



Vente et offre de service à distance

Distance Selling and Remote Service Provision

Laila FIKRI

Doctorante, Faculté des sciences juridiques et politiques, Université Ibn Tofail

Hind MAJDOUBI

Professeur à la Faculté des sciences juridiques et politiques, Université Ibn Tofail

Résumé

Le développement des techniques de communication à distance a profondément transformé les modalités de conclusion et d'exécution des contrats commerciaux. Depuis la vente par correspondance du XIX^e siècle jusqu'aux contrats conclus par voie électronique, le droit des contrats à distance s'est progressivement construit en réponse à l'évolution des pratiques commerciales. Au Maroc, ce cadre juridique repose principalement sur les dispositions du Dahir des Obligations et des Contrats, complétées par la loi n° 53-05 relative à l'échange électronique de données juridiques et par la loi n° 31-08 édictant des mesures de protection du consommateur. La présente étude examine, dans une première partie, les conditions de formation des contrats de vente et d'offre de services à distance, notamment les règles applicables à l'offre et à l'acceptation, les obligations d'information à la charge des professionnels ainsi que les théories relatives au moment et au lieu de formation du contrat. Dans une seconde partie, elle analyse l'exécution de ces contrats, en particulier les obligations de délivrance et de paiement du prix, ainsi que le droit de rétractation reconnu au consommateur. L'étude met en évidence les tensions qui subsistent entre les différents textes applicables, notamment entre les dispositions du DOC et celles de la loi n° 31-08, et souligne la nécessité d'une harmonisation du cadre juridique applicable aux contrats à distance au Maroc.

Mots clés : *Contrat à distance — vente par correspondance — contrat électronique — droit de rétractation — protection du consommateur — offre — acceptation — loi n° 31-08 — loi n° 53-05 — Dahir des Obligations et des Contrats*

Abstract

The development of distance communication technologies has profoundly transformed the conditions under which commercial contracts are formed and performed. From mail-order sales in the nineteenth century to electronically concluded contracts, the law governing distance contracts has progressively evolved in response to changing commercial practices. In Morocco, this legal framework rests primarily on the provisions of the Dahir of Obligations and Contracts, supplemented by Law No. 53-05 on the electronic exchange of legal data and Law No. 31-08 laying down consumer protection measures. This study examines, in its first part, the conditions for the formation of distance sale and service contracts, including the rules applicable to offer and acceptance, the information obligations incumbent upon professionals, and the theories relating to the time and place of contract formation. In its second part, it analyses the performance of these contracts, focusing in particular on the obligations of delivery and payment of the price, as well as the right of withdrawal recognised to the consumer. The study highlights the tensions that persist between the various applicable texts, notably between the provisions of the DOC and those of Law No. 31-08, and underlines the need for harmonisation of the legal framework governing distance contracts in Morocco.

Keywords : *Distance contract — mail-order sale — electronic contract — right of withdrawal — consumer protection — offer — acceptance — Law No. 31-08 — Law No. 53-05 — Dahir of Obligations and Contracts*



Introduction

La simplification des transactions commerciales entre le vendeur et le consommateur permet non seulement d'abolir les distances et le temps, mais également les frontières géographiques et juridiques. Historiquement, la seule forme de contrat à distance était la vente par correspondance, le vendeur faisant ses offres au moyen de catalogues, prospectus ou annonces, et l'acheteur passant commande par voie postale. La vente par correspondance existe depuis le XIXe siècle ; elle est toujours pratiquée, mais elle n'est plus la seule forme de vente à distance. Depuis les années 1980, des procédés de télécommunication sont utilisés pour contacter les clients : téléphone, télécopie, télévision notamment. Ces procédés tendent à se multiplier et à se diversifier.

En outre, le développement des moyens de télécommunication, à savoir l'internet, donne lieu à la dématérialisation des contrats, ou ce que l'on appelle les contrats électroniques. La loi et la jurisprudence au Maroc n'ont pas donné de définition au contrat à distance. Néanmoins, l'article 25 de la loi n° 31-08 définit trois notions fondamentales : la technique de communication à distance, l'opérateur de techniques de communication et le cyber-commerçant.

Le contrat à distance est ainsi défini par la doctrine comme étant « le contrat conclu par l'utilisation d'une technique de communication à distance, impliquant le défaut de présence physique simultanée des parties ». En ce qui concerne le contrat électronique, la directive européenne du 20 mai 1997 concernant la protection du consommateur en matière de contrats à distance définit la technique de communication à distance comme étant « tout moyen qui, sans présence physique et simultanée, permet la conclusion du contrat entre les parties ». C'est la même définition retenue par l'article 25, alinéa 1er, de la loi n° 31-08.

Au Maroc, le contrat de vente en général est réglementé par le titre premier du livre deuxième du DOC. La vente à distance est un contrat régi, en premier lieu, par les articles 24 à 31 du DOC. Lorsque le contrat est conclu par voie électronique, il est réglementé par la loi n° 53-05 relative à l'échange électronique des données juridiques. Si l'une des parties contractantes est un consommateur, c'est la loi n° 31-08 qui réglemente la matière, et plus précisément les articles 25 à 44 de ladite loi.

La question centrale soulevée par cette étude est la suivante : compte tenu de l'éparpillement de ces textes et du changement de la règle applicable en fonction de la qualité des parties au contrat et de la technique de communication utilisée, existe-t-il une harmonie entre ces différents textes ?

Afin de cerner de façon précise le contrat de vente à distance, seront examinées successivement la formation des contrats de vente et d'offre de service à distance (Première partie), puis leur exécution (Deuxième partie).

PREMIÈRE PARTIE : LA FORMATION DES CONTRATS DE VENTE ET D'OFFRE DE SERVICE À DISTANCE

La vente à distance est une technique ancienne de commercialisation qui, grâce à la performance des moyens de communication à distance, à la simplification des processus de commande, à l'accélération des délais de livraison et au développement des services financiers à distance, a connu un grand succès au cours des trois dernières décennies. La conclusion des contrats par voie électronique imprime à ces derniers leurs caractéristiques communes : ce sont des contrats à la fois dématérialisés, conclus à distance et revêtant une dimension potentiellement internationale.

Chapitre 1 : La conclusion des contrats à distance

La vente à distance est une méthode de distribution qui présente un avantage pour le consommateur : elle lui évite tout déplacement, tout en lui permettant de réfléchir avant tout engagement.



Section 1 : La conclusion des contrats par correspondance

La particularité des contrats conclus à distance est précisément leur mode de conclusion. Les parties ne sont pas en présence physique l'une de l'autre. Le consommateur est sollicité par une offre à laquelle il répond par acceptation sans avoir été physiquement en contact avec le professionnel.

1. L'offre par correspondance

L'offre de l'entreprise de vente peut prendre des voies diverses pour parvenir jusqu'au consommateur. Quel que soit le moyen de transmission, l'offre doit obéir aux règles générales d'information posées par le code de la consommation (art. 2 de la loi n° 31-08) : mettre le consommateur en mesure de connaître les caractéristiques essentielles du bien ou du service (art. 5), l'informer sur les prix et les conditions particulières de la vente (art. 29, al. 1er). Elle doit en outre indiquer le nom de l'entreprise, ses coordonnées téléphoniques ainsi que l'adresse de son siège (art. 29, al. 2).

Quand l'offre est faite par écrit — catalogue, prospectus, annonce, lettre —, elle doit être claire, précise, rigoureuse et aussi complète que possible. Quand elle est faite par téléphone ou par tout moyen technique assimilable (art. 26), le professionnel doit adresser au consommateur une confirmation écrite de l'offre, et le consommateur n'est engagé que par sa signature.

2. L'acceptation par correspondance

Le consommateur accepte l'offre en passant commande. Celle-ci résulte généralement d'une lettre envoyée par la poste à l'entreprise qui a fait l'offre. Certaines entreprises permettent de passer commande par téléphone, télécopie ou minitel (art. 24, al. 2, DOC). Lorsque l'offre a été faite par téléphone ou par moyen technique assimilable, le consommateur n'est engagé que par sa signature (art. 25 DOC).

Section 2 : La conclusion des contrats par voie électronique

Pour être valable, le contrat conclu par voie électronique doit remplir plusieurs conditions résultant de la combinaison du code de la consommation et de la loi n° 53-05 relative à l'échange électronique de données juridiques.

1. L'offre par voie électronique

Les commerçants qui diffusent une offre de vente en ligne doivent s'identifier pour éviter de se soustraire à leurs engagements. L'article 65-4 du DOC, ajouté par la loi n° 53-05, dispose que l'offre doit énoncer les principales caractéristiques du bien ou du service proposé, les conditions de vente, les différentes étapes à suivre pour conclure le contrat, les moyens techniques permettant de corriger les erreurs de saisie, les langues proposées pour la conclusion du contrat, ainsi que les modalités d'archivage du contrat.

2. L'acceptation par voie électronique

En matière de vente électronique, la manifestation de l'acceptation se fera, pour la plupart des transactions, par un simple clic sur l'icône du produit désiré, suivi de l'invitation à examiner les conditions générales de vente, à remplir le bon de commande et à confirmer l'intention d'acquérir le produit. Le destinataire peut également adresser son acceptation par courrier électronique.

Section 3 : L'obligation d'informer les consommateurs

1. L'obligation générale d'information

Selon l'article 3 de la loi n° 31-08, les fournisseurs doivent mettre le consommateur en mesure de connaître, par tout moyen approprié, les caractéristiques essentielles du produit, du bien ou du service, ainsi que l'origine du produit et la date de



péréemption. Tout fournisseur doit également informer le consommateur sur les prix des produits et les tarifs des services, et lui fournir le mode d'emploi, la durée de garantie et ses conditions.

2. L'information sur les délais de livraison

Dans tout contrat ayant pour objet la vente de produits ou la fourniture d'une prestation de service, lorsque la livraison n'est pas immédiate, le fournisseur doit préciser par écrit la date limite à laquelle il s'engage à livrer les produits ou à exécuter la prestation.

Chapitre 2 : Le moment et le lieu de la formation des contrats à distance

Section 1 : L'intérêt pratique de la question

La détermination du moment et du lieu de la conclusion du contrat conclu entre absents soulève des difficultés particulières. Ces contrats créent un intervalle physique, les deux parties se trouvant dans des lieux différents au moment de l'échange du consentement. La date de conclusion du contrat présente un intérêt considérable : elle fixe le moment du transfert de propriété et des risques, fait courir les délais des actions en nullité, et permet de déterminer la loi applicable ainsi que le juge compétent en cas de litige.

Section 2 : Les théories applicables

La question du moment de formation du contrat a donné lieu à de vives controverses. Quatre théories s'opposent traditionnellement : la théorie de la déclaration, la théorie de l'expédition, la théorie de la réception et la théorie de l'information. Pour les deux premières, la conclusion du contrat s'opère par la simple coexistence d'une offre et d'une acceptation. Pour les deux dernières, c'est la connaissance réciproque des volontés par les parties qui entraîne la formation du contrat.

Section 3 : La position du législateur marocain

Alors qu'en droit français les solutions au problème des contrats entre absents sont d'origine jurisprudentielle, au Maroc le législateur a pris position sur cette question. Selon l'article 24 du DOC, « le contrat par correspondance est parfait au moment et dans le lieu où celui qui a reçu l'offre répond en l'acceptant ». La doctrine majoritaire y voit une consécration du système de l'émission.

En ce qui concerne le moment et le lieu de formation des contrats conclus par voie électronique, l'article 65-5 du DOC dispose que le destinataire de l'offre doit exprimer son acceptation et que l'auteur de l'offre doit lui en donner accusé de réception sans délai pour que le contrat soit formé. Ce texte est généralement interprété comme favorable à la théorie de l'information.

S'agissant des contrats conclus par téléphone, une tension subsiste entre l'article 23 du DOC, qui les range parmi les contrats entre présents, et la loi n° 31-08, qui les qualifie de contrats à distance. Cette discordance prive potentiellement le consommateur du droit de rétractation. Il convient de privilégier l'application de la loi n° 31-08, en tant que loi spéciale, dans les relations entre professionnels et consommateurs.

DEUXIÈME PARTIE : L'EXÉCUTION DES CONTRATS DE VENTE ET D'OFFRE DE SERVICES À DISTANCE

La vente est un contrat synallagmatique qui met des obligations à la charge des deux parties. Lorsqu'elle est faite par correspondance ou par voie électronique, elle fait naître des obligations spécifiques liées à la distance, notamment celles relatives à la délivrance conforme et au paiement du prix, et ouvre au consommateur un droit de rétractation.



Chapitre 1 : Les obligations des parties aux contrats de vente à distance

Section 1 : L'obligation de délivrance

Dans le contrat de vente à distance, la délivrance se distingue de la livraison : la délivrance n'implique pas nécessairement la remise matérielle de la chose, alors que la livraison implique l'envoi du bien à son destinataire. Le vendeur professionnel est tenu d'une obligation de résultat : faire livrer la marchandise au destinataire dans le délai prévu.

1. La livraison dans le délai prévu

Le délai de livraison doit figurer dans l'offre de vente en vertu de l'article 29 du code de la consommation. En cas de défaut d'exécution résultant de l'indisponibilité du produit, le consommateur doit être informé et remboursé sans délai, au plus tard dans les quinze jours du paiement des sommes versées. Au-delà de ce terme, ces sommes sont productives d'intérêts au taux légal.

2. L'obligation de délivrance conforme

Le client dans la vente à distance jouit de deux garanties légales prévues par le DOC : la garantie contre les vices cachés et la garantie d'éviction. La question de l'appréciation de la conformité est particulièrement délicate dans un environnement dématérialisé, où les images contractuelles peuvent ne pas refléter la réalité du produit livré.

Section 2 : Le paiement du prix

La réussite de la vente à distance ne se conçoit que dans le cadre de réseaux ouverts permettant à tout nouvel acheteur de se présenter. Plusieurs techniques de paiement s'offrent actuellement : le paiement garanti par un tiers de confiance (tel que PayPal), le paiement par carte bancaire — qu'il s'agisse de l'énoncé du numéro en clair, de son envoi chiffré ou de sa vérification par un opérateur financier — et le virement bancaire. La sécurité du paiement est essentielle pour l'acheteur, qui ne souhaite pas que ses données bancaires soient utilisées par des tiers.

Chapitre 2 : Le droit de rétractation en cas de contractant consommateur

Section 1 : La portée du droit de rétractation

1. Le principe

La vente à distance destinée aux consommateurs est qualifiée, dans la plupart des cas, de contrat d'adhésion n'offrant aucune possibilité de négociation pour le consommateur, partie faible au contrat. Pour remédier à ce déséquilibre, le législateur a institué le droit de rétractation. L'article 36 de la loi n° 31-08 reconnaît au consommateur la possibilité de revenir sur son consentement, sans justification, et de retourner un bien commandé, le contrat étant alors considéré comme n'ayant jamais existé.

2. Le domaine

Le droit de rétractation n'est pas un principe général ; il est limité aux domaines prévus par la loi. L'article 38 du code de la consommation exclut ce droit pour certains contrats, notamment les contrats de transport ou d'hébergement souscrits à distance. Par ailleurs, certaines pratiques, telles que le déballage ou l'usage du bien commandé, peuvent priver le consommateur de ce droit.

Section 2 : L'effectivité du droit de rétractation

1. Les modalités d'exercice

Le droit de rétractation est discrétionnaire, gratuit et indispensable. Selon l'article 36, alinéa 2, de la loi n° 31-08, le consommateur n'a pas à se justifier ni à payer des pénalités, à l'exception des frais de retour. Ce droit s'exerce dans un délai



de sept jours francs à compter de la réception du bien ou de l'acceptation de l'offre pour les prestations de services. Si le professionnel n'a pas mentionné les conditions d'exercice de ce droit, le délai peut être porté à un mois.

2. Le remboursement

En vertu de l'article 37 du code de la consommation, lorsque le droit de rétractation est exercé, le professionnel est tenu de rembourser, sans délai, au consommateur le montant total payé, au plus tard dans les trente jours suivant la date à laquelle ce droit a été exercé. En cas de dépassement de ce délai, la somme due est de plein droit productive d'intérêts au taux légal. Le professionnel ne peut retenir aucune pénalité, ni exiger d'indemnité compensatrice pour l'utilisation du bien, à l'exception des frais de retour.

Conclusion

Le droit marocain des contrats à distance repose sur un ensemble de textes épars dont l'articulation demeure perfectible. Si la loi n° 31-08 a constitué une avancée significative en matière de protection du consommateur, des tensions persistent avec les dispositions du DOC, notamment s'agissant de la qualification des contrats conclus par téléphone et du moment de formation des contrats électroniques. L'harmonisation de ce cadre juridique, à l'image des évolutions observées en droit comparé, constitue un impératif pour assurer la sécurité juridique des transactions commerciales à distance et renforcer la confiance des consommateurs dans le commerce électronique.