

Cosmed fait le point sur...

Vente sur internet, en duty free et dans les avions : décryptage de vos obligations

La vente par e-commerce s'est développée très rapidement ces dernières années, profitant de l'enthousiasme des consommateurs pour les achats en ligne et du développement d'internet.

L'AUTEUR



Stéphanie GARREL
Chargée Affaires Réglementaires
Cosmed.

Pour l'Europe, selon Maître Sylvie Gallage-Alwis du cabinet Hogan Lovells, c'est le principe de protection du consommateur qui tend à s'appliquer, principe selon lequel les produits vendus via internet devraient être conformes à la réglementation du pays dans lequel ils sont envoyés. Même principe pour la majorité des pays à l'in-

ternational (Canada, Arabie Saoudite...) pour lesquels les autorités considèrent que tous les produits mis sur leur marché même via internet doivent répondre à leur réglementation ; ce qui est d'une grande complexité pour un site internet qui vendrait mondialement des produits cosmétiques.

La vente par internet

Le e-commerce est devenu aujourd'hui un des circuits de distribution majeur pour les cosmétiques. Ce sujet est au cœur des préoccupations des États membres et la Commission européenne réfléchit à un cadre juridique spécifique pour les produits cosmétiques. Dans cette attente, les pratiques et avis divergent.

Deux questions se posent dans le cadre de la vente de produit cosmétique par internet.

1/ Quelle réglementation cosmétique suivre dans le cadre d'un produit vendu sur internet susceptible d'être mis sur le marché dans différents pays ?

En France, d'après la Loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique, les principes généraux de la vente par internet sont les suivants : l'activité de fourniture de biens ou de services par voie électronique est soumise à la loi de l'État membre sur le territoire duquel la personne qui l'exerce est établie. Ainsi pour une société dont le siège est basé et le site hébergé en France, c'est la réglementation européenne et sa transposition dans le Code de la Santé publique qui s'appliquent en matière de réglementation des produits cosmétiques vendus sur le site marchand de la société.



© Groupe ADP - Eric Anceel

À cet effet, différents éléments permettront à la société de justifier la réglementation du pays qu'elle suit :

- les conditions générales de ventes ;
- la langue dans laquelle est accessible le site et l'extension de domaine internet du site marchand.

À cet effet, si le site est traduit dans plusieurs langues et avec une extension de domaine internet « .com », le consommateur peut s'attendre à un produit qui respecte l'ensemble des réglementations avec notamment un étiquetage multilingue.

À l'inverse si le site est clairement identifié comme étant un site marchand français (extension du domaine internet en « .fr ») et qu'il est disponible uniquement en langue française, il est considéré comme destiné aux consommateurs français et dans ce cas tout acheteur étranger est conscient qu'il achète un produit

ne répondant pas forcément à la réglementation de son pays.

D'autres éléments tels que la zone de livraison ou la devise de paiement peuvent également influencer sur le référentiel de la réglementation à suivre pour la vente du produit.

Enfin l'ajout d'un « avertissement » sur le site, afin d'informer le consommateur que le produit est susceptible de ne pas être conforme à la réglementation de son pays, est également possible.

2/ Doit-on faire figurer sur le site toutes les mentions d'étiquetage du produit notamment la liste des ingrédients ?

L'inscription de toutes les mentions obligatoires prévues par l'article 19 du règlement CE n° 1223/2009 ne semble pas être une obligation sur le site marchand.

À l'occasion des Rencontres réglementaires

2017 de Cosmed, Maître Sylvie Gallage-Alwis a précisé que « s'agissant de la publication de la liste INCI sur le site internet, il existe un vide juridique. Il n'y a ni obligation expresse ni exemption. Il revient donc à la personne responsable de déterminer si l'absence de cette information peut néanmoins permettre au consommateur de faire un choix averti et que cette absence ne peut induire une tromperie potentielle dudit consommateur. »

Qui plus est en cas d'achat par internet, le consommateur dispose d'un délai de rétractation de 14 jours (délai légal minimum) pouvant ainsi « dispenser » la société de l'inscription de cette mention et permettre au consommateur de retourner le produit si la composition ne répond pas à ses attentes.

La vente en duty free et dans les avions

La vente en duty free fait référence à toute marchandise exonérée de la taxe, notamment la TVA, qui lui est normalement imposée. Ce type de vente est encadré par le Code communautaire des Douanes. Le duty free de l'aéroport est soumis au droit du pays dans lequel il est implanté sauf si l'aéroport a un statut international. Deux aéroports ont ce statut : Bâle-Mulhouse et Genève-Cointrin.

Par ailleurs, les produits vendus dans les boutiques duty free doivent être conformes à la réglementation du pays dans lequel l'aéroport est implanté.

À noter que l'ouverture d'un duty free est soumise à autorisation administrative. Le gestionnaire du duty free devra respecter certaines obligations notamment la tenue d'une compatibilité matière permettant d'identifier les marchandises, leur localisation et la situation des stocks.

À propos de la vente des produits dans les avions, la réglementation applicable est celle du pays dans lequel est immatriculée la compagnie aérienne.

Et à l'international ?

En Chine par exemple, depuis avril 2016, de nouvelles mesures ont été prises dans le but de réglementer plus strictement les importations par e-commerce. Dorénavant les produits cosmétiques doivent être enregistrés auprès de la CFDA pour pouvoir être achetés par e-commerce (décret 40-2016 et clarification du 13 avril 2016). Cet enregistrement sera obligatoire à compter du 31 décembre 2017 ●

