



e Learning

Project co-financed by the European Commission Directorate-General for Education and Culture - "eLearning Programme"

e-LARA, e-LEARNING, ALPHABETIZATION OF RURAL AREAS

Le bulletin de décembre 2006 : e-commerce et ruralité

► E-LARA ET LE E-COMMERCE

Le commerce électronique évolue, il fait référence aux transactions électroniques et aux échanges de bien et de services entre professionnels, à destination des consommateurs finaux mais aussi entre particuliers. Les fonctionnalités du e-commerce se développent, incluant couramment le paiement en ligne grâce à des transactions plus sécurisées. E-LARA veut accompagner les usages des TIC dans les zones rurales à vocation agricole. L'e-commerce peut contribuer à développer des activités complémentaires et à maintenir ou créer de nouvelles entreprises. Le centre e-LARA (www.e-lara.com) propose de faire le point sur la législation et les études, les possibilités de formation et les services en ligne pour le e-commerce.

► LA LEGISLATION EUROPÉENNE

- La directive sur le commerce électronique <http://europa.eu/scadplus/leg/en/lvb/l24204.htm>
- L'initiative européenne sur le commerce électronique <http://europa.eu/scadplus/leg/en/lvb/l32101.htm>
- Les spécificités des services électroniques <http://europa.eu/scadplus/leg/en/lvb/l31044.htm>

► LÉGISLATIONS NATIONALES

En France...

Les ventes sur Internet sont considérées comme les ventes de distance car il n'y a aucun contact entre l'acheteur et le vendeur. Le problème est de déterminer les conditions du contrat afin d'évaluer des responsabilités en cas de conflit. Le client bénéficie de différentes protections dont une période de rétractation de 7 à 15 jours après réception du produit. En revanche, c'est le client qui supporte le risque de perte ou dommage causé par le transport. Il doit alors engager la responsabilité du porteur. Il est conseillé de payer à réception (seulement quand la marchandise est reçue et déballée).

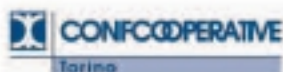
Quelques particularités du contrat de vente sur internet :

- L'information affichée sur la devanture du magasin virtuel ne constitue pas une proposition.
- Le message envoyé par l'utilisateur au magasin virtuel constituera une offre d'achat de marchandises selon les modalités et les conditions générales affichées.
- Le magasin virtuel montre son intention de signer le contrat en envoyant un message confirmant la vente et signé en utilisant des moyens techniques d'identification tels qu'une clé numérique.
- Le contrat est formé quand le message de confirmation atteint l'acheteur. Il est de la responsabilité de l'acheteur de vérifier que sa boîte aux lettres électronique marche.
- Des fichiers informatiques enregistrés dans des conditions de sécurité raisonnables par l'une ou l'autre des parties seront considérés comme des preuves de transmissions, de contrat et de paiements entre les parties.
- Quand un conflit ne peut pas être réglé à l'amiable il est nécessaire d'avoir recours aux règles des conflits et il faudra déterminer la juridiction concernée et des preuves seront demandées.

Les informations suivantes doivent être visibles sur le site :

- Le nom du vendeur du produit/du service ou raison sociale de l'entreprise vendeuse, son numéro de téléphone et son adresse professionnels, son adresse de courrier électronique
- Son numéro d'enregistrement
- Le statut juridique de l'entreprise et son capital social.
- Une description précise du produit ou du service et les modalités de l'offre.
- Le montant des frais de livraison
- Les modalités de paiement
- Les possibilités de rétractation
- Les prix des produits frais affichés au kilo et au litre
- La durée de l'offre

E-L.A.R.A





e Learning

Project co-financed by the European Commission Directorate-General for Education and Culture - "eLearning Programme"

e-LARA, e-LEARNING, ALPHABETIZATION OF RURAL AREAS

Au Portugal...

- Avant même la Directive 1999/93/EC sur la signature électronique, une loi-décret mettait en œuvre les mêmes principes. Le décret-Loi 290-D/99 du 2 août accorde aux documents électroniques le même statut que le papier.
- Le décret n° 143/2001, du 26 avril transpose la directive européenne 97/7/CE1 relative à la protection des consommateurs dans les contrats de vente à distance.
- La résolution n° 94/99 du 25 août approuve l'initiative nationale pour le commerce électronique.
- Avec la loi n° 375/99 du 18/09 les entreprises qui en font la demande, peuvent faire des factures électroniques.
- Directive 95/46/EC a été introduite dans le droit portugais par la loi 67/98 du 26 octobre, les entreprises qui gèrent des bases de données doivent s'enregistrer auprès de la commission de protection des données personnelles.

► L'ÉVOLUTION DU COMPORTEMENT DES CONSOMMATEURS (à partir du CREDOC n° 197 – octobre 2006)

“À la mi-2006, 57% des Français disposent, à leur domicile, d'un ordinateur et 43% d'une connexion Internet. Le chiffre d'affaires du e-commerce (hors services financiers et ventes entre particuliers) s'est élevé en 2005, selon la FEVAD (Fédération des Entreprises de la Vente à Distance), à 8,7milliards d'euros, soit une hausse de 53% par rapport à 2004. Il représente désormais 62% du chiffre d'affaires total de la vente à distance. 15,1 millions de consommateurs ont acheté en ligne au premier trimestre 2006 pour un montant moyen d'achat de 90 euros.”

“La recherche du meilleur rapport qualité-prix est particulièrement importante”. “Les acheteurs en ligne sont nettement plus motivés par ce critère que l'ensemble des Français (61%, contre 51%). À l'inverse, ils montrent relativement moins d'intérêt pour les éléments de rassurance que sont les garanties d'hygiène et de sécurité (53%, contre 60%), l'origine française (35%, contre 47%), les labels de qualité (34%, contre 38%) ou l'origine régionale (27%, contre 31%). De même, ils semblent relativement moins incités à l'achat d'un produit pour ses dimensions éthiques, qu'il s'agisse des garanties écologiques (36%, contre 39%), du souci des droits des salariés (32%, contre 38%) ou du soutien à une cause humanitaire (27%, contre 23%).”

► DES INITIATIVES RURALES DE E-COMMERCE

En Italie...

Piedmontese Taste - Centrali Cooperative Confcooperative-Fedagri et Legacoop Agroalimentare del Nord-Ovest, ont initié *Piedmontese Taste* en 1998 avec la région du Piedmont. L'objectif est de développer et de valoriser l'agriculture coopérative en améliorant la commercialisation des produits agricoles et agroalimentaires, en développant le tourisme à la ferme, en facilitant la circulation de l'information. www.saporipiemontesi.it est le supermarché virtuel des produits piémontais, typiques, naturels et de qualité proposés par les coopératives. Cela permet de diffuser plus facilement au delà des frontières.

En France...

- <http://testadaz.com> a été créé à Aurillac pour vendre les produits du Cantal (alimentaires mais aussi couteaux, photographies ou livres) sur le net à l'initiative de la SARL “Made in Cantal” qui a commencé avec un ordinateur dans une pièce de 16 m2 dédiée à l'emballage. Une version anglaise est prévue. Ce service s'est inspiré de bienmanger.com, situé dans un petit village of Lozère.

- Une initiative privée pour promouvoir et vendre une activité de tourisme rural : <http://www.chaumasses.com/>

- Une initiative nationale pour développer un tourisme rural alternatif rassemblant l'offre de 5500 agriculteurs du réseau “Bienvenue à la ferme” : <http://www.bienvenue-a-la-ferme.com/>

E-L.A.R.A





e Learning

Project co-financed by the European Commission Directorate-General for Education and Culture - "eLearning Programme"

e-LARA, e-LEARNING, ALPHABETIZATION OF RURAL AREAS

Au Portugal...

- PROVE – Promouvoir et vendre : les produits agricoles sont commandés en ligne au producteur mais la livraison se fait dans des boutiques existantes. - www.prove.com.pt
- AgriLoja – pour acheter en ligne des produits agricoles et aquacole, du matériel de jardinage www.agrijoja.pt
- Aromas Douro – Vente de boissons et produits alimentaires, spécialisé dans les vins du Douro <http://aromasdouro.pt>

► LIENS ET DOCUMENTS

En Europe...

- La veille européenne sur l'e-Business : www.ebusiness-watch.org/
- La DG Entreprise & Industrie de la Commission européenne (Unité D4 'Technologie pour l'Innovation/commerce électronique : http://ec.europa.eu/enterprise/ict/index_en.htm)
- Le portail juridique du eBusiness : www.ebusinesslex.net

Au Portugal...

- UMIC – agence pour la société de l'information : www.umic.pt
- ACEP - Association portugaise de commerce électronique : www.portugalacep.org
- APEDI - association portugaise pour le développement du e-commerce : www.apedi.pt
- Guide pour aider les entreprises à acheter sur internet : www.umic.pt/images/stories/publicacoes/guia_empresas.pdf
- Guide pour les consommateurs : www.umic.pt/images/stories/publicacoes/guia_consumidores.pdf

En Italie...

- Appel à proposition e-commerce : L. 388/2000 tous les secteurs sont concernés sur l'ensemble du territoire.
- Des services télématiques pour les entreprises du textile et de l'habillement sur www.legge388.info

En France...

- Sur le e-commerce : <http://internet.gouv.fr>

► NOUVELLES D'EUROPE

- Le 4/12/06, le projet Equal « Nouvelles images sociales de la femme rurale » a organisé un séminaire sur l'agriculture multifonctionnelle. Des expériences de multifonctionnalité ont été présentées et le thème de la ferme instrument de compétitivité sociale et d'égalité de genre a été approfondi.
- Le 12/12/06 une conférence de presse a présenté le calendrier 2007 du projet Equal "WEBFEM". Les bénéficiaires sont les entrepreneurs agricoles et les femmes migrantes employées dans ce secteur dans la région de Turin. www.webfem.it
- "L'impact des TIC sur les entreprises et les structures industrielles - perspectives" - Bruxelles, 30/01/07 - www.ebusiness-watch.org/events/Annual-Event_2006.htm
- Nouvelles technologies pour la formation : la 2^{ème} édition du "Forum iLearning Paris 2007" se tiendra du 29 au 31 janvier 2007. Conférences et possibilités d'échanges et de rencontres. Information sur : <http://ilearn2007.eife-l.org>