

Mentions légales, CGV, cookies : le site en règle

La check-list juridique complète d'un site d'entreprise — ce qui est obligatoire, ce qui manque presque toujours, et comment s'y mettre en une journée.

8 min de lecture · Niveau Essentiel · cyberionis.fr/ressources/juridique-site-web

Le volet juridique du site est le parent pauvre des mises en ligne : mentions légales recopiées d'un concurrent (avec son SIRET...), politique de confidentialité de 2019, bandeau cookies décoratif. Or c'est un contrôle à ciel ouvert — la CNIL teste en ligne, la DGCCRF aussi, et tout plaignant fait son marché. La mise en règle tient en une journée organisée ; la voici, poste par poste.

1. Les mentions légales : l'identité obligatoire

- Pour toute entreprise : identité complète (forme, SIREN, adresse, contact), directeur de la publication, et l'hébergeur du site — obligatoires et vérifiées en premier
- S'y ajoutent selon le cas : capital social, RCS, TVA, activité réglementée (ordre, assurance pro obligatoire...)
- Vraies et à jour : le déménagement, le changement de forme juridique se répercutent — les mentions fossiles décrédibilisent et exposent
- L'amende encourue n'est pas symbolique — et l'absence de mentions est l'argument facile de tout adversaire (client mécontent, concurrent)

2. Données personnelles : politique et cookies

- La politique de confidentialité qui décrit VOS traitements réels (le registre en version publique) : quelles données, pourquoi, combien de temps, quels droits et comment les exercer
- Chaque formulaire relié : mention courte + lien politique, cases non pré-cochées pour la prospection
- Les cookies : rien de non-essentiel ne se dépose avant consentement, refuser est aussi simple qu'accepter, et le choix se retire — la mesure d'audience exemptée simplifie radicalement ce poste
- Le test de dix minutes : ouvrez votre site en navigation privée avec les outils réseau — ce qui se charge avant tout clic EST votre exposition

3. Vendre en ligne : le niveau au-dessus

- Les CGV B2C obligatoires et complètes : prix, livraison, rétractation (14 jours, formulaire type), garanties légales (conformité : deux ans — avec les mentions types imposées), médiation de la consommation (adhésion à un médiateur : obligatoire)
- Le parcours de commande réglementé : récapitulatif, bouton « commande avec obligation de paiement », confirmation — et les avis clients encadrés
- Les prix et promotions : affichage TTC, prix de référence des réductions (règles strictes), disponibilités sincères

- En B2B : CGV fortement recommandées (elles sont votre socle contractuel — délais de paiement, pénalités, réserve de propriété) et communicables de droit à tout client professionnel qui les demande

ATTENTION

Le copier-coller de CGV « trouvées en ligne » est une double faute : elles décrivent les process d'un autre (vous voilà engagé sur SA politique de retour), et souvent mal (clauses illégales qui exposent aux sanctions au lieu de protéger). Les trames sérieuses existent (CCI, éditeurs juridiques) mais l'adaptation à VOTRE activité — une heure avec un professionnel — est le vrai investissement. Vos CGV sont un outil commercial, pas un folklore.

4. Le reste de la check-list

- L'accessibilité : périmètre légal élargi, déclaration pour les assujettis
- La propriété intellectuelle défensive : © et conditions d'utilisation de VOS contenus, images en règle
- Les activités réglementées : mentions et encadrés spécifiques (santé, juridique, finance, alcool...) — votre ordre ou fédération publie les règles
- La révision annuelle : une heure au rituel — les textes bougent (cookies, garanties, accessibilité...), le site doit suivre

L'essentiel à retenir

- 01 Vérifier mentions légales complètes, exactes, à jour
- 02 Publier la politique de confidentialité reflétant vos vrais traitements
- 03 Passer le bandeau cookies au test de la navigation privée
- 04 Relier chaque formulaire (mention + case non pré-cochée)
- 05 Faire adapter CGV/CGU par un professionnel si vous vendez
- 06 Réviser le tout une fois par an

Questions fréquentes

Qui contrôle réellement tout ça ?

La CNIL pour les données et cookies (contrôles en ligne fréquents), la DGCCRF pour la consommation (CGV, prix, avis — campagnes régulières sur le e-commerce), et surtout les litiges ordinaires : le client qui conteste brandit vos manquements, le concurrent signale. Le site en règle est d'abord une position de force dans chaque différend.

Un site vitrine sans vente ni formulaire a-t-il besoin de tout ça ?

Version minimale mais réelle : mentions légales (toujours), et politique + cookies dès qu'il y a le moindre traceur ou formulaire de contact — c'est-à-dire presque toujours. Sans AUCUNE collecte ni cookie non essentiel (c'est possible ! ce site fonctionne ainsi), le bandeau devient inutile — l'épure est aussi une stratégie de conformité.

Générateur automatique, avocat ou les deux ?

Les générateurs et trames donnent l'ossature à coût quasi nul — suffisant pour des mentions légales et une politique simple TENUES À JOUR. L'avocat (ou le juriste de la CCI) se justifie dès l'enjeu : CGV de vente, activité réglementée, données sensibles. Le bon dosage PME : trames sérieuses + une relecture professionnelle initiale + la révision annuelle en interne.

Pour aller plus loin

Service-public.fr — les mentions obligatoires d'un site — entreprendre.service-public.fr/vosdroits/F31228

CNIL — cookies et traceurs : les règles — www.cnil.fr/fr/cookies-et-autres-traceurs

Votre site devrait vous apporter des clients ?

Création, refonte, performance, référencement local : parlons de votre présence en ligne et de ce qu'elle rapporte.

contact@cyberionis.fr · 06 64 90 07 74 · cyberionis.fr