LE GOUVERNEMENT CHINOIS IMPOSE UNE NOUVELLE LOI AUX GÉANTS DU E-COMMERCE

Une nouvelle loi s'imposera en Janvier 2019 aux leaders du e-commerce, les Baidu, Alibaba, Tencent, Xiomi (BATX), dénommés ainsi en référence aux GAFA[1] Américains. Le point sur les réglementations concernant le commerce en Chine avec Cristelle Albaric[2], Avocate Associée, Docteur en Droit, responsable du département Droit International et Bo Han, Avocat du Cabinet Simon & Associés.

© Droits Réservés

Bo Han, Avocat et expert de la Chine

© Droits Réservés

Dr. Cristelle Albaric, Associée, responsable de l'international

Le gouvernement Chinois mettra en application le 1er janvier 2019 une loi encadrant le e-commerce. C'est une loi anti-contrefaçon ?

Bo Han : En partie seulement. Il fallait combler un vide juridique et définir des règles pour un secteur, entièrement nouveau il y a seulement dix ans et qui est victime de son succès. La grande foire mondiale organisée par Alibaba chaque « 11/11 » et baptisé le « Singles Day » a battu de nouveaux records cette année avec € 27 milliards de marchandises achetées[3]!

Des imitations comme Ababis (pour Adidas), Gogo Chenale pour (Coco Chanel) ou Caiwen Kani (pour Calvin Klein) polluent le marché et pénalisent à la fois les consommateurs chinois et les entreprises européennes. L'an dernier, sur la plateforme « Taobao », 240.000 cas de contrefaçon ont été signalés.

Qu'est-ce que la nouvelle loi va changer pour les leaders Chinois tels Alibaba ?

BH : La nouvelle loi définit – ce qui constitue en soi une innovation- le rôle des plateformes de e-commerce et leur donne davantage de responsabilité pour réguler la contrefaçon.

Les articles 27 et 31 de la future loi en particulier imposent aux plateformes de contrôler les informations données par leurs vendeurs tiers. Jusqu'ici un simple particulier, sans déclaration préalable, pouvait vendre des articles, des marchandises via leurs services en ligne. Cela ne sera plus possible à partir du 1er janvier 2019. Il faudra désormais être inscrit au registre du commerce. La loi prévoit une exception pour les agriculteurs. Mais pour les autres, les plateformes de e-commerce devront vérifier et archiver leur extrait Kbis. Sur le site de la market place apparaitra ainsi obligatoirement le numéro de Siret du vendeur.

C'est donc une surveillance en amont sur les vendeurs. Et en cas de contestation ?

BH : Taobao par exemple qui appartient à Alibaba et compte 645 millions d'utilisateurs devra conserver pendant 3 ans la description du produit ou du service proposé ainsi que la trace de la transaction. Elle verra sa responsabilité engagée solidairement, si elle n'a pas fait ces vérifications en cas de contrefaçon ou de produits dangereux. Elle encoure alors une sanction de 500.000 yuans (soit € 62.000).

Les marques pourront-elles mieux faire respecter leurs droits ?

BH : Elles disposeront de plus de recours auprès des plateformes elles-mêmes. Selon l'article 42, elles pourront obliger la plateforme à cesser la commercialisation d'un produit à condition qu'elles apportent la preuve qu'il s'agit d'une contrefaçon. De lourdes amendes sont prévues si les plateformes ne respectent pas cette obligation (jusqu'à € 250.000).

Comment les consommateurs pourront-ils se repérer pour éviter d'acheter de faux Adidas, de faux Chanel etc... ?

BH : La plateforme devra noter la crédibilité et la performance des vendeurs. C'est prévu par la loi dans son article 39. Ce système de notation, complètera les avis recueillis par le site de la part des clients finaux.

Les entreprises européennes investissent également en tant que franchiseurs sur le marché chinois. Quelles sont les règles à connaitre dans ce domaine ?

Cristelle Albaric : On compte environ 4500 réseaux de franchise en Chine contre près de 2000 en France. Notre cabinet accompagne essentiellement des franchiseurs qui voient dans ce marché un fort relais de croissance. Depuis la loi du 19 mai 2007, la franchise est régulée par un texte spécifique. Celui-ci impose au franchiseur étranger d'exploiter pendant un an un magasin en propre sur le territoire afin de justifier de son expérience. Il doit fournir également au futur franchisé un document d'information précontractuel (DIP) 30 jours avant la signature du contrat. Il doit ensuite s'enregistrer auprès de l'administration locale de la Province ou dans une agence nationale en fonction de son implantation.

En Europe, la sécurité et le confidentialité des données personnelles ont fait l'objet d'une directive (dite RGPD). Existe-il une réglementation équivalente en Chine ?

CA : Le gouvernement chinois a adopté le 1er juin 2017 la loi sur la cybersécurité qui porte sur l'administration des réseaux sociaux (Baidu, WeChat...).

Sur la protection de données, comme vous le savez, la conception chinoise en la matière diffère de celle des européens. Il existe un système de notation des citoyens en Chine, basé sur les datas, la reconnaissance faciale, les caméras de surveillance. L'explosion du e-commerce, là encore, est à l'origine de ce phénomène. Pour se prémunir des risques de fraudes, ou d'arnaques sur Internet, les consommateurs chinois ont jugé naturel de recourir à des avis consommateurs et à un système de notation. C'est cette logique que l'on retrouve dans cette loi sur l'e-commertce. ■

1) Google, Apple, Facebook, Amazon

2) Auteur de l'ouvrage "International Commercial Agency and Distribution Agreements: Case Law and Contract Clauses, Second Edition » chez Wolter Kluwer.

3) Cette somme comprend les frais d'expéditions.