



HAL
open science

Le commerce électronique et la protection du consommateur en droit Camerounais

Victor Douram

► **To cite this version:**

Victor Douram. Le commerce électronique et la protection du consommateur en droit Camerounais. Revue de recherche en Droit, Économie et Gestion, 2019, 7. hal-03609787

HAL Id: hal-03609787

<https://hal.science/hal-03609787v1>

Submitted on 15 Mar 2022

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

**LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE ET LA PROTECTION
DU CONSOMMATEUR EN DROIT CAMEROUNAIS**

Par

Victor DOURAM

Doctorant en droit des affaires, Université de Douala

douramvictor@yahoo.fr

RESUME

En ce 21^{ème} siècle, l'on a observé de nombreux changements dans les relations contractuelles. Celles-ci sont devenues plus subtiles. Le faible est devenu intelligent et parfois économiquement très puissant. Le fort a quant à lui développé de nouvelles techniques. Les modes d'expression de la volonté ont profondément évolué avec notamment le développement des nouvelles technologies de l'information et de la communication. Bref, tous les domaines du droit privé des contrats connaissent une métamorphose profonde. Si les règles en matières contractuelles sont presque toutes restées les mêmes, le contexte contractuel lui a profondément changé, à tel point que, même combinées, les doctrines libérales et sociales ne pouvaient plus pleinement assurer une meilleure efficacité du rapport contractuel au point où nous nous posons la question de savoir comment le législateur camerounais en matière de commerce électronique assure-t-il une protection efficace aux consommateurs.

MOTS CLES : Commerce électronique-Consommateur-Droit camerounais.

Plan de l'article

INTRODUCTION

- I- Les mesures de protection relevant du droit commun des obligations**
- A- Les mesures de protection du consommateur liées à la formation du contrat**
 - 1- La consécration de l'obligation d'information
 - 2- La consécration des mesures répressives en cas de violation des obligations
- B- Les mesures de protection du consommateur tendant au retardement du contrat**
 - 1- L'institution d'un droit de rétractation au profit du consommateur
 - 2- L'instauration des mesures de réglementation du contenu du contrat
- II- Les mesures de protection relevant des droits spécifiques du commerce électronique**
- A- Les mesures de protection du consommateur tenant à la publicité**
 - 1- L'exigibilité d'une publicité claire
 - 2- L'exigibilité d'une publicité transparente
- B- Les mesures de protection du consommateur liées à la signature électronique**
 - 1- La mise du dispositif de sécurisation tenant à la signature électronique
 - 2- La mise de dispositif de certificat lié à la signature électronique

CONCLUSION

BIBLIOGRAPHIE

INTRODUCTION

En ce XXI^{ème} siècle, le quotidien des êtres humains est rythmé et guidé par les technologies de l'information et de la communication¹. Le développement de ces technologies a entraîné la création de divers nouveaux produits et services sur le marché. L'incidence de l'internet sur nos modes de consommation est la plus emblématique de ces transformations. Aujourd'hui, à la télévision comme dans les médias, on ne cesse de vanter les mérites du commerce en ligne. Si bien d'ailleurs, que les indicateurs économiques montrent une progression fulgurante des transactions conclues sur l'internet. Cela nous montre le besoin de formuler des règles et des normes juridiques spécifiques pour protéger le consommateur en matière de commerce électronique.

La notion de commerce électronique est difficile à définir. Certes, en observant cette précaution, un auteur relève que le commerce électronique « *s'entend de l'utilisation conjointe de tous les vecteurs et de tous les supports mis à disposition par les télécommunications, en vue de développer le commerce de l'entreprise, aux niveaux national et international* »². Pour certains auteurs, le commerce électronique est « *l'ensemble des échanges d'informations, opérations et transactions réalisés sur le réseau et qui affecte la vie des affaires* »³. Pour d'autres, il désigne « *l'ensemble des échanges électroniques liées aux activités commerciales. Il s'agit donc aussi bien de relation interentreprises que de relations entre entreprises et administrations et des échanges entre entreprises et consommateurs* »⁴. La directive européenne sur le commerce électronique, définit le commerce électronique comme « *l'activité économique par laquelle une personne propose ou assure à distance et par voie électronique la fourniture de biens ou de services* »⁵. C'est en des termes sensiblement

¹ Le Grand dictionnaire terminologique de l'office québécois de la langue française définit les technologies de l'information et de la communication comme étant un « *ensemble des technologies issues de la convergence de l'informatique et des techniques évoluées du multimédia et des télécommunications, qui ont permis l'émergence de moyens de communication plus efficaces, en améliorant le traitement, la mise en mémoire, la diffusion et l'échange de l'information* ». Cf. V. BEYPASSI OUAFO, « Les technologies de l'information et de la communication à l'épreuve du développement économique au Cameroun », www.ohada.com, 21p. Consulté le 21/01/2018.

² G. MPONDO MBOKA, « Le droit de la preuve et le commerce électronique », in *Revue Camerounaise de Droit et de Science Politique*, JANUS, n°2, janvier 2007, p. 125 ; J. GATSI, « Problèmes juridiques du commerce électronique », in *Annales de la Faculté des Sciences Juridiques et Politiques de l'Université de Douala*, n°1, janvier-juin 2002, p. 371.

³ E. BARBRY, « Le droit du commerce électronique : de la protection...à la confiance », *D.I.T.*, n°2, 1998, p. 15.

⁴ A. DE LA PRESLE, « La signature électronique est-elle une panacée ? », *D.I.T.*, n°3, 1998, p. 31.

⁵ Cf. Art. 14 de la loi française pour la confiance dans l'économie numérique.

identiques que le conseil des ministres de l'Union Economique de l'Afrique Centrale⁶ a défini le commerce électronique. Le législateur camerounais définit le commerce électronique comme « *activité économique par laquelle une personne effectue ou assure par voie électronique la fourniture de biens ou des services* »⁷.

La notion de consommateur est certes difficile à définir. C'est pourquoi d'entrée de jeu, un auteur relève que, dans le contexte du commerce électronique, « *la notion de consommateur est susceptible de créer bon nombre de malentendus* »⁸. Ainsi, d'après lui, il faudra se garder de transposer au commerce électronique la conception stricte, généralement donnée à la notion de consommateur, n'intégrant alors que des personnes physiques agissant à des fins domestiques, personnelles ou familiales et non professionnelles. Le législateur camerounais s'est aligné sur la position de cet auteur en définissant le consommateur dans le commerce électronique comme « *toute personne physique ou morale qui bénéficie des prestations de services ou utilise les produits de commerce pour satisfaire ses propres besoins et ceux des personnes à sa charge* »⁹. Au regard de ce texte, on peut soutenir qu'en droit camerounais et plus spécifiquement en matière de commerce électronique, le statut de consommateur profite, outre les personnes physiques, aux personnes morales¹⁰.

Au terme de l'exposé terminologique sur ces notions, on peut mieux cerner le libellé de la thématique : « le commerce électronique et la protection du consommateur en droit camerounais ». Cette étude n'est pas dénuée d'intérêts.

Sur le plan théorique, l'étude peut ainsi faire ressentir les prédispositions qu'a le législateur camerounais à adapter aux technologies modernes des règles de droit susceptibles d'éclairer ou de protéger les consommateurs sur les incertitudes juridiques entourant le commerce électronique surtout qu'il reconnaît que la possibilité d'opérer des transactions en ligne est une occasion unique pour tout Etat (Cameroun) y compris ceux en développement de prendre part active au commerce mondial.

Sur le plan pratique, la finalité semble viser la défense des consommateurs particulièrement en droit camerounais contre les risques présentés par les produits et les services

⁶ V. Art 1 Projet de directive CEMAC relative au commerce électronique.

⁷ Art. 2 de la loi n°2010/021 du 21 décembre 2010 régissant le commerce électronique au Cameroun.

⁸ J. DREXL, « Mondialisation et société de l'information : le commerce électronique et la protection des consommateurs », in *Revue internationale de droit économique*, n°spécial, 2002, pp. 405-444.

⁹ Art. 2 de la loi n°2010/021 du 21 décembre 2010 régissant le commerce électronique au Cameroun.

¹⁰ H.M. TCHABO SONTANG, *La réglementation du commerce électronique dans la CEMAC, contribution à l'émergence d'un marché commun numérique*, Thèse, Université de Dschang, 2014, p. 294.

mis sur le marché en ligne et contre les pratiques commerciales susceptibles de fausser le libre arbitre de l'acheteur en influant anormalement sur son comportement d'achat.

Il convient de préciser la question centrale et le nœud gordien de cette étude. Elle se libelle de la manière suivante : comment le législateur camerounais en matière de commerce électronique assure-t-il une protection efficace aux consommateurs ?

Dans l'optique de mieux étayer notre analyse, il serait judicieux pour nous de démontrer d'une part, les mesures de protection relevant du droit commun des obligations instauré par le législateur (**I**), et d'autre part, les mesures de protection relevant des droits spécifiques du commerce électronique (**II**).

I- Les mesures de protection relevant du droit commun des obligations

Si la théorie générale du contrat s'est épanouie au 19^{ème} siècle sur la base de certains principes¹¹, ses règles sont moins adaptées aux conditions nouvelles des relations commerciales. Mais, le droit commun des contrats dans un souci de préservation de l'équilibre contractuel oblige les parties à contracter et à exécuter leurs obligations de bonne foi. C'est pourquoi cette mesure de protection s'étend aux consommateurs lors de la formation du contrat (**A**) et jusqu'à certaines mesures de retardement de ce contrat (**B**).

A- La protection du consommateur dans la formation du contrat

Les exigences de loyauté et de bonne foi du droit commun ne suffisent pas à protéger le consommateur qui contracte en ligne. Dans cette quête de recherche perpétuelle de préservation de l'équilibre contractuel, le législateur va imposer une obligation d'information renforcée (**1**) tout en prévoyant des sanctions en cas de violations de cette obligation (**2**).

1- La consécration de l'obligation d'information

La protection du consommateur conduit au développement de l'information du futur cocontractant. Il s'agit d'une obligation précontractuelle qui recouvre l'ensemble d'informations fournis aux consommateurs dans la période qui précède la conclusion du contrat¹².

¹¹ V. F. TERRE, P. SIMLER et Y. LEQUETTE, *Droit civil : Les obligations*, Dalloz, 11^{ème} éd., Paris, 2013, p. 31.

¹² F. TERRE, p. SIMLER et Y. LEQUETTE, op. cit., p. 48.

Ignorant certains paramètres du contrat, le consommateur peut agir avec légèreté surtout que l'environnement du commerce électronique n'est pas toujours familier à tous ceux qui souhaitent contracter en ligne. Pour y remédier, le droit positif camerounais impose ainsi au prestataire l'obligation de partager l'information qu'il dispose avec son cocontractant¹³. Cette exigence se présente par ailleurs comme un corollaire de l'obligation de contracter de bonne foi, laquelle constitue l'un des principes fondamentaux du droit des contrats¹⁴. Ainsi, l'obligation d'indiquer le prix des produits et des services offert à la clientèle¹⁵ est appréhendée comme l'un des principes de la libre concurrence permettant au consommateur d'exercer le meilleur choix possible¹⁶. En plus de l'information sur le prix, le législateur camerounais a prévu au vu de la complexité grandissante des produits qui éloigne de plus en plus, l'obligation d'information sur les caractéristiques des produits et services¹⁷. Cette obligation est renforcée lorsque « *le produit ou le service commandé est indispensable, le vendeur doit en informer le client ou le consommateur au moins vingt quatre heures avant la date de livraison prévue dans le contrat d'achat ou de service. Le cas échéant, le vendeur ou le prestataire de service rembourse au client ou au consommateur l'intégralité des sommes perçues en vue de la livraison du produit ou de la réalisation du service* »¹⁸. Ce qui pourrait en cas de violation de ces obligations contractuelles conduit à des sanctions.

2- La consécration des mesures répressives en cas de violation des obligations

Dans un souci de transparence et de protection du consommateur, le législateur a considérablement accru le rôle du formalisme dans les contrats¹⁹. Sur le pénal, le législateur camerounais prévoit que le prestataire qui manque à son obligation d'informer convenablement le consommateur s'expose à une peine d'amende allant de 250.000 à 2.500.000 F CFA²⁰. L'idée de sanctionner d'office les obligations contractuelles d'une partie à un contrat, fût-elle un professionnel, à une peine pénale, n'est pas très courante. Très généralement, en ce domaine, les sanctions sont civiles ou administratives. Il n'en est en principe autrement que lorsque le comportement du débiteur de cette obligation présente les caractères d'une infraction pénale

¹³ Art. 30 de la loi n°2010/021 du 21 décembre 2010 régissant le commerce électronique au Cameroun ; M. FABRE-MAGNAN, *Les obligations*, P.U.F, 1^{ère} éd., Paris, 2004, p. 421 ; A. BENABENT, *Droit civil, Les obligations*, Montchrestien, 11^{ème} éd., 2007, p. 47.

¹⁴ H.M. TCHABO SONTANG, *op. cit.*, p. 303.

¹⁵ Art. 15 de la loi précitée.

¹⁶ H. BEBEY MODI KOKO, *Droit communautaire des affaires (OHADA-CEMAC), Droit commercial général et droit de la concurrence*, Tome 1, Dianopia, 1^{ère} éd., 2008, p. 161.

¹⁷ Art. 15, 3^{ème} tiret de la loi précitée.

¹⁸ Art. 25 al. 1 de la loi n°2010/021 du 21 décembre 2010 régissant le commerce électronique au Cameroun.

¹⁹ J. GHEISTEIN, *Traité de droit civil, les obligations, le contrat*, T. 2, L.G.D.J, 1980, n°487.

²⁰ Art. 43 de la loi n°2010/021 du 21 décembre 2010 régissant le commerce électronique au Cameroun.

telle l'escroquerie ou la publicité mensongère. Cependant, dans le cadre du commerce électronique, les peines prévues semblent automatiques et ne dépendent pas de l'attitude psychologique du prestataire. Ainsi, le manquement à l'obligation d'information constitue en lui-même une infraction pénale.

Sur le plan civil, le fait de considérer l'obligation d'information qui est une condition de formation de contrat telle que reconnue par l'article 15 alinéa 1 de la loi Camerounaise régissant le commerce électronique, son non-respect sera donc vu comme une cause de nullité du contrat. C'est d'ailleurs ce que prévoit le projet de directive CEMAC sur le commerce électronique²¹.

Cette intervention ne se limitera pas à ce niveau jusqu'à ce que le législateur ait mis sur pied des mesures de protection tendant à retarder cette formation du contrat allant au profit du consommateur.

B- Les mesures de protection du consommateur tendant au retardement du contrat

Le contenu du contrat est librement déterminé par les parties, et ce dont elles ont convenu constitue la loi de leur relation. L'environnement électronique étant souvent capricieux, l'exigence d'un consentement éclairé et intègre, suppose dans le commerce électronique que les parties se rassurent effectivement des intentions de l'une et de l'autre. C'est pourquoi le législateur Camerounais dans ce souci permanent à l'égard du consommateur va instituer un droit de rétractation au profit de ce dernier (1) et ira même plus loin en instaurant des mesures de réglementation quant au contenu du contrat (2).

1- L'institution d'un droit de rétractation au profit du consommateur

Le législateur Camerounais, tenant compte des aléas de l'environnement électronique et de la distance qui sépare le consommateur du prestataire, a maintenu au profit de ce dernier une prérogative classique, mais adaptée aux spécificités du commerce électronique, qualifiée de droit de rétractation. Il s'agit d'un avantage qui autorise le consommateur à substituer une volonté contraire à sa volonté initiale en vue de se dégager du contrat. En d'autres termes, c'est la faculté offerte au consommateur de revenir, en vue d'en détruire les effets juridiques, sur un acte qu'il avait volontairement accompli²².

²¹ Art. 56 du Projet de directive CEMAC sur le commerce électronique.

²² G. CORNU et ASSOCIATION HENRY CAPITANT, *Vocabulaire juridique*, Paris, P.U.F, « Quadrige », 10^{ème} éd., 2011, p. 276.

Cette faculté se caractérise par des éléments comme l'unilatéralité de la déclaration de volonté, l'incompatibilité de cette manifestation unilatérale de volonté avec volition exprimée initialement et la substitution pure et simple qui opère la rétractation, au terme de laquelle la première manifestation de volonté est « effacée » par celle qui lui succède²³. Concrètement, le droit de rétractation est un instrument classique dont se servent les législateurs pour assurer la protection des consommateurs dans les contrats à distance et allant plus loin, le législateur va instaurer des mesures réglementant le contenu du contrat.

2- L'instauration des mesures de réglementation du contenu du contrat

L'environnement du commerce électronique permet de soutenir que « *l'échange des volontés n'est pas suffisant pour garantir la conclusion d'un contrat juste parce qu'équilibré* »²⁴. Penser le contraire serait nié la réalité commerciale et technologique des contrats de cyberconsommation²⁵. Certes, en cliquant sur « *valider* » ou « *j'accepte* »²⁶, le consommateur, même lorsqu'il a préalablement vérifié les risques d'erreurs dans la saisie de sa commande, ne mesure pas toujours toute la portée des engagements qu'il souscrit. S'il accepte de conclure un contrat pour lequel il n'a pas activement participé à la définition des clauses, c'est parce qu'il se trouve, par rapport au prestataire, en position de faiblesse. Cette faiblesse « *peut être due soit à son infériorité économique, à son ignorance de fait ou de droit, à son incurie, à son inconscience ou à sa paresse, soit à la loi elle-même du fait de son propre état de besoin* »²⁷.

Le législateur a jugé utile d'intervenir à travers le contrôle des clauses des contrats du commerce électronique. Ce contrôle vise à purger du contrat les clauses qui seraient préjudiciables au consommateur, lesquelles seront qualifiées d'abusives. Comme l'ont écrit certains auteurs, « *l'intérêt de qualifier une clause d'abusives est donc la protection d'une partie au contrat, la moins expérimentée ou la plus faible économiquement* »²⁸.

²³ V. Art. 30 de la loi n°90/031 du 10 Août 1990 régissant l'activité commerciale au Cameroun ; Art 7 de la loi-cadre n°2011/012 du 6 mai 2011 portant protection du consommateur au Cameroun.

²⁴ L. BRUNEAU, *Contribution à l'étude des fondements de la protection du contractant*, Thèse, Université de Toulouse, 2005, p. 472.

²⁵ V. GAUTRAIS, « Les contrats de cyberconsommation sont presque tous illégaux ! », in *Revue du notariat*, Montréal, 2005, pp. 617-656.

²⁶ C'est une formule qui généralement affiché sur les pages web pour solliciter l'acceptation.

²⁷ S. GUILLEMARD et D.E. ONANA, « Le contrat d'adhésion : actualités et droit international privé », in *Les cahiers de droit*, Vol. 48, n°4, 2007, p. 635.

²⁸ J. MESTRE et J.C. RODA, op. cit., p. 20.

Le législateur camerounais a formellement interdit l'utilisation des clauses abusives dans les contrats impliquant des consommateurs²⁹. Sans avoir expressément listés les clauses abusives, il déclare que sont abusives, les clauses qui exonèrent, excluent, réduisent ou limitent la responsabilité des fournisseurs ou des prestataires de services pour les défauts, déficiences ou inadéquations de toutes sortes dans la technologie, le bien fourni ou le service rendu. Toutefois, le principe demeure que la clause qui exclut ou limite la responsabilité du professionnel dans un contrat le liant à un consommateur doit être annulée parce qu'abusive³⁰.

Ainsi, d'après la loi, sont abusives les clauses qui « *impliquent la perte des droits et libertés garantis au consommateur ou en limitent l'exercice* », de même que celles qui « *créent des termes ou conditions contractuels injustes, déraisonnables, inéquitable, répressifs ou qui retournent à la responsabilité du consommateur des défauts, les déficiences ou inadéquations non immédiatement apparents* »³¹. En vertu de cette disposition, serait nulle une clause permettant au vendeur de s'affranchir de son obligation précontractuelle d'information³². En droit camerounais, la nullité qui frappe les clauses abusives est une nullité absolue pouvant être prononcée d'office par le juge³³. C'est pour cela que le législateur camerounais ira plus loin en préconisant les mesures de protection relevant des droits spécifiques du commerce électronique.

II- Les mesures de protection relevant des droits spécifiques du commerce électronique

Le développement des relations virtuelles, en dehors de tout support matériel ou écrit, avec l'utilisation de plus en plus croissante des moyens de télécommunication³⁴, l'intégration des technologies industrielles et commerciales dans le monde juridique se traduit par des chantiers de dématérialisation ponctuels³⁵. On assiste de plus en plus à l'abandon du papier pour l'électronique. Les distances géographiques ne sont plus du tout une préoccupation depuis l'internet. Les modes de communication ont explosé en quelques années, on constate un besoin de contracter plus vite, pour consommer plus vite et efficacement. C'est la raison pour laquelle

²⁹ Art. 5 de la loi-cadre n°2011/012 du 6 mai 2011 portant protection du consommateur au Cameroun.

³⁰ Cour d'Appel du centre, arrêt n°339/civ, 24 juin 2000, Aff. Agence de voyages Félicité express voyages c/Mekougang Régine, in *Juridis Périodique*, n°67, juillet-août-septembre 2006, p. 41, cité par H.M. TCHABO SONTANG, op. cit., p. 323.

³¹ Art. 5 al. 1 de la loi précitée.

³² Une telle clause a déjà fait l'objet d'une sanction dans la jurisprudence française.

³³ Art. 5 al. 2 de la loi précitée.

³⁴ P.Y GAUTIER et X. LINANT de BELLEFONDS, « De l'écrit électronique et des signatures qui s'y attachent », *JCP*, n°24, 14 juin 2000, p. 1.

³⁵ T. PIETTE-COUDOL, « La remise électronique du bulletin de paie », *JCP*, n°43, 26 oct. 2010, p. 2.

le législateur Camerounais va mettre sur pied des mesures de protection du consommateur tenant à la publicité (A) et celles liées à la signature électronique en cas de manifestation effective entre les parties (B).

A- Les mesures de protection du consommateur tenant à la publicité

Comme dans le commerce « traditionnel », le meilleur moyen d'attirer le consommateur réside dans des campagnes de publicité adaptée et des offres toujours plus intéressantes. Grâce à l'internet, la publicité connaît d'ailleurs un nouvel essor et des innovations constantes.

Néanmoins comme dans le commerce « traditionnel », la publicité électronique et l'offre de contracter électronique présentent des dangers car pour attirer les consommateurs ces techniques peuvent contenir de fausses informations ou omettre certains renseignements de façon à induire en erreur le consommateur et ainsi à le pousser à contracter³⁶. Conscient de ce danger, le législateur camerounais a mis en place une réglementation relativement complète pour encadrer la publicité et l'offre de contracter, lorsqu'elles s'adressent au consommateur, en mettant un accent particulier sur l'exigibilité d'une publicité claire (1) et transparente (2).

1- L'exigibilité d'une publicité claire

Le projet de Directive CEMAC sur le commerce électronique définit la publicité comme « *toute forme de communication destinée à promouvoir, directement ou indirectement, des biens, des services, ou l'image d'une entreprise, d'une organisation ou d'une personne ayant une activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale* »³⁷. La loi n°2010/021 du 21 décembre 2010 régissant le commerce électronique définit la publicité commerciale comme « *information publiée à travers des supports pour faire connaître un produit ou un service, en vue d'inciter le public à l'acheter ou à l'utiliser* »³⁸.

Lorsqu'elle est dirigée vers des consommateurs, du fait de la vulnérabilité de ces derniers, le législateur exige qu'elle respecte certains canons guidés par la clarté et la transparence. Pour le consommateur, la réception de messages publicitaires non sollicités³⁹ est

³⁶ N. MOREAU, *La formation du contrat électronique : dispositif de protection du cyberconsommateur et modes alternatifs de règlement des conflits (M.A.R.C)*, DEA Droit des contrats, Université de Lille 2, 2002-2003, p. 19.

³⁷ Cf. Art. 1^{er} du Projet de Directive CEMAC sur le commerce électronique.

³⁸ Art. 2 de la loi n°2010/021 du 21 décembre 2010 régissant le commerce électronique.

³⁹ Art. 6 de la loi précitée : « *les publicités non sollicitées effectuées par un prestataire par courrier électronique doivent être identifiées de manière claire et non équivoque dès leur réception par le destinataire* ».

généralement source de nombreux désagréments dans l'utilisation de sa messagerie électronique. Il s'ensuit pour le consommateur une contrainte majeure, celle de nettoyer régulièrement sa messagerie au risque de perdre de messages importants.

C'est ainsi qu'en droit camerounais à travers l'article 7 de la loi n°2010/021 du 21 décembre 2010 régissant le commerce électronique, lequel interdit expressément toute forme de publicité ou de prospection utilisant, sous quelque forme que ce soit, les coordonnées d'un consommateur qui n'a pas exprimé son consentement préalable à recevoir lesdits messages par ce moyen. En optant pour cette approche, le législateur camerounais a marqué sa préférence pour la protection des intérêts des consommateurs toutefois en exigeant aussi une publicité transparente.

2- L'exigibilité d'une publicité transparente

L'internet s'est montré, en l'espace de quelques temps, propice au développement de nouvelles formes de fraude. Pour faciliter l'identification des messages publicitaires, le législateur impose aux annonceurs un formalisme rigoureux. La publicité est une activité commerciale qui doit être effectuée sous la responsabilité d'un annonceur⁴⁰, l'identité duquel doit être déclinée dans le message publicitaire. De façon générale sur ce point, sont prohibées les pratiques consistant à utiliser l'adresse électronique ou l'identité d'un tiers ou de falsifier ou de masquer toute information permettant d'identifier l'origine du message de courrier électronique, son objet ou son chemin de transmission⁴¹.

En plus de ces mentions relatives à l'identification du message et de l'annonceur, il faut ajouter que le cas échéant, les offres promotionnelles, telles que les annonces de réductions de prix, les offres conjointes ou tout autre cadeau, devront être clairement identifiables comme telles, et les conditions pour en bénéficier devront être aisément accessibles et présentées de manière précise et non équivoque⁴².

D'un autre côté, la publicité étant une activité commerciale, son contenu doit être conforme aux exigences de décence, de moralité et de véracité. S'agissant de la décence et de la moralité, le message publicitaire ne doit porter aucun élément que celui nécessaire à la promotion d'un bien ou d'un service commercial licite⁴³. Ainsi, il doit être exempt de toute discrimination raciale, ethnique ou sexuelle, des scènes de violence et de toute incitation à des

⁴⁰ Cf. Art. 3-3 de la loi camerounaise de 2006 régissant la publicité.

⁴¹ Cf. Art. 35 Projet de Directive CEMAC sur le commerce électronique.

⁴² Cf. Art. 5 al. 1 de la loi n°2010/021 du 21 décembre 2010 régissant le commerce électronique.

⁴³ R. GONTARD, *La publicité extérieure et le droit*, L.G.D.J, Paris, 1999, p. 336.

comportements préjudiciables à la santé, à la sécurité des biens et des personnes ou à la protection de l'environnement⁴⁴.

Cependant, lorsque les informations contenues dans la publicité sont incomplètes et dénaturées, les consommateurs ne peuvent pas prendre de décisions d'achat éclairées. Cette situation nuit gravement à leurs intérêts et effrite la confiance qu'ils nourrissent vis-à-vis du commerce électronique. C'est la raison pour laquelle le législateur camerounais interdit toute publicité comportant sous quelque forme que ce soit, des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur. C'est aussi la même attitude que le législateur camerounais va garder en ce qui concerne la signature électronique.

B- Les mesures de protection du consommateur liées à la signature électronique

Traditionnellement, la notion de signature renvoie au nom écrit de la main de l'intéressé, le nom apparaissant comme un moyen mis par le droit à la disposition de l'homme pour imprimer sa personnalité et sa volonté à un écrit et pour faire de cet écrit matériel un acte juridique⁴⁵. Ainsi, la signature est un élément intimement lié à son auteur. Désormais, le monopole du support papier a pris fin, l'écrit pouvant être fixé sur d'autres supports tels que les supports informatiques. Ayant doté l'écrit sur support électronique d'une force probante et d'une valeur juridique, le législateur camerounais a proposé une définition directe de la signature électronique⁴⁶, toutefois en indiquant la mise du dispositif de sécurisation (1) et du dispositif de certification (2) entourant la signature électronique pour mieux protéger le consommateur en cas de contraction entre son prestataire ou son fournisseur.

1- La mise du dispositif de sécurisation tenant à la signature électronique

Tout d'abord, il faut savoir que la signature est un élément essentiel de la validité d'un acte sous seing privé, qui est manuscrite. Elle doit répondre à un besoin de fiabilité et de sécurisation. Elle est donc sécurisée lorsqu'elle répond aux exigences de sécurité du commerce électronique. La signature électronique est réputée « sécurisée », si la signature respecte certains éléments tenant au signataire, si elle a été créée par les moyens que le signataire puisse garder sous son contrôle exclusif. En d'autres termes, la signature électronique doit permettre d'authentifier l'identité du signataire et de marquer son adhésion au contenu de l'acte.

⁴⁴ Cf. H.M. TCHABO SONTANG, op. cit., p. 332.

⁴⁵ J. CARBONNIER, *Droit civil I, Les personnes*, P.U.F, 19^{ème} éd., Paris, 1994, p. 60.

⁴⁶ La signature électronique : « signature obtenu par un algorithme de chiffrement asymétrique permettant d'authentifier l'émetteur d'un message et d'en vérifier l'intégrité ». Cf. Art. 2 de la loi n°2010/021 du 21 décembre 2010 régissant le commerce électronique.

Relativement à la question de l'authentification, il s'agit pour le procédé de renseigner de façon indiscutable sur l'identité de l'auteur de la signature⁴⁷. La cryptologie⁴⁸ est donc d'un apport important pour la sécurisation des signatures électroniques. Longtemps réservée aux usages diplomatiques et militaires, elle répond aujourd'hui aux besoins du marché et constitue un domaine scientifique en pleine activité. Elle intervient dans de multiples applications et représente l'élément essentiel de la sécurisation du commerce électronique et du réseau internet. Elle repose sur le principe selon lequel lors d'une communication sur un réseau ouvert, l'expéditeur doit chiffrer ou crypter le message à l'aide d'une clé dont seul le destinataire a la paire correspondante permettant d'accéder au contenu lisible du message⁴⁹. Dans ce contexte, seule l'opération de déchiffrement doit être protégée par une clé gardée secrète, le chiffrement, quant à lui, pouvant parfaitement être exécuté à l'aide d'une clé connue publiquement, à condition bien sûr qu'il soit virtuellement impossible d'en déduire la valeur de la clé secrète. C'est là l'un des principaux critères de la fiabilité du système.

2- La mise de dispositif de certificat lié à la signature électronique

Le certificat est la « *pierre angulaire de la signature électronique car il établit la relation entre le signataire et la signature* »⁵⁰. C'est « une carte d'identité électronique » permettant d'établir un lien entre une personne et sa signature électronique. La loi n°2010/021 du 21 décembre 2010 régissant le commerce électronique au Cameroun énonce que le certificat est « *un document électronique sécurisé par la signature électronique de la personne qui l'a émis et qui atteste après constat de la véracité de son contenu* »⁵¹

Toujours dans le souci de protéger efficacement le consommateur le législateur est allé plus loin en évoquant même la question de certificat électronique qualifié⁵². La notion de certificat électronique qualifié, document électronique attestant du lien entre les données de vérification de la signature électronique et le signataire. On trouve sur ce certificat certaines mentions : le nom du signataire ou son pseudonyme ; la qualité du signataire en fonction de l'usage auquel le certificat est destiné ; les données de vérification de signature électronique correspondant aux données de création de signature électronique ; la durée de validité ; le cas

⁴⁷ R. ALEMDJRODO, « Les défis du commerce électronique dans l'espace OHADA », www.uncitral.org, 12p. Consulté le 18/12/2017 ; A. LE POMMELEC et D. VALETTE, « Maîtriser les outils », www.cours.unif.fr, 150p. Consulté le 29/12/2017.

⁴⁸ La cryptologie est l'ensemble des techniques qui permettent de protéger les informations grâce à un code secret ou une clé. (V. C. CASTETS-RENARD, *Droit de l'internet*, Montchrestien, Paris, 2010, p. 519).

⁴⁹ M. BOUTROS, *Le droit du commerce électronique : (Une approche de la protection du cyber consommateur)*, Thèse, Université de Grenoble, 2014, p. 118.

⁵⁰ C. FERLAL-SCHUHL, *Cyberdroit : le droit à l'épreuve de l'internet*, Dalloz, 6^{ème} éd., Paris, 2010, p. 57.

⁵¹ Art. 2 et s. de la loi citée ; Art. 4, 13) de la loi n°2010/012 du 21 décembre 2010 relative à la cybersécurité et la cybercriminalité au Cameroun.

⁵² Certificat émis par un prestataire de certification agréé.

échéant, ses conditions d'utilisation (le montant maximum des transactions pour lesquelles le certificat pourra être utilisé).

En effet, dans le cadre de cette activité, le prestataire doit se conformer à un ensemble d'exigences. En effet, l'autorité qui est attachée à un certificat qualifié impose que des mesures de prudence soient respectées afin de garantir sa pleine efficacité. Aucune erreur de ce prestataire ne sera tolérée dans la mesure où le législateur camerounais dispose que « *l'autorité de certification ayant conféré la validité à un certificat électronique ne peut se renier* »⁵³.

CONCLUSION

En définitive, et sans aucune prétention à l'exhaustivité et à la polémologie juridique, l'étude sur le commerce électronique et la protection du consommateur en droit camerounais a suscité notre curiosité du fait qu'on constate aujourd'hui que le commerce électronique a conquis sa place au cœur de la vie des entreprises, des citoyens et des consommateurs bouleversant ainsi leur façon d'acheter ou de vendre, de chercher ou de mettre à disposition des informations. En analysant le système de protection du consommateur en matière de commerce électronique, on prend conscience qu'il est soumis pour partie au droit commun des contrats et du commerce électronique mais qu'il s'accompagne parallèlement d'une importante intégration, bien que cela doit interpeller le législateur à mettre sur pied des règles plus accélérées, efficaces et protectrices pour pouvoir véritablement garantir sans faille les droits des consommateurs en matière de commerce électron

BIBLIOGRAPHIE

I- OUVRAGES

OUVRAGES GENERAUX

- 1- **A. BENABENT**, *Droit civil, Les obligations*, Montchrestien, 11^{ème} éd., 2007, 713p.
- 2- **C. CASTETS-RENARD**, *Droit de l'internet*, Montchrestien, Paris, 2010, 593p.
- 3- **C. FERAL-SCHUHL**, *Cyberdroit : le droit à l'épreuve de l'internet*, Dalloz, 6^{ème} éd., Paris, 2010, 1100p.
- 4- **C. LACHIEZE**, *Droit des contrats*, Ellipses, Paris, 2003, 169p.

⁵³ V. Art. 19 de la loi n°2010/012 du 21 décembre 2010 relative à la cybersécurité et la cybercriminalité.

- 5- **F. TERRE, P. SIMLER et Y. LEQUETTE**, *Droit civil : Les obligations*, Dalloz, 11^{ème} éd., Paris, 2013, 1594p.
- 6- **H. BEBEY MODI KOKO**, *Droit communautaire des affaires (OHADA-CEMAC), Droit commercial général et droit de la concurrence*, Dianoia, 1^{ère} éd., 2008, 207p.
- 7- **J. CARBONNIER**, *Droit civil I, Les personnes*, P.U.F, 19^{ème} éd., Paris, 1994, 390p.
- 8- **J. GHEISTEIN**, *Traité de droit civil, les obligations, le contrat*, T. 2, L.G.D.J, 1980, 846p.
- 9- **J. MESTRE et J.C. RODA**, *Les principales clauses des contrats d'affaires*, L.G.D.J, éd., 2011, 1106p.
- 10- **M. FABRE-MAGNAN**, *Les obligations*, P.U.F, 1^{ère} éd., Paris, 2004, 993p.
- 11- **R. GONTARD**, *La publicité extérieure et le droit*, L.G.D.J, Paris, 1999, 547p.
- 12- **S. GUILLEMARD**, *Le droit international privé face au contrat de vente cyber spatial*, Cowansville, éd., Yvon Biais, 2006, 502p.

II- THESES

- 1- **H.M. TCHABO SONTANG**, *La réglementation du commerce électronique dans la CEMAC, contribution à l'émergence d'un marché commun numérique*, Thèse, Université de Dschang, 2014, 538p.
- 2- **L. BRUNEAU**, *Contribution à l'étude des fondements de la protection du contractant*, Thèse, Université de Toulouse, 2005, 526p.
- 3- **M. BOUTROS**, *Le droit du commerce électronique : (Une approche de la protection du cyber consommateur)*, Thèse, Université de Grenoble, 2014, 270p.
- 4- **M. SANNI YAYA**, *Le droit de l'OHADA face au commerce électronique*, Thèse, Université de Montréal, 2011, 351p.
- 5- **Y. SHANDI**, *La formation du contrat à distance par voie électronique*, Thèse, Université Robert Schuman Strasbourg III, 2005, 387p.

III- ARTICLES DE DOCTRINE

- 1- **A. DE LA PRESLE**, « La signature électronique est-elle une panacée ? », *D.I.T*, n°3, 1998, p. 31.
- 2- **E. BARBRY**, « Le droit du commerce électronique : de la protection...à la confiance », *D.I.T*, n°2, 1998, p. 15.

- 3- **G. MPONDO MBOKA**, « Le droit de la preuve et le commerce électronique », in *Revue Camerounaise de Droit et de Science Politique*, JANUS, n°2, janvier 2007, p. 125.
- 4- **J. DREXL**, « Mondialisation et société de l'information : le commerce électronique et la protection des consommateurs », in *Revue internationale de droit économique*, n°spécial, 2002, pp. 405-444.
- 5- **J. GATSI**, « Problèmes juridiques du commerce électronique », in *Annales de la Faculté des Sciences Juridiques et Politiques de l'Université de Douala*, n°1, janvier-juin 2002, p. 371.
- 6- **L. GAMET**, « L'écrit électronique et le droit de la preuve », *R.R.J.*, 2001-2002, p. 545.
- 7- **P.Y GAUTIER** et **X. LINANT de BELLEFONDS**, « De l'écrit électronique et des signatures qui s'y attachent », *JCP*, n°24, 14 juin 2000, p. 1.
- 8- **T. PIETTE-COUDOL**, « La remise électronique du bulletin de paie », *JCP*, n°43, 26 oct. 2010, p. 2.
- 9- **V. GAUTRAIS**, « Les contrats de cyberconsommation sont presque tous illégaux ! », in *Revue du notariat*, Montréal, 2005, pp. 617-656.

IV- TEXTES JURIDIQUES

- 1- Code civil applicable au Cameroun.
- 2- Décret n°2001/958/PM du 1^{er} novembre 2001 fixant les modalités d'application de la loi n°2000/10 du 19 décembre 2000 régissant les archives.
- 3- Loi n°2000/10 du 19 décembre 2000 relative aux archives au Cameroun.
- 4- loi n°2010/012 du 21 décembre 2010 relative à la cybersécurité et la cybercriminalité au Cameroun.
- 5- Loi n°2006/18 du 29 décembre 2006 régissant la publicité au Cameroun.
- 6- Loi n°2010/021 du 21 décembre 2010 régissant le commerce électronique au Cameroun.
- 7- Loi-cadre n°2011/012 du 6 mai 2011 portant protection du consommateur au Cameroun.
- 8- Projet de directive CEMAC relative au commerce électronique.

V- WEBOGRAPHIE

- 1- **A. LE POMMELEC** et **D. VALETTE**, « Maîtriser les outils », www.cours.unjf.fr, 150p. Consulté le 29/12/2017.

- 2- **R. ALEMDJRODO**, « Les défis du commerce électronique dans l'espace OHADA », www.uncitral.org, 12p. Consulté le 18/12/2017.
- 3- **V. BEYPASSI OUAFO**, « Les technologies de l'information et de la communication à l'épreuve du développement économique au Cameroun », www.ohada.com, 21p. Consulté le 21/01/2018.