

LIVRE BLANC

MISE EN CONFORMITE SITE E-COMMERCE

Ce petit livre blanc a été rédigé afin de permettre à toutes les structures désirant développer un site de E-commerce de se mettre en conformité avec les obligations légales en vigueur.

Nous avons essayé d'être le plus complet possible, sans toutefois tomber dans un excès rébarbatif de textes de Loi et de références juridiques.

Nous essayerons d'améliorer régulièrement ce document. Si toutefois, vous avez besoin de renseignements complémentaires, n'hésitez pas à nous contacter par l'intermédiaire de l'un de nos sites web.

Bonne lecture....

NOS SITES WEB

<http://www.clc-net.fr>

<http://www.e-cgv.com>

<http://www.forma-cnionline.com>

<http://www.label3c.com>

<http://www.eco-num.com>

FICHE PRATIQUE 1

VOS OBLIGATIONS CNIL

Généralités

Vous procédez par l'intermédiaire de votre site à de nombreux traitements de données personnelles concernant vos clients (identité, adresse mail, adresse physique....).

Avant leur mise en œuvre ces traitements de données se doivent d'être impérativement déclarés auprès de la CNIL (Commission Nationale Informatique et Libertés), sauf si les traitements concernés relèvent d'une **dispense de déclaration**.

Le **recueil des données**, leur **traitement** doivent s'effectuer de manière transparente.

Leur **transmission à des tiers** est également soumise à des règles strictes.

Votre **devoir d'information** vous impose de communiquer aux personnes auprès desquelles vous recueillez les données la finalité des traitements dont celles-ci doivent faire l'objet, la durée de conservation de celles-ci, les destinataires des données recueillies, les droits essentiels (droit d'accès, de modification, de suppression).

SANCTIONS

L'article 226-16 du Code Pénal punit de **5 ans de prison et 300000€ d'amende** le fait de procéder à des traitements de données à caractère personnel sans que ceux-ci aient été déclarés à la CNIL (pour les traitements relevant de déclarations ou de demande d'autorisation).

Ne transmettez pas non plus des données à caractère personnel à n'importe qui. Le fait de transmettre ce type de donnée à des tiers non autorisés est également passible de 5 ans de prison et 300000€ d'amende.



Le fait d'indiquer « Conformément à la Loi....., vous disposez d'un droit d'accès..... » Ne vous sert à rien si vos traitements de données n'ont pas été déclarées au préalable.

Une autre conséquence de l'absence de déclaration a son importance :

Toute preuve issue d'un traitement de données non déclaré est irrecevable devant un tribunal.

Confidentialité ?

Souvent, sur de nombreux sites web, nous trouvons dans les Conditions de vente la mention suivante concernant la confidentialité des données :

« Les données recueillies lors de votre commande sont nécessaires au traitement de celle-ci. Elles sont réservées à un usage interne, et en aucun cas, celles-ci ne seront cédées ou revendues à des tiers..... »

Que se passe t'il dans ce cas de figure ?

- Votre client vous renvoie son produit pour exercer la garantie relative à celui-ci. Vous transmettez ses données à votre fournisseur. **Sans déclaration de traitement de données, vous n'êtes pas en droit de transmettre ces données.**
- Vous souhaitez adresser à vos clients des newsletters relatives à des offres promotionnelles ? **Sans déclaration de traitement de données, vous n'êtes pas en droit de transmettre ces données.**
- Vous transmettez les données de votre client à votre transporteur ? **Sans déclaration de traitement de données, vous n'êtes pas en droit de transmettre ces données.**

Attention à la mention

Les données recueillies sont confidentielles et ne seront jamais retransmises à des tiers !!!

Comment ferez-vous pour transmettre le dossier client à un organisme de recouvrement en cas d'impayé ?

Ce ne sont que quelques exemples de cas de figure vous permettant de comprendre que les déclarations de traitements de données, outre le fait d'être obligatoires, peuvent avoir un impact certain sur la santé de votre entreprise.



**PENSEZ A DECLARER.
PROTEGEZ VOS CLIENTS ET PROTEGEZ VOUS !**

FICHE PRATIQUE 2

VOTRE BOUTIQUE (PARTIE VISIBLE)

Pratiques trompeuses

Les **pratiques trompeuses** sont désormais précisées depuis la parution de la LME (Loi de modernisation de l'économie du 04/08/2008) et inscrites au Code de la Consommation.

Ces **pratiques trompeuses** concernant aussi bien le **contenu** de votre site (textes, éléments visuels), que le **fonctionnement** de celui-ci (processus de commande).

Ainsi, un site de location de table d'hôtes a été récemment sanctionné par la DGCCRF (Direction de la répression des fraudes), car il était mentionné dans celui-ci **qu'il était possible de consommer des légumes du jardin des propriétaires, alors que le potager en question était en cours de réalisation !!!**

Les sanctions sont sévères : **jusqu'à 2 ans de prison et 37500€ d'amende pour la personne physique responsable du délit, jusqu'à 5 fois cette amende pour la personne morale avec éventuellement interdiction d'exercer la profession et la dissolution de la personne morale.**

Une condamnation récente

Le site **entrepaticuliers.com** a été lourdement condamné pour pratique trompeuse...

150000€ d'amende pour la personne morale, 15000€ d'amende et 3 mois de prison avec sursis pour le dirigeant, 37000€ de dommages et intérêts



Faites attention à vos contenus, vos textes et vos images.

Vérifier si votre processus d'achat ne fournit pas d'informations substantielles à contretemps.

Vous trouverez **en annexe** les articles du Code de la Consommation concernant ces pratiques



Votre rédacteur de contenu ou webmaster est responsable juridiquement des contenus qu'il a inclus dans votre site.

Prix barrés

Vous désirez, comme nombre de vos concurrents, mettre en ligne des promotions ou des prix barrés ?

Suivez le guide....

Vous devez indiquer sur votre site web :

« - soit la période pendant laquelle le produit ou le service est offert à prix réduit, celui-ci devant alors être disponible pendant toute cette période,
- soit la date de début de l'opération accompagnée de l'importance des quantités offertes au début de la période de promotion,
- soit la mention « jusqu'à épuisement des stocks », lorsque le commerçant veut déstocker des marchandises. Dans ce cas, il doit cesser la publicité lorsque ses stocks sont épuisés.
L'importance de la réduction de prix, les produits ou les services concernés et les modalités selon lesquelles sont consentis les avantages doivent également être indiqués.»



***VOUS POUVEZ EFFECTUER DES OPERATIONS DE DESTOCKAGE EN DEHORS
DES PERIODES DE SOLDES DEPUIS LE 01/01/2009.***

CES OPERATIONS SUIVENT DES REGLES IDENTIQUES A CELLES-CI-DESSUS

Soldes

Les périodes de soldes sont règlementées au niveau des dates, **y compris sur Internet**. Pensez donc à modifier l'affichage de votre site en fonction de ces dates.



Les consommateurs bénéficient des mêmes droits durant les périodes de soldes, qu'en dehors de celles-ci (rétractation, disponibilité des produits...)

Annexe : extrait du Code de la Consommation concernant les pratiques trompeuses

Article L121-1

I.-Une pratique commerciale est trompeuse si elle est commise dans l'une des circonstances suivantes :

1° Lorsqu'elle crée une confusion avec un autre bien ou service, une marque, un nom commercial, ou un autre signe distinctif d'un concurrent ;

2° Lorsqu'elle repose sur des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur et portant sur l'un ou plusieurs des éléments suivants :

a) L'existence, la disponibilité ou la nature du bien ou du service ;

b) Les caractéristiques essentielles du bien ou du service, à savoir : ses qualités substantielles, sa composition, ses accessoires, son origine, sa quantité, son mode et sa date de fabrication, les conditions de son utilisation et son aptitude à l'usage, ses propriétés et les résultats attendus de son utilisation, ainsi que les résultats et les principales caractéristiques des tests et contrôles effectués sur le bien ou le service ;

c) Le prix ou le mode de calcul du prix, le caractère promotionnel du prix et les conditions de vente, de paiement et de livraison du bien ou du service ;

d) Le service après-vente, la nécessité d'un service, d'une pièce détachée, d'un remplacement ou d'une réparation ;

e) La portée des engagements de l'annonceur, la nature, le procédé ou le motif de la vente ou de la prestation de services ;

f) L'identité, les qualités, les aptitudes et les droits du professionnel ;

g) Le traitement des réclamations et les droits du consommateur ;

3° Lorsque la personne pour le compte de laquelle elle est mise en oeuvre n'est pas clairement identifiable.

II.-Une pratique commerciale est également trompeuse si, compte tenu des limites propres au moyen de communication utilisé et des circonstances qui l'entourent, elle omet, dissimule ou fournit de façon inintelligible, ambiguë ou à contretemps une information substantielle ou lorsqu'elle n'indique pas sa véritable intention commerciale dès lors que celle-ci ne ressort pas déjà du contexte.

Dans toute communication commerciale constituant une invitation à l'achat et destinée au consommateur mentionnant le prix et les caractéristiques du bien ou du service proposé, sont considérées comme substantielles les informations suivantes :

1° Les caractéristiques principales du bien ou du service ;

2° L'adresse et l'identité du professionnel ;

3° Le prix toutes taxes comprises et les frais de livraison à la charge du consommateur, ou leur mode de calcul, s'ils ne peuvent être établis à l'avance ;

4° Les modalités de paiement, de livraison, d'exécution et de traitement des réclamations des consommateurs, dès lors qu'elles sont différentes de celles habituellement pratiquées dans le domaine d'activité professionnelle concerné ;

5° L'existence d'un droit de rétractation, si ce dernier est prévu par la loi.

III.-Le I est applicable aux pratiques qui visent les professionnels.

Article L121-1-1

Sont réputées trompeuses au sens de l'article L. 121-1 les pratiques commerciales qui ont pour objet :

- 1°** Pour un professionnel, de se prétendre signataire d'un code de conduite alors qu'il ne l'est pas ;
- 2°** D'afficher un certificat, un label de qualité ou un équivalent sans avoir obtenu l'autorisation nécessaire ;
- 3°** D'affirmer qu'un code de conduite a reçu l'approbation d'un organisme public ou privé alors que ce n'est pas le cas ;
- 4°** D'affirmer qu'un professionnel, y compris à travers ses pratiques commerciales, ou qu'un produit ou service a été agréé, approuvé ou autorisé par un organisme public ou privé alors que ce n'est pas le cas, ou de ne pas respecter les conditions de l'agrément, de l'approbation ou de l'autorisation reçue ;
- 5°** De proposer l'achat de produits ou la fourniture de services à un prix indiqué sans révéler les raisons plausibles que pourrait avoir le professionnel de penser qu'il ne pourra fournir lui-même, ou faire fournir par un autre professionnel, les produits ou services en question ou des produits ou services équivalents au prix indiqué, pendant une période et dans des quantités qui soient raisonnables compte tenu du produit ou du service, de l'ampleur de la publicité faite pour le produit ou le service et du prix proposé ;
- 6°** De proposer l'achat de produits ou la fourniture de services à un prix indiqué, et ensuite :
 - a)** De refuser de présenter aux consommateurs l'article ayant fait l'objet de la publicité ;
 - b)** Ou de refuser de prendre des commandes concernant ces produits ou ces services ou de les livrer ou de les fournir dans un délai raisonnable ;
 - c)** Ou d'en présenter un échantillon défectueux, dans le but de faire la promotion d'un produit ou d'un service différent ;
- 7°** De déclarer faussement qu'un produit ou un service ne sera disponible que pendant une période très limitée ou qu'il ne sera disponible que sous des conditions particulières pendant une période très limitée afin d'obtenir une décision immédiate et priver les consommateurs d'une possibilité ou d'un délai suffisant pour opérer un choix en connaissance de cause ;
- 8°** De s'engager à fournir un service après-vente aux consommateurs avec lesquels le professionnel a communiqué avant la transaction dans une langue qui n'est pas une langue officielle de l'Etat membre de l'Union européenne dans lequel il est établi et, ensuite, assurer ce service uniquement dans une autre langue sans clairement en informer le consommateur avant que celui-ci ne s'engage dans la transaction ;
- 9°** De déclarer ou de donner l'impression que la vente d'un produit ou la fourniture d'un service est licite alors qu'elle ne l'est pas ;
- 10°** De présenter les droits conférés au consommateur par la loi comme constituant une caractéristique propre à la proposition faite par le professionnel ;
- 11°** D'utiliser un contenu rédactionnel dans les médias pour faire la promotion d'un produit ou d'un service alors que le professionnel a financé celle-ci lui-même, sans l'indiquer clairement dans le contenu ou à l'aide d'images ou de sons clairement identifiables par le consommateur ;
- 12°** De formuler des affirmations matériellement inexactes en ce qui concerne la nature et l'ampleur des risques auxquels s'expose le consommateur sur le plan de sa sécurité personnelle ou de celle de sa famille s'il n'achète pas le produit ou le service ;
- 13°** De promouvoir un produit ou un service similaire à celui d'un autre fournisseur clairement identifié, de manière à inciter délibérément le consommateur à penser que le produit ou le service provient de ce fournisseur alors que tel n'est pas le cas ;
- 14°** De déclarer que le professionnel est sur le point de cesser ses activités ou de les établir ailleurs alors que tel n'est pas le cas ;
- 15°** D'affirmer d'un produit ou d'un service qu'il augmente les chances de gagner aux jeux de hasard ;

- 16°** D'affirmer faussement qu'un produit ou une prestation de services est de nature à guérir des maladies, des dysfonctionnements ou des malformations ;
- 17°** De communiquer des informations matériellement inexactes sur les conditions de marché ou sur les possibilités de trouver un produit ou un service, dans le but d'inciter le consommateur à acquérir celui-ci à des conditions moins favorables que les conditions normales de marché ;
- 18°** D'affirmer, dans le cadre d'une pratique commerciale, qu'un concours est organisé ou qu'un prix peut être gagné sans attribuer les prix décrits ou un équivalent raisonnable ;
- 19°** De décrire un produit ou un service comme étant " gratuit ", " à titre gracieux ", " sans frais " ou autres termes similaires si le consommateur doit payer quoi que ce soit d'autre que les coûts inévitables liés à la réponse à la pratique commerciale et au fait de prendre possession ou livraison de l'article ;
- 20°** D'inclure dans un support publicitaire une facture ou un document similaire demandant paiement qui donne au consommateur l'impression qu'il a déjà commandé le produit ou le service commercialisé alors que tel n'est pas le cas ;
- 21°** De faussement affirmer ou donner l'impression que le professionnel n'agit pas à des fins qui entrent dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale, ou se présenter faussement comme un consommateur ;
- 22°** De créer faussement l'impression que le service après-vente en rapport avec un produit ou un service est disponible dans un Etat membre de l'Union européenne autre que celui dans lequel le produit ou le service est vendu.

Le présent article est applicable aux pratiques qui visent les professionnels

FICHE PRATIQUE 3

LES CGV (PARTIE 1)

Généralités

Les Conditions générales de vente (ou CGV) doivent être présentées à tout **consommateur non professionnel** avant la conclusion du contrat de vente. Les obligations sont différentes s'il s'agit de BtoB ou de BtoC.

Celles-ci engagent à la fois le marchand et le consommateur quant à leurs relations contractuelles.

Plusieurs textes régissent les obligations réciproques des parties en matière de CGV (LCEN, Loi Chatel, LME).

Toutes celles-ci ont été répercutées dans le Code de la Consommation.

Les principales rubriques obligatoires :

- Le nom du vendeur du produit ou du prestataire de service, des coordonnées téléphoniques permettant d'entrer effectivement en contact avec lui , son adresse ou, s'il s'agit d'une personne morale, son siège social et, si elle est différente, l'adresse de l'établissement responsable de l'offre ;
- Le cas échéant, les frais de livraison ;
- Les modalités de paiement, de livraison ou d'exécution ;
- 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 ;
- La durée de la validité de l'offre et du prix de celle-ci ;
- Le coût de l'utilisation de la technique de communication à distance utilisée lorsqu'il n'est pas calculé par référence au tarif de base ;
- Le cas échéant, la durée minimale du contrat proposé, lorsqu'il porte sur la fourniture continue ou périodique d'un bien ou d'un service.

Copier- Coller des CGV

De nombreux webmaster de sites de E-commerce sont démunis devant la rédaction de CGV, car ce n'est pas leur domaine de prédilection.

Quoi de plus tentant que de copier les CGV d'un concurrent, voire de procéder à un patchwork de paragraphes de différents sites ?

De nombreuses sociétés ayant fait rédiger leurs CGV en externe ou les ayant rédigées en interne protègent leur investissement.

Des veilles sur les textes des CGV sont très souvent mises en œuvre et les résultats font souvent

Absence de CGV

L'absence de CGV est sanctionnée par une **amende de 5° classe**. La personne morale peut être également sanctionnée **au niveau pénal (article 121-2 CP)**

Copier Coller (jurisprudence)

Pour avoir copié les CGV du site vente-privée.com, une société a été condamnée à **10000€ d'amende et 3000€ au titre de l'article 700 du NCPC.**

l'objet de plaintes. Ces sociétés sont également en droit de vous facturer une utilisation non autorisée de leurs textes.



Le Copier-Coller est formellement interdit par la Loi (Code de la propriété intellectuelle) et sévèrement réprimé (voir jurisprudence ci-dessus).

Quels sont les autres dangers du Copier – Coller ?



- Êtes-vous sûr que les CGV que vous recopiez sont adaptées à votre profil d'entreprise ?
- Ces textes ont-ils été rédigés par des spécialistes ?
- Sont-ils à jour des dernières modifications légales ?
- Sont-ils exempts de clauses abusives ?

Le Copier – Coller et les clauses abusives

En 2008, la société CDiscount a été condamnée par le TGI de Bordeaux à 20000€ d'amende pour présence de clauses abusives dans ses CGV.

Quelles seraient les conséquences d'une telle sanction financière pour une TPE ou une PME ?

FICHE PRATIQUE 4

LES CGV (PARTIE 2)

Généralités

De nombreuses clauses rendent la rédaction et l'application des CGV délicates. Parmi elles, 2 sont souvent sources principales de conflit :

1. **La livraison et les délais**
2. **Le Droit de rétractation**
3. **La contractualité des photos et des textes**

La Livraison

La livraison et les délais sont souvent au cœur de nombreux conflits commerçants – consommateurs. 3 points sont particulièrement à surveiller :

- **La mention Livraison en 48h**
Celle-ci peut être assimilée à de la publicité trompeuse. En effet, si la livraison est effective en 48h, vous devez tenir compte du délai de préparation de commande et de procédure d'envoi.

Pensez donc à mentionner :

Livraison en 48h (après prise en charge par le transporteur)

- **Les délais (Loi Chatel)**
Depuis la parution de la Loi Chatel, vous êtes tenu de procéder à la livraison du produit ou du service dans un délai n'excédant pas de 7 jours la date maximale de livraison indiquée sur votre site.

Au-delà, l'internaute peut annuler la vente, et vous devez le rembourser de toutes les sommes versées dans un délai maximum de 30 jours.

- **Le déballage (en présence du transporteur)**
Certains marchands ont tendance à refuser des retours sous le prétexte que le colis n'a pas été ouvert en présence du transporteur.
Cette clause est abusive. Le consommateur peut formuler ses réserves auprès du transporteur dans un délai de 72h après réception du colis.

- **Rappels importants**

1 Le vendeur est tenu à une obligation de délivrance conforme du bien ou du service vendu.

2 Le vendeur est responsable de la bonne exécution de ses obligations, même si elles sont réalisées par d'autres prestataires.

Le Droit de rétractation

Le Droit de rétractation est une faculté offerte au consommateur de renvoyer sa commande sans motif ni pénalité. Comment faire en pratique ?

1 Le droit de rétractation doit s'exercer dans les 7 jours francs suivant la réception du bien.

2 Ce délai est prolongé jusqu'au 1^{er} jour ouvrable suivant, s'il expire un samedi, un dimanche ou un jour férié.

3 Il s'exerce sans avoir à justifier de motifs ni de pénalités.

4 Vous devez donc rembourser le consommateur de l'intégralité des sommes versées (prix total et frais d'envoi).

5 Ce remboursement doit intervenir au plus tard dans les 30 jours suivant l'exercice du droit.

6 Le produit doit vous être renvoyé complet, dans un état propre à sa recommercialisation.

7 Les frais de réexpédition sont à la charge du consommateur.

8 Vous pouvez exiger une réexpédition dans les mêmes conditions que celles d'envoi initial.

Les exceptions au droit de rétractation

le droit de rétractation s'exerce en principe pour tous les produits et/ou services. Il faut toutefois noter certaines exceptions importantes :

- Les produits qui du fait de leur nature ne peuvent être réexpédiés. Cela concerne les denrées périssables, les fleurs, mais également la lingerie et les piercings. **Vérifiez bien si vos produits rentrent dans le cas d'exception.**
- Les produits fournis immédiatement au consommateur (l'accord est supposé donné avant l'expiration du délai de 7 jours). Cela concerne en particulier les téléchargements.
- Les produits et/ou services destinés à des professionnels (cas du BtoB) ou achetés pour satisfaire des besoins professionnels.

La contractualité des photos et des textes.

Nous trouvons sur de nombreux sites marchands la mention « les photos et les textes des produits ne sont pas contractuels ». Cette mention, si elle avantage de nombreux sites web, est considérée comme abusive.

En effet, le vendeur est tenu à une obligation de délivrance conforme de la chose vendue.



Seules sont admises des variations minimales dès lors qu'elles ne portent pas sur des éléments essentiels du produit et/ou service commandé.

Soignez vos photos et vos descriptifs !

FICHE PRATIQUE 5

LES CGV (CLAUSES ABUSIVES)

Généralités

Les clauses abusives sont devenues un véritable problème depuis leur introduction dans le Code de la Consommation, et la reconnaissance des avis de la Commission des clauses abusives.

Deux éléments importants sont à noter caractérisant une clause abusive :

- **Sa définition** : une clause abusive est une clause déséquilibrant de manière significative le rapport entre les droits et devoirs des parties (clauses en défaveur des consommateurs).
- **Sa caractéristique principale** : une clause abusive est réputée non écrite.



Les dispositions concernant les clauses abusives sont des dispositions d'ordre public

Certaines clauses abusives

Voici quelques exemples de clauses pouvant être considérées comme abusives (liste non exhaustive) :

- Droit de modification unilatérale des prix par le professionnel.
- Le refus au consommateur de la possibilité de confirmer l'acceptation de l'offre.
- Faire croire au consommateur que le « double-clic » a la valeur d'une signature électronique.
- Faire croire que seuls les enregistrements dont le vendeur a la maîtrise sont des preuves irréfragables.
- Dire que les photos et descriptions n'ont aucune valeur contractuelle.
- Soumettre le droit de rétractation à une obligation d'acceptation du vendeur.
- Accorder au vendeur le droit de résilier le contrat pour cause d'inexécution d'un autre contrat n'ayant aucun lien avec celui-ci.
- S'exonérer de son obligation de délivrance conforme (livraison).
- Dire que les dates de livraison sont données à titre indicatif.

Condamnation

CDiscount a été condamné à 20000€ d'amende pour présence de clauses abusives dans ses conditions générales de vente.

- Dire que le vendeur est exonéré de sa responsabilité en cas de non livraison.
- Faire croire que le consommateur ne peut rechercher la responsabilité du vendeur dans le cas d'une inexécution de la part d'un prestataire tiers.
- Imposer une assurance couvrant les risques lors du transport.
- Dire que le consommateur accepte d'office que lui soient envoyés des courriers de prospection de la part de tiers partenaires.
- Attribution de la juridiction du siège du vendeur comme juridiction compétente.

Textes officiels (Code de la Consommation)

Article R132-1

Dans les contrats conclus entre des professionnels et des non-professionnels ou des consommateurs, sont de manière irréfragable présumées abusives, au sens des dispositions du premier et du troisième alinéa de l'article L. 132-1 et dès lors interdites, les clauses ayant pour objet ou pour effet de :

1° Constaté l'adhésion du non-professionnel ou du consommateur à des clauses qui ne figurent pas dans l'écrit qu'il accepte ou qui sont reprises dans un autre document auquel il n'est pas fait expressément référence lors de la conclusion du contrat et dont il n'a pas eu connaissance avant sa conclusion ;

2° Restreindre l'obligation pour le professionnel de respecter les engagements pris par ses préposés ou ses mandataires ;

3° Réserver au professionnel le droit de modifier unilatéralement les clauses du contrat relatives à sa durée, aux caractéristiques ou au prix du bien à livrer ou du service à rendre ;

4° Accorder au seul professionnel le droit de déterminer si la chose livrée ou les services fournis sont conformes ou non aux stipulations du contrat ou lui conférer le droit exclusif d'interpréter une quelconque clause du contrat ;

5° Contraindre le non-professionnel ou le consommateur à exécuter ses obligations alors que, réciproquement, le professionnel n'exécute pas ses obligations de délivrance ou de garantie d'un bien ou son obligation de fourniture d'un service ;

6° Supprimer ou réduire le droit à réparation du préjudice subi par le non-professionnel ou le consommateur en cas de manquement par le professionnel à l'une quelconque de ses obligations ;

7° Interdire au non-professionnel ou au consommateur le droit de demander la résolution ou la résiliation du contrat en cas d'inexécution par le professionnel de ses obligations de délivrance ou de garantie d'un bien ou de son obligation de fourniture d'un service ;

8° Reconnaître au professionnel le droit de résilier discrétionnairement le contrat, sans reconnaître le même droit au non-professionnel ou au consommateur ;

9° Permettre au professionnel de retenir les sommes versées au titre de prestations non réalisées par lui, lorsque celui-ci résilie lui-même discrétionnairement le contrat ;

10° Soumettre, dans les contrats à durée indéterminée, la résiliation à un délai de préavis plus long pour le non-professionnel ou le consommateur que pour le professionnel ;

11° Subordonner, dans les contrats à durée indéterminée, la résiliation par le non-professionnel ou par le consommateur au versement d'une indemnité au profit du professionnel ;

12° Imposer au non-professionnel ou au consommateur la charge de la preuve, qui, en vertu du droit applicable, devrait incomber normalement à l'autre partie au contrat.

Article R132-2

Dans les contrats conclus entre des professionnels et des non-professionnels ou des consommateurs, sont présumées abusives au sens des dispositions du premier et du deuxième alinéa de l'article L. 132-1, sauf au professionnel à rapporter la preuve contraire, les clauses ayant pour objet ou pour effet de :

1° Prévoir un engagement ferme du non-professionnel ou du consommateur, alors que l'exécution des prestations du professionnel est assujettie à une condition dont la réalisation dépend de sa seule volonté ;

2° Autoriser le professionnel à conserver des sommes versées par le non-professionnel ou le consommateur lorsque celui-ci renonce à conclure ou à exécuter le contrat, sans prévoir réciproquement le droit pour le non-professionnel ou le consommateur de percevoir une indemnité d'un montant équivalent, ou égale au double en cas de versement d'arrhes au sens de l'article L. 114-1, si c'est le professionnel qui renonce ;

3° Imposer au non-professionnel ou au consommateur qui n'exécute pas ses obligations une indemnité d'un montant manifestement disproportionné ;

4° Reconnaître au professionnel la faculté de résilier le contrat sans préavis d'une durée raisonnable ;

5° Permettre au professionnel de procéder à la cession de son contrat sans l'accord du non-professionnel ou du consommateur et lorsque cette cession est susceptible d'engendrer une diminution des droits du non-professionnel ou du consommateur ;

6° Réserver au professionnel le droit de modifier unilatéralement les clauses du contrat relatives aux droits et obligations des parties, autres que celles prévues au 3° de l'article R. 132-1 ;

7° Stipuler une date indicative d'exécution du contrat, hors les cas où la loi l'autorise ;

8° Soumettre la résolution ou la résiliation du contrat à des conditions ou modalités plus rigoureuses pour le non-professionnel ou le consommateur que pour le professionnel ;

9° Limiter indûment les moyens de preuve à la disposition du non-professionnel ou du consommateur ;

10° Supprimer ou entraver l'exercice d'actions en justice ou des voies de recours par le consommateur, notamment en obligeant le consommateur à saisir exclusivement une juridiction d'arbitrage non couverte par des dispositions légales ou à passer exclusivement par un mode alternatif de règlement des litiges.