



VAD et E-commerce

Evolutions économiques et juridiques

Dominique du Châtelier
24 septembre 2009 au CIRVAD



FEVAD

Plus de 430 entreprises et 700 sites
Fédération professionnelle

- Lieu d'échange, de rencontre et d'information
- Promotion et représentation du secteur
- Développement des bonnes pratiques
- Adoption de règles d'éthique via des codes et Chartes
- Centre d'observation privilégié sur l'évolution du marché de la VAD & du e-commerce

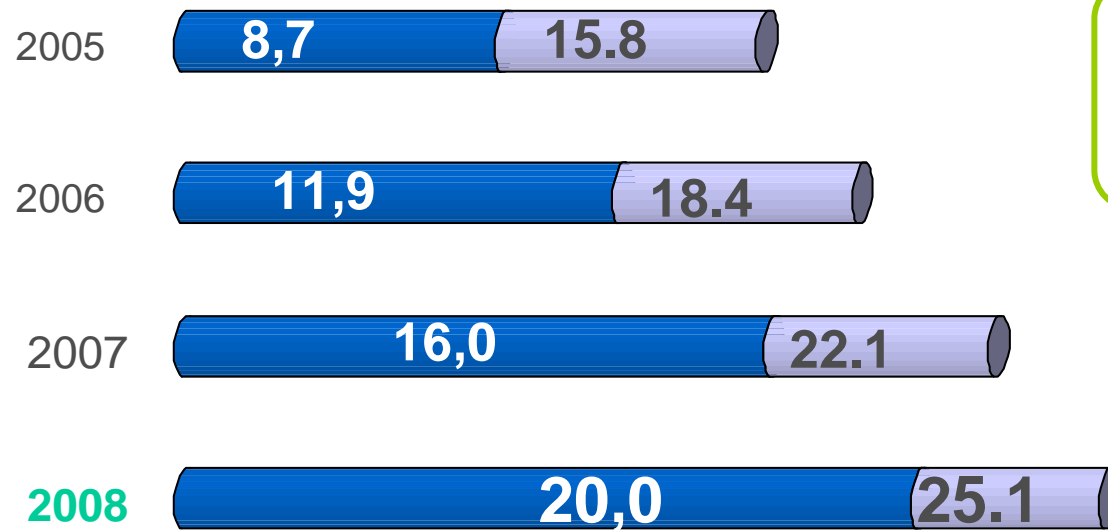


Evolution économique de la VAD et e-commerce

Evolution CA total vente à distance

Total estimé VAD aux particuliers
dont e-commerce
produits + services

CA VAD : + 13% en 2008
(+ 20% en 2007 et + 17% en 2006)



**CA e-commerce : + 25%
en 2008**
(+ 34% en 2007 et + 37% en 2006)

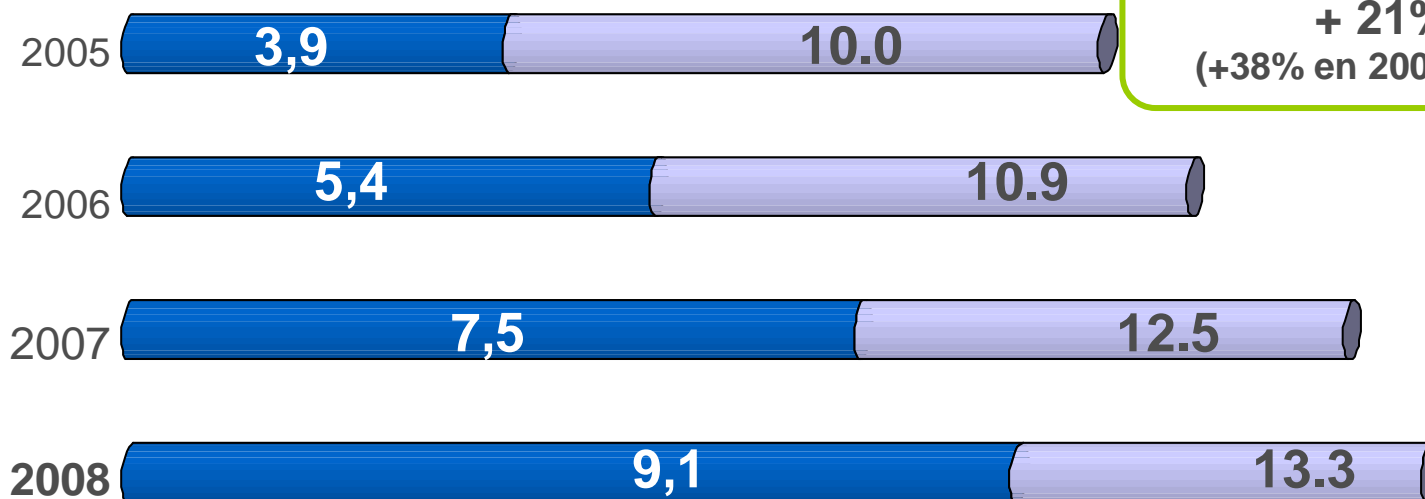
En milliards d'euros

Evolution CA total vente à distance produits

Total estimé VAD produits aux particuliers
dont e-commerce

CA VAD produits :
+ 6% en 2008
(+ 15% en 2007 et + 10% en 2006)

CA e-commerce produits :
+ 21% en 2008
(+38% en 2007 et +40% en 2006)

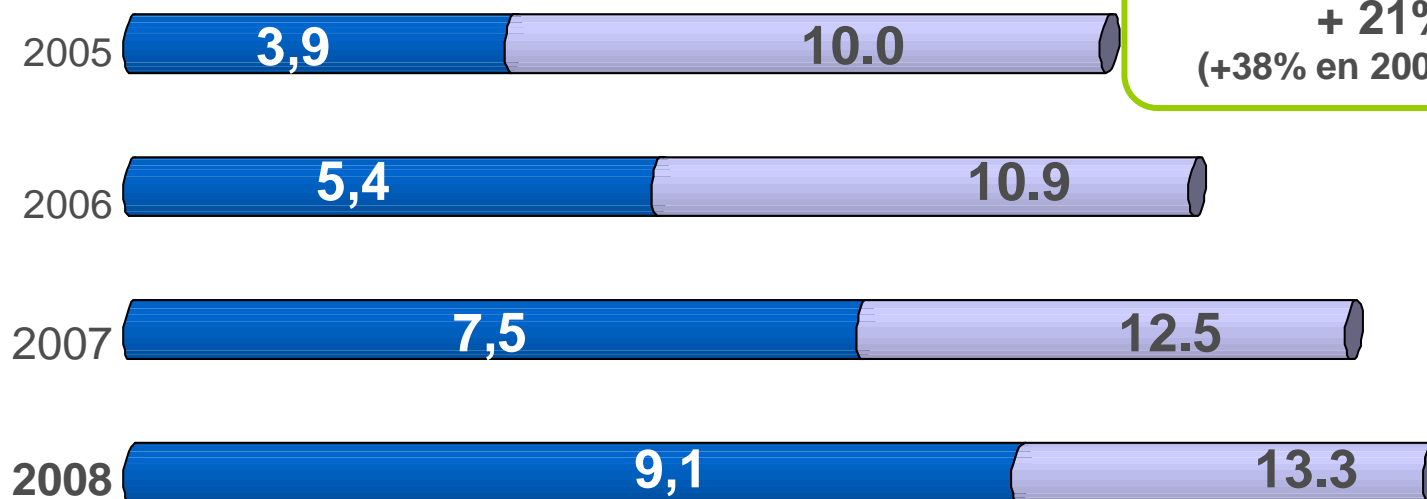


En milliards d'euros

Evolution CA total vente à distance produits 2009

Total estimé VAD produits aux particuliers
dont e-commerce

CA VAD produits :
+ 6% en 2008
(+ 15% en 2007 et + 10% en 2006)



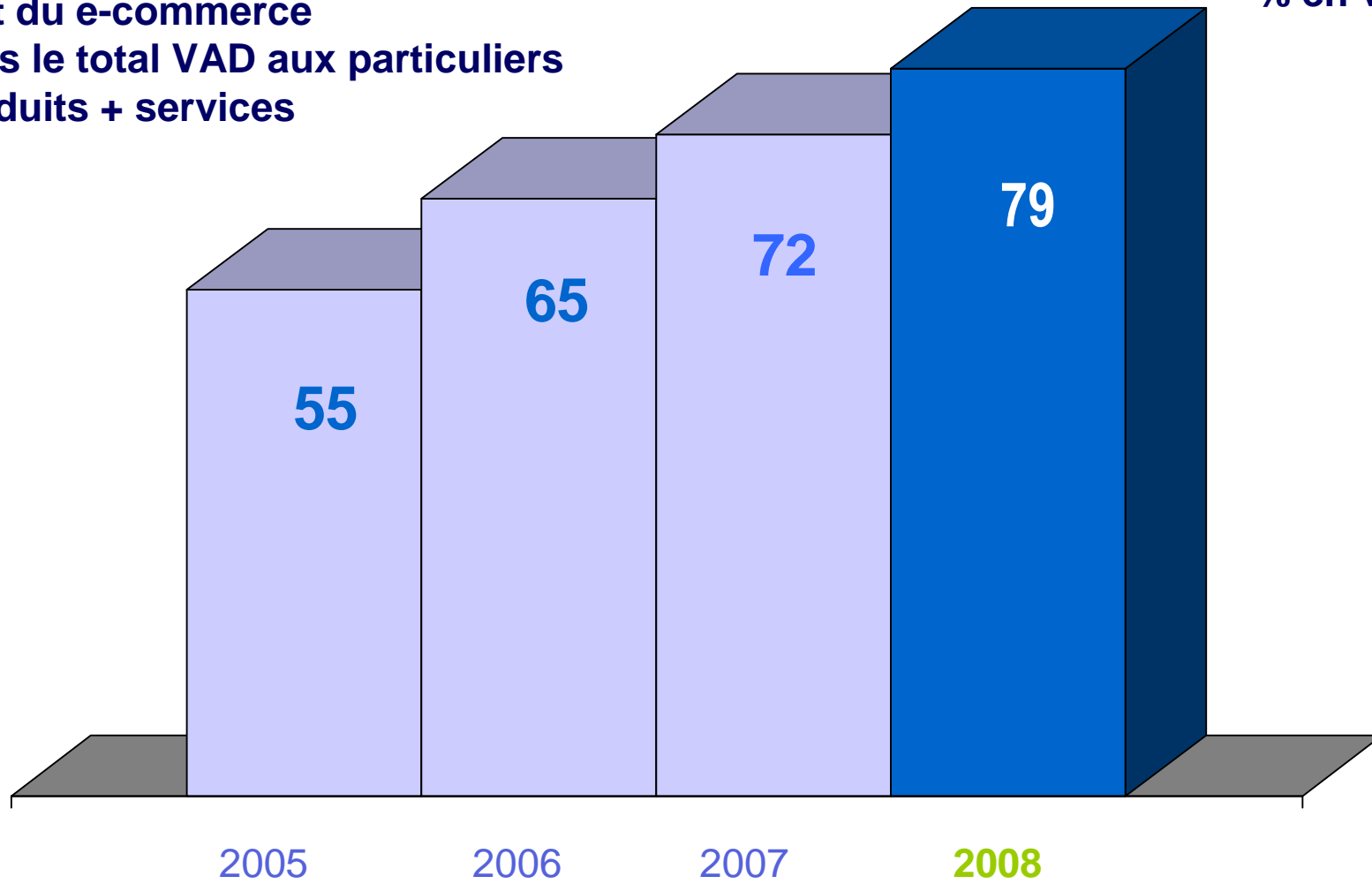
CA e-commerce produits :
+ 21% en 2008
(+38% en 2007 et +40% en 2006)

En milliards d'euros

Part du e-commerce sur CA total VAD

Part du e-commerce
dans le total VAD aux particuliers
Produits + services

% en valeur

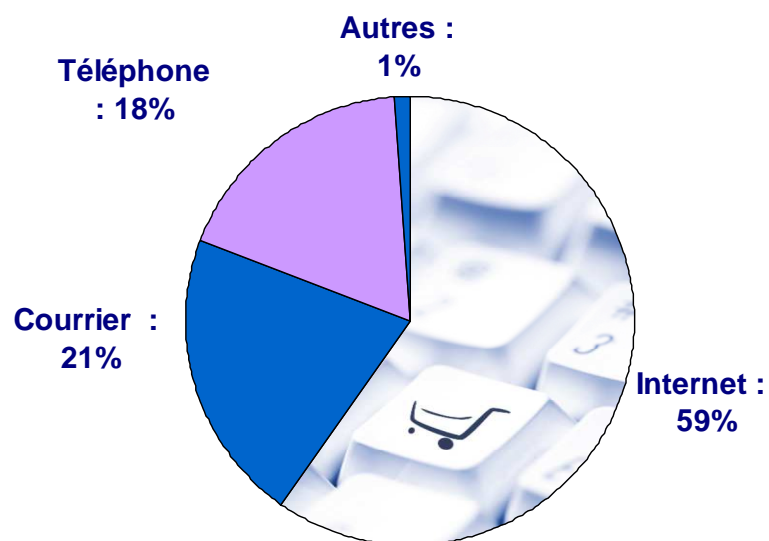


Modes de commande VAD produits

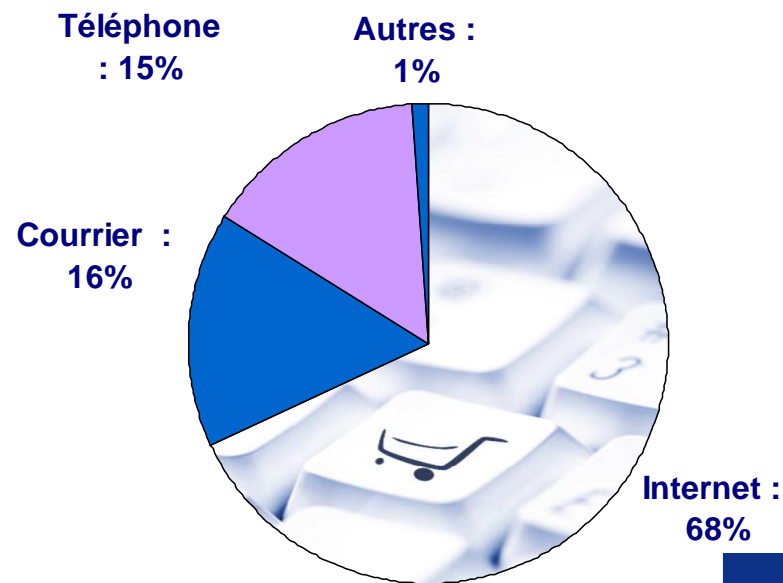
Estimation répartition CA TTC en 2007 et 2008
Extrapolation à 100% du marché VAD aux particuliers produits

Poursuite de la baisse du courrier et
du téléphone dans les modes de
commande

2007



2008



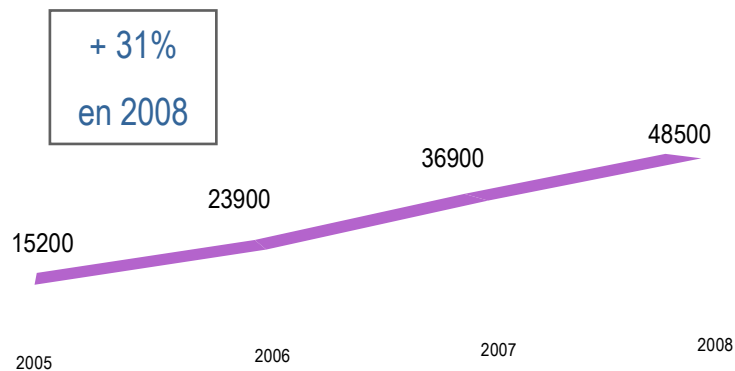
Autres modes : minitel, audiotel, fax, relais ...



www.fevad.com

Progression du nombre de sites marchands actifs

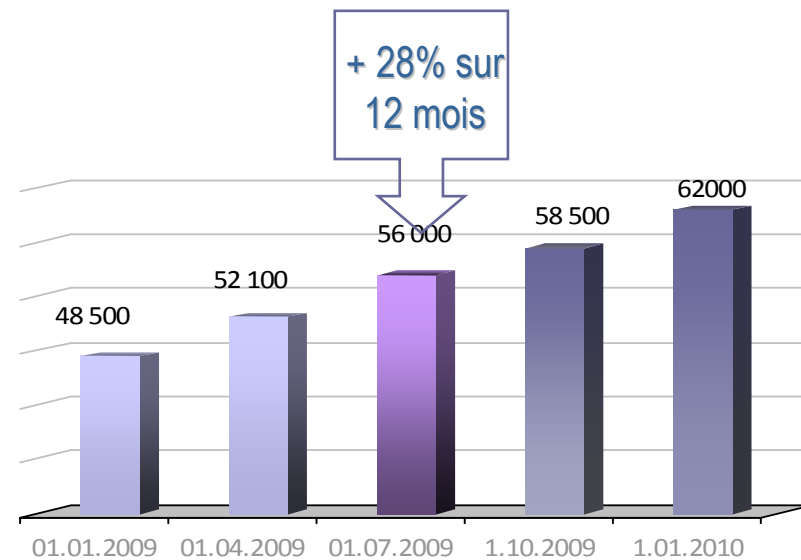
Évolution annuelle du nombre de sites marchands actifs*



Source : Fevad

* calculée à partir des données communiquées par les 7 plateformes sécurisées de paiements membres du panel PSP ICE/Fevad,

Evolution au cours du 1er semestre 2009 et projection sur le second semestre



Source : Fevad

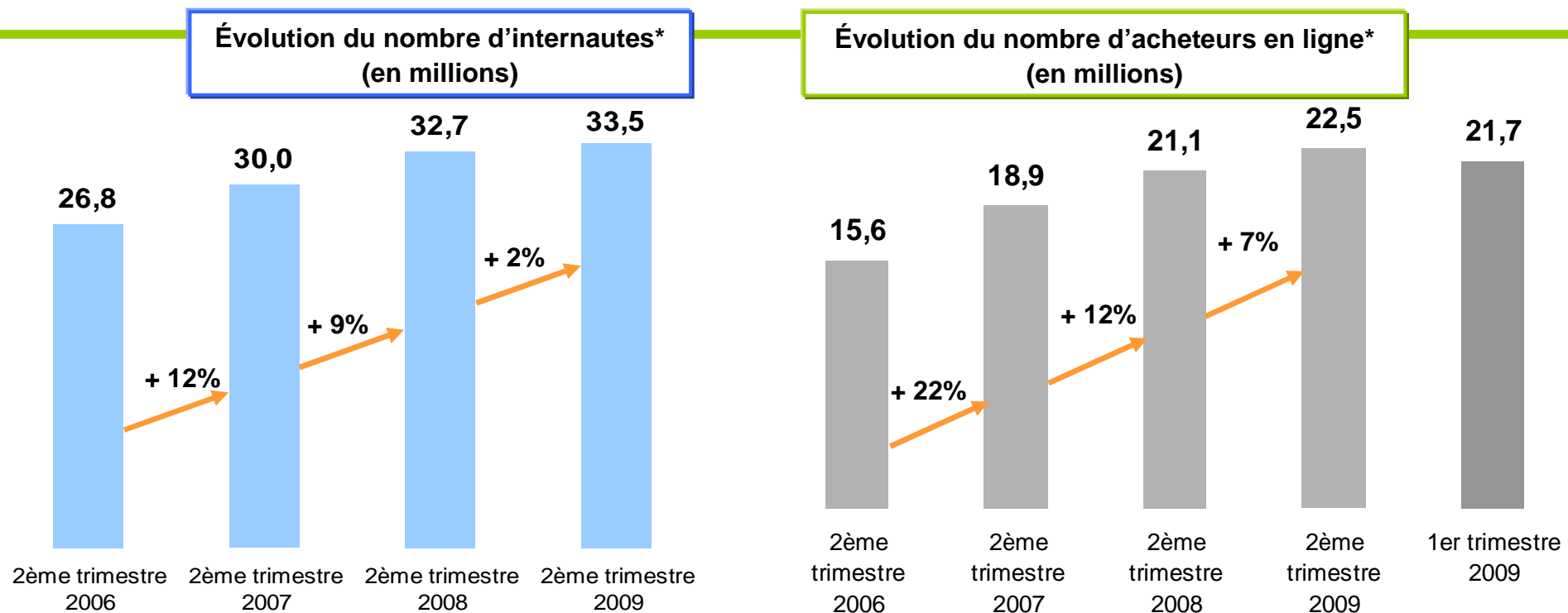
calculée à partir des données communiquées par les 7 plateformes sécurisées de paiements membres du panel PSP iCE/Fevad,

- Le nombre de sites marchands en hausse de 28 % sur un an, soit +12.000 nouveaux sites
- Plus de 60.000 sites prévus d'ici la fin de l'année



www.fevad.com

7% de cyberacheteurs supplémentaires en un an



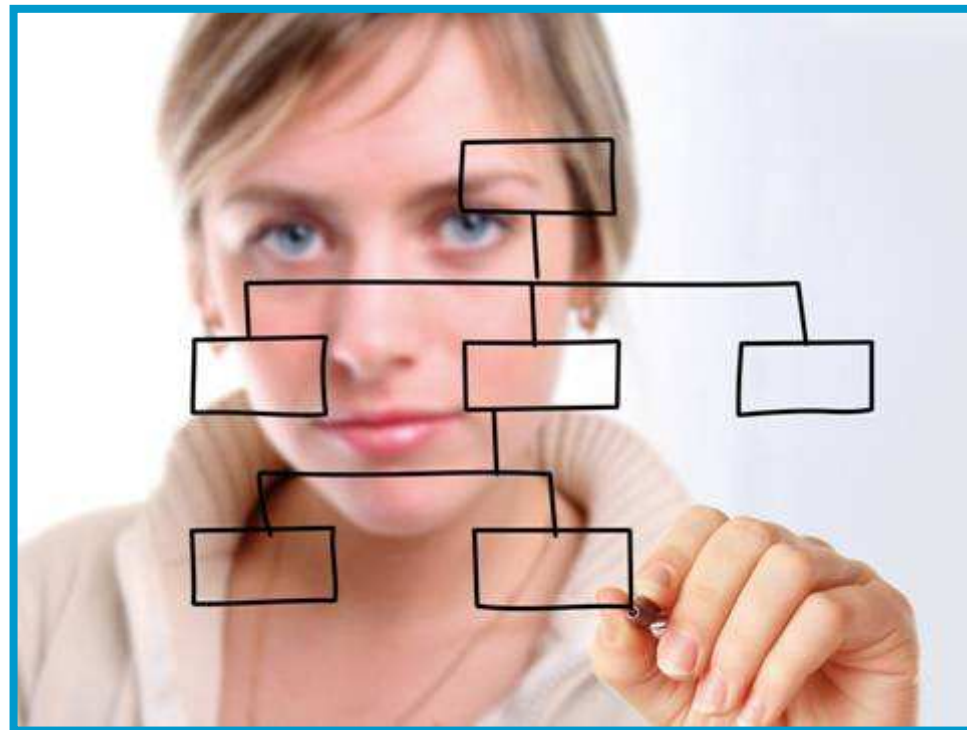
* Internaute : individu de 11 ans et plus s'étant connectés au cours des 30 derniers jours

* Acheteurs en ligne : internautes ayant déjà effectué un achat en ligne

- Au 2^{ème} trimestre 2009, **plus de 2 internautes sur 3 ont déjà acheté en ligne (67,4%)** contre 64,6% au 2^{ème} trimestre 2008 soit **2,8 points de plus** en un an.
- Plus de 4 Français sur 10 (**42,2%**) ont déjà acheté sur Internet contre 40,0% il y a un an.
- La croissance du nombre d'acheteurs (**+7%**) est 3 fois plus importante que celle du nombre d'internautes.



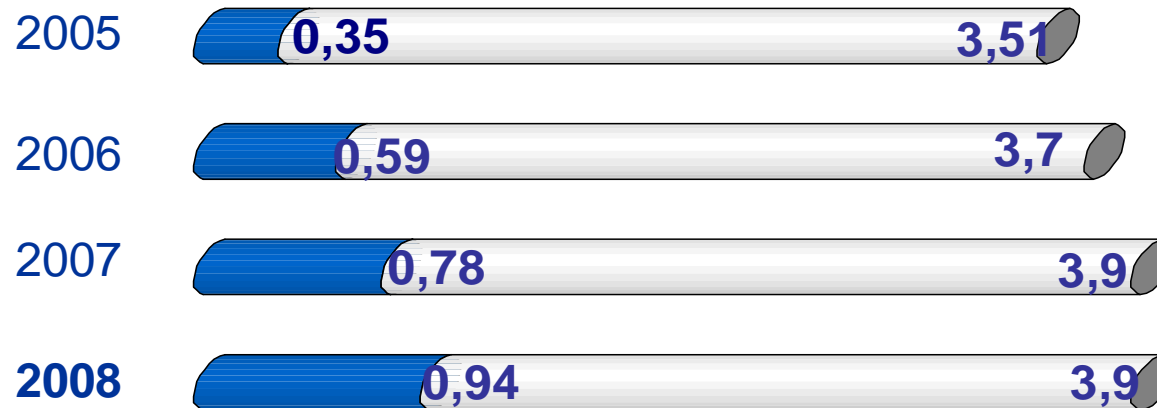
Vente aux professionnels



Evolution CA total VAD spécialisée

VAD spécialisée aux professionnels
dont e-commerce
Estimation en milliards d'euros HT

CA VAD : stable en 2008
(après +6% en 2007 et +4% en
2006)



Source : Fevad, bilan VAD e-commerce



Évolutions juridiques et éthiques de la VAD et e- commerce

FOCUS SUR GRANDES évolutions JURIDIQUES

Les grandes évolutions 2008-2009 et à venir

1. la règle FEVAD sur le débit à l'expédition pour les paiements par cartes
2. les nouvelles règles sur les annonces de réduction de prix et les spécificités VAD
3. La montée en puissance des droits de la protection de la vie privée, avec la croissance des flux de données, et son double volet opt-in et opt-out
4. Point sur obligations sur appels téléphoniques commandes et SAV
5. Développement de contraintes environnementales ET nouvelles « éco-contributions » (après DEEE, piles, emballages, en 2009 cas du papier, textiles + demain encombrants)
6. Les évolutions à venir
 1. Dans le droit de la VAD
 2. Dans le droit de la protection des données



www.fevad.com



1. Règle du débit à l'expédition pour les paiements par cartes

- Adoption lors de l'Assemblée Générale Ordinaire FEVAD de juin 2009 d'une modification de la Charte Qualité de la manière suivante :
 - ▶ Environnement et contexte
 - ▶ Règle sur l'information des consommateurs sur le moment du débit et sur les clauses de réserve de propriété (à mettre en place d'ici le 31.12.2009)
- et
- ▶ recommandation en faveur du débit à l'expédition ou choix d'une assurance (avec bilan au 31.12.2009)
- Poursuivre les travaux avec les banques et les assurances sur le débit à l'expédition et l'assurance pour faire un bilan complet au 31.12.2009

Nouveaux articles : Charte Qualité Fevad

- **Information sur moment du débit (à mettre en place d'ici fin décembre 2009)**
 - ▶ Les entreprises s'engagent à informer clairement le consommateur sur le moment auquel elles débitent le montant de la transaction.

- **Clause de réserve de propriété (à mettre en place d'ici fin décembre 2009) :**
 - ▶ Afin de limiter les risques encourus par le consommateur en cas de défaillance de l'entreprise auprès de laquelle il a réglé sa commande, l'entreprise s'abstient de stipuler dans ces conditions générales de vente, toute clause de réserve de propriété qui aurait pour effet de priver le consommateur de son droit à revendiquer la propriété du produit payé mais non encore livré au moment du jugement d'ouverture d'une procédure collective.

- **Recommandation sur le débit à l'expédition (à compléter après finalisation travaux fin 2009)**
 - ▶ Afin de limiter les risques et d'améliorer la qualité de service des consommateurs la Fevad **recommande** aux entreprises de vente aux particuliers d'adopter les règles suivantes en matière de débit de la commande :
 - *Pour les produits réglés comptant par carte bancaire ou privative au moment de la commande, les entreprises ne débitent le montant correspondant au(x) produit(s) payé(s), qu'au moment de son (leur) expédition, sauf pour les produits faisant l'objet d'une commande spéciale et sous réserve que cette pratique ne soit pas matériellement incompatible avec les mesures de sécurisation mises en place par l'entreprise en question.*
 - *Les entreprises qui procèdent à un débit du montant de la transaction par carte au moment de la commande pourront souscrire une assurance ou tout autre dispositif, permettant de garantir la livraison ou le remboursement du (des) produit(s) commandé(s) et payé(s) par le consommateur.*



2. les nouvelles règles sur les annonces de réduction de prix et les spécificités VAD

- ▶ Contexte
- ▶ les modifications de l'arrêté du 31 décembre 2008
- ▶ La circulaire DGCCRF du 7 juillet 2009
- ▶ Un principe de transparence
- ▶ Une obligation transverse de véracité



Annonces de réduction de prix faites **hors** des « lieux de vente »

Publicité réductions prix dans documents MD (non marchands) et sur sites non marchands et pour d'autres sociétés sur sites marchands	Précisions
<p>Obligations pour publicités chiffrées</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Importance réduction de prix▪ Produits et services concernés▪ Modalités	<p>Pas obligation mention prix de référence</p> <p>Cas des rabais d'importance variable, par ex. , « jusqu'à 50 % » « de 20 à 30 % »</p>
<p>+ Choix de mentionner</p> <ul style="list-style-type: none">▪ soit la période pendant laquelle le produit ou le service est offert à prix réduit;▪ 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 » avec date début opération	<p>Publicité proportionnée aux stocks disponibles;</p> <p>Si mention « <i>jusqu'à épuisement des stocks</i> » la « publicité doit cesser » quand stocks épuisés;</p> <p>Obligation si « possibilité de le faire » par exemple sur des sites web;</p>



Annonces de réduction de prix faites sur les « lieux de vente »

Publicité réductions prix dans <u>« catalogues vpc »</u> et sur <u>sites marchands pour leurs produits et services</u>	Précisions
■ mention du prix réduit et du prix de référence (ancien prix) utilisé	+ mention de la durée de validité de l'offre de réduction Notion de disponibilité et délai pour retirer produits
4 prix de référence possibles = (art.2 arrêté) Soit le prix le + bas pratiqué au cours des 30 derniers jours* Soit le prix conseillé fournisseur ou importateur Soit le prix résultant d'une réglementation économique Soit le dernier prix conseillé fabricant*	Obligation de justifier « par tous moyens » du prix de référence Possibilité de mentionner « <i>jusqu'à épuisement des stocks</i> » pour les catalogues de VPC.(à mentionner « <i>en tête de catalogue</i> ») <i>Pas possible pour sites marchands.</i> * Pour les cas où plus de prix conseillé avec maxi 3 ans



Annonces de réduction de prix faites sur les « lieux de vente »

Publicité réductions prix dans <u>« catalogues vpc »</u> et sur <u>sites marchands pour leurs produits et services</u>	Précisions
▪ mention du prix réduit et du prix de référence (ancien prix) utilisé	mention de la durée de validité de l'offre de réduction
prix de référence prix le + bas pratiqué au cours des 30 derniers jours	prix le + bas pratiqué = prix pratiqué à clientèle courante Cas site marchand et catalogue ou magasin Cas absence de vente 30 derniers jours mais produits offerts à la vente Obligation de justifier « par tous moyens » du prix pratiqué 30 derniers jours Cas des ventes par lots



Annonces de réduction de prix faites sur les « lieux de vente »

Publicité réductions prix dans <u>« catalogues vpc »</u> et sur <u>sites marchands pour leurs produits et services</u>	Précisions
▪ mention du prix réduit et du prix de référence (ancien prix) utilisé	mention de la durée de validité de l'offre de réduction
prix de référence = (art.2 arrêté) prix conseillé actuel du fournisseur ou importateur	- l'annonceur devra être en mesure de justifier de la <u>réalité</u> de ce prix conseillé et du fait que celui-ci a été <u>pratiqué</u> .

Annonces de réduction de prix faites sur les « lieux de vente »

Publicité réductions prix dans « catalogues vpc » et sur <u>sites marchands pour leurs produits et services</u>	Précisions
▪ mention du prix réduit et du prix de référence (ancien prix) utilisé	mention de la durée de validité de l'offre de réduction
prix de référence = (art.2 arrêté) dernier prix conseillé fabricant	3 conditions à respecter: <ol style="list-style-type: none">1. - le prix conseillé ne pourra être antérieur à trois ans ;2. - à côté du prix de référence, la mention « prix conseillé » accompagnée de l'année à laquelle ce prix se rapporte.3. - l'annonceur devra être en mesure de justifier de la <u>réalité</u> de ce prix conseillé et du fait que celui-ci <u>a été pratiqué</u>. Ce dernier prix conseillé (comme prix de référence) vise en particulier les sites internet de ventes « privées » (ainsi que les magasins d'usine)



Annonces de réduction de prix faites sur les « lieux de vente »

Publicité réductions prix dans <u>« catalogues vpc »</u> et sur <u>sites marchands pour leurs produits et services</u>	Précisions
▪ mention du prix réduit et du prix de référence (ancien prix) utilisé	mention de la durée de validité de l'offre de réduction
prix de référence = (art.2 arrêté) prix résultant d'une réglementation économique*	*dispositions réglementaires qui fixent un prix limite de vente au détail. Exemple : livres l'annonceur devra être en mesure de justifier de la <u>réalité</u> de ce prix de référence et du fait que celui-ci est couramment pratiqué par autres distributeurs.



Annonces de réduction de prix faites sur les « lieux de vente »

ventes avec démarques successives

<p>réductions prix sur sites marchands pour leurs produits et services avec démarques successives</p>	<p>Précisions Cas de soldes, liquidations et opérations promotionnelles</p>
<p>▪ mention du prix réduit et du prix de référence (ancien prix) utilisé</p>	
<p>prix de référence = Soit le prix le + bas pratiqué au cours des 30 derniers jours Soit le prix conseillé fournisseur Soit le prix résultant d'une réglementation économique Soit le dernier prix conseillé fabricant</p>	<p>prix de référence initial peut être conservé en cas démarques successives sans pouvoir dépasser 1 mois (sauf périodes de soldes) lors de démarques successives les commerçants peuvent annoncer des pourcentages de réduction de plus en plus élevés appliqués au prix de référence et non des réductions supplémentaires de X % applicables sur le prix réduit lors de la précédente démarque.</p>



3. La montée en puissance des droits de la protection de la vie privée

rappel

- Renforcement obligations d'information préalable
 - ▶ Dès que collecte de données personnelles
 - ▶ Information au moment de la collecte
- + une case à cocher sur les mailings et catalogues pour le droit d'opposition à la prospection mailing pour utilisation par des tiers

- Complexité de gérer un mix opt-in/ opt-out dans des offres multi canal
 - ▶ Conseil : s'inspirer du code emailing UFMD-FEVAD (voir sur le site fevad.com, partie documentation)

- Lutte contre le spamming

droit protection vie privée

Obligations légales en matière de protection vie privée

informer les personnes

Pas de collecte de données sans information sur la protection des données personnelles au moment de la collecte (que ce soit on ou off line)



www.fevad.com

droit protection vie privée

Obligations légales en matière de protection vie privée

Attention aux offres de parrainage et collecte de noms d'amis

Principe d'interdiction on line (puisque'il qu'il faut accord des personnes)

✓ solutions



www.fevad.com

droit protection vie privée

- Opt-in: Interdiction d'utiliser les coordonnées électroniques d'une personne, sans son consentement préalable, sauf exceptions prévues par la loi
 - Coordonnées électroniques = adresses e-mails mais aussi n° fax & Sms
 - *Consentement = une manifestation de volonté libre, spécifique et éclairée*
- Opt-out: collecte et utilisation sauf opposition

« droit du clic »

4. Point sur obligations sur appels téléphoniques commandes et SAV

interdiction appels téléphoniques « surtaxés » pour le SAV

1. En janvier 2008 et avec application au 1er juin 2008 pour la VAD interdiction d'appels téléphoniques vers le SAV via numéros surtaxés (BtoC) pour « suivi de commande, exercice du droit de rétractation et garantie »

2. Dans le cadre de la loi de modernisation de l'économie, été 2008, vote d'un texte généralisant une règle sur le SAV (BtoC):

Les services après-vente, les services d'assistance technique ou tout autre service chargé du traitement des réclamations se rapportant à l'exécution d'un contrat de vente ou de louage d'un bien ou service conclu avec un professionnel sont accessibles par un numéro de téléphone non surtaxé indiqué dans le contrat et la correspondance.



www.fevad.com



Point sur obligations sur appels téléphoniques commandes et SAV

1. Préparation obligation d'annoncer le cout d'une communication surtaxée

- Application obligation annonce coût appel vers numéros > 0,15 € par minute à compter du 1er janvier 2010
- La solution est à négocier avec votre opérateur local
- Les opérateurs de téléphonie sont en train de préparer des mentions types
- Voir Coûts >



5. Développement des obligations environnementales et nouvelles « éco-contributions »

- Extension de l'éco taxe papier au 1er juillet 2008:
 - ▶ REPORT au 1er janvier 2010 de l'obligation de verser une contribution volontaire pour la mise sur le marché de « *catalogues de vente à distance* » à compter du 1er juillet 08
 - ▶ Pour ce qui des autres documents commerciaux type Imprimés sans adresse , obligation déjà applicable.
 - ▶ déclaration à l' éco-organisme (EcoFolio) du tonnage (35€/tonne) . Si pas de versement = TGAP de 900 €/tonne.
- Éco taxe Textile : mise en place en 2009 d'un éco-organisme pour la collecte des déchets textiles .
 - ▶ Contributions à verser à Ecotlc en 2009 si « metteur sur le marché »
- Dans projet LOI Grenelle 2 décision de mettre en place une filière de récupération pour les « encombrants » avec contributions des « metteurs sur le marché »



Thèmes juridiques majeurs droit VAD et E-commerce

Rappel depuis le 1er juin 2008

- Renforcement obligations d'information préalable
 - ▶ Sur les délais : annonce d'une date limite de livraison
 - ▶ Respect des délais annoncés
- Sur le droit de rétractation
 - ▶ Renforcement du périmètre des remboursements
 - ▶ Stop aux « avoirs »
- Sur l'utilisation des numéros de téléphone surtaxés
 - ▶ Stop aux numéros surtaxés pour « suivi de commande, exercice du droit de rétractation et garantie »

Grandes tendances et évolutions à venir

Questions juridiques posées par

- ▶ De nouvelles réglementations VAD en France et en Europe
- ▶ De nouvelles réglementations protection des données à caractère personnelles

Les travaux en cours au niveau

- France
- Union Européenne
- Quelques évolutions dans pays de l'UNION EUROPENNE



www.fevad.com

Merci