

ACTUALITÉS
LEXWINE

6 mai 2020

Par MARION ALARY
et MARINE MENY

PARTAGER



Les 9 points clés du lancement de votre site de vente de vins en ligne



À l'heure du confinement, la filière vitivinicole française connaît une crise économique majeure et un recul spectaculaire des ventes depuis la mi-mars.

Ainsi, le Comité national des interprofessions des vins (CNIV) estime qu'il faut s'attendre à "une chute des ventes de l'ordre de 40 à 50%, tous débouchés confondus"¹. Cette tendance d'effondrement des ventes, qui touche l'ensemble de la filière des vins (tranquilles et effervescents) est encore plus impactante pour ceux qui ne dépendent pas de la grande distribution et ont opté pour un circuit de distribution en CHR ou à l'export.

Il apparaît donc impératif pour l'ensemble du monde viticole français de rechercher des modes alternatifs de ventes et de réorganiser ses modes de distribution : livraison à domicile, création de partenariat pour les Foires aux vins, etc.

Dans cette optique, le développement d'un site de e-commerce peut également s'avérer un canal de vente alternatif judicieux face aux ruptures de débouchés physiques (restaurants, cavistes, etc.).

Au préalable, d'un point de vue commercial, il conviendra de s'assurer que la mise en place de votre site marchand n'entre pas en concurrence avec votre réseau de distribution, en France et à l'étranger, notamment en cas d'exclusivité. Par ailleurs, si ce n'est pas déjà le cas, il sera nécessaire d'obtenir une licence de débits de boisson, la vente en ligne de boissons alcoolisées étant soumise au même régime.

Afin de vous aider à franchir le pas dans les meilleures conditions, nous vous proposons ci-dessous notre *to-do list* pour vous accompagner dans cette aventure !

1- Choisir, sécuriser et réserver votre nom de domaine

En tant qu'actif incorporel de la société (CE, 7 déc. 2016, n° 369814), le choix de votre nom de domaine doit être réfléchi et cohérent avec la politique immatérielle de l'entreprise.

Il s'agit donc d'une étape stratégique qu'il convient de ne pas négliger, et qui implique notamment d'être vigilant sur les aspects suivants :

- **S'assurer de la disponibilité de votre nom de domaine** et de son absence d'atteinte à des droits antérieurs tels que marques, dénominations sociales, noms commerciaux, noms de domaines. Il convient par ailleurs de s'interroger sur l'opportunité de compléter au besoin sa protection à titre de marques pour couvrir ces services spécifiques de vente en ligne. Il est important d'avoir à l'esprit que le dépôt d'une marque vous offrira des possibilités plus étendues pour la défense de votre nom de domaine.
- **Déposer rapidement le nom de domaine choisi** qui est unique dans un espace de nommage et est soumis à la règle du « premier arrivé, premier servi ».
- **Définir une stratégie de gestion et de réservation des noms de domaine**, afin d'optimiser la gestion de vos noms de domaine sur les plans administratif, technique et juridique (réservation, redirection, sécurité, etc.).

Enfin, si vous faites appel à un prestataire (développeur informatique, agence de web design, etc.) pour développer votre site internet, nous vous recommandons de faire le contrat en direct avec l'hébergeur afin d'avoir la main sur les serveurs et pouvoir accéder et modifier vos données informatisées et ainsi éviter toute situation de blocage éventuelle dans le cas d'une rupture de contrat avec ce prestataire.

2- Développer un site web adaptif en privilégiant une interface intuitive et accessible depuis mobile

En effet, au 4e trimestre 2019, 4 e-acheteurs français sur 10 l'étaient depuis leur smartphone, selon la Fédération du e-commerce et de la vente à distance (FEVAD). Il apparaît donc indispensable de concevoir et développer votre site de façon à pouvoir s'adapter à toutes les résolutions d'écran (mobiles, tablettes, etc.).

3- Sécuriser les droits issus en cas de prestations ou de contenus originaux réalisés par des tiers

L'élaboration d'un logiciel constituant une prestation susceptible de donner lieu à un droit d'auteur, il faudra veiller dans ce cas à organiser la cession des droits d'auteur détenus par le développeur informatique avant toute exploitation commerciale. Il en va de même si vous confiez la rédaction de contenus à des tiers.

En outre, la reproduction et l'exploitation de photographies sur son site web est soumise à l'autorisation préalable du titulaire du droit d'auteur. Par exemple, une photographie « trouvée » sur internet ne peut pas être reprise librement à titre d'illustration (même si on prend soin de mentionner le nom de l'auteur et la source).

4- Rédiger vos Conditions Générales de Vente (CGV)

Elles sont obligatoires pour les relations en B2C et doivent contenir un certain nombre de mentions légales strictes, d'ailleurs renforcées en matière de vente d'alcool sur internet pour la protection des mineurs notamment.

Leur rédaction est donc une étape majeure, qui doit faire l'objet d'une attention particulière dans la mesure où les CGV sont la base de votre relation contractuelle. Nous vous invitons donc à opter pour une rédaction personnalisée* de ces dernières, l'élaboration de vos CGV étant par ailleurs l'occasion de clarifier l'ensemble de votre processus de commande (caractéristiques des produits vendus, modalités et sécurisation du paiement, délai de livraison, etc.). Il conviendra également de distinguer selon que vos CGV s'adressent à des particuliers ou à des clients professionnels, le cas échéant.

Nous restons à votre disposition pour vous assister sur ce point majeur, étant à noter que les CGV sont particulièrement scrutées par les services de répression du Ministère de l'Economie et des Finances.

**En cas de plagiat, le cybermarchand s'expose à une action sur le fondement de la concurrence déloyale ou parasitisme économique par le titulaire des CGV plagiées.*

5- Définir une politique de sécurisation des données personnelles

Si les données personnelles sont une richesse et un levier de vente stratégique pour les e-commerçants, par exemple en vous permettant de faire la promotion de votre nouveau site ou de nouveaux produits via l'envoi d'emails, leur gestion doit se faire dans le respect de la réglementation relative à la protection et au traitement des données personnelles auprès de la CNIL.

Notre département spécialisé est à votre disposition pour vous permettre de mettre en place les bonnes pratiques vis-à-vis de votre base de données client et des informations collectées.

6- Elaborer un contenu conforme à la Loi Evin

En tant que support de publicité relatif à des boissons alcoolisées, le contenu de votre site internet est soumis aux obligations de la Loi Evin ce qui nécessite une vigilance accrue, notamment sur les points suivants :

- **Validation de l'ensemble de vos éléments de communication** (textes, visuels utilisés, etc.) sous l'angle de la Loi Evin.
- **Présence du message sanitaire obligatoire** sur l'ensemble de vos pages et de manière clairement lisible et visible, selon la formule « *L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération* ».
- **Limitation de l'accès à votre site en fonction des pays** : Si, en France, la mise en place d'un filtrage du trafic à l'entrée de votre site marchand ne constitue pas une obligation légale, celle-ci est néanmoins vivement recommandée puisque la vente de boisson alcoolique est interdite aux mineurs. Pour d'autres pays, ce filtre est obligatoire : c'est le cas par exemple des Etats-Unis. Afin d'intégrer ces différents cas de figure, il est possible d'opter pour une formulation générale du type : « *Êtes-vous en âge de consommer de l'alcool dans votre pays de résidence ? OUI / NON* ». Par ailleurs, nous vous recommandons de rappeler ce point dans vos conditions générales de ventes (cf. point 4 ci-dessus).

- Prudence en cas d'**organisation de jeux concours ou d'opération promotionnelle**, lesquels devront faire l'objet d'une validation au cas par cas, en fonction des modalités retenues.
- Enfin, en matière d'alcool, il conviendra de bannir toute **publicité intrusive ou interstitielle** !

7- Référencer votre site internet

Cette étape est indispensable afin de rendre votre site de e-commerce visible aux yeux des internautes.

À cet égard, le référencement naturel (SEO) est une solution pérenne qui vous permettra de capter sur le long terme des clients potentiels. Ses leviers sont nombreux (le moteur de recherche Google en liste pas moins de 200 !) mais passent notamment par le choix de mots clés pertinents et la rédaction de contenus adaptés. Afin de vous distinguer de la concurrence et capter un trafic pertinent, n'hésitez pas à privilégier des mots clés suffisamment précis !

Par ailleurs, en matière de référencement payant, la réservation d'un mot-clé correspondant à la marque d'un concurrent ne constitue par une contrefaçon, sous réserve que l'annonce soit rédigée en termes suffisamment clairs pour exclure tout risque de confusion quant à l'origine des produits commercialisés.

8- Communiquer sur les réseaux sociaux

En fonction de votre cible (sociologique, géographique), les réseaux sociaux peuvent représenter des relais stratégiques de votre site internet et vous permettre de gagner en visibilité. Il est donc judicieux de réserver un compte sur les réseaux sociaux pertinents, et d'y intégrer un lien vers votre site marchand.

N'hésitez pas à adapter votre contenu en fonction des réseaux et de leur audience. Si Facebook permet de viser un public très large, en Chine, un compte WeChat semble indispensable ! Instagram, TikTok, Snapchat peuvent permettre de dynamiser votre communication en visant un public plus jeune... Prudence sera donc de mise sur ces réseaux afin d'adapter vos publications en circonstance (cf. point 6 ci-dessus) !

9- Surveiller votre marque et lutter contre le cybersquatting

En règle générale, le nom de domaine d'un site de vente en ligne intègre la marque amirale de l'entreprise.

Aussi, une fois le choix de votre extension principale effectué (généralement .fr et/ou .com), se pose encore la question de l'opportunité d'enregistrement des extensions secondaires.

Il est donc important de surveiller les nouvelles réservations de noms de domaine liés à votre marque et à votre secteur d'activité pour être alerté de toute nouvelle réservation de nom de domaine susceptible de porter atteinte à vos droits et/ou à votre image.

L'intérêt de cette veille est d'être en mesure de court-circuiter les tentatives d'usurpation de votre marque (phishing, revente de contrefaçons etc.) par un cybersquatteur et pouvoir neutraliser le nom de domaine litigieux très rapidement.

Nous proposons différents types de stratégies de veille et de réaction selon la typologie des atteintes portées à vos droits.

Nous sommes à votre disposition pour vous proposer la surveillance qui sera la plus adaptée à vos besoins.

L'idée à retenir est selon nous la suivante : ne pas confondre vitesse et précipitation ! La création d'un site marchand de vins implique de se poser les bonnes questions au bon moment pour ne pas se retrouver en eaux troubles...

Marion ALARY et Marine MENY – Juristes en propriété intellectuelle au sein du département LEXWINE
– Cabinet INLEX

i

<https://www.lefigaro.fr/societes/le-coronavirus-fait-chuter-les-ventes-d-alcool-la-filiere-viticole-boit-la-tasse-20200403>