

# La protection du consommateur dans le cadre du commerce électronique

SAÏD AZZI\*

**Sommaire** : Introduction; chapitre 1 : La protection avant la conclusion du contrat électronique; section 1. De la formation des ventes sur un site marchand en ligne; section 2. Le non-respect de ces obligations précontractuelles; chapitre 2. De la protection du consommateur lors de la conclusion du contrat; section 1. Les règles applicables au contrat électronique; §1. L'offre électronique; §2. L'acceptation électronique; § 3. La sécurité des transactions; a. Le paiement en ligne; b. La protection des consommateurs et de la vie privée; section 2. De la protection du consommateur après l'exécution du contrat; §1. Garantir les vices; §2. Le droit de rétractation.

## Introduction

Le commerce électronique a considérablement évolué depuis les dernières décennies au Maroc. Il peut être défini 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 activité est définie de manière très large puisqu'elle comprend à la fois les services de fournitures d'informations

---

**JURISMAT**, Portimão, n.º 17, 2023, pp. 215-226.

\* Enseignant-chercheur en droit privé ; Membre de l'équipe de recherche IDTIC à la FSJES-Agadir, Université Ibn Zohr, Agadir.

en ligne, de communications commerciales et les outils de recherche, d'accès et de récupération de données, d'accès à un réseau de communication ou d'hébergement d'informations, y compris lorsqu'ils ne sont pas rémunérés par ceux qui les reçoivent.

Le commerce électronique constitue aujourd'hui la forme la plus achevée du commerce à distance. L'acheteur dispose d'un moyen supplémentaire, rapide et efficace pour contracter sans déplacement physique, d'une variété de produits et services nationaux et internationaux qui ne se trouvent pas forcément dans les magasins, d'une possibilité de comparer les prix facilement.<sup>1</sup>

Mon intervention portera sur l'ensemble de la protection du cyberconsommateur lorsqu'il contracte sur un site marchand en ligne. Tout d'abord, la protection du consommateur vise à sécuriser sa transaction du début à la fin, c'est-à-dire que la réglementation du commerce électronique encadre la prospection en ligne. Le cybermarchand est tenu de mettre en ligne des offres électroniques légales. Il y a de nombreuses mentions légales qui doivent apparaître sur son site internet.

Ensuite, lors de la formation du contrat, des problèmes se posent essentiellement au moment de sa conclusion. La loi a imposé un certain nombre d'obligations de la part du cybermarchand.

Enfin, le commerce électronique comme pratique nouvelle pose certains problèmes, parmi les majeurs, celui lié à la publicité et le paiement en ligne, car les fraudes relatives à la publicité mensongère<sup>2</sup> et le paiement sur Internet sont nombreux. Des outils ont été mis en place afin de limiter ces fraudes et de sécuriser les paiements en ligne.

Il convient dans un premier temps d'examiner la protection avant la conclusion du contrat électronique (Chapitre 1) et dans un deuxième temps la protection lors de l'exécution du contrat et les effets de ce dernier (Chapitre 2).

---

<sup>1</sup> V. Pierre ARHEL, « Internet et commerce électronique (Droit de la concurrence) », Université de Paris I (Panthéon-Sorbonne), répertoire Dalloz, janvier 2013.

<sup>2</sup> V. Monique LUBY, Publicité commerciale – Dalloz, janvier 2005 (actualisation : mai 2017).

## **Chapitre 1 : La protection avant la conclusion du contrat électronique**

En vertu de la loi 31-08 relative à la protection du consommateur,<sup>3</sup> le cyberconsommateur est tenu de respecter l'obligation d'information renforcée avant la formation du contrat. Cette obligation d'information est très stricte et doit être respectée tant dans les publicités que les offres électroniques.

Il est nécessaire que le consommateur soit clairement informé sur les produits qu'ils désirent acheter, il ne doit pas par exemple être victime d'une publicité trompeuse ou mensongère. Tout doit être fait pour que le cyberconsommateur soit mis en confiance avant son consentement.

Ce dispositif de protection ne vise donc pas que le contrat électronique au stade de sa formation (Section 1) mais englobe aussi toute la phase préalable à la formation du contrat électronique, c'est-à-dire la prospection en ligne se traduisant plus couramment par la publicité électronique et l'offre électronique (Section 2).

### **Section 1. De la formation des ventes sur un site marchand en ligne**

Comme dans le commerce traditionnel, le meilleur moyen d'attirer le consommateur réside dans des campagnes de publicité adaptées et ciblées. L'Internet permet à la fois une publicité de masse et sur mesure.

La publicité peut être définie comme toute forme de communication faite dans le cadre d'une activité commerciale dans le but de promouvoir la fourniture de biens et de services.

La publicité électronique présente des dangers car pour attirer le consommateur, les cybermarchands peuvent employer des techniques qui contiennent de fausses informations ou omettent certains renseignements de façon à induire en erreur le consommateur et à l'inciter à contracter. Il s'agit donc, d'une publicité ciblée par la diffusion d'annonces sélectionnées en temps réel en fonction des sites internet et des pages consultées par les internautes ou grâce aux informations recueillies par les témoins de connexion placés sur le disque dur de ces mêmes internautes, qui permettent aux professionnels de dresser le profil de clients potentiels et de leur adresser ensuite des messages correspondant à leurs attentes et centres d'intérêt.

---

<sup>3</sup> Dahir n° 1-11-03 de 18 février 2011 portant promulgation de la loi n° 31-08 édictant des mesures de protection du consommateur ; Bulletin officiel n° 5932, 7-4-2011, p. 347.

Le législateur marocain a mis en place une réglementation complète pour encadrer la publicité lorsqu'elle s'adresse au consommateur en insistant plus particulièrement sur l'ensemble des informations à fournir.

En effet, dans l'objectif de garantir la protection du consommateur, la loi 31-08 édictant des mesures de protection du consommateur a interdit certaines clauses abusives et certains types de publicité.

Ainsi, pour éviter toute ambiguïté ou fausse interprétation de la publicité, le législateur marocain a exigé à tout fournisseur de respecter certaines consignes.

Tout d'abord, l'identification précise de la publicité fait partie des règles incontournables en matière de publicité électronique. Plus précisément, chaque publicité diffusée par un service de communication au public en ligne doit être clairement identifiable, tout comme l'annonceur pour le compte duquel elle est réalisée.

Toute personne dont l'activité est d'éditer un service de communication au public en ligne doit communiquer certaines informations : les personnes physiques doivent communiquer leur nom, prénom, domicile et numéro de téléphone, si elles sont inscrites au registre de commerce, il faudrait indiquer le numéro d'inscription. Les personnes morales devront préciser les mêmes informations ainsi que leur dénomination ou raison sociale et leur capital social, etc. (art. 29).

Par ailleurs, il est utile dans ce cadre de noter que la publicité comparative n'est autorisée que si elle est loyale, véridique et qu'elle ne soit pas de nature à induire en erreur le consommateur.<sup>4</sup>

Pour renforcer cette protection, certaines consignes relatives à la publicité ont été exigées par le législateur, il s'agit notamment :

- de donner une information claire et compréhensible concernant le droit de s'opposer, pour l'avenir, à recevoir les publicités ;
- d'indiquer et de mettre à la disposition du consommateur un moyen approprié pour exercer efficacement ce droit par voie électronique.

## **Section 2. Le non-respect de ces obligations précontractuelles**

Dans un premier temps, la distinction faite entre la nature précontractuelle ou contractuelle de l'obligation d'information n'est pas utile pour le commerce

---

<sup>4</sup> Art 22 de la loi n° 31-08.

électronique, car cette obligation est prévue en la matière, par des textes spéciaux qui protègent efficacement le consommateur de tout risque de tromperie et de mauvaise surprise. Le respect de cette obligation est d'ordre public. Toutes ces précautions sont nécessaires au vu de protéger le consentement du consommateur. Dans un second temps on s'aperçoit que le consommateur peut jouer sur un terrain d'attaque en cas de manquement à cette obligation, c'est-à-dire la sanction pénale ou civile. La loi sanctionne aussi l'inexactitude des informations fournies :

- L'inexécution peut être sanctionnée civilement

Le consommateur devra invoquer les règles de droit-commun prévues à cet effet, c'est-à-dire l'action pour vices du consentement ou l'octroi de dommages et intérêts.

- L'inexécution sanctionnée pénalement

Des sanctions pénales sont prévues en cas de violation de l'obligation d'information en matière de contrat à distance. Il convient de souligner que le manquement à une des conditions relatives à l'information expose son auteur à des sanctions pénales, à savoir une amende de 10 000 à 50 000 dirhams.<sup>5</sup>

D'autres sanctions sont possibles sur d'autres fondements notamment, celui de la publicité mensongère, de la tromperie sur les caractéristiques essentielles des produits ou services.

En cas de litige entre le fournisseur et le consommateur, la charge de la preuve incombe au fournisseur notamment en ce qui concerne la communication préalable des informations, leur confirmation et le respect des délais ainsi que le consentement du consommateur.<sup>6</sup>

## **Chapitre 2. De la protection du consommateur lors de la conclusion du contrat**

Le contrat électronique est un contrat conclu à distance sous forme électronique par lequel un commerçant ou un prestataire de services propose à un destinataire identifié ou au public un bien ou un service déterminé moyennant un prix. Sans ce type de contrat, le commerce électronique serait inexistant.

<sup>5</sup> Art. 176 de la loi n° 31-08.

<sup>6</sup> Art. 34, *Ibid.*

Des règles donc doivent être respectées (Section 1) sous peine de sanctions civiles et pénales (Section 2).

### **Section 1. Les règles applicables au contrat électronique**

En droit marocain, deux types de règles sont applicables au contrat électronique :

- Les règles générales du régime de droit-commun des obligations et des contrats contenues dans le Code des obligations et des contrats ;
- Les règles spéciales prévues par la loi n° 53-05 relative à l'échange électronique de données juridiques.

Premièrement, les règles générales relatives au droit-commun des obligations et des contrats : Le contrat électronique, comme n'importe quel contrat, doit répondre aux conditions générales de forme et de fond prévues par le Code des obligations et des contrats.<sup>7</sup>

Deuxièmement, quant aux règles spéciales prévues par la loi n° 53-05 relative à l'échange électronique de données juridiques :<sup>8</sup>

Ces règles spéciales ont été édictées par le législateur marocain pour tenir compte des spécificités qui caractérisent le contrat électronique, et pour sécuriser le commerce électronique. Ces règles intéressent l'offre (§1) et l'acceptation<sup>9</sup> (§2) qui président à la formation du contrat électronique, l'équivalence de l'écrit électronique à l'écrit support papier, la signature électronique et l'archivage électronique. Outre, d'autres règles prévues sécurisent le contrat électronique (§3).

#### **§1. L'offre électronique**

Consiste pour un commerçant ou un prestataire de services à mettre à la disposition du public, sous forme électronique, des informations<sup>10</sup> contractuelles ou autres sur des biens et services en vue de la conclusion du contrat électronique. Ces informations sont communiquées par courriers électroniques

<sup>7</sup> Florence MAS, « La conclusion des contrats du commerce électronique » – Emmanuel Putman – RTD civ. 2006. 429

<sup>8</sup> Dahir n° 1-07-129 du 30 novembre 2007 portant promulgation de la loi n° 53-05 relative à l'échange électronique de données juridique.

<sup>9</sup> GOLLA romain, *Droit du commerce électronique : Guide pratique du e-commerce*, Gualino, p. 301 et svt.

<sup>10</sup> V. Jérôme Passa, « Commerce électronique et protection du consommateur » D. 2002. 555

quand les particuliers ont donné leur consentement ou quand les professionnels ont transmis leurs coordonnées électroniques. Dans la perspective de conclure un contrat électronique, l'offre émanant du commerçant ou du prestataire de services doit comporter les mentions obligatoires suivantes sur le bien ou service proposé ;<sup>11</sup> sinon elle ne vaut que comme simple publicité :

- 1 - les principales caractéristiques du bien, du service proposés ou du fonds de commerce concerné ou l'un de ses éléments ;
- 2 - les conditions de vente du bien ou du service ou celles de cession du fonds de commerce ou l'un de ses éléments ;
- 3 - les différentes étapes à suivre pour conclure le contrat par voie électronique et notamment les modalités selon lesquelles les parties se libèrent de leurs obligations réciproques ;
- 4 - les moyens techniques permettant au futur utilisateur, avant la conclusion du contrat, d'identifier les erreurs commises dans la saisie des données et de les corriger ;
- 5 - les langues proposées pour la conclusion du contrat ;
- 6 - les modalités d'archivage du contrat par l'auteur de l'offre et les conditions d'accès au contrat archivé, si la nature ou l'objet du contrat le justifie ;
- 7 - les moyens de consulter, par voie électronique, les règles professionnelles et commerciales auxquelles l'auteur de l'offre entend, le cas échéant, se soumettre. L'auteur de l'offre est engagé par cette dernière pour la durée qu'elle prévoit ou en l'absence de cette durée, tant que ladite offre est accessible au public, par voie électronique.

## §2. L'acceptation électronique

Émane du destinataire de l'offre, après prise de connaissance, par celui-ci, de ladite offre et modifications éventuelles. Elle doit être confirmée et envoyée à l'auteur de l'offre qui doit en accuser réception « sans délai injustifié » par voie électronique.

Il est à noter que la notion légale de « délai injustifié » est pour le moins floue. L'acceptant sera dès lors irrévocablement lié par l'offre qui lui a été faite, dès la réception de son acceptation par l'auteur de l'offre ; c'est-à-dire dès que l'acceptation sera placée dans la boîte électronique de l'offrant.

Or, la loi reconnaît, dorénavant, à l'écrit électronique, la même force probante que celle dont est doté l'écrit sur support papier, du moment qu'il permet

---

<sup>11</sup> V. Cyrille Noblot, *Droit de la consommation*, Lextenso édition, Paris, p. 56

d'identifier son auteur et que son intégrité est préservée lors de son établissement et de sa conservation. L'écrit électronique fera lui-même l'objet d'une signature électronique<sup>12</sup> qui peut être sécurisée. Cette sécurisation implique le recours à un procédé fiable d'identification permettant de rattacher ladite signature à l'acte sur lequel elle est apposée.

Lors de sa création, une signature électronique dite « sécurisée », lorsque l'identité du signataire est assurée et l'intégrité de l'acte sur lequel elle est portée, est garantie. Pour être parfait, l'écrit électronique doit comporter une signature électronique sécurisée<sup>13</sup> et être horodaté ; ce qui lui confère la même force probante que l'écrit sur support papier ayant date certaine et dont la signature a été légalisée. De même, des originaux ou des copies d'écrits électroniques sont admis notamment comme preuve,<sup>14</sup> dès lors que les règles ci-dessus exposées ont été respectées et que leur conservation permet à chaque partie d'en obtenir des exemplaires ou d'y avoir accès.

### § 3. La sécurité des transactions

Le développement du commerce électronique est dépendant du niveau de sécurité offert sur Internet. Toujours dans un souci de sécuriser les transactions électroniques. Le législateur a prescrit d'autres consignes, on cite notamment celles qui sont relatives au paiement en ligne et la protection de la vie privée.

#### a. Le paiement en ligne

Est considéré comme un instrument de paiement électronique, « un instrument permettant à son titulaire d'effectuer les types d'opération décrits à l'article ». C'est-à-dire les transferts de fonds, d'argent, liquide, chargement et déchargement d'un instrument de monnaie électronique.

Dans ce cadre certaines exigences d'information minimales auxquelles devront satisfaire les conditions appliquées aux transactions réalisées par le biais d'instruments de paiement électronique : l'émetteur devra notamment communiquer des conditions contractuelles avant la délivrance de l'instrument de paiement (frais facturés, taux de change, ...).

<sup>12</sup> Eric BARBRY, « Les contrats souscrits sous forme électronique : de nouvelles conditions de « validité », Gazette du Palais - 12/10/2004 - n° 286 - page 24.

<sup>13</sup> Hicham Bekhfaoui, « la réalité du commerce électronique au Maroc », Revue droit et affaires, n° 1, 2011, p. 87.

<sup>14</sup> GOLLA romain V, *Droit du commerce électronique: Guide pratique du e-commerce*, Gualino, p. 335 et svt. p. 351.

D'autres règles minimales à respecter au niveau de la définition des obligations et des responsabilités respectives des parties concernées : le titulaire doit notamment protéger son numéro d'identification personnel, notifier immédiatement la perte ou le vol de l'instrument de paiement, etc.

#### **b. La protection des consommateurs et de la vie privée**

##### 1. La protection des données personnelle<sup>15</sup>

Le paiement par carte pose un problème supplémentaire au regard de la protection des individus dans la mesure où il permet d'étudier précisément le comportement des utilisateurs et d'établir des profils types. Le danger provient des données créées lors de l'utilisation de la carte. Ainsi, la loi n° 09-08 relative à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel dicte des peines pour l'atteinte à la vie privée.

##### 2. La sécurisation des transactions par la cryptologie

La cryptologie permet de sécuriser les transactions en assurant l'authentification, la non-répudiation (à l'émission ou à la réception), l'intégrité et la confidentialité des données transmises.

#### **Section 2. De la protection du consommateur après l'exécution du contrat**

On se contentera de traiter la garantie des vices (§1), et le droit de rétractation (§2).

##### **§1. Garantir les vices**

Il s'agit des garanties énoncées dans le Code des obligations et des contrats dans son article 549. En effet, le vendeur garantit les vices de la chose qui en diminuent sensiblement la valeur, ou la rendent impropre à l'usage auquel elle est destinée d'après sa nature ou d'après le contrat. Les défauts qui diminuent légèrement la valeur ou la jouissance, et ceux qui sont tolérés par l'usage, ne donnent pas ouverture à garantie.

Le vendeur garantit également l'existence des qualités par lui déclarées, ou qui ont été stipulées par l'acheteur.

---

<sup>15</sup> V. Formation du contrat de commerce électronique, Commerce électronique – Céline CASTETS-RENARD – juillet 2016, n°96 ; La protection des données dans le commerce électronique – Ulf Brühann – RMCUE 1999. 464, Revue du Marché commun et de l'Union européenne 1999 p.464

Toute action en justice découlant des défauts nécessitant la garantie ou du fait que l'objet vendu est dépourvu des qualités promises, doit être intentée dans les délais suivants, à peine de forclusion :

- pour les immeubles, dans les deux ans après la livraison ;
- pour les biens meubles, dans l'année suivant la livraison.

Ces délais ne peuvent être réduits par accord entre les contractants.

Il convient de constater que par souci de protection, les délais stipulés dans la loi 31-08 sont plus courts que ceux qui sont énoncés dans les articles 573 et 553 du Code des obligations et des contrats.

Outre la garantie légale, une garantie dite « conventionnelle » a été prescrite en vertu de l'article 66 de la loi 31-08, dans ce cas, « le fournisseur doit définir précisément la durée, la portée et les conditions de cette garantie ».

Par ailleurs, l'acheteur qui a souffert l'éviction totale de la chose sans qu'il y ait eu, de sa part, reconnaissance du droit de l'évinçant a le droit de se faire restituer :<sup>16</sup>

1. Le prix qu'il a déboursé et les loyaux coûts du contrat ;
2. Les dépens judiciaires qu'il a faits sur la demande en garantie ;
3. Les dommages qui sont la suite directe de l'éviction.

Ce cas concerne notamment le cas où le vendeur détruit à distance l'objet du contrat par le biais d'un verus.

## **§2. Le droit de rétractation**

En vertu de l'article 36 loi 31-08, le consommateur dispose d'un délai :

- de sept jours pour exercer son droit de rétractation ;
- de trente jours pour exercer son droit de rétractation, si le fournisseur n'honore pas son engagement de confirmer par écrit les informations prévues dans les articles 29 et 32 de ladite loi.

Et cela, sans avoir à se justifier, ni à payer des pénalités, à l'exception, le cas échéant, des frais de retour.

---

<sup>16</sup> Art. 538c de la loi n° 31-08.

Ces délais courent à compter de la date de réception du bien ou de l'acceptation de l'offre pour les prestations de services.

Lorsque le droit de rétractation est exercé, le fournisseur est tenu de rembourser, sans délai, au consommateur le montant total payé et au plus tard dans les 15 jours suivant la date à laquelle ce droit a été exercé. Au-delà, la somme due est, de plein droit, productive d'intérêts au taux légal en vigueur.<sup>17</sup>

## Bibliographie

### Ouvrages

Alarbi JANAN, *La contractualisation électronique en droit marocain : étude comparative* (en langue arabe), Imp. Alwaraka alwatania, Marrakech, 2008.

Cyril Noblot, *Droit de la consommation*, Lextenso édition, Paris, 2012.

Idris Enaouazli, *La protection des contrats commerciaux électroniques en droit marocain* (en langue arabe), Imp. Alwaraka alwatania, Marrakech, 1ère éd. 2010.

Jean-Paul Lafrance, Pierre Brouillard, *Le commerce électronique : Y a-t-il un modèle québécois?* Presses de l'Université du Québec, 2002.

Judith ROCHFELD, *Les nouveaux défis du commerce électronique*, Lextenso éditions. 2010.

Romain GOLLA, *Droit du commerce électronique: Guide pratique du e-commerce*, Gualino, p. 301 et svt.

Yvean AUGUET, *Droit de la concurrence*, Ellipses, Paris, 2002.

### Articles

Céline CASTETS-RENARD, « Commerce électronique », répertoire de droit européen et international, Dalloz, juillet 2016.

Didier FERRIER, « Comment avoir confiance dans la contractualisation par voie électronique...? », *Revue des contrats*, 01/04/2005, n°2, p. 548.

DRAETTA Ugo, « Internet et commerce électronique en droit international des affaires », Bruylant-FEC, 2003.

Eric BARBRY, « Les contrats souscrites sous forme électronique : de nouvelles conditions de « validité » », *Gazette du Palais*, 12/10/2004, n°286, p. 24.

---

<sup>17</sup> Art. 37, *Ibid.*

Hicham Bekhfaoui, « La réalité du commerce électronique au Maroc, Revue droit et affaires », n° 1, 2011, p. 87.

Pierre ARHEL, « Internet et commerce électronique (Droit de la concurrence) », répertoire de droit commercial, Dalloz, janvier 2013.

Jean Monnet, « Commerce électronique – Le recommandé par mail enfin possible ! », Juris tourisme / J.C.-B. — JT 2011, n°129, p.7 — 10 mars 2011

### **Lois**

Code des obligations et des contrats marocain.

Dahir n° 1-11-03 de 18 février 2011 portant promulgation de la loi n° 31-08 édictant des mesures de protection du consommateur; Bulletin officiel n° 5932, 7-4-2011, p. 347.

Dahir n°1-14-116 du 2 ramadan 1435 (30 JUIN 2014) portant promulgation de la loi n° 104-12 relative à la liberté des prix la concurrence; Bulletin Officiel n° 6280 du 10 chaoual 1435 (7 Août 2014), p. 3731.

Dahir n° 1-07-129 du 30 novembre 2007 portant promulgation de la loi n° 53-05 relative à l'échange électronique de données juridique.

La loi n° 09-08 relative à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel dicte des peines pour l'atteinte à la vie privée.