



Les obligations juridiques de votre site e-commerce

Ce qu'il faut savoir avant d'ouvrir votre site marchand

CGV, RETRACTATION, AVIS CLIENTS, SOLDES ET PRATIQUES COMMERCIALES

Romain Mirabile

Avocat au Barreau de Paris

Ce document n'est en aucun cas une consultation et Mirabile Avocat ne prendra aucune responsabilité si les informations ne sont pas vérifiées.

Sommaire

Introduction	3
01. Quels sont les documents juridiques obligatoires ?	4
1.1 Les Conditions générales de vente (CGV)	4
1.2 Une annexe mentionnant le droit de rétractation	4
1.3 Les mentions légales du site	4
1.4 La politique de confidentialité et de cookies	4
1.5 Les langues disponibles	4
02. Comment me plier aux obligations juridiques ?	5
2.1 Le processus de vente	5
2.2 Les étapes du processus de vente	5
2.3 Le droit du client de se rétracter	6
2.4 Les avis clients en ligne	7
2.5 Les annonces de réduction de prix	8
2.6 Les périodes de soldes	9
2.7 Affichage des prix	10
03. Comment m'assurer de respecter les pratiques commerciales autorisées ?	11
Annexe : sources et périmètres	14

Introduction

Quelles sont les démarches à suivre avant de lancer mon site de commerce en ligne ?

Suis-je en bonne conformité juridique avant d'ouvrir mon site internet au grand public ?

Quels documents juridiques dois-je impérativement avoir avant d'ouvrir le site e-commerce aux clients ?

Quelles sanctions pénales et/ou administratives suis-je susceptible d'encourir s'il manque un ou plusieurs documents juridiques ou si ceux-ci ne sont pas conformes ?

Le présent Livre Blanc répond à ces questions.

Il s'adresse aux :

- **Commerçants** souhaitant mettre leurs produits et/ou leurs services en ligne ;
- **Dropshippers** ;
- **Startups ou autres sociétés** souhaitant développer une activité de vente en ligne, ou
- **Commerçants** cherchant à gagner en visibilité grâce à un site marchand.

Un avocat spécialisé doit intervenir dès les premières étapes de la création de votre site de commerce en ligne, ou dès la notification d'une non-conformité.

Bonne lecture.

01

Quels sont les documents juridiques obligatoires sur un site de e-commerce ?

Lorsque le consommateur passe une commande sur un site, il doit pouvoir impérativement y trouver les documents juridiques suivants¹ :

1.1 Les Conditions générales de vente (CGV)

Ce document expose au consommateur les conditions d'achat d'un produit ou d'un service sur votre site : délais de livraison, garanties légales, recours du consommateur, moyens de paiement acceptés.

1.2 Une annexe aux conditions de vente mentionnant le droit de rétractation du consommateur

Cette annexe doit impérativement figurer dans les CGV et comporter le délai du droit de rétractation légal de **14 jours**.

1.3 Les mentions légales du site

Ces mentions permettent au consommateur d'identifier la société exploitant le site e-commerce, de connaître l'hébergeur du site et le responsable de la rédaction.

1.4 La politique de confidentialité et de cookies²

Ce document informe le consommateur sur le **traitement de ses données personnelles** : types de données collectées, destinataires et durée de conservation.

Le consommateur doit aussi être informé de la présence de cookies sur le site, avec la distinction entre cookies nécessaires au fonctionnement, cookies marketing et cookies de préférence. Si le site utilise des cookies, une fenêtre pop-up doit apparaître à l'écran pour que le consommateur puisse les accepter, les refuser ou en moduler l'usage.

1.5 Les langues disponibles

Toutes les informations destinées à un consommateur français doivent être **rédigées en français**. Pour une clientèle internationale, les CGV doivent être **adaptées dans les langues des pays visés**.

¹ Loi Hamon, 2014

² RGPD (protection des données personnelle)

02

Comment me plier aux obligations juridiques en matière de e-commerce lorsque le client passe une commande sur mon site ?

2.1 Le processus de vente

Au moment de passer commande, le consommateur doit avoir la possibilité de procéder à la vérification de son panier avant de passer au paiement (i.e. modifications produits et prix) ³.

Cela inclut pour le consommateur de pouvoir :

- Vérifier le détail de sa commande ;
- Vérifier son prix total ;
- Corriger d'éventuelles erreurs commises dans la saisie des données avant de confirmer la commande en vue de l'accepter définitivement ;
- Avoir accès à la commande, la confirmation de l'acceptation de l'offre, et l'accusé de réception qui seront alors considérés comme étant reçus.
- D'accéder aux langues proposées pour passer commande sur le site parmi lesquelles doit figurer la langue française.

Le risque en l'absence de ce mécanisme est que la vente ne soit pas considérée comme valable.

2.2 Les étapes du processus de vente

Le professionnel de e-commerce doit respecter plusieurs étapes obligatoires dans le processus de vente de son produit ou service :

Etape 1 : L'acceptation des CGV

Elles doivent être :

- Portées clairement à la **connaissance du client** ;
- Avoir été **lues** par le client ;
- **Acceptées** par un « clic » d'une case non-précochée⁴ ;
- **Transmises** via un support durable (comme un PDF ou en format imprimable)⁵

³ Articles 1127-1 et 1127-2 Code civil

⁴ Des décisions de la Cour de Justice de l'Union européenne et de la Cour de cassation en 2012 ont jugé qu'insérer les CGV via un lien hypertexte n'était pas valable.

⁵ Article L. 221-13 du Code de la consommation

Quels risques j'encours si je ne laisse pas la possibilité aux clients d'accepter les CGV dans les modalités décrites ci-dessus ?

- Une amende administrative de **75 000 €** pour les personnes morales⁶ en cas de non-communication d'un support durable et la même amende en cas de non-acceptation des CGV de manière adaptée (conduit à ne pas avoir informé le consommateur)⁷.

Etape 2 : La confirmation de commande

Une confirmation de commande doit être envoyée par mail dès le passage de la commande, afin d'en accuser réception⁸.

Ce mail **doit contenir** les informations suivantes :

- Le nom du professionnel ou sa dénomination sociale, l'adresse géographique de son établissement et, si elle est différente, celle du siège social, son numéro de téléphone et son adresse électronique ;
- **Les frais** de livraison ;
- Les modalités de **paiement, de livraison ou d'exécution** ;
- Les informations relatives à la **garantie légale** ;
- **Les conditions, le délai et les modalités d'exercice** du droit de rétraction si applicable ainsi que le formulaire type de rétractation le droit de rétractation.

Attention : Si ce droit ne s'applique pas, l'information selon laquelle le consommateur n'en bénéficie pas ou, le cas échéant, les circonstances dans lesquelles il perd son droit de rétractation, doit être communiquée.

- Les caractéristiques essentielles du produit/service ;
- Les dates ou les délais de livraison.⁹

2.3 Le droit du client de se rétracter

Le consommateur dispose d'un droit de rétractation s'il ne souhaite plus effectuer l'achat en ligne.

Un délai de **quatorze jours** est imposé au bénéfice du consommateur pour exercer son droit de rétractation d'un contrat conclu à distance.

Ce délai est prolongé de **douze mois** à compter de l'expiration du délai de rétractation initial si le consommateur n'a pas eu connaissance de son droit de rétractation¹⁰.

Le professionnel doit informer le consommateur qu'il possède :

⁶ Article L. 242-11 du Code de la consommation

⁷ Article L. 242-10 du Code de la consommation

⁸ Article 1127-2 Code civil et Article L221-13 du Code de la consommation

⁹ Article L221-5 du Code de la consommation

¹⁰ Articles L111-1, L221-5 à L221-20 Code de la consommation

- **14 jours** à compter de la réception du bien afin de bénéficier de ce droit¹¹ ;
- Après avoir informé le professionnel, **14 jours** pour renvoyer le produit ;

De son côté, le professionnel disposera de **14 jours** afin de rembourser les sommes¹² à compter de la date où il apprend que le consommateur se rétracte ou à compter de la réception du bien.

Le professionnel peut mettre un formulaire de rétractation en annexe à disposition du consommateur¹³.

Modèle de formulaire de rétractation conforme :

A l'attention de [NOM DE LA SOCIETE], dont le siège social est situé au [ADRESSE COMPLETE], et dont les coordonnées sont [Numéro de téléphone] et [adresse mail] :

Je/Nous (*) vous/nous (*) notifie/notifions par la présente ma/notre (*) rétractation du contrat de vente des biens (*) /de prestation des services (*) ci-dessous :

Commandé le (*) /reçu le (*) :

Nom du (des) consommateur(s) :

Adresse du (des) consommateur(s) :

Signature du (des) consommateur(s) (uniquement en cas de notification du présent formulaire sur papier) :

Date :

Ce droit de rétractation connaît des exceptions. Le client ne peut pas se rétracter pour :

- Produits périssables rapidement,
- La fourniture de biens ou de services dont le prix dépend de fluctuations sur le marché financier échappant au contrôle du professionnel,
- Des biens ou services personnalisés ou faits sur mesure,
- Des produits qui ont été descellés et qui ne peuvent être renvoyés pour des questions d'hygiène ou de protection de la santé,
- Des services pleinement exécutés avant la fin du délai de rétractation, ou encore, des contrats conclus lors de ventes aux enchères, etc. ¹⁴

¹¹ Articles L. 221-23 et R. 222-3 Code de la consommation

¹² Article L. 221-24 du Code de la consommation

¹³ Article L.221-21 et R.222-1 du Code de la consommation

¹⁴ Article L. 221-28 du Code de la consommation

2.4 Les avis clients en ligne

En tant que professionnel du e-commerce, vous avez un devoir d'information envers les clients¹⁵ si vous offrez la possibilité de publier des avis en ligne. Deux obligations en découlent :

- Lorsque vous offrez la possibilité aux clients **d'émettre des avis et de les publier sur votre propre site** :
- Vous devrez y faire apparaître **la date de publication de chaque avis ainsi que celle de l'expérience concernée par l'avis** par exemple.
- Vous devrez vous assurer de la **fiabilité des avis clients en ligne et de leurs caractéristiques** :
- Vous devez faire apparaître les **caractéristiques principales du contrôle des avis lors de leur collecte, de leur modération ou de leur diffusion**¹⁶.

Attention : Le consommateur donnant son avis doit avoir *réellement* acheté le produit ou utilisé le service¹⁷. Vous devrez ainsi contrôler la véracité de l'expérience client.

Quels sont les risques que j'encours en tant que e-commerçant en cas d'émission de faux avis en ligne ou de modification des réels avis en ligne ?

- Une punition d'une amende pénale de **375 000 €** pour une personne morale.¹⁸

Ai-je un recours quelconque en cas de publication d'avis client dits « de complaisance » ?

- Dans ce cas de figure, si vous supprimez ou rejetez l'avis, la plateforme en ligne devra justifier les motifs de rejet de l'avis client.¹⁹

2.5 Les annonces de réduction de prix

Les professionnels du e-commerce pratiquent régulièrement des réductions de prix pour stimuler les ventes ou écouler certains articles. Ces réductions ne peuvent toutefois pas être appliquées sans respecter un cadre précis.

Qu'est-ce qu'une annonce de réduction de prix ?

Les annonces de réduction de prix sont « *les prix antérieurs pratiqués au cours des 30 derniers jours précédant par le professionnel avant l'application de la réduction de prix* »²⁰.

¹⁵ Article D. 111-10 du Code de la consommation

¹⁶ Article L111-7-2 du Code de la consommation & Article L121-4 du Code de la consommation

¹⁷ Article L. 121-4 Code de la consommation

¹⁸ Article L. 131-4 du Code de la consommation

¹⁹ Article L. 111-7-2 al. 4 du Code de la consommation

²⁰ Article L. 112-1-1 du code de la consommation

Quels sont les points juridiques à avoir en tête avant d'appliquer des réductions de prix en ligne ?

- Le prix antérieur est le prix le plus bas pratiqué sur le site de vente en ligne ou dans le catalogue qui réalise l'annonce de réduction de prix.
- Lorsque plusieurs établissements sont sous l'égide d'une même personne morale, le prix antérieur de référence est celui pratiqué par l'établissement concerné.
- Si une annonce de réduction de prix donne l'impression que la réduction s'applique sur le site internet et en magasins alors que ne sont concernés que certains sites internet, ce sera alors évalué au regard des pratiques commerciales déloyales.

Quelques exemples concrets :

- *L'opération promotionnelle du Black Friday est une annonce de réduction de prix.*
- *Mais, la simple utilisation de l'expression « prix bas » ne suffit pas à caractériser une annonce de réduction de prix.*

Et si je décide d'annoncer une réduction de prix sur mes produits et/ou services mais qu'en réalité je souhaite écouler le stock d'un produit/service qui ne se vend pas bien ?

Cela peut être constitutif d'une pratique commerciale trompeuse et donc cela fait courir un risque pénal pour le professionnel de **maximum 1,5 million d'euros pour les personnes morales**²¹.

2.6 Les périodes de soldes

Les **soldes** sont des ventes accompagnées ou précédées de publicité et annoncées comme tendant, par une réduction de prix, à l'écoulement accéléré de marchandises en stock²².

Les soldes ont lieu 2 fois par an en hiver et en été. La période précise des soldes de chacune de ces saisons est fixée par arrêté pour une durée de **4 semaines** :

- Les soldes d'hiver débutent le deuxième mercredi du mois de janvier à 8 heures du matin. Cette date est avancée au premier mercredi du mois de janvier lorsque le deuxième mercredi intervient après le 12 du mois.
- Les soldes d'été débutent le dernier mercredi du mois de juin à 8 heures du matin. Cette date est avancée à l'avant-dernier mercredi du mois de juin lorsque le dernier mercredi intervient après le 28 du mois.

Des dates différentes sont prévues pour les départements d'outre-mer et dans les régions frontalières.

Des dates dérogatoires peuvent être amenées également à s'appliquer pour les départements Lorrains de la Meurthe-et-Moselle, Meuse, Moselle et Vosges.

Le e-commerce s'aligne sur les dates nationales du commerce traditionnel indépendamment du lieu du siège de l'entreprise.

²¹ Article L. 132-2 du Code de la consommation

²² Article L310-3 du Code de commerce

A quels risques suis-je potentiellement exposé ? |

- L'usage illicite des termes de « soldes » ou de ses dérivés est puni d'une amende de **15 000 €** pour les entrepreneurs individuels et **75 000 €** pour les sociétés.²³
- Le fait de gonfler artificiellement le prix de référence avant les soldes peut constituer une pratique commerciale trompeuse punie de **2 ans** d'emprisonnement et **300 000 €** d'amende pour les entrepreneurs individuels, ou **1 500 000 €** pour les sociétés.

Sur quels types de produits puis-je appliquer des | soldes ? |

- Les produits qui sont proposés à la vente depuis au moins 1 mois avant le début de la période de soldes.
- Applicable à tout le stock disponible du e-commerçant ou seulement une partie, sur les produits neufs ou d'occasion.
- Attention toutefois, si un produit n'est plus disponible, le commerçant ne pourra pas se réapprovisionner pour le vendre au prix soldé par la suite.

2.7 Affichage des prix

La réglementation française impose plusieurs obligations pour la vente e-commerce, notamment :

1. L'information sur les prix qui doivent être indiqués en euros et toutes taxes comprises (TTC) et de **manière visible et compréhensible**²⁴ ;
2. Les éventuels frais supplémentaires doivent être indiqués, **comme le cas de l'établissement d'un devis ou d'éventuels frais de livraison** ;
3. Le prix global et à l'unité de mesure (**au litre ou au kilo par exemple**) pour les produits alimentaires, d'hygiène ou d'entretien préemballés²⁵, etc.

En cas de promotions :

4. Indication du tarif promotionnel et son prix de référence (=prix pratiqué avant la réduction) ;
5. Toutefois, si la réduction est uniforme sur une catégorie d'articles clairement identifiés, celle-ci peut s'effectuer qu'au moment de payer.

L'affichage du prix de référence :

Pour lutter contre les faux rabais, le professionnel doit afficher le prix le plus bas pratiqué au cours des 30 jours précédant l'offre.

²³ Article L310-5 du Code de commerce

²⁴ Arrêté du 3 décembre 1987 relatif à l'information du consommateur sur les prix

²⁵ Arrêté du 16 novembre 1999

En cas de réduction du prix :

6. Vous devez clairement faire apparaître le prix antérieur sur lequel la réduction est appliquée.
7. Est laissée à votre libre appréciation la manière dont vous ferez apparaître la réduction qui peut être sous la forme d'un pourcentage.

Exemple : « - 20 % » d'une valeur absolue, « 10 euros de réduction », ou bien une réduction avec un prix antérieur barré aux côtés du nouveau prix réduit : « 50 euros (~~100 euros~~) », etc.

En cas de période de soldes :

Pour chaque produit soldé, le professionnel doit faire apparaître, à la fois :

8. Le prix réduit du produit,
9. Le pourcentage de la remise accordée sur le produit soldé,
10. Le prix de référence du produit.

Toutefois, en cas de réductions de prix successives (**ex : en cas de 2e démarque lors des soldes**), le prix de référence est celui pratiqué avant l'application de la première réduction de prix.

Le client du site e-commerce doit pouvoir **distinguer les articles soldés ou à prix réduits des articles non soldés**, par exemple au moyen d'une rubrique dédiée sur le site.

03

Comment m'assurer que je ne mets pas œuvre des pratiques commerciales interdites ?

3.1 En quoi consistent-elles ?

Le commerçant en ligne doit faire attention à ne pas émettre de fausses promotions ou réductions au risque de voir la fausse « promotion » qualifier de « pratiques commerciales trompeuses ».

Des éléments **faux** ou présentés de manière à **induire en erreur le consommateur** dans le but de l'inciter à acheter un produit ou un service qu'il n'aurait pas acheté en connaissance de cause.

Dans quel contexte interviennent-elles ?

Ces pratiques se répartissent en **trois catégories** : les pratiques commerciales déloyales **(1)**, les pratiques commerciales trompeuses **(2)** et les clauses abusives **(3)**.

La Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) met à la disposition des consommateurs des plateformes de signalement ou de résolution amiable des litiges, telle que **SignalConso**²⁶.

Voici comment les distinguer.

1. Les pratiques commerciales déloyales²⁷ :

Elles se caractérisent par leur contrariété :

- 1) Aux exigences de la diligence professionnelle ; et
- 2) Altérant ou susceptibles d'altérer, le comportement économique
- 3) A l'égard d'un bien ou d'un service au regard du « consommateur moyen ».

*Ces pratiques sont interdites et pénalement sanctionnées.*²⁸

2. Les pratiques commerciales trompeuses²⁹ :

Sont visées les pratiques commises avant, pendant et après une transaction commerciale, y compris la phase post-contractuelle.

Elles sont de deux ordres :

²⁶ [Démarches et services en tant que consommateur | Ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie et Ministère chargé du Budget et des Comptes publics](<https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/les-demarches-et-les-services/demarches-et-services-en-tant-que-conso mmateur>)

²⁷ Article L. 121-1 du Code de la consommation

²⁸ Articles **L. 121-1 à L. 121-7** et **L. 132-1 à L. 132-12** du Code de la consommation

²⁹ Article L. 121-1 et s. du Code de la consommation

- 1) **Pratiques trompeuses par action** : celles qui « créent une **confusion** avec un autre bien ou service, une marque, un nom commercial ou un autre signe distinctif d'un concurrent »³⁰ ;

Exemple : l'imitation d'une marque sur un produit proposé à la vente, ou encore le prix ou le mode de calcul du prix qui portent à confusion, le caractère promotionnel du prix et les conditions de vente, la disponibilité du produit.

- 2) **Pratique trompeuse par omission** : lorsqu' « elle omet, dissimule ou fournit de façon inintelligible, ambiguë ou à contretemps une **information substantielle** ou lorsqu'elle n'indique pas sa véritable intention commerciale lorsqu'elle n'en ressort pas déjà du contexte. »

Exemple : omission de l'adresse et l'identité du professionnel, le prix TTC, ou encore, des frais de livraison à charge du consommateur.

Ces pratiques peuvent intervenir à toute étape de la commande, y compris lors d'une remise gratuite d'un produit.

Une **liste noire de 22 pratiques trompeuses** a été établie. On y trouve notamment :

- La promotion d'un produit ou un service similaire à celui d'un autre fournisseur clairement identifié, de manière à inciter délibérément le consommateur à penser que le produit ou le service **provient de ce fournisseur alors que tel n'est pas le cas** ;
- D'affirmer d'un produit ou d'un service qu'il augmente les chances de gagner aux jeux d'argent et de hasard³¹.

Le consommateur qui s'estime lésé peut **invoquer les dispositions relatives à la tromperie** s'il a déjà acheté le produit³².

Qu'est-ce que je risque si je me trouve dans un des cas de pratiques commerciales trompeuses ?

- Le non-respect des dispositions sur les pratiques commerciales trompeuses fait courir un risque pénal pour le professionnel de **maximum 1,5 million d'euros pour les personnes morales**³³.

Et si je suis un e-commerçant établi à l'étranger qui met en œuvre une pratique trompeuse, serais-je susceptible d'être sanctionné par les autorités françaises ?

- La réglementation française s'applique aussi aux pratiques ayant des effets en France, y compris celles | provenant de professionnels étrangers.

Autre exemple : Le fait pour un professionnel d'afficher un certificat ou un label de qualité sans avoir obtenu l'autorisation nécessaire en vue de convaincre le consommateur à l'achat.

³⁰ Article L. 121-2, 1° du code de la consommation

³¹ Article L. 121-4 du code de la consommation

³² Articles 1240 du Code civil et L. 441-1 du Code de la consommation

³³ Article L. 132-2 du Code de la consommation

3. Les « clauses abusives » :

Une clause est « **abusive** » lorsqu'elle a :

- « pour objet ou pour effet de créer, au détriment du consommateur,
- un déséquilibre significatif entre les droits et obligations des parties au contrat ».³⁴
- Des clauses mentionnant ou renvoyant à des dispositions légales ou réglementaires dont le contenu, ou les références et le contenu, est erroné ou n'a pas été mis à jour ;
- Des clauses qui empêchent les recours du consommateur en cas de litige ;
- Des clauses qui déresponsabilisent le professionnel ou la plateforme.

Il existe deux types de clauses abusives :

- Celles qui sont systématiquement interdites car leur caractère abusif est incontestable³⁵ ; et
- Celles qui sont présumées abusives sans être systématiquement interdites³⁶.

La Commission des Clauses Abusives (CCA) a émis en 2023 une recommandation ³⁷relative à la suppression de **69 clauses abusives** défavorables au consommateur.³⁸

Exemple : des dispositions légales ou réglementaires dont le contenu est erroné ou n'avait pas été mis à jour, ou encore, le fait d'entraver la possibilité de recours du consommateur en cas de litige.

³⁴ Articles L. 212-1 et suivants du code de la consommation

³⁵ **Article R. 212-1 du Code de la consommation**

³⁶ **Article R. 212-2 du Code de la consommation**

³⁷ **Recommandation-plateforme.pdf**

³⁸ La CCA a examiné **64 contrats conclus lors d'un achat sur une plateforme de marché**

Annexe : sources et périmètres

Ce guide s'appuie sur les textes légaux et réglementaires applicables au e-commerce en France. Nous distinguons les **textes contraignants** (codes, articles de loi, arrêtés) des **recommandations et outils de bonnes pratiques** (recommandations de la Commission des clauses abusives, plateformes de la DGCCRF), qui n'ont pas la même valeur juridique. Le droit du e-commerce évoluant régulièrement, certains montants, délais ou seuils cités peuvent être modifiés par le législateur ou le pouvoir réglementaire postérieurement à la rédaction de ce document.

- **Code de la consommation**, notamment les articles L.111-1, L.121-1 et suivants et L.132-1 et suivants (pratiques commerciales et clauses abusives), L.212-1 et suivants, L.221-5 à L.221-28 (droit de rétractation), L.242-10 et L.242-11 (sanctions), R.212-1 à R.212-3, R.222-1 à R.222-3, D.111-10. Périmètre : relations avec les consommateurs, France.
- **Code civil**, articles 1127-1 et 1127-2 (formation du contrat électronique) et 1240 (responsabilité délictuelle).
- **Code de commerce**, articles L.310-3 et L.310-5 (période légale des soldes).
- **Arrêté du 3 décembre 1987** et **arrêté du 16 novembre 1999**, relatifs à l'information du consommateur sur les prix.
- **Commission des clauses abusives (CCA)**, recommandation de 2023 relative aux plateformes de marché en ligne.
- **Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF)**, ministère de l'Économie — plateforme SignalConso.
- **Cour de justice de l'Union européenne** et **Cour de cassation**, jurisprudence 2012 sur l'acceptation des conditions générales de vente.
- **Règlement général sur la protection des données (RGPD)**.

Document arrêté à juillet 2026. Le droit du e-commerce évoluant, ces informations doivent être vérifiées avant toute application.

Sécurisons ensemble votre site e-commerce

MIRABILE AVOCAT

Avocat au Barreau de Paris

11 rue de Portalis, 75008 Paris

Tél : 01 87 66 90 27 | rmirabile@mirabile-avocat.com

Toque C 0619

Le cabinet Mirabile Avocat vous accompagne pour le lancement juridique de votre site e-commerce, la vérification de la conformité de vos mentions et documents en ligne, et les démarches devant les Autorités compétentes.

Vous pouvez m'appeler si vous souhaitez me faire part de votre projet.

Tous mes domaines d'expertise consultables sur mon site www.mirabile-avocat.com.



Classements et distinctions

- Best Lawyers 2027, Ones to Watch (droit de l'informatique)
- Best Lawyers 2027, Ones to Watch (droit de la protection des données)
- Leaders League 2026, droit de la distribution (pratique réputée)
- Leaders League 2026, données & cybersécurité (pratique réputée)
- Leaders League 2026, plateformes numériques & applications (pratique réputée)
- Le Point 2026, Meilleur cabinet en droit des nouvelles technologies (4 étoiles)
- Le Point 2026, Meilleur cabinet en droit de la consommation (4 étoiles)

Bénéficiez d'une première prise de contact de 15 minutes.

Prendre rendez-vous