

E-commerce N°32 - 01/10/2011 - Céline Avignon

Choisir de sous-traiter son activité d'e-commerce peut sembler de prime abord la solution idéale: gain de temps, efficacité des process... Attention toutefois à ne pas négliger l'aspect juridique. Car la responsabilité juridique, elle, ne s'externalise pas!

Par Céline Avignon, avocate, directeur département Publicité et Marketing électroniques, et Laure Landes Gronowski, avocate, collaboratrice département Publicité et Marketing électroniques, Cabinet Alain Bensoussan

Si la délégation e-commerce est en vogue et permet aux commerçants d'externaliser leur activité de commerce électronique, ces derniers ne doivent pas oublier pour autant les impératifs juridiques applicables à cette activité.

Les prestations de délégation e-commerce offrent aux commerçants une possibilité de se faire accompagner dans la création et le déploiement de leur site internet par des prestataires offrant un service global incluant à la fois les aspects opérationnels techniques (développement du site web, gestion des serveurs), commerciaux (marketing, animation, référencement, CRM), stratégiques (analyse / reporting) et logistiques (gestion des envois et des retours de marchandises).

Le fait que cette délégation recouvre de nombreux aspects démultiplie les risques juridiques associés et les précautions contractuelles à prendre. La difficulté en la matière réside dans le fait que le délégué prend en charge l'ensemble des aspects du site internet par une offre de prestations «clés en main». Pour autant, il agit pour le compte du déléguant, ce dernier demeurant responsable du respect des dispositions applicables aux yeux des internautes. Aussi, il convient de mettre contractuellement à la charge du délégué des obligations fortes en matière de respect des conditions légales applicables à l'exploitation d'un site internet et d'obtenir des garanties de la part du prestataire notamment en matière:

- d'obligations formelles en faisant figurer certaines mentions obligatoires définies par la loi relative à la confiance dans l'économie numérique (article 6 relatif à l'obligation de faire figurer sur tout site internet une notice légale dans un standard ouvert et article 19 concernant l'obligation d'assurer aux internautes un accès facile, direct et permanent, dans un standard ouvert, à certaines informations relatives à l' e-commerçant), ou relative au Code de commerce (art. R.123-237);
- de dispositions applicables en matière d'offres promotionnelles (loteries, ventes subordonnées, pratiques commerciales déloyales, c'est-à-dire trompeuses ou agressives...) ;
- d'obligations spécifiques à la vente à distance (obligation d'information du consommateur, droit de rétractation, délai de livraison ou d'exécution de la prestation de service, responsabilité de plein droit du cyber-commerçant...) ;

- de protection des données (détermination des rôles et des responsabilités de chacun, formalités préalables à effectuer auprès de la Cnil, définition de la finalité du traitement et des données traitées, durée de conservation, lieu d'hébergement des données, mentions d'informations obligatoires à faire figurer sur le site internet...);

- de prospection commerciale, notamment en matière de prospection par courrier électronique soumise à «opt-inisation» des adresses mails. En effet, la prospection par courrier électronique est par principe interdite si le destinataire de cette prospection n'a pas préalablement exprimé son consentement par une manifestation de volonté libre, spécifique et informée. Ces aspects devront donc être contractuellement encadrés.

Au-delà des garanties de conformité légale, le commerçant qui entend externaliser son activité de commerce électronique devra étudier avec soin le contrat proposé par le prestataire ou lui en proposer un afin de gérer l'ensemble des aspects délégués.

Or, s'agissant bien souvent de contrats clés en main, tous les aspects doivent être gérés contractuellement depuis la création de la boutique en ligne, jusqu'à la gestion du service client et du back-office en passant par le marketing.

Ces principales remarques juridiques, bien que non exhaustives, n'ont vocation qu'à apporter un éclairage sur certaines précautions à prendre pour éviter que la délégation ne devienne un véritable casse-tête pour les commerçants qui optent pour l'externalisation de leur activité e-commerce.

Par conséquent, avant de vous décider à déléguer, définissez précisément vos besoins, mesurez les avantages et inconvénients pour vous de cette solution et, en raison notamment du caractère full service de la délégation d'e-commerce, avant de vous engager, étudiez ou élaborer avec soin le contrat destiné à encadrer les prestations.

[Retour haut de page](#)