

Guide

Juridique



Guide juridique d'Aquitaine Europe Communication n°3 / mai 2010

CRÉER
SON SITE
INTERNET

WWW



AVANT PROPOS

La vocation de ce guide juridique est de donner des informations pratiques visant à réaliser un site internet à usage professionnel en toute légalité. Il s'adresse à toute structure, publique ou privée, souhaitant créer ou refondre son site internet.

Internet n'est pas une zone de non droit : aujourd'hui les chargés de communication, webmasters, rédacteurs, directeurs de publication doivent veiller à ce que leur site internet soit conforme aux textes en vigueur et respecte les droits des tiers.

*La consultation de ce guide juridique ne saurait remplacer un entretien privé avec un conseil, qui seul est en mesure d'apporter une réponse précise à vos questions et de vous fournir une consultation complète.
Aquitaine Europe Communication ne saurait donc être considérée comme responsable de toute utilisation qui pourrait être faite du présent guide juridique publié à titre informatif, de quelque façon que ce soit.*

Sommaire du Guide Juridique

« Créer son site internet »

I

Comment mettre en œuvre le processus contractuel ?

- 1 - Le cahier des charges /p.4
- 2 - Le contrat de création d'un site internet /p.5-6
- 3 - La recette /p.7

II

Quelles formalités accomplir ?

- 1 - Le choix et l'enregistrement du nom de domaine /p.8
- 2 - La déclaration auprès de la CNIL /p.9-10

III

Quelles informations faire figurer ?

- 1 - Les mentions légales pour tout site à usage professionnel /p.11
- 2 - Les conditions générales d'utilisation /p.12

IV

Quelle responsabilité des acteurs du web ?

- 1 - Typologie des acteurs du web /p.13-14
- 2 - La responsabilité éditoriale /p.15-16

V

Quelles spécificités pour le commerce électronique ?

- 1 - L'obligation d'information pesant sur le cybermarchand /p.17
- 2 - Une procédure de déclaration à la CNIL simplifiée /p.18
- 3 - La réglementation de la publicité en ligne /p.19



Comment mettre en œuvre le processus contractuel ?

Avant de se lancer dans la création d'un site internet, il est important de se poser les bonnes questions et **de ne négliger aucune des étapes du processus contractuel**.

Durant la phase précontractuelle, la rédaction d'un **cahier des charges** visant à définir les besoins du client est indispensable. Le **contrat de création** du site assurera la sécurité juridique à la fois au Client et au Prestataire. Celui-ci comporte notamment les obligations des deux parties et détermine leurs responsabilités. Enfin, la signature du **procès verbal de recette** provisoire avec état des réserves et du procès verbal définitif après levée du constat des réserves clôturera le processus contractuel et correspondra à la mise en ligne effective du site internet.

1 - Le cahier des charges

Le cahier des charges doit répondre aux besoins spécifiques de chaque Client compte tenu de ses attentes et du contexte dans lequel évolue le projet de création de site internet. Il peut être établi conjointement par le Client et le Prestataire, qui exerce ainsi sa fonction de conseil.

Il sert de guide tout au long de la réalisation du projet : les missions sont clairement établies et en cas de doute, on peut s'y référer. Dans sa réponse à l'appel d'offres, le Prestataire ne doit pas négliger les éléments contenus dans le cahier des charges puisqu'il constituera une véritable mine de renseignements sur les désirs et attentes du Client.

Il n'existe pas de cahier des charges type pour la création d'un site internet. Pour le réaliser, il peut être utile de renseigner les rubriques listées ci-dessous à titre d'exemple.

- 1ère partie : le contexte général

Il s'agit ici de présenter l'organisme à l'origine de la commande et de préciser l'origine du projet, ses enjeux ainsi que les orientations retenues.

- **l'organisme à l'origine de la commande** : il est utile de répertorier des informations telles que l'historique de la structure, sa taille, ses activités, ses différents services ou pôles et éventuellement les produits et services vendus
- **l'origine du projet** : il est indispensable de préciser pourquoi la structure veut se doter d'un site internet ou s'il s'agit de la refonte d'un site existant, d'expliquer pourquoi une telle refonte est nécessaire (identification des problèmes rencontrés)
- **les enjeux du projet et orientations retenues** : il faut identifier clairement les objectifs du site qu'ils soient chiffrés (audience), ou qualitatifs (notoriété, image...), la stratégie dans laquelle il s'inscrit, le message à faire passer aux internautes et les besoins auxquels il répondra en utilisant des termes d'action tels que accroître, favoriser, dynamiser, et l'objectif général du site (communication, information, promotion, vente en ligne...).

- 2ème partie : la présentation du projet et les prestations attendues

Il s'agit ici de mener une réflexion approfondie sur l'objectif du site internet et sur les prestations attendues. La présentation du projet peut être divisée en cinq parties :

- **l'architecture de l'information** : définition de l'arborescence, détermination des rubriques phares, présentation détaillée du contenu...
- **le graphisme** : la tonalité souhaitée, l'intégration de ressources graphiques préexistantes, la réalisation d'une nouvelle charte graphique ou d'une nouvelle identité visuelle... Le Client pourra, à titre d'exemple, indiquer des sites qui ont retenu son attention
- **l'environnement technique** : type d'hébergement souhaité, gestionnaire de bases de données privilégié, fonctionnalités demandées, standards de front office choisis, système d'exploitation et résolution d'écran utilisé majoritairement recensés chez le public cible du site, performance souhaitée, langage retenu, critères de choix du logiciel de gestion de contenu, intégration d'applications développées par des tiers (Google Maps, Xiti...)
- **le référencement et la promotion du site** : attentes en terme d'optimisation du référencement (mots-clés envisagés, choix du nom de domaine, ajout de fichiers sitemap et robots.txt, intégration de balises spécifiques...)
- **l'accessibilité** : optimisation du site pour qu'il soit accessible au plus grand nombre, respect des normes W3C et du référentiel général d'accessibilité pour les administrations (RGAA).

Voir les normes W3C sur le site du W3C : <http://www.norme-w3c.com>

Voir le RGAA sur le site de la DGME : <http://referencessmodernisation.gouv.fr>, Rubrique RGAA - Accessibilité

Voir la Charte d'accessibilité du Conseil Régional d'Aquitaine : <http://aquitaine.fr>, Rubrique Accessibilité

Voir le référentiel Opquast permettant de mesurer la qualité et l'accessibilité des services en ligne :

<http://checklists.opquast.com>, Rubrique Liste Opquast

- 3ème partie : le cadre de la réponse

Le Client pourra communiquer les critères de choix quantitatifs et qualitatifs qui orienteront sa décision (temps de mise en œuvre, budget, charge de travail impartie au Client...).

Afin de guider les Prestataires dans la formulation de leur réponse, le Client pourra préciser les points qu'il souhaite voir figurer dans la réponse au cahier des charges. A titre d'exemple, on peut citer :

- la compréhension du projet et la solution envisagée
- la méthodologie retenue
- le rôle et le CV de chaque intervenant
- une liste de références de projets similaires
- les délais de réalisation et un planning prévisionnel
- la description des livrables
- la décomposition du prix
- maintenance et garanties

2- Le contrat de création d'un site internet

Une fois le cahier des charges réalisé et le Prestataire choisi, un contrat de création d'un site internet doit encadrer strictement les relations entre le Client et le Prestataire internet afin d'éviter tout risque de contentieux. Ce contrat correspond à « la réalisation d'un travail matériel ou intellectuel pour le compte d'une autre personne, à titre onéreux, de manière indépendante et sans représentation ».

- Les clauses essentielles

Certaines clauses, dites essentielles, permettent de donner un cadre à l'intervention de chacune des parties au contrat. On trouvera notamment :

- **le préambule** : le préambule détermine les intentions du Client et décrit les domaines d'activité du Prestataire. Il permettra au juge, en cas de difficulté de compréhension, de qualifier le contrat.
- **l'objet du contrat** : ce premier article est indispensable pour notifier l'opération réalisée par le biais du contrat. Il se veut très précis et renvoie à différentes annexes qui devront fixer les spécifications, les étapes de réalisation et les délais de livraison.
- **les obligations du Prestataire** : cet article est essentiel au contrat puisqu'il délimite les obligations du Prestataire. Dès lors, le Client connaît parfaitement les missions du Prestataire et ne peut réclamer que l'exécution des obligations prévues à cet article.

Exemple d'obligations incombant au Prestataire :

- *Le Prestataire s'engage à fournir au Client un dossier de conception et de réalisation du site comprenant l'architecture technique proposée, le mode de mise en place des informations, et les propositions de mise en forme du contenu fourni par le Client.*
- *Le Prestataire s'engage à mettre au format HTML, programmer les applets, scripts, nécessaires à la bonne consultation du site selon les règles de l'Art.*
- *Le Prestataire s'engage à réaliser une navigation dans le site la plus efficace possible et que celle-ci soit multiplateforme.*
- *Le Prestataire s'engage à ce que l'environnement de programmation devra correspondre aux termes des propositions commerciales dont les spécifications telles que définies en annexe et aux spécifications fournies et validées en cours de projet.*
- *Le Prestataire s'engage à assurer la conception visuelle du site, en accord avec la Charte graphique du Client, et y intégrer les éléments graphiques en utilisant un format standard.*
- *Le Prestataire s'engage à ce que le site ait une apparence constante quels que soient la plate-forme et le navigateur utilisés.*

- **les obligations du Client** : cet article fixe les obligations incombant au Client et permettant au Prestataire de réaliser sa mission. Il garantit au Prestataire que le Client s'engage notamment à payer le prix fixé et à fournir le contenu éditorial du site.

Exemple d'obligations incombant au Client :

- *Le Client s'engage à fournir au Prestataire toutes les données sous le format approprié.*
- *Le Client s'engage à collaborer activement à la réussite du projet en apportant au Prestataire dans les délais utiles toutes les informations et documents nécessaires à la bonne appréhension des besoins et à la bonne exécution des prestations.*
- *Le Client s'engage à se conformer strictement aux préconisations techniques faites par le Prestataire.*
- *Le Client s'engage à garantir le Prestataire contre toute action qui pourrait lui être intentée du fait du caractère des données ou informations (textes, images, sons) qui auraient été fournies ou choisies par le Client.*
- *Le Client s'engage à signer le procès-verbal de recette en indiquant les réserves éventuelles.*
- *Le Client s'engage à régler, dans les délais précis, les sommes dues au Prestataire.*

- **la responsabilité du Prestataire** : en matière de création de site internet, le Prestataire doit assurer ses prestations en respectant les règles de l'Art en usage dans la profession. Il est communément notifié qu'il ne sera tenu qu'à une obligation générale de moyens.
- **les conditions financières** : cet article fixe le montant des sommes dues par le Client. Il permet d'énumérer de manière exhaustive les prestations entrant dans le montant facturé et doit prévenir que toute demande de prestation non expressément citée dans ce contrat fera l'objet d'une autre facturation.
- **la durée** : cet article fixe la date de commencement et le terme du contrat.

- Les clauses secondaires

Certaines clauses, dites secondaires, permettent de préciser les modalités de mise en œuvre du contrat. On trouvera notamment :

- **l'information et collaboration des parties** : cet article vise à définir les modalités de rédaction du cahier des charges qui est primordial pour la définition des besoins du Client. De plus, la collaboration des parties est une obligation imposée par la jurisprudence et a pour but d'attirer l'attention du Client sur ses obligations.
- **la désignation des coordinateurs** : il est utile de désigner un interlocuteur unique pour l'ensemble des correspondances échangées entre le Client et le Prestataire.
- **les phases de tests et la recette** : cet article prévoit la manière dont se dérouleront les phases de test et la signature du procès-verbal de recette.
- **les garanties** : cet article peut prévoir d'écarter la responsabilité du Prestataire en cas de dysfonctionnement du réseau Internet et d'inaccessibilité du site tout en garantissant que le site sera conforme au cahier des charges.
- **la maintenance** : cette clause permet de fixer la durée de la maintenance corrective c'est-à-dire celle ayant pour but de corriger des erreurs à l'origine d'un dysfonctionnement.
- **les prestations de formation** : cet article peut être l'occasion d'informer le Client de l'existence d'une formation à l'administration du site internet. Cette prestation n'est pas intégrée au contrat de création de site internet et devra faire l'objet d'un nouveau contrat.
- **les droits de propriété intellectuelle** : cet article doit insister sur le fait que le Client doit fournir un contenu pour lequel il est titulaire des droits d'auteur. Cet article peut également prévoir la cession de tous les droits de propriété intellectuelle sur le contenu réalisé par le Prestataire.
- **la propriété matérielle** : à chaque fin de projet, tous les supports stockant des documents relatifs au site créé devront être remis au Client.
- **la confidentialité et l'archivage des données** : cette clause de confidentialité peut prévoir que le Prestataire s'engage unilatéralement à ne divulguer aucune information concernant le Client.
- **la résiliation** : cet article prévoit les cas de résiliation du contrat.

- Les autres clauses du contrat

Ces autres clauses, plus classiques, permettent notamment de déterminer les éléments suivants : la force majeure, l'élection de domicile, la loi applicable et la juridiction compétente.

3- La recette

La recette a pour objectif de **valider la réalisation effective et le bon fonctionnement de l'ensemble des fonctionnalités** et spécifications du site internet telles que prévues dans le cahier des charges. Un cahier de recette peut être tenu par le Prestataire afin de faire état de l'ensemble des tests pratiqués avant la livraison du site internet au Client.

- La phase de test

A la fin de chaque projet, une phase de test doit être réalisée chez le Client avec comme appui le cahier des charges et le contrat signé par le Prestataire et le Client. Un compte-rendu de cette entrevue énumérant l'ensemble des corrections à apporter peut être établi. Une fois ces corrections faites, une seconde phase de test, donnant lieu à nouveau compte-rendu, est opérée, ainsi de suite jusqu'à ce que l'ensemble des éléments figurant dans le cahier des charges soient réalisés.

- Le procès-verbal de recette

Le procès-verbal de recette est une étape capitale dans le processus contractuel puisque sa signature sonne la fin de la relation contractuelle. Seules certaines clauses perdurent, notamment la clause de maintenance et la clause de confidentialité. Le procès verbal comporte une partie intitulée « Etat des réserves », partie où le Client pourra notifier au Prestataire quelles sont les corrections qu'il souhaite voir effectuées, ce dans le respect des documents les liant. Vient ensuite un constat de levée des réserves, qui, une fois validé, prononcera la recette définitive du site.



Quelles formalités accomplir ?

Tout d'abord, il convient de choisir et réserver un nom de domaine : **il est conseillé de se renseigner sur les règles édictées par l'AFNIC en matière de choix du nom de domaine**. Il est possible également de déposer la marque correspondant au nom de domaine auprès de l'Institut National de la Propriété Industrielle (INPI) et d'effectuer les recherches d'antériorité nécessaires à un tel dépôt.

Ensuite, il est primordial de s'assurer que le site sera **en conformité avec les dispositions** de la loi du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés modifiée en 2004 dite **loi Informatique et Libertés**.

1- Le choix et l'enregistrement du nom de domaine

Le nom de domaine est réglementé par un système de nommage (DNS) qui est géré par une société américaine, l'ICANN (Internet Corporation for assigned names and numbers). Cette société a des unités d'enregistrement dans les différents pays. Pour la France, c'est l'**AFNIC** (Association française pour le nommage internet en coopération) qui attribue les noms de domaine, selon une charte de nommage.

Toute demande d'enregistrement de nom de domaine sous .fr et sous .re (pour la Réunion) doit se faire auprès d'un bureau d'enregistrement (appelé « registrar ») conventionné avec l'AFNIC. Selon le principe de territorialité, **l'enregistrement d'un nom de domaine sous .fr est réservé aux personnes ayant un lien avec la France** (nationaux, résidents, personnes morales immatriculées en France...). Il est possible d'enregistrer un nom de domaine sans avoir à revendiquer un droit sur ce nom. La règle qui prévaut est celle du « **premier arrivé, premier servi** ». Le professionnel doit toutefois s'assurer que le nom de domaine ne porte pas atteinte aux droits des tiers et respecte les termes fondamentaux de l'AFNIC.

- Le respect des droits sur les signes distinctifs

Les conflits entre marques et noms de domaine étant de plus en plus fréquents, une **recherche d'antériorité** est nécessaire. Une marque n'est protégée que pour les produits et services pour lesquels elle a été déposée. Ce principe de spécialité se traduit par le choix de classes lors du dépôt de la marque.

> si un nom de domaine comprenant la marque d'un tiers est utilisé pour identifier un site Internet qui exerce dans le même secteur d'activité que la marque, le titulaire de la marque peut tenter une action en contrefaçon conjuguée avec une action en concurrence déloyale si un détournement de clientèle est prouvé.

> si un nom de domaine comprenant la marque d'un tiers est utilisé pour identifier un site Internet qui n'exerce pas dans le même secteur d'activité que la marque, le titulaire de la marque peut tenter une action en parasitisme s'il prouve que le nom de domaine profite des retombées économiques de la marque.

S'agissant d'un nom commercial ou d'une dénomination sociale, des cas d'usurpation ont également été constatés :

> si les entreprises interviennent dans un même secteur d'activité, le demandeur devra démontrer l'antériorité de son droit au nom commercial ou de la dénomination sociale et prouver un risque de confusion dans l'esprit du public. Cela suppose une certaine renommée de l'appellation. Si tel est le cas, le titulaire du nom commercial ou de la dénomination sociale pourra tenter une action en concurrence déloyale basée essentiellement sur la captation de clientèle.

> si les entreprises interviennent dans un secteur d'activité différent, le demandeur pourra tenter une action en parasitisme non-concurrentiel en invoquant une captation injustifiée de sa renommée.

- Le respect du droit sur le nom des collectivités et des personnes

Les collectivités ont un véritable **droit sur leur nom** même si le nom de la collectivité n'est pas enregistré en tant que marque. Le nom patronymique est quant à lui un droit de la personnalité protégé par le droit commun.

- Le respect des termes fondamentaux

Le nom de domaine choisi ne doit pas figurer dans la liste des **termes fondamentaux** (interdits et réservés) éditée par l'AFNIC. Les termes « **interdits** » ne peuvent faire l'objet d'un enregistrement, sauf exception validée par le conseil d'administration de l'AFNIC. Au titre des termes « interdits » figurent, par exemple, les termes injurieux, racistes, grossiers, liés à des crimes ou des délits.

L'enregistrement de termes « réservés » est soumis à conditions particulières, liées à l'identité et au droit du demandeur. Au titre des termes « **réservés** » figurent les termes techniques de l'internet, les noms des professions réglementées, les termes liés au fonctionnement de l'État, les noms de pays signataires de la Convention de Paris et les noms ou termes consacrés des organisations internationales ainsi que les noms des communes françaises sous leur forme canonique.

Voir la liste non exhaustive de ces termes sur le site de l'AFNIC : <http://www.afnic.fr>, Rubrique Enregistrement .fr / Chartes.

Pour obtenir des informations ou enregistrer un nom de domaine autre que sous .fr et .re, il convient de contacter, selon les extensions, soit l'organisme gestionnaire de cette extension, soit un des prestataires commercialisant l'extension recherchée :

> gTLD (domaines génériques) : domaines internationaux de trois lettres ou plus

> ccTLD (domaines géographiques) : domaines géographiques à deux lettres

Voir les listes sur : <http://www.afnic.fr>, Rubrique Documentation / Autres domaines (TLD) et autres registres.

À savoir : une fois enregistré, il est indispensable de protéger le domaine contre le vol. Pour cela, l'hébergeur du domaine a la faculté de le placer dans un état où aucun transfert ne pourra être fait. Dans le cas où un transfert est demandé par le titulaire du domaine, l'hébergeur retirera alors cette protection en vue de l'effectuer.

2- La déclaration auprès de la CNIL

La Commission Nationale Informatique et Libertés (CNIL) est une autorité administrative indépendante compétente en matière de traitement de données à caractère personnel.

→ On entend par **donnée personnelle** « toute information relative à une personne physique identifiée ou qui peut être identifiée, directement ou indirectement, par référence à un numéro d'identification ou à un ou plusieurs éléments qui lui sont propres ».

- On entend par **traitement de données à caractère personnel** « toute opération ou tout ensemble d'opérations portant sur de telles données, quel que soit le procédé utilisé, et notamment la collecte, l'enregistrement, l'organisation, la conservation, l'adaptation ou la modification, l'extraction, la consultation, l'utilisation, la communication par transmission, diffusion ou toute autre forme de mise à disposition, le rapprochement ou l'interconnexion, ainsi que le verrouillage, l'effacement ou la destruction».

De plus en plus de sites internet émanant d'organismes publics ou privés collectent des données à caractère personnel des internautes dans un but de communication ou d'information

Décidant que de tels traitements ne portaient pas atteinte à la vie privée ou aux libertés, la CNIL a dispensé de toute déclaration les sites internet vitrines, c'est-à-dire ceux constituant des traitements de donnée à caractère personnel à des fins d'information ou de communication externe.

Cette dispense de déclaration est toutefois subordonnée au respect des principes de la loi Informatique et Libertés tels que précisés dans **la dispense n°7 introduite par la délibération n°2006-138 du 9 mai 2006**.

Afin d'être dispensé de déclaration, la personne à l'origine de la mise en œuvre du traitement devra vérifier les éléments suivants :

- **la finalité du traitement** : le traitement ne pourra avoir comme finalité que l'information ou la communication externe se rapportant au but ou à l'activité poursuivie
- **les données traitées** : les données recueillies ne pourront concerner que l'identité de l'internaute, sa vie professionnelle, ses centres d'intérêts et ses données de connexion à des seules fins statistiques d'estimation de la fréquentation du site
- **le destinataire des données** : seules les personnes habilitées relevant des services ayant pour mission d'assurer la diffusion des données peuvent en être destinataires
- **l'information des personnes concernées** : au moment de la collecte des données, doivent être communiqués à l'internaute l'identité du responsable de traitement, les finalités poursuivies par le traitement, le caractère obligatoire ou facultatif des réponses à apporter, les conséquences éventuelles d'un défaut de réponse, les destinataires des données, et le droit d'opposition, d'accès et de rectification dont il dispose ainsi que les modalités d'exercice de ce droit
- **la durée de conservation et la mise à jour des données** : les données peuvent être conservées pour la durée nécessaire à la réalisation des finalités du traitement et sont mises à jour annuellement
- **la sécurité** : doivent être prises toutes les précautions utiles pour préserver la sécurité des données, notamment, empêcher qu'elles soient déformées, endommagées ou que des tiers non autorisés y aient accès.

Le traitement de données à caractère personnel opéré dans le cadre d'un site internet est dispensé de déclaration s'il répond à toutes les conditions fixées par la CNIL.

Dans l'hypothèse où l'une de ces conditions ne serait pas remplie ou si le site internet prévoit un traitement ayant une finalité autre que l'information ou la communication externe (inscription à un service en ligne, service interactif, service administratif...), une déclaration normale sera alors nécessaire. La CNIL offre la possibilité de faire cette déclaration en ligne.

Plus d'informations sur le site de la CNIL : <http://www.cnil.fr>.



Quelles informations faire figurer ?

La loi sur la confiance en l'économie numérique (LCEN) du 21 juin 2004 a énuméré **les mentions obligatoires que doivent comporter les sites internet** édité par des personnes agissant à titre professionnel. Dans la pratique, les éditeurs de sites internet mettent également à la disposition des internautes **des conditions générales d'utilisation** du site visant à définir les droits et obligations de chacun.

1- Les mentions légales pour tout site à usage professionnel

Il est indispensable de mettre à disposition des internautes un certain nombre d'informations utiles et accessibles à tout moment, un lien en pied de page étant la solution la plus communément retenue.

Pour tout site internet à usage professionnel, doivent être mises à disposition du public :

- **les données d'identification du propriétaire du site :**

- * s'il s'agit d'une personne physique : nom, prénom, adresse, numéro de téléphone et, si elle est assujettie aux formalités d'inscription au Registre du Commerce et des Sociétés (RCS) ou au répertoire des métiers, le numéro d'identification

- * s'il s'agit d'une personne morale : dénomination ou raison sociale, adresse du siège social, capital social, numéro de téléphone et, si elle est assujettie aux formalités d'inscription au Registre du Commerce et des Sociétés (RCS) ou au répertoire des métiers, le numéro d'identification

- **les données d'identification du responsable éditorial :** nom du directeur de la publication ou du codirecteur de la publication et le cas échéant le nom du responsable de la rédaction

- **les données d'identification de l'hébergeur du site :** nom, dénomination sociale ou raison sociale, adresse et numéro de téléphone.

Le manquement à tout ou partie de ces obligations est puni d'un an d'emprisonnement et de 75000 € d'amende et, pour les personnes morales, de 375000 € d'amende.

À savoir : les personnes physiques éditant un site internet à usage non professionnel ne sont tenues d'indiquer que les coordonnées de leur hébergeur sous réserve de lui avoir transmis l'ensemble des informations permettant leur identification.

MENTIONS LEGALES TYPES

Propriété du site

Le présent site est la propriété de < NOM>, <PRENOM>, <ADRESSE>, <NUMERO DE TELEPHONE>,
Facultatif : inscrit(e) au Registre du Commerce et des Sociétés de <VILLE> sous le n°<NUMERO>
Facultatif : inscrit(e) au répertoire des métiers sous le n°<NUMERO>.

Ou

Le présent site est la propriété de <DENOMINATION OU RAISON SOCIALE>, <ADRESSE DU SIEGE SOCIAL>,
<CAPITAL SOCIAL>, <NUMERO DE TELEPHONE>

Le cas échéant : inscrit(e) au Registre du Commerce et des Sociétés de <VILLE> sous le n°<NUMERO>

Le cas échéant : inscrit(e) au répertoire des métiers sous le n°<NUMERO>.

Responsabilité éditoriale

Le directeur de la publication / le codirecteur de la publication / le responsable de la rédaction du présent site est <NOM PRENOM>.

Hébergement du site

L'hébergement du présent site est assuré par <NOM>, <DENOMINATION OU RAISON SOCIALE>, <ADRESSE>,
<NUMERO DE TELEPHONE>.

2- Les conditions générales d'utilisation

Les conditions générales d'utilisation (CGU) d'un site internet permettent à tout internaute de connaître quels sont les droits que le propriétaire du site lui confère dès lors qu'il consulte le site mais également les obligations qui lui incombent. Il est conseillé de faire apparaître clairement un lien vers les CGU, en pied de page par exemple, afin qu'elles soient facilement accessibles par tous. Les CGU répertorient un certains nombres d'informations relatives :

- **à l'objet du site**
- **au caractère strictement indicatif des informations communiquées**
- **à la fréquence des mises à jour des CGU**
- **à l'acceptation des risques de l'Internet par l'utilisateur**
- **à l'éventuelle installation automatique de cookie** entendu comme un élément qui ne permet pas d'identifier l'utilisateur mais sert à enregistrer des informations relatives à la navigation de celui-ci sur le site et le procédé technique permettant sa désactivation
- **à la politique retenue en matière de liens hypertextes :**
 - * le site peut contenir des liens hypertextes pointant vers d'autres sites internet sur lesquels le propriétaire du site n'exerce aucun contrôle : il est fréquent que le propriétaire du site décline toute responsabilité quant au contenu de ces sites et des mises à jour qui pourraient leur être apportées
 - * le propriétaire du site peut autoriser la mise en place d'un lien hypertexte pointant vers la page d'accueil de son site ou demander d'en être informé préalablement
 - * le propriétaire du site peut interdire la mise en place de liens dits profonds, c'est-à-dire pointant vers une page à l'intérieur de son site, ou les soumettre à son autorisation préalable
 - * le propriétaire du site peut se réserver la possibilité de faire supprimer un lien hypertexte pointant vers son site à tout moment
- **aux droits de propriété intellectuelle :** le propriétaire indiquera s'il se réserve la globalité des droits de propriété intellectuelle ou s'il autorise une réutilisation des contenus lui appartenant et les conditions de cette libre réutilisation. Il informe également sur les risques encourus en cas de contrefaçon d'œuvres protégées par le droit de la propriété intellectuelle
- **au respect des dispositions de la loi Informatique et Libertés** et les modalités d'exercice du droit d'accès, de modification, de rectification et de suppression prévu à l'article 34 de la loi Informatique et Libertés.



IV

Quelle responsabilité des acteurs du web ?

La loi pour la confiance en l'économie numérique (LCEN) du 21 juin 2004 a identifié les acteurs du web et leur régime de responsabilité.

1- Typologie des acteurs du web

Editeur, hébergeur et fournisseurs d'accès sont les trois acteurs que l'on rencontre sur le web.

- L'éditeur de contenus

Il n'existe pas de définition formelle du statut d'éditeur. L'interprétation des juges tend à considérer l'éditeur de contenu comme celui qui intervient dans la création d'un contenu ou y contribue. **La LCEN impose l'application du droit de la presse aux sites internet**, l'éditeur doit donc se soumettre au régime de responsabilité de droit commun applicable en matière de presse.

A cet effet, une nouvelle forme de communication au public dans laquelle entre le site internet a été introduite dans la loi sur la liberté de la presse du 29 juillet 1881: la communication au public en ligne. Celle-ci correspond à « toute transmission, sur demande individuelle, de données numériques n'ayant pas un caractère de correspondance privée, par un procédé de communication électronique permettant un échange réciproque d'informations entre l'émetteur et le récepteur. »

- L'hébergeur

Les hébergeurs sont définis comme les personnes assurant « le stockage de signaux, d'écrits, d'images, de sons ou de messages de toute nature, fournis par des destinataires de ces services ». Par hébergeur, on entend donc celui qui ne crée pas directement de contenu, qui ne peut influencer dessus et qui ne fait que le relayer.

La responsabilité des hébergeurs, pour le contenu qu'ils mettent à disposition du public, ne sera pas engagée lorsque trois conditions cumulatives sont remplies :

- > s'ils n'ont pas eu connaissance d'un contenu « manifestement illicite »
- > si après avoir reçu une notification, ils ont agi promptement en vue du retrait du contenu litigieux
- > si les données permettant d'identifier le créateur du contenu litigieux ont été conservées.

Certains contenus sont manifestement illicites : il s'agit de l'apologie de crime contre l'humanité, de crime de guerre, incitation à la haine raciale, à la violence, pédopornographie, atteinte à la dignité humaine, à la réputation, racisme, antisémitisme...

Par contre, il n'existe pas de définition légale d'un contenu qui serait « manifestement illicite » : les hébergeurs doivent donc examiner les notifications qui leurs sont faites au cas par cas tout en respectant la liberté d'expression.

Quiconque désireux de voir un contenu qu'il considère comme illicite supprimé d'un site internet devra adresser à son auteur, si celui-ci est identifiable, une notification justifiée. En l'absence de moyens permettant d'identifier cet auteur, une notification devra être adressée à l'hébergeur afin de voir supprimé le contenu litigieux.

Elle devra préciser :

- la **date exacte** de la demande
- si la demande de suppression est faite par une personne **physique : ses noms, prénoms, date et lieu de naissance, domicile, profession et nationalité**
- si la demande est faite par une personne **morale : sa forme, sa dénomination et son siège social**
- si le destinataire de la demande est une personne **physique, il devra être indiqué ses noms, prénoms et domicile**
- s'il s'agit d'une personne **morale, sa dénomination et son siège social**
- la **description** des faits litigieux et leur **localisation** précise
- les **motifs** de la demande de retrait, la **justification** des faits, les **titres** motivant cette demande s'il y a lieu
- la **notification à l'hébergeur** ne se faisant qu'après avoir demandé le retrait à l'auteur du contenu illicite lui-même, il faudra joindre la copie de la correspondance adressée à l'auteur des faits afin de lui demander l'interruption, le retrait, la modification du contenu litigieux ou la justification du fait que celui-ci est injoignable.

S'il ne veut pas voir sa responsabilité engagée, l'hébergeur devra, après avoir reçu cette notification, agir promptement pour retirer le contenu s'il s'est révélé effectivement litigieux.

- Le fournisseur d'accès à internet

Les fournisseurs d'accès quant à eux sont définis comme les « personnes dont l'activité est d'offrir un accès à des services de communication au public en ligne ». Les fournisseurs d'accès ne peuvent voir leur responsabilité civile ou pénale engagée que dans les cas où :

- > ils sont à l'origine de la demande de transmission litigieuse
- > ils sélectionnent ou modifient les contenus faisant l'objet de la transmission.

Les prestataires techniques (hébergeurs et fournisseurs d'accès) sont contraints de conserver les données techniques concernant les utilisateurs.

Les informations qui font l'objet d'une conservation pendant une durée d'un an sont :

- les informations quant à l'**identification de l'utilisateur**
- les informations quant aux **équipements terminaux de communication utilisés**
- la **date, l'heure** et la **durée** de chaque communication
- les **services complémentaires** utilisés ou demandés ainsi que leurs fournisseurs
- les informations identifiant le ou les **destinataires de la communication**
- les données identifiant l'**origine et la localisation de la communication.**

A savoir : les prestataires techniques ne sont soumis à aucune obligation générale de surveillance des informations qu'ils transmettent ou stockent.

2- La responsabilité éditoriale

L'éditeur du site internet est responsable du contenu publié sur son site à condition qu'il soit à l'origine de sa création.

- La responsabilité éditoriale de son propre contenu

La publication de contenu sur un site internet engage la responsabilité de la personne désignée en qualité de directeur de la publication, au même titre que la presse papier ou audiovisuelle. La loi sur la liberté de la presse énumère un certain nombre d'infractions de presse applicables également à toute publication sur internet. On trouve notamment :

- > la **diffamation** (allégation de faits qui portent atteinte à l'honneur et à la considération d'une personne)
- > l'**injure** (expressions outrageantes, termes de mépris sans aucun fait allégué)
- > l'**atteinte** aux intérêts fondamentaux de la nation
- > l'**apologie** des crimes de guerre, des crimes contre l'humanité, des actes de terrorisme...
- > la **discrimination**, la **haine** ou à la **violence** à l'égard d'une personne ou d'un groupe de personnes en raison de leur origine ou de leur appartenance ou de leur non-appartenance à une ethnie, une nation, une race ou une religion déterminée, de leur sexe, de leur orientation sexuelle ou de leur handicap
- > la **pornographie** infantile.

Le délai de prescription en matière d'infractions de presse est fixé à **trois mois** à compter de la première mise à disposition au public du contenu litigieux.

- L'exercice du droit de réponse

Comme c'est le cas dans le cadre de publications écrites ou audiovisuelles, le droit de réponse pour les contenus diffusés sur internet est reconnu à « toute personne nommée ou désignée dans un service de communication au public en ligne », personne physique ou morale. Ce droit s'exerce à **titre gratuit** et doit intervenir **avant la fin du délai de prescription** à savoir dans les trois mois suivant la mise à disposition au public du contenu litigieux.

Il appartient au **directeur de publication** du site internet qui est à l'origine du contenu litigieux d'apporter un droit de réponse à la personne visée par les propos en ligne. Le directeur de publication devra insérer la réponse sur son site internet en lieu, place et caractères d'écriture identiques dans un délai de trois jours suivant sa réception

- Une responsabilité limitée pour les contenus produits par des tiers

Le directeur de la publication est responsable du contenu mis en ligne sur le site internet. Pour autant, il ne sera pas désigné responsable s'il a repris des contenus réalisés par des tiers.

• La diffusion de flux RSS

Un flux RSS est un fichier dont le contenu est produit automatiquement en fonction des mises à jour d'un site web. L'internaute ou les sites désirant recevoir ou relayer ces flux d'informations doivent préalablement s'y abonner. Les flux RSS sont souvent utilisés par les sites d'actualité ou les blogs pour présenter les titres des dernières informations consultables en ligne.

La diffusion d'un flux ou d'un assemblage de flux RSS sur un site est considérée comme une **agrégation d'informations** relevant du régime juridique applicable aux hébergeurs. En effet, un filtrage des contenus illicites en ce qui concerne les flux RSS est rendu quasiment impossible du fait de l'automatisme de leur réception.

Lorsque l'on met sur son site un contenu qui n'est pas le sien, qui est tiré d'autres sites et donc d'autres sources, via un lecteur de flux RSS, **il est indispensable de préciser la source, c'est-à-dire l'adresse du site web initial et l'auteur de l'article, de sorte à ce qu'il n'y ait aucune confusion.**

• L'établissement de liens hypertextes

Afin de voir sa responsabilité limitée, l'éditeur d'un site internet **se doit de vérifier**, avant toute création d'un lien hypertexte, le contenu du site ou de la page cible. Ainsi il convient de s'abstenir de toute création de liens hypertextes pointant vers un contenu :

- > visiblement violant le droit de la propriété intellectuelle
- > contraire au droit de la presse
- > manifestement illicite
- > préjudiciable à un tiers.

De plus, l'établissement d'un lien hypertexte **peut être soumis à l'autorisation préalable de l'éditeur du site internet cible**. Si la création d'un lien simple vers la page d'accueil d'un site internet est une pratique implicitement acceptée, il a été jugé que la mise en place d'un lien profond requiert l'autorisation expresse de l'éditeur du site internet cible.

Voici les cas dans lesquels la création d'un lien hypertexte peut être sanctionnée sur le fondement de la **concurrence déloyale, du parasitisme ou de la contrefaçon d'œuvre protégée** par le droit de la propriété intellectuelle :

- > détournement ou dénaturation du contenu ou de l'image du site cible, vers lequel conduit le lien hypertexte
- > appropriation du site cible notamment en ne laissant pas apparaître l'adresse URL du site lié et de plus en faisant figurer l'adresse URL du site ayant pris l'initiative d'établir ce lien hypertexte
- > l'absence de signalement à l'internaute, de façon claire et sans équivoque, qu'il est dirigé vers un site ou une page web extérieur au premier site connecté, la référence du site cible devant obligatoirement, clairement et lisiblement être indiquée, notamment son adresse URL.

A savoir : il est recommandé de consulter les conditions générales d'utilisation des sites internet qui livrent fréquemment des informations relatives à la politique menée par l'éditeur du site internet en matière de création de liens hypertextes et de s'y conformer.

• L'animation d'un forum de discussion

Il est vivement recommandé de prévoir **une modération des contenus publiés** au sein du forum.

Le directeur de la publication verra sa responsabilité limitée si la modération s'effectue a posteriori, c'est-à-dire après que le contenu a été publié sur le site internet. En effet, c'est l'auteur du message qui engagera sa responsabilité et l'éditeur du site internet sera ici considéré comme un hébergeur de contenu et donc soumis au régime juridique prévu pour les hébergeurs.

Par contre, si la modération s'effectue a priori, c'est-à-dire si une validation du message est nécessaire pour sa mise en ligne, le directeur de la publication verra sa responsabilité engagée.



Comment utiliser des œuvres protégées par le droit d'auteur ?

Pour connaître les modalités d'utilisation d'œuvres protégées par le droit d'auteur, vous pouvez consulter le Guide juridique d'AEC n°1 publié en juillet 2009 : Comprendre et respecter le droit d'auteur, téléchargeable sur le site d'AEC :

<http://www.aecom.org/Vous-informer/Juridique-TIC/Guides-juridiques/Comprendre-et-respecter-le-droit-d-auteur-Juillet-2009>.



V

Quelles spécificités pour le commerce électronique ?

Le commerce électronique est défini par la loi pour la confiance en l'économie numérique (LCEN) du 21 juin 2004 comme « l'activité économique par laquelle une personne propose ou assure à distance et par voie électronique la fourniture de biens ou de services ».

Cette loi prévoit une série **d'informations** qui doivent être mises à disposition par le cybermarchand. Aussi, il est impératif de s'assurer que le site sera **en conformité avec les dispositions** de la loi du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés modifiée en 2004 dite **loi Informatique et Libertés**.

1- L'obligation d'information pesant sur le cybermarchand

Le cybermarchand est tenu à la même rigueur juridique que le commerçant traditionnel et notamment en ce qui concerne l'obligation d'information du cyberconsommateur.

A défaut de remplir cette obligation, le cybermarchand prend le risque de voir le contrat annulé ultérieurement pour vice du consentement du cyberconsommateur.

Voici une liste non exhaustive des mentions essentielles que doit comporter tout contrat de commerce électronique :

- **l'identification de l'auteur de l'offre** : nom du commerçant ou dénomination sociale, n° d'identification, adresse du siège social ou adresse de l'établissement responsable de l'offre, adresse électronique, coordonnées téléphoniques et télécopie
- **les caractéristiques essentielles des biens et services offerts** :
 - * détails relatifs aux biens ou services (dénomination, composants, dimensions, poids, quantité, coloris...)
 - * conseils d'utilisation
 - * mode de livraison
 - * garanties et service après-vente
 - * le prix du bien ou service TTC et le montant des frais de livraison
 - * la durée de validité de l'offre
 - * la zone géographique de couverture de l'offre
 - * la zone de livraison
- **les moyens de paiement mis à la disposition du cyberconsommateur**
- **les délais de livraison et le service après-vente (SAV)** :
 - > la livraison doit intervenir dans les trente jours suivant la commande, sauf avertissement clair d'une durée supérieure, sous peine de résiliation du contrat et de remboursement des sommes versées.
 - > doit être précisée l'adresse de l'établissement assurant le SAV et susceptible de recevoir les réclamations.

- **le délai de rétractation de 7 jours** dont dispose tout consommateur et les modalités de renvoi des biens en cas de rétractation. Ce délai court à compter du jour de la réception pour les biens et à compter du jour d'acceptation de l'offre pour les prestations de services

- **les étapes à suivre pour conclure le contrat :**

La conclusion du contrat doit se faire en 2 clics correspondants à deux étapes :

- * 1^{ère} étape : offrir la possibilité à l'acheteur de vérifier le détail de sa commande voire de la modifier

- * 2^{ème} étape : confirmation de la commande.

- **la consultation des règles professionnelles :** doivent être communiqués les moyens de consulter par voie électronique les règles professionnelles régissant l'activité du cybermarchand

- **le droit d'accès et de rectification prévu par la loi Informatique et Libertés** dont dispose toute personne dont les données personnelles sont collectées.

A savoir : le cybermarchand doit retourner au cyberconsommateur une confirmation écrite de la commande. Cette confirmation devra être sur support durable (support papier, CD-Rom, courrier électronique enregistré sur le disque dur...). En cas de non-respect de cette obligation, le délai de rétractation est porté à trois mois.

Le cybermarchand est également soumis à une double obligation lors de la conclusion du contrat : obligation d'accuser réception de la commande et obligation de conserver l'écrit constatant le contrat.

Le cybermarchand est considéré responsable de plein droit à l'égard de l'acheteur de la bonne exécution des obligations résultantes du contrat conclu à distance.

Il existe cependant trois causes exonératoires de responsabilité : cas où l'inexécution ou la mauvaise exécution est imputable à l'acheteur, au fait d'un tiers étranger au contrat ou à un cas de force majeure.

2- Une procédure de déclaration à la CNIL simplifiée

Les traitements de données à caractère personnel les plus courants, tels que la gestion des fichiers de clients et de prospects, sont encadrés par des décisions de la CNIL sous forme de norme simplifiée. Ainsi, les sites internet exerçant une activité de commerce électronique et collectant des données auprès de clients et prospects peuvent faire l'objet d'une déclaration simplifiée. Toutefois, ne sont pas concernés par ce régime déclaratif simplifié les professionnels des secteurs d'activité suivants : santé, éducation, banque, et assurance. La CNIL offre la possibilité d'effectuer cette déclaration de conformité en ligne sur son site internet.

Cette procédure simplifiée est toutefois subordonnée au respect des principes de la loi Informatique et Libertés tels que précisés dans la **norme simplifiée n°48 introduite par la délibération n°2005-112 du 7 juin 2005.**

Afin d'être en mesure de réaliser une déclaration de conformité à cette norme simplifiée, la personne à l'origine de la mise en œuvre du traitement devra vérifier les éléments suivants :

- **la finalité du traitement :** le traitement ne pourra avoir comme finalité que des opérations relatives à la gestion des clients et les opérations relatives à la prospection

- **les données traitées :** les données recueillies ne pourront concerner que l'identité de l'internaute, les données relatives aux moyens de paiement, sa situation familiale, économique et financière, les données relatives à la relation commerciale, les données relatives aux règlements des factures et ses données de connexion à des seules fins statistiques d'estimation de la fréquentation du site

- **le destinataire des données :** seules les personnes habilitées relevant des services commercial et administratif, les services chargés du contrôle ainsi que les entreprises extérieures liées contractuellement pour l'exécution d'un contrat peuvent en être destinataires

- **l'information des personnes concernées** : au moment de la collecte des données, doivent être communiqués à l'internaute l'identité du responsable de traitement, les finalités poursuivies par le traitement, le caractère obligatoire ou facultatif des réponses à apporter, les conséquences éventuelles d'un défaut de réponse, les destinataires des données, et le droit d'opposition, d'accès et de rectification dont il dispose ainsi que les modalités d'exercice de ce droit. Lorsque les données sont utilisées à des fins de prospection, notamment commerciale, les personnes concernées sont informées qu'elles peuvent s'y opposer sans frais et sans justification

- **la durée de conservation et la mise à jour des données** : les données ne peuvent être conservées au-delà de la durée nécessaire à la gestion de la relation commerciale, à l'exception de celles nécessaires à l'établissement de la preuve d'un droit ou d'un contrat qui peuvent être archivées pendant dix ans. La CNIL recommande que les données collectées auprès de prospects soient supprimées au maximum un an après le dernier contact de leur part ou lorsqu'ils n'ont pas répondu à deux sollicitations successives

- **la sécurité** : doivent être prises toutes les précautions utiles pour préserver la sécurité des données, notamment, empêcher qu'elles soient déformées, endommagées ou que des tiers non autorisés y aient accès. Lorsqu'un moyen de paiement à distance est utilisé, doivent être prises les mesures organisationnelles et techniques appropriées afin de préserver la sécurité, l'intégrité et la confidentialité des numéros de cartes bancaires.

Afin de bénéficier de ce régime de déclaration de conformité, le traitement de données à caractère personnel opéré dans le cadre d'un site internet de commerce électronique devra respecter en tout point le cadre fixé cette norme simplifiée, sinon il fera l'objet d'une déclaration normale.

Plus d'informations sur le site de la CNIL : <http://www.cnil.fr>

3- La réglementation de la publicité en ligne

Le principe est celui de l'interdiction de toute prospection directe par courrier électronique à destination de personnes physiques qui n'ont pas exprimé leur consentement préalable à les recevoir. Est donc interdite la prospection commerciale à destination d'adresses personnelles.

Deux exceptions à ce principe demeurent toutefois :

- 1^{er} cas : si le cybermarchand satisfait trois conditions

- > l'envoi concerne la promotion de produits et de services analogues à ceux que le marchand a déjà eu l'occasion de fournir au consommateur
- > l'adresse de courrier électronique utilisée est celle fournie par le consommateur à l'occasion d'une vente ou d'une prestation de service antérieure
- > permission est laissée au destinataire de s'opposer sans frais à l'utilisation de ses coordonnées lorsque celles-ci sont recueillies et à chaque fois qu'un courrier électronique lui est envoyé.

- 2nd cas : lorsque la prospection s'effectue dans un cadre professionnel, à l'adresse électronique professionnelle, et concerne directement l'activité professionnelle

L'émetteur de tels messages de publicité est soumis à une obligation de transparence qui se traduit par le fait que le message doit indiquer :

- > les coordonnées valides permettant au destinataire d'exercer son droit d'opposition
- > l'identité de la personne pour le compte de laquelle le message est envoyé
- > un objet en rapport avec la prestation ou le service proposé.



AQUITAINE EUROPE COMMUNICATION

137 rue Achard / 33300 Bordeaux
Tél. 05 57 57 01 01 / Fax 05 57 57 97 17

www.aecom.org

AEC

agence
des initiatives
numériques

Le guide juridique « Créer son site internet », réalisé par
Julie TOMAS - Juriste TIC, est mis à disposition
selon le Contrat Creative Commons :
Paternité - Pas d'utilisation commerciale - Pas de modification.



Julie Tomas - AEC 2010