

LOI CHATEL : QUELLES CONSEQUENCES POUR LE E-COMMERCE ?

Source : Site internet www.journaldunet.com du 08/09/2008

La loi Chatel dite « *pour le développement de la concurrence au service des consommateurs* » a définitivement été adoptée le 03 janvier 2008 et sera applicable à partir du 1^{er} juin 2008. Cinq mesures concernent tout particulièrement la vente à distance traditionnelle et sur Internet. Parmi celles-ci, deux rencontrent l'incompréhension des e-marchands qui redoutent que l'application de cette loi n'entraîne l'augmentation de leurs coûts.

La première mesure, qui concerne les numéros de téléphone du service client, interdit les numéros surtaxés lorsqu'il s'agit d'assister ou de renseigner les consommateurs sur le suivi de leur commande.

La seconde impose le remboursement « de la totalité des sommes versées » - donc des frais de livraison - lorsqu'un client renvoie une commande au marchand, que cela soit du fait de ce dernier (erreur, mauvais état) ou sans raison justifiée. Rappelons que depuis la loi Scrivener de 1979, le consommateur bénéficie d'un délai de sept jours pour se rétracter, quel qu'en soit la raison.

Les 5 mesures touchant les acteurs de la vente à distance et du e-commerce (source : Fevad/2008) :

- 1 : « Indiquer, avant la conclusion du contrat, la date limite à laquelle il s'engage à livrer le bien ou exécuter la prestation de services »
- 2 : « Fournir les coordonnées téléphoniques permettant d'entrer effectivement en contact avec le vendeur »
- 3 : « Les moyens de communication (...) permettant de suivre l'exécution de sa commande, d'exercer son droit de rétractation ou de faire jouer la garantie ne supportent que des coûts de communication, à l'exclusion de tout coût supplémentaire spécifique »
- 4 : Indiquer « l'existence d'un droit de rétractation, et ses limites éventuelles ou, dans le cas où ce droit ne s'applique pas, l'absence d'un droit de rétractation »
- 5 : « Lorsque le droit de rétractation est exercé, le professionnel est tenu de rembourser le consommateur de la totalité des sommes versées, dans les meilleurs délais ».

Ces mesures ont provoqué une levée de boucliers de la part des acteurs du commerce en ligne. Au-delà des conséquences qu'aura la loi sur leur secteur, tous reprochent au gouvernement de s'être décidé sans les avoir consultés, quand bien

même la Fevad (Fédération du e-commerce et de la vente à distance) en ait fait plusieurs fois la demande.

Incompréhension des e-marchands :

D'autres, comme Ulric Jérôme, directeur France de Pixmania, ne comprennent pas pourquoi ils devraient « *payer les pots cassés des FAI* » (fournisseurs d'accès à Internet), à l'origine de la majorité des plaintes de consommateurs ayant alarmé les pouvoirs publics. Pierre Koscuisko-Morizet, fondateur de PriceMinister, considère pour sa part le marché de l'e-commerce suffisamment « *bien structuré, avec des acteurs responsables qui s'autorégulent* ». Si parfois de petits acteurs jouent les troubles faits, « *ça ne dure jamais longtemps* » conclut-il.

Tous reconnaissent néanmoins que ces mesures vont dans le sens du consommateur. Mais le verdict est également unanime : ils devront répercuter la hausse de leurs coûts sur les prix, les marges du secteur étant réputées faibles. Un paradoxe, quand on sait que la ministre de l'Economie Christine Lagarde a commandé un rapport sur les mécanismes de baisses des prix.

La conclusion de Marc Lolivier, délégué général de la Fevad, est sans appel : « *ce sont des mesures anti-pouvoir d'achat : elles aboutiront soit à une dégradation de la qualité des services, soit à une hausse des prix. Dans les deux cas, ce sont de mauvaises nouvelles* ». Il estime à 80 millions d'euros le coût annuel pour le secteur de l'application de l'ensemble des mesures de la loi.