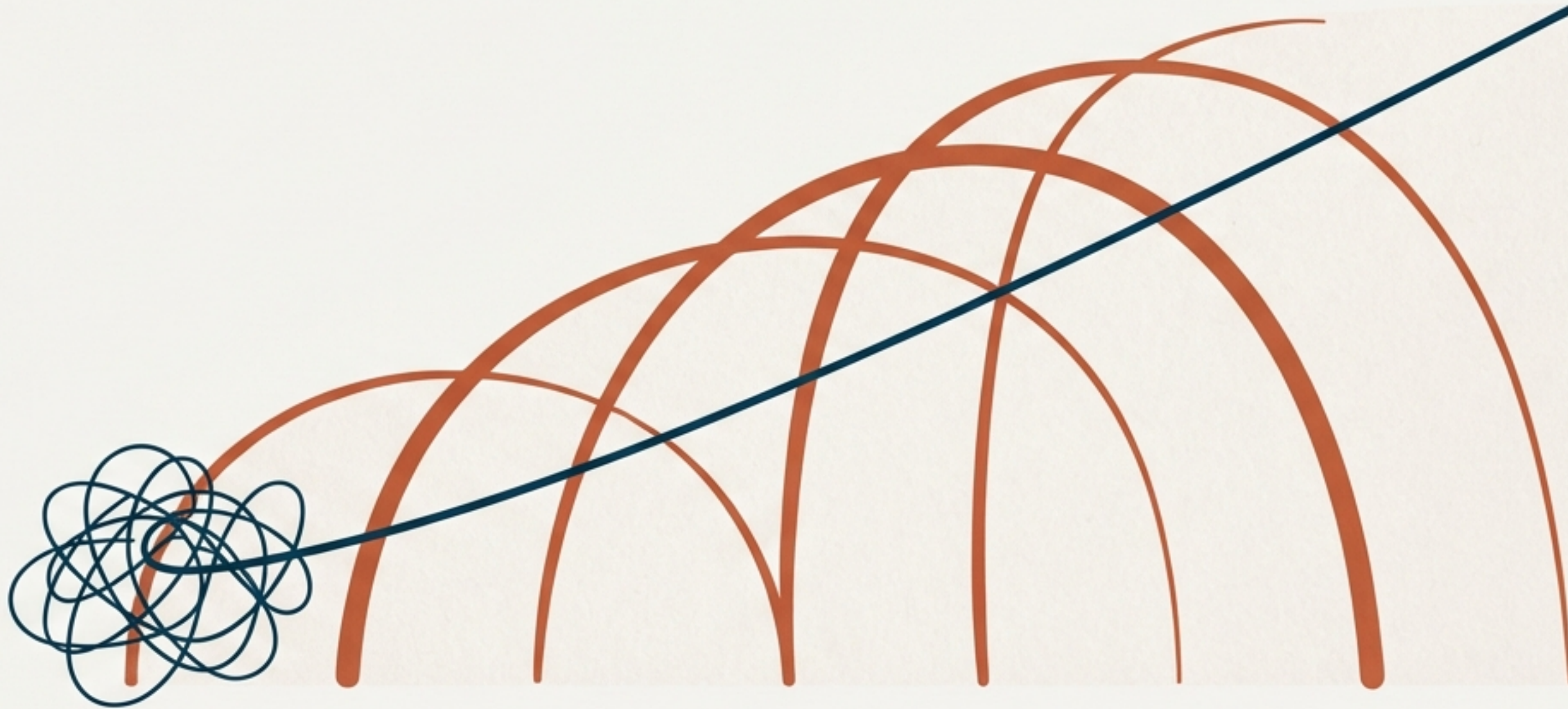


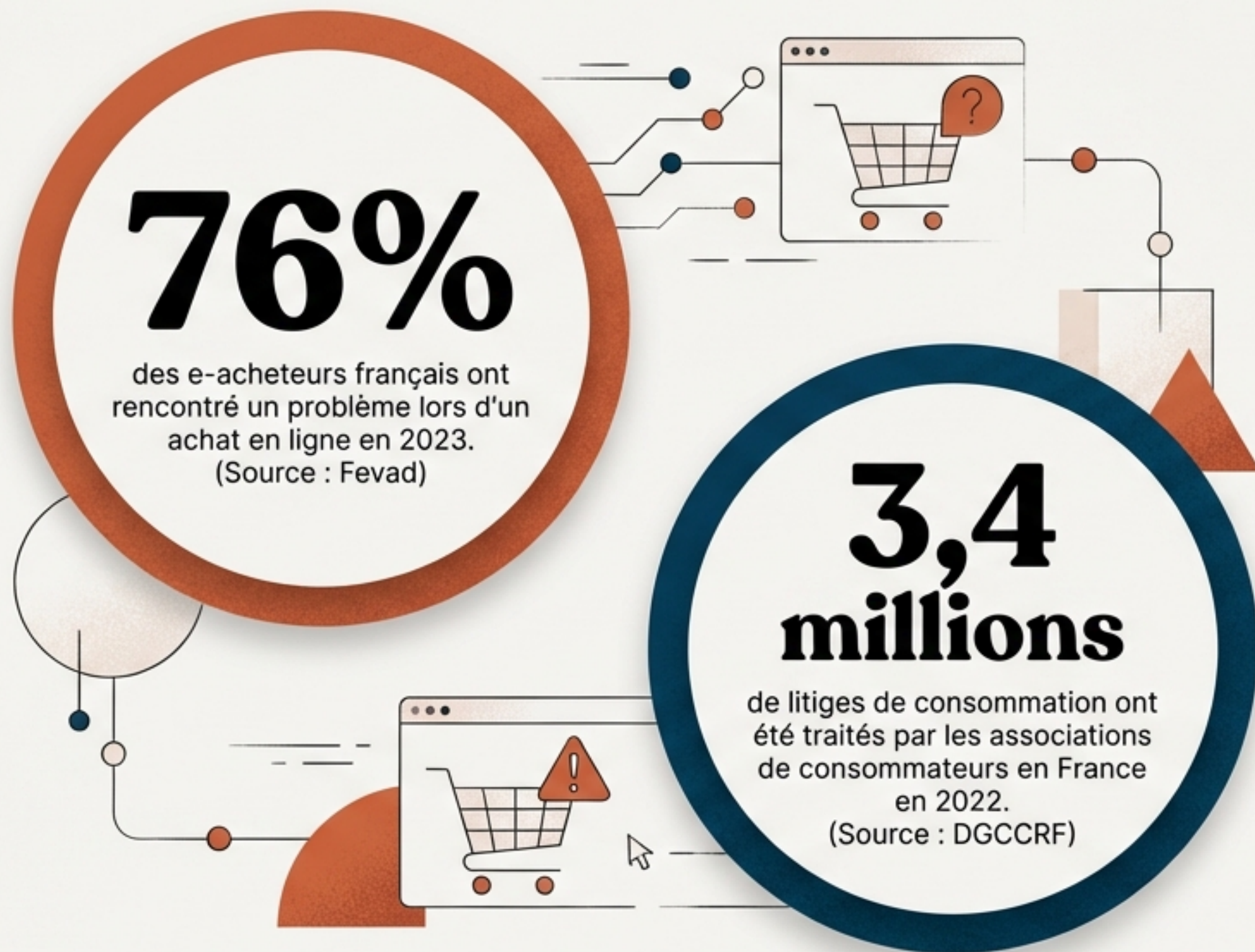
Devenez les experts des litiges e-commerce

Votre guide pratique pour tout maîtriser.



UNE COMPÉTENCE-CLÉ POUR VOTRE RÉUSSITE EN ENTREPRISE.

Une réalité du monde numérique... et une opportunité pour vous.



The infographic features two large circular callouts. The top callout is orange and contains the statistic '76%' with a subtext about online purchase problems in 2023. The bottom callout is dark blue and contains the statistic '3,4 millions' with a subtext about consumer disputes in 2022. Between and around these callouts are various icons: a shopping cart with a question mark, a shopping cart with an exclamation mark, a bar chart with an upward arrow, and abstract circuit-like lines with dots.

76%

des e-acheteurs français ont
rencontré un problème lors d'un
achat en ligne en 2023.
(Source : Fevad)

**3,4
millions**

de litiges de consommation ont
été traités par les associations
de consommateurs en France
en 2022.
(Source : DGCCRF)

“

**Dans votre future
carrière, vous ne serez
pas de simples
spectateurs, mais des
acteurs essentiels. Savoir
gérer ces situations avec
méthode et sang-froid fera
de vous des collaborateurs
recherchés et appréciés.**

Oubliez le jargon juridique, pensez 'Puzzle'.

On sait que le mot 'litige' peut faire un peu peur, avec des images d'avocats et de tribunaux. En réalité, c'est beaucoup plus simple que ça.

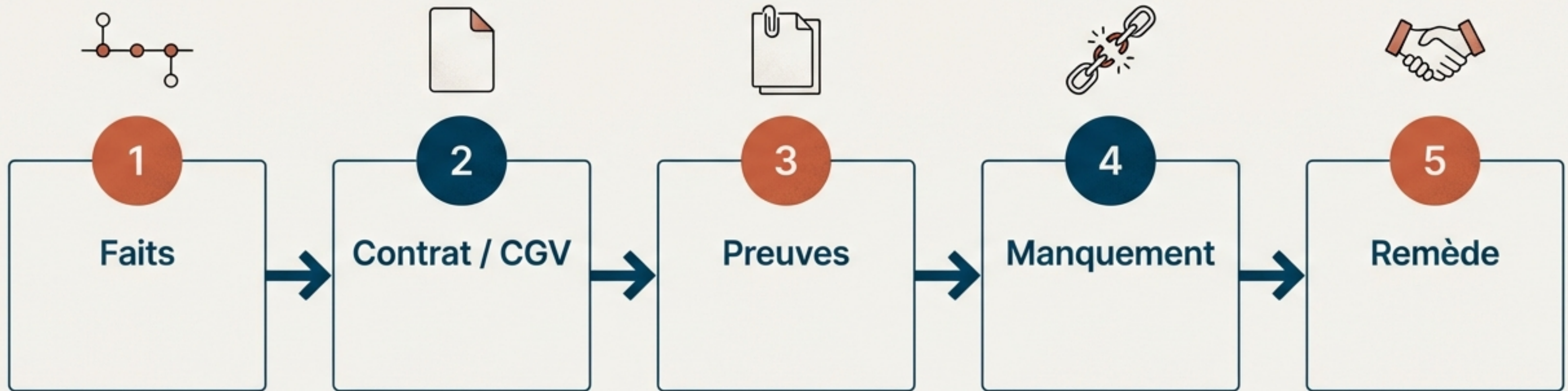
Résoudre un litige e-commerce, c'est comme assembler un puzzle. Chaque pièce (les faits, le contrat, les preuves...) doit s'emboîter



parfaitement pour reconstituer la situation et trouver la solution. Si une pièce manque, le puzzle reste inachevé.

Aujourd'hui, on va vous donner la méthode pour assembler ce puzzle, à chaque fois.

Votre plan d'action : La méthode en 5 étapes.



Pour résoudre un litige numérique : Faits → Contrat/CGV → Preuves → Manquement → Remède.
C'est votre nouvelle feuille de route.

Étape 1 : Les Faits



Que s'est-il passé, objectivement ?

- **Racontez l'histoire** : Décrivez les événements de A à Z, de manière purement chronologique.
- **Soyez précis et neutre** : Qui ? Quoi ? Quand ? Où ? Comment ? Contentez-vous de décrire, sans juger ni interpréter à ce stade.
- **Rassemblez les dates clés** : Date de la commande, de la livraison, du premier contact avec le service client...

Étape 2 : Le Contrat / Les CGV



Quelle était la règle du jeu acceptée par les deux parties ?

- **Lisez les Conditions Générales de Vente (CGV) :** C'est le contrat qui lie votre entreprise au client. Il contient souvent la réponse.
- **Identifiez les clauses pertinentes :** Cherchez les articles qui parlent de livraison, de remboursement, de garantie, ou du problème spécifique rencontré.
- **N'oubliez pas la loi :** Le contrat ne peut pas contredire la loi. C'est particulièrement vrai pour le droit de la consommation.

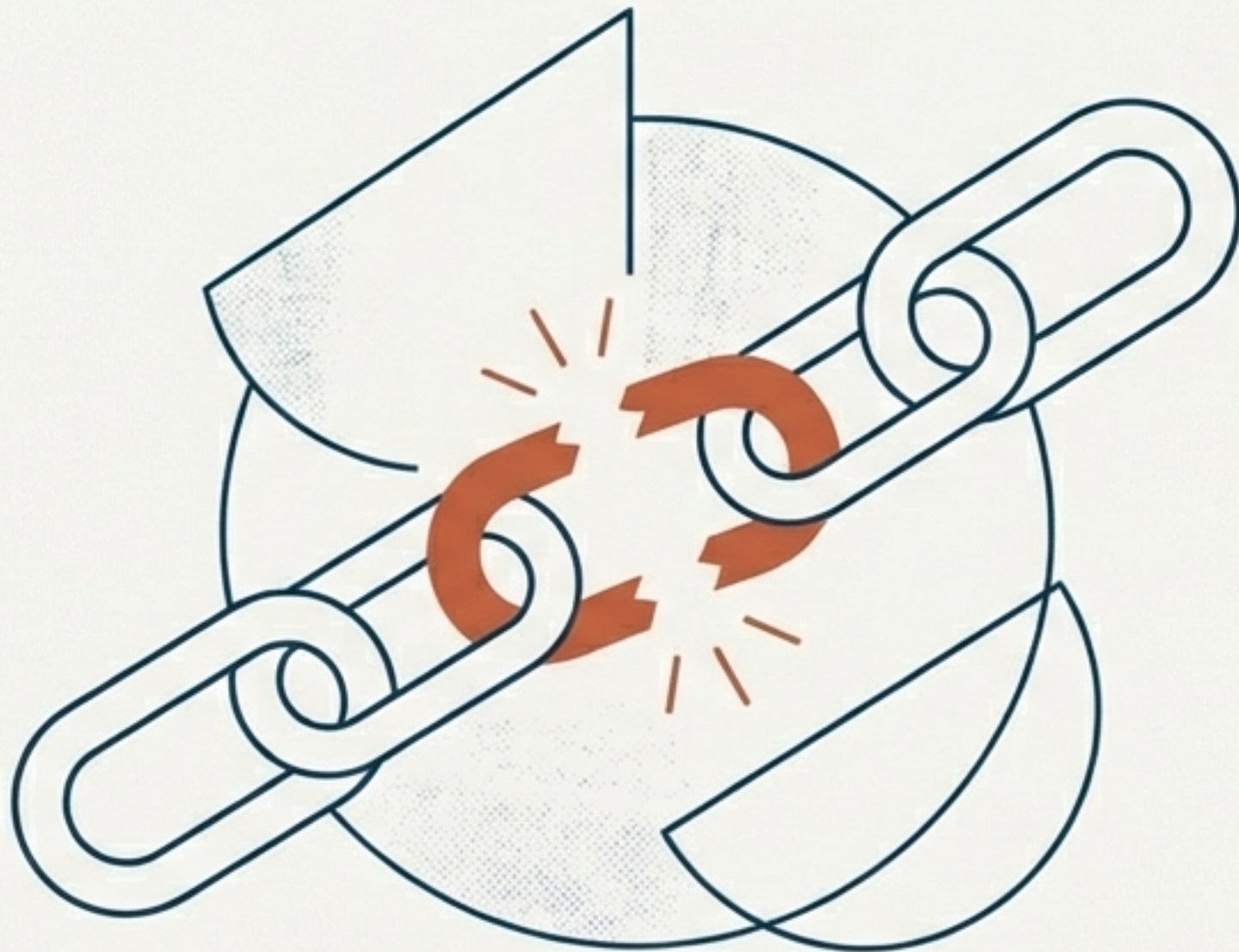
Étape 3 : Les Preuves



Comment prouver ce que l'on avance ?

- **"Ce qui n'est pas prouvé n'existe pas" :** C'est une règle d'or. Chaque affirmation doit être soutenue par un élément tangible.
- **Rassemblez tout :** E-mails, captures d'écran des conversations, photos du produit, bons de livraison, avis d'experts...
- **Évaluez leur 'force probante' :** Un écrit signé a plus de poids qu'un simple témoignage oral.

Étape 4 : Le Manquement



Quelle obligation n'a pas été respectée ?

- **Faites le lien** : C'est ici que vous connectez les trois étapes précédentes. "Au vu des faits (Étape 1) et des preuves (Étape 3), telle clause du contrat (Étape 2) n'a pas été respectée".
- **Qualifiez le problème** : S'agit-il d'un retard de livraison ? D'un produit non conforme ? D'un service non rendu ? Soyez précis.

Étape 5 : Le Remède



Quelle est la solution juste et réalisable ?

- **Conseils du mentor**
- **Pensez 'solution', pas 'conflit'** : Le but est de résoudre le problème, pas de gagner une bataille.
- **Explorez les options** : La solution peut être l'exécution forcée (livrer le bon produit), la résolution du contrat (remboursement), des dommages et intérêts, ou une médiation.
- **Soyez proportionné** : La solution doit être à la hauteur du préjudice subi.

Mise en pratique 1 : Le cas du logiciel téléchargé

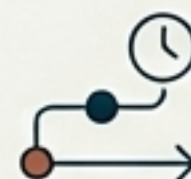
Le scénario

Un client achète un logiciel en ligne, le télécharge immédiatement, puis se ravise et demande un remboursement en invoquant son droit de rétractation de 14 jours.

Parole de mentor

C'est un grand classique et le maîtriser vous distinguera. La loi protège le consommateur, mais elle prévoit des exceptions logiques. Les connaître fait de vous un vrai professionnel.

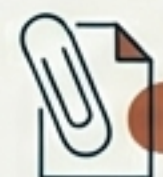
Analyse avec la méthode 5 étapes



Faits : Achat, téléchargement, demande de remboursement.



Contrat/CGV : Le client a coché une case "J'accepte de recevoir mon contenu immédiatement et je renonce à mon droit de rétractation".



Preuves : Confirmation de commande, logs de téléchargement, case cochée enregistrée.



Manquement : Aucun de la part du vendeur. Le client a légalement renoncé à son droit.



Remède : Le vendeur peut légitimement refuser le remboursement.

Mise en pratique 2 : Le meuble endommagé à la livraison

Un consommateur commande un meuble sur internet.
À la réception, il constate que le meuble est abîmé.

L'application de la méthode met en lumière :



L'importance de l'Étape 3 (Preuves)

Le client prend immédiatement des photos détaillées des dommages avant même de débiller complètement. Ces photos sont des preuves irréfutables.



L'application de l'Étape 5 (Remède)

Le remède ici n'est pas le droit de rétractation, mais l'activation de la **garantie légale de conformité**. Le produit reçu n'est pas conforme à ce qui a été commandé (un meuble en bon état). Le vendeur a l'obligation de le remplacer ou de le réparer.



Coin de l'expert : De la méthode aux grands principes du droit numérique

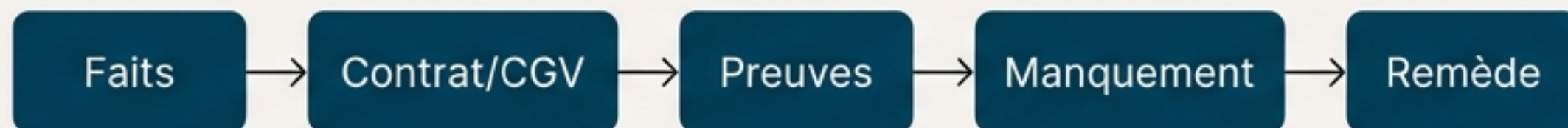
Maintenant que vous maîtrisez la méthode, parlons d'un sujet qui a redéfini les règles du jeu en ligne et qui montre comment un litige individuel peut changer la loi pour tout le monde.

Jurisprudence Clé : Le "Droit à l'oubli"

- **Affaire:** Google Spain c. AEPD (Arrêt CJUE, 13 mai 2014)
- **Le Conflit:** Un citoyen espagnol demande à Google de supprimer des liens vers d'anciennes informations personnelles (dettes) qui n'étaient plus pertinentes.
- **La Décision:** La Cour de Justice de l'UE a donné raison au citoyen, consacrant le droit pour les individus d'obtenir, sous conditions, le déréférencement de liens obsolètes ou non pertinents par les moteurs de recherche.

Cela montre la responsabilité immense des acteurs du numérique dans la gestion des données.

Vos réflexes de pro : La synthèse à garder en tête



Faits → Contrat/CGV → Preuves → Manquement → Remède



Toujours vérifier le droit de rétractation

S'applique-t-il ? Y a-t-il des exceptions (contenus numériques, produits personnalisés) ?



Penser aux garanties légales

Conformité, vices cachés... Ce sont des protections puissantes pour le client.



Documenter chaque échange

Gardez une trace écrite de toutes les communications. Un e-mail vaut mieux qu'un appel téléphonique.

A map of Europe with numerous orange dots representing ODR platforms and blue lines connecting them, forming a network. The letters 'ODR' are overlaid in large white font.

ODR

Pour aller plus loin : L'écosystème de la résolution de litiges

La méthode que nous avons vue est votre base. Sachez qu'il existe des outils conçus pour faciliter ces démarches à l'échelle européenne.

Focus sur les plateformes ODR (Online Dispute Resolution)

-  **Définition** : Ce sont des plateformes de Résolution des Litiges en Ligne (RLL en français).
-  **Objectif** : Faciliter le règlement à l'amiable (extrajudiciaire) des litiges de consommation en ligne au sein de l'Union Européenne, sans passer par un tribunal.
-  **Mention** : Le Règlement européen ODR encadre ces dispositifs.

C'est un domaine en pleine expansion, et le connaître est un atout.

Votre avenir vous attend. Vous êtes prêts.

Cette méthode n'est pas juste un outil pour réussir votre examen, c'est une véritable compétence pour votre carrière.

Elle vous donnera la confiance nécessaire pour transformer un problème client en une solution, et un client mécontent en un client fidèle. C'est ça, la vraie valeur que vous apporterez en entreprise.

Vous avez tout ce qu'il faut pour y arriver. On a confiance en vous.