



> [Accueil](#) > [Le Droit en pratique](#) > [Fiches pratiques](#)

Quelles sont les informations légales à faire figurer sur un site Internet ?

Le site Internet est un vecteur d'informations. Mais il en collecte également, souvent à l'insu de l'utilisateur. Pour protéger toutes ces données, différentes clauses doivent figurer sur le site, constituant une sorte de code de bonne conduite aussi bien à l'usage de l'utilisateur que du responsable du site.

Toutefois, dans le cadre d'un site marchand présentant, par exemple, une plate-forme de e-commerce, des informations supplémentaires devront apparaître. La présence de mentions relatives aussi bien à l'objet ou service vendu qu'au commerce lui-même est alors obligatoire.

1 - Les règles applicables à tous les sites

1.1- Les mentions légales

Problématique :

L'internaute doit pouvoir identifier les personnes responsables du site qu'il visite, à savoir l'éditeur et l'hébergeur.

Solutions :

La loi pour la confiance dans l'économie numérique¹ (LCEN) précise dans son article 6 III les mentions à faire figurer.

Créé pour donner une visibilité à une activité industrielle, commerciale ou de services, le site Internet à vocation professionnelle subit des exigences lourdes quant aux mentions à faire figurer :

- si l'éditeur du site est une personne physique :

- nom, prénoms, adresse et numéro de téléphone ;
- numéro d'inscription si la personne physique est soumise à une inscription au registre du commerce et des sociétés ou au répertoire des métiers.

- si l'éditeur est une personne morale, il s'agit d'une simple transposition des règles applicables à une personne physique :

- dénomination ou raison sociale, siège social, numéro de téléphone ;
- le cas échéant, le numéro d'inscription au répertoire des métiers ou au registre du commerce et des sociétés ;
- le capital social de la personne morale.

Suite à ces informations, similaires à celles qui se trouvent sur une carte de visite, des données plus spécifiques à la présence d'information en ligne sont requises :

- le nom du directeur ou co-directeur de publication, c'est-à-dire la personne responsable du contenu du site ;
- et enfin, des informations relatives à l'hébergeur : nom, dénomination ou raison sociale, adresse et numéro de téléphone.

Loin d'être anodine, l'absence de ces mentions peut être lourdement réprimée. En effet, des sanctions pénales pouvant aller jusqu'à 75 000 € d'amende et un an d'emprisonnement sont prévues. Soyez donc très vigilant à faire figurer ces mentions sur votre site Internet. L'objectif de cette obligation est de permettre de faire jouer la

responsabilité de l'éditeur du site².

A noter : dans le cadre d'une création de site personnel, seules les mentions relatives à l'hébergeur sont obligatoires. En effet, dans la mesure où ce dernier connaît les informations relatives au responsable du site, l'identification est indirecte.

1.2 - La protection des données personnelles

Problématique :

Afin de fidéliser le visiteur volage et pour qu'il soit tenu au courant de l'actualité de l'entreprise, le site Internet peut proposer plusieurs outils qui vont collecter des données inhérentes aux visiteurs :

- lettre d'information ;
- abonnement à un service payant ;
- formulaire de correspondance avec des champs obligatoires ou non à saisir ;
- ...

Toutes ces informations sont considérées comme des données à caractère personnel, c'est-à-dire des informations qui permettent sous quelle que forme que ce soit, directement ou non, l'identification des personnes physiques auxquelles elles appartiennent.

Solutions :

La loi Informatique et libertés³ impose de faire une déclaration de création de site Internet collectant des données personnelles auprès de la CNIL ainsi que de faire figurer certaines informations sur le site :

- le numéro de déclaration fourni par la CNIL lors de l'enregistrement ;
- le droit d'accès des internautes à leurs données collectées, ainsi que leur droit de modification, rectification et suppression de ces informations ;
- la présence ou non de cookies sur le site (fichiers destinés à faciliter la navigation par l'enregistrement de logs de connexion). Si le site comporte des cookies, il convient de mentionner qu'ils ne sont pas destinés à collecter des informations personnelles sur le profil ou le comportement de l'utilisateur ;
- enfin, que toutes ces informations prélevées ne seront ni revendues, ni communiquées à des tiers.

En cas de manquement, la CNIL peut demander des sanctions pécuniaires pouvant aller jusqu'à 300 000 €. Par ailleurs, des sanctions pénales existent (1 an d'emprisonnement et 15 000 € d'amende), bien que ce soit plus le non-respect des droits accordés à la personne dont les informations sont collectées que leur absence dans les informations légales qui est sanctionné.

1.3 - Propriété intellectuelle

Problématique :

Le site Internet présente un contenu plus ou moins dense qui peut être constitué d'articles mais aussi d'images, de fichiers à télécharger... La question sensible du droit d'auteur se pose : quel usage peut faire l'utilisateur des données présentées sur le site ?

Solutions :

Deux options s'offrent à l'éditeur du site :

- classiquement, l'article L122-4 du Code de la propriété intellectuelle qui prévoit que toute représentation intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droits ou ayants causes est illicite. Il en va de même pour la traduction, l'adaptation ou la transformation, l'arrangement ou la reproduction par un art ou un procédé quelconque ;
- en plein développement, les licences Creative Commons permettent de choisir entre plusieurs types de protection, de la simple diffusion de l'oeuvre avec mention de la paternité à la possibilité pour l'utilisateur d'améliorer l'oeuvre diffusée. Les symboles propres à chaque option de protection choisie doivent apparaître sur le site.

Il n'est pas obligatoire de faire figurer ces mentions-là, elles ne servent qu'à alerter l'utilisateur du site sur la propriété des textes qu'il consulte et sur l'usage qu'il peut en faire. Par ailleurs, s'il n'est fait mention d'aucune disposition contraire, celles du Code de la Propriété intellectuelle s'appliqueront.

1.4 - Les liens hypertextes

Problématique :

Pour enrichir son contenu, le site Internet, qu'il s'agisse d'un portail ou non, peut pointer vers des sites extérieurs. Dans quelle mesure cette pratique est-elle possible ? Le créateur du site liant peut-il être responsable du contenu du site lié ?

Solutions :

La mise en place de liens vers des sites extérieurs peut s'organiser autour de plusieurs étapes :

- préciser sur la page d'accueil que le site peut renvoyer vers des pages appartenant à des sites extérieurs ;
- demander l'autorisation au webmestre du site liant l'autorisation d'établir le lien, même s'il est admis qu'on puisse pointer vers un autre site.

Concernant la responsabilité de l'auteur du lien, il est prudent de vérifier régulièrement que le site lié ne contient pas de pages au contenu illicite (propos diffamatoires, téléchargements illégaux...), sous peine de voir sa propre responsabilité engagée.

La pratique du framing, qui consiste à intégrer le contenu du site lié dans l'interface graphique du site liant, est interdite (en l'absence d'autorisation de l'auteur) car elle tend à une appropriation du contenu, posant ainsi des problèmes de droit d'auteur et pouvant être considérée comme un acte de concurrence déloyale.

2 - Les règles applicables aux sites marchands

La loi pour la confiance dans l'économie numérique renforce les obligations incombant au professionnel vendant en ligne (qu'il s'agisse de biens ou de la fourniture de prestations de service), lui imposant la présence de mentions relatives aussi bien à l'objet ou service vendu qu'au commerce lui-même. Ces obligations accroissent corrélativement la protection du consommateur.

2.1 - Les informations inhérentes à l'objet ou au service vendu

Problématique :

La vente sur un site Internet est assimilée à de la vente à distance dont la législation impose au professionnel de mettre à disposition du consommateur un maximum d'informations détaillées sur l'objet ou le service vendu. En effet, le consommateur ne se trouvant pas en présence « physique » de l'objet, il doit être en possession de toutes les garanties l'assurant de la conformité entre ce qu'il achète et ce qu'il va réellement recevoir.

Solution :

L'obligation suscitée relative à la vente à distance fait référence au droit général des contrats et expose les mentions à porter dans l'offre : le vendeur est tenu d'expliquer clairement ce à quoi il s'oblige.

- caractéristiques essentielles du produit : leur description s'accompagne éventuellement d'une photo. Il est alors impératif d'indiquer que la photo est non-contractuelle et qu'elle n'engage pas le vendeur ;
- le prix : il doit être affiché de manière non ambiguë. Au besoin, la précision des prix HT et TTC doit apparaître ;
- disponibilité du produit : si ce dernier n'est pas en stock mais chez le fabricant, le délai nécessaire au vendeur pour se le procurer doit être communiqué ;
- frais et délai de livraison ;
- durée de validité du prix et de l'offre ;
- la durée minimale du contrat le cas échéant : lorsque le contrat porte sur la fourniture durable ou périodique d'un bien ou d'un service.

Toutes ces dispositions assurent au consommateur que l'offre qui lui est faite présente toutes les garanties de

sérieux, justifiant sa confiance en l'achat en ligne.

Le professionnel qui ne met pas ces informations à disposition du consommateur est passible de trois types de sanctions (éventuellement cumulatives) :

- sanction « classique » du droit des contrats : le vendeur peut être accusé de dol dans la mesure où le défaut d'information est assimilable à une tromperie. La sanction est alors la nullité de la convention ;
- sanction entraînant l'anéantissement du contrat ;
- sanctions pénales : jusqu'à 15000 € d'amende pour une personne physique et 75000 € pour une personne morale, ces sommes étant doublées en cas de récidive.

2.2 - Les informations relatives au commerce lui-même – Les conditions générales de vente

Problématique :

Le contrat de vente étant conclu à distance, le consommateur ne devient pas détenteur de l'objet dès l'achat effectué mais au moment de sa réception (ou de sa réalisation s'il s'agit d'une prestation de service). Il doit donc être tenu informé tout au long du processus d'achat.

Solution :

Le professionnel doit mettre à disposition les conditions contractuelles dont il entend se prévaloir. Elles sont compilées dans un document intitulé « conditions générales de vente » (CGV). Au demeurant, tout producteur, prestataire de service, grossiste ou importateur doit les communiquer à tout particulier qui en a fait la demande.

Cette obligation pèse sur tous ceux qui agissent à titre professionnel, excluant d'office la relation C to C. Par ailleurs, la directive européenne du 20 mai 1997 concernant la protection des consommateurs en matière de contrats à distance a renforcé les exigences quant aux clauses à faire apparaître dans les CGV.

Trois types d'information doivent figurer dans les CGV :

- les informations sur l'offrant : qui est-il ? Où se trouve-t-il ? Le professionnel doit décliner son identité : nom du vendeur du produit ou du prestataire de service, son numéro de téléphone, son adresse, son siège social s'il s'agit d'une personne morale et, si elle est différente, l'adresse de l'établissement qui fournira effectivement le produit ou la prestation ;
- les informations relatives à la prestation : il s'agit de décrire ici les différentes étapes à respecter avant la conclusion du contrat par voie électronique mais aussi les langues dans lesquelles le contrat est disponible et, le cas échéant, les modalités d'archivage du contrat ;
- les informations relatives à la contre-prestation :
 - modalités de paiement : instrument de paiement, date à laquelle le retrait est effectué sur le compte du client, mention indiquant que les données relatives à la carte bancaire seront conservées uniquement pendant le traitement de la commande ;
 - taxes supplémentaires éventuelles : droits de douane, charges fiscales ;
 - conditions de retour et délai de rétractation : comme il s'agit de vente à distance, le consommateur dispose d'un délai minimum de rétractation de 3 mois, auquel le professionnel peut ajouter un délai supplémentaire ;
 - garanties : garanties légales des vices cachés et garanties constructeur ;
 - livraison ;
 - ...

Les sanctions citées précédemment s'appliquent aussi si le vendeur ne publie pas les conditions générales de vente.

A noter : Ces informations doivent être disponibles avant la conclusion du contrat, être compréhensibles et publiées de façon à ce que leur conservation ainsi que leur reproduction soient rendues possibles.

1. Loi 2004-575 du 21 juin 2004. ([retour](#))

2. Ces mentions permettent également aux internautes d'exercer un droit de réponse. ([retour](#))

3. Loi 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique et aux libertés, modifiée par la Loi 2004-801 du 6 août 2004 relative à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel. ([retour](#))

