



**ÉTUDE JURIDIQUE
SUR LES ENJEUX DE LA VENTE DE VÊTEMENTS DE
SECONDE MAIN**

ALLIANCE DU COMMERCE

Sommaire

Sommaire	1
Présentation	2
Partie 1. Le modèle B to C	4
I. L'enseigne en tant que vendeur professionnel.....	4
1.1 L'approvisionnement de l'enseigne par un prestataire / la relation entre l'enseigne et le prestataire	4
1.2 Les obligations de l'enseigne, en tant que vendeur professionnel	5
1.3 L'étiquetage des articles de seconde main	7
1.3.1 L'étiquetage de composition.....	7
1.3.2 La mention spécifique à la nature de seconde main des produits.....	7
1.4 L'obligation pour l'enseigne de tenir un registre aux fins de prévenir la lutte contre le recel	8
1.4.1 Une obligation déclarative préalable (article R.321-1 du code pénal).....	9
1.4.2 Les mentions obligatoires à faire figurer dans le registre (article R.321-3 et suivants du code pénal).....	9
Partie 2. Le modèle C to C	10
II. L'enseigne en tant qu'intermédiaire	10
1.1 Le modèle du dépôt et de la vente	10
1.2 Le modèle de la plateforme d'intermédiation (<i>marketplace</i>).....	10
1.2.1 Rappel de la définition de la plateforme d'intermédiation	11
1.2.2 Des obligations d'information très complètes et sévèrement sanctionnées	11
1.2.2.1 <i>Obligations communes à toutes les plateformes</i>	11
1.2.2.2 <i>Obligations spécifiques aux plateformes de mise en relation C to C</i>	12
1.2.3 Les paiements effectués via la plateforme	13
1.2.4 Les obligations fiscales de la plateforme	14
1.2.5 Les données personnelles des utilisateurs de la plateforme.....	14
1.2.6 La responsabilité de la plateforme s'agissant des contenus publiés par les utilisateurs. Jusqu'où faut-il aller dans le contrôle des contenus mis en ligne ?	15
Partie 3. Économie circulaire et vêtements de seconde main	17
Annexes	18-21

Étude réalisée avec l'appui du cabinet FIDAL et

le soutien du DEFI 

Photos : Shutterstock

PRÉSENTATION

Le marché des vêtements de seconde main est en plein essor car il contribue aux attentes croissantes des consommateurs, notamment en termes d'éco-responsabilité (lutte contre le gaspillage, aspects éthiques et environnementaux) ou de prix.

Pour les marques, ce nouveau modèle participe de leur politique de développement durable et de leur responsabilité sociétale (RSE). Il leur permet également de fidéliser la clientèle en offrant des services et avantages additionnels et/ou de capter de nouveaux clients avec des prix plus abordables.

C'est enfin un moyen de favoriser le trafic en magasin ou « *drive to store* » en organisant la collecte de produits de seconde main en magasin et en rétribuant ce « don » par des bons d'achat à réutiliser ou par l'accomplissement d'une étape du processus de vente de seconde main en point de vente physique.

Selon l'Institut d'études Kantar, le marché de la seconde main s'élevait à 1,16 milliard d'euros en 2020 et concernait 15,1 millions d'acheteurs tricolores. Les vêtements d'occasion représentaient 9,3% des dépenses d'habillement en 2020, contre 8,4% en 2019.¹

Le marché de la seconde main dans le secteur de l'habillement et de la chaussure se développe actuellement selon plusieurs modèles, monomarque ou multimarques, que l'on peut schématiquement classer en deux catégories :

- **Le modèle BtoC** qui se présente :
 - ✚ soit sous la forme de la vente par l'enseigne des produits de seconde main en magasins physiques et/ou en ligne,
 - ✚ soit sous la forme de dépôt-vente pour le compte du client.
- **Le modèle CtoC** qui se déploie au travers de plateformes d'intermédiation en ligne (sites Internet ou applications) gérées par les enseignes, et qui permettent à des consommateurs de vendre à d'autres consommateurs leurs vêtements. Ce modèle de la plateforme d'intermédiation présente de nombreuses variantes d'organisation :
 - ✚ **Dans les modes d'accès au service** : l'accès peut être libre ou réservé aux titulaires d'un compte client chez l'enseigne ou aux membres d'un programme de fidélité.
 - ✚ **Dans les modalités logistiques s'agissant de la remise à l'acheteur de son produit acheté** : vente entièrement en ligne avec l'envoi d'un colis, ou avec une étape « physique » de remise du produit en magasin ou de remise en main propre par le vendeur à l'acheteur.
 - ✚ **Dans les modes de paiement par l'acheteur** : paiement en numéraire des produits lors de la remise du produit, paiement par cartes bancaires via un prestataire de paiement, avec ou sans prélèvement d'une commission par l'enseigne ou le prestataire.
 - ✚ **Dans les modalités de versement du prix au vendeur** : en bons d'achat ou carte cadeau à réutiliser en magasin ou sur le site e-commerce de la marque, sur une « cagnotte » lui permettant

¹ <https://fr.fashionnetwork.com/news/Quand-les-vendeurs-deviennent-acheteurs-un-nouvel-elan-pour-la-mode-d-occasion,1260258.html>

de réaliser lui-même des achats sur le site ou l'application ou dont il peut transférer le montant sur son compte bancaire.



Dans les modalités de « contrôle » des articles mis en vente sur la plateforme : descriptif d'une marche à suivre plus ou moins détaillée, contrôle de l'annonce avant publication par la marque ou contrôle à réception du produit en magasin.

Tous ces modèles n'obéissent pas aux mêmes règles juridiques.

S'agissant notamment du régime juridique de la vente des vêtements de seconde main : l'enseigne choisit de vendre elle-même les produits de seconde main, elle agit nécessairement en qualité de vendeur professionnel ; la vente est donc réalisée entre un vendeur professionnel et un consommateur au sens du code de la consommation².

Lorsqu'elle se positionne en simple intermédiaire via une plateforme de mise en relation, la vente est réalisée entre deux consommateurs.

Cette distinction quant à la qualité du vendeur est fondamentale car la vente n'obéit pas au même régime selon que le vendeur est un professionnel ou un simple consommateur. Le vendeur professionnel est en effet tenu à des règles et obligations plus contraignantes que le vendeur simple consommateur.



Lorsqu'elle agit en qualité de vendeur professionnel, l'enseigne est tenue de respecter un certain nombre d'obligations auprès des clients consommateurs et engage sa responsabilité à ce titre au regard du régime juridique de la vente, tant à distance qu'en magasin physique.

Par ailleurs, au-delà de la réglementation applicable à la vente *stricto sensu*, le choix du modèle économique, et donc du canal de distribution, structure également les obligations légales de l'enseigne et conduit à l'application de règles différentes selon que la vente s'effectuera via une plateforme d'intermédiation, en magasin physique par des professionnels au consommateur ou sous la forme de dépôt-vente.

² **Rappel de la définition du consommateur et du professionnel :** Est considéré comme un **consommateur** aux termes de l'article liminaire du code de la consommation : « *toute personne physique qui agit à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale, libérale ou agricole* ». Et ce, par opposition :

- au **non-professionnel** défini comme « *toute personne morale qui n'agit pas à des fins professionnelles* » et
- au **professionnel** défini comme: « *toute personne physique ou morale, publique ou privée, qui agit à des fins entrant dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale, libérale ou agricole, y compris lorsqu'elle agit au nom ou pour le compte d'un autre professionnel* ».

LE MODÈLE B TO C

I. L'ENSEIGNE EN TANT QUE VENDEUR PROFESSIONNEL



1.1 L'APPROVISIONNEMENT DE L'ENSEIGNE PAR UN PRESTATAIRE / LA RELATION ENTRE L'ENSEIGNE ET LE PRESTATAIRE

Pour assurer leur approvisionnement en vêtements de seconde main, les enseignes peuvent soit recourir à des services de prestataires logistiques spécialisés qui gèrent le rachat et/ou la collecte des vêtements d'occasion auprès de professionnels du secteur, soit inviter les consommateurs à déposer leurs vêtements en magasin. Dans certains cas, elles vérifient et estiment les vêtements et rétribuent le consommateur en bons d'achat. Dans d'autres cas, elles rémunèrent le consommateur au volume (souvent par sac), sans vérification préalable de l'état des vêtements. C'est ensuite elles qui sélectionnent, parmi les articles rapportés, ceux éligibles à la revente dans ses rayons.



Lorsqu'une enseigne recourt à un prestataire spécialisé dans la vente d'articles d'occasion, elle doit être particulièrement attentive à la contractualisation des relations avec ledit prestataire.

Les contrats doivent ainsi encadrer les obligations respectives des parties relatives notamment aux types de produits que l'on souhaite acheter, à leur état, leur hygiène, leur sécurité ou encore au respect des droits de propriété intellectuelle (marques et modèles, contrefaçons, etc.). En outre, il convient également d'encadrer la responsabilité du prestataire en cas de non-respect par ce dernier desdites obligations.

À cette fin, la rédaction d'un cahier des charges précis détaillant les process que le prestataire doit respecter et les garanties qu'il apporte à l'enseigne, notamment quant à la qualité et

l'hygiène des produits vendus, est vivement recommandé pour sécuriser les relations entre les parties et encadrer leurs responsabilités respectives.

1.2 LES OBLIGATIONS DE L'ENSEIGNE, EN TANT QUE VENDEUR PROFESSIONNEL

L'enseigne est tenue :

- **Au respect des obligations d'information précontractuelle** visées aux articles L.111-1 à L.111-8 du code de la consommation. À ce titre, elle doit être particulièrement vigilante à présenter de manière claire et précise les caractéristiques essentielles des produits vendus et notamment la nature de seconde main des vêtements.
- **Au respect de la réglementation de la vente à distance** issue du code de la consommation, notamment concernant le droit de rétractation de 14 jours à compter de la réception des produits (articles L.221-18 à L. 221- 28 du code de la consommation).
- **Au respect des dispositions relatives à la médiation de la consommation** (articles L.611-1 à L.612-5 du code de la consommation).
- **Au respect de l'obligation générale de sécurité des articles vendus** (article L.421-3 du code de la consommation). Les articles proposés à la vente devront donc « *dans des conditions normales d'utilisation ou dans d'autres conditions raisonnablement prévisibles par le professionnel, présenter la sécurité à laquelle on peut légitimement s'attendre et ne pas porter atteinte à la santé des personnes.* »

Ne sont en effet exclus de cette obligation que les antiquités et les produits d'occasion nécessitant une réparation ou une remise en état préalablement à leur utilisation, et pour lesquels le professionnel a informé préalablement le consommateur de la nécessité de cette réparation ou de cette remise en état par le consommateur (article L.421-2 du code de la consommation).



L'obligation de sécurité : *le professionnel qui vend un vêtement d'occasion doit donc porter une attention toute particulière à celui-ci avant sa remise en circulation afin de s'assurer qu'il ne présente pas de risque pour la sécurité du consommateur, particulièrement s'agissant des vêtements pour enfants (cordons, boutons, paillettes et autres éléments détachables). Et sa vigilance doit être encore plus grande s'il revend des produits de marques tierces (pour lesquelles il n'a pas connaissance des conditions initiales de fabrication). Au regard de la nature des produits textiles, l'exception relative à la remise en l'état n'est pas pertinente pour les enseignes revendant des produits textiles et des chaussures.*

- **S'agissant des garanties, à la garantie légale de conformité du bien acheté** (article L.217-5 du code de la consommation³) **ainsi qu'à la garantie légale des vices cachés** (article 1641 du code civil)⁴.



Les garanties :

La garantie légale de conformité suppose que le produit acheté soit non seulement conforme à l'usage habituellement attendu d'un bien semblable mais aussi conforme à la description donnée par le vendeur et à ses déclarations (dans la publicité, l'affichage ou l'étiquetage). Pour les biens vendus d'occasion, les défauts de conformité qui apparaissent dans **un délai de six mois** à partir de la vente du bien sont présumés exister au moment de la délivrance, sauf preuve contraire. **Attention, à compter du 1er janvier 2022, la durée de cette présomption sera portée à douze mois⁵.**

La garantie des vices cachés est également applicable à la vente de biens d'occasion, la jurisprudence est constante sur ce point. Le vice caché se définit comme le défaut que l'acheteur ne pouvait pas déceler, compte tenu de la nature de la chose vendue, et dont il n'a pas eu connaissance au moment de la vente. La preuve du défaut incombe à l'acheteur et peut être rapportée par tous moyens. Cette garantie est plus difficile à mettre en œuvre dans le cadre de la vente de vêtements de seconde main, car l'acheteur ne peut raisonnablement s'attendre à ce que la qualité de la chose soit identique à celle d'une chose neuve. **Aussi, il ne saurait mettre en œuvre la garantie pour des défauts qui ne sont dus qu'à l'usure ou à la vétusté⁶.** Sa vigilance doit donc être accrue lors de l'achat (modicité du prix, ancienneté de l'article sont autant de facteurs qui peuvent renseigner sur son état).

Au regard de ce qui précède, les vêtements de seconde main pouvant par définition comporter certaines imperfections ou défauts, il est essentiel que l'enseigne, lorsque la vente s'effectue entièrement en ligne, mette en place des procédures et des outils qui offrent à l'acheteur-consommateur une présentation du vêtement proposé à la vente la plus précise possible (descriptif textuel mais aussi photos avec défauts éventuels apparents) afin de limiter tout risque de contestation ultérieure par l'acheteur auprès du vendeur. Lorsque la vente s'effectue en magasin physique, il incombe au vendeur de placer à proximité des produits un écriteau qui doit préciser la mention « vêtements d'occasion » ou « textiles d'occasion »⁷. Le consommateur acheteur ayant en outre la possibilité de prendre l'article en main, le risque de

³ Aux termes de l'article L.217-5 du code de la consommation « le bien est conforme au contrat :

1° S'il est propre à l'usage habituellement attendu d'un bien semblable et, le cas échéant,

- s'il correspond à la description donnée par le vendeur et possède les qualités que celui-ci a présentées à l'acheteur sous forme d'échantillon ou de modèle ;
- s'il présente les qualités qu'un acheteur peut légitimement attendre eu égard aux déclarations publiques faites par le vendeur, par le producteur ou par son représentant, notamment dans la publicité ou l'étiquetage ;

2° Ou s'il présente les caractéristiques définies d'un commun accord par les parties, ou est propre à tout usage spécial recherché par l'acheteur, porté à la connaissance du vendeur et que ce dernier a accepté ».

⁴ Aux termes de l'article 1641 du code civil, le vendeur est tenu de la garantie « à raison des défauts cachés de la chose vendue qui la rendent impropre à l'usage auquel on la destine, ou qui diminuent tellement cet usage que l'acheteur ne l'aurait pas acquise, ou n'en aurait donné qu'un moindre prix, s'il les avait connus ».

⁵ Article L 217-7 du code de la consommation modifié par l'article 21 de la loi relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire.

⁶ Versailles, 28 sept. 1990, D. 1991, somm. 168, obs. O. Tournafond ; adde : Paris, 25 mai 1990, D. 1991, somm. 168, obs. O. Tournafond.

⁷ Arrêté du 25 avril 1995 relatif à l'information du consommateur sur les conditions de vente des articles textiles usagés ou d'occasion.

contestation devrait être plus faible, mais rien n'empêche l'enseigne de mettre en place un étiquetage spécifique quant à certains défauts, si elle le juge utile et nécessaire.

1.3 L'ÉTIQUETAGE DES ARTICLES DE SECONDE MAIN

1.3.1 L'étiquetage de composition

❖ Vêtements

À la différence des vêtements neufs, **l'indication de la composition en fibres du produit textile de seconde main n'est pas obligatoire**. En effet, aux termes de l'article 17 et de l'annexe 5 du Règlement européen 1007/2011 relatif aux dénominations des fibres textiles et à l'étiquetage et au marquage correspondants des produits textiles au regard de leur composition en fibres, l'indication des dénominations de fibres textiles ou de la composition en fibres textiles sur les étiquettes et marquages n'est pas requise pour les **« produits textiles confectionnés usagés, dans la mesure où ils sont explicitement déclarés comme tels »** (entrée 13).

❖ Chaussures

À l'instar des vêtements, le décret n°96-477 du 30 mai 1996 relatif à l'étiquetage des matériaux utilisés dans les principaux éléments des articles chaussants proposés à la vente au consommateur, dispose en son article 2 que sont exclues de son champ d'application **« les chaussures d'occasion, usagées »**.

1.3.2 La mention spécifique à la nature de seconde main des produits

❖ Vêtements

L'enseigne est tenue d'une obligation d'étiquetage spécifique indiquant la nature de seconde main des produits vendus.

Ainsi, *« l'information sur les prix prévue par l'arrêté du 3 décembre 1987 doit, en ce qui concerne les vêtements et articles textiles usagés ou d'occasion vendus en l'état au consommateur, être accompagnée de la mention : "vêtements d'occasion" ou "textiles d'occasion". Cette mention doit faire l'objet d'un marquage par écriteau à proximité des articles auxquels elle se rapporte. Elle doit être parfaitement lisible, soit de l'extérieur, soit de l'intérieur de l'établissement, soit sur l'étalage ou à proximité de celui-ci, selon le lieu où sont exposés les articles⁸ »*.

❖ Chaussures

Si le texte précité ne fait pas référence aux chaussures, l'information quant au caractère de seconde main de celles-ci doit cependant être donnée au consommateur par l'enseigne en magasin. En effet, il faut rappeler que le professionnel est tenu par une obligation d'information précontractuelle tenant notamment aux

⁸ Arrêté du 25 avril 1995 relatif à l'information du consommateur sur les conditions de vente des articles textiles usagés ou d'occasion.

caractéristiques essentielles du produit, au rang desquelles on retrouve notamment « ses *qualités substantielles* » et « *son origine* ». ⁹



Il convient de noter que cette réglementation portant sur l'information quant à la nature de seconde main du produit est applicable à la vente en magasin et trouve son pendant :

- *dans la réglementation de la vente en ligne puisque que le vendeur professionnel sera tenu de spécifier la nature de seconde main du produit ;*
 - *dans la réglementation relative aux plateformes d'intermédiation entre deux consommateurs qui sont tenues d'indiquer notamment la nature et l'objet des contrats dont elles permettent la conclusion, soit en l'espèce la vente d'articles de seconde main (cf. partie II).*
-

1.4 L'OBLIGATION POUR L'ENSEIGNE DE TENIR UN REGISTRE AUX FINS DE PRÉVENIR LA LUTTE CONTRE LE RECEL

Afin de prévenir la lutte contre le recel, la revente d'objets mobiliers usagés est très encadrée. Aux termes des dispositions de l'article 321-7 du code pénal¹⁰, **toute personne dont l'activité professionnelle comporte la vente d'objets mobiliers usagés ou acquis à des personnes autres que celles qui les fabriquent ou en font le commerce, ainsi que toute personne qui organise, dans un lieu public ou ouvert au public, une manifestation en vue de la vente ou de l'échange d'objets visés à l'alinéa précédent**, doivent tenir **jour par jour** un registre contenant une description des objets acquis ou détenus en vue de la vente ou de l'échange et permettant d'identification de ces objets ainsi que celles des personnes qui les ont vendus ou apportés à l'échange.

L'obligation de tenue d'un registre s'impose donc quand l'activité a un caractère professionnel et qu'elle s'applique notamment à des objets mobiliers de seconde main, des marchandises en dépôt-vente.

La non-tenue de ce registre est punie de six mois d'emprisonnement et de 30.000 € d'amende, et **la responsabilité pèsera sur les dirigeants personnes physiques de l'entreprise et non sur la personne morale.**



*Si ce texte avait vocation à viser en priorité les antiquaires, brocanteurs ou encore les dépôts-vente et n'envisageait pas initialement le développement de la vente de vêtements de seconde main, sa rédaction actuelle en termes généraux semble conduire à considérer qu'est concernée par l'obligation de tenue du registre **l'enseigne qui vend des articles d'occasion, et non uniquement celle qui a une activité de dépôt-vente.***

⁹ C. consom. art. L 111-1, 1° et L 121-2, II-b.

¹⁰ Article 321-7 du Code pénal : https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000023717783/

Les obligations et modalités de tenue de ce registre sont précisées aux [articles R321-1 et suivants du code pénal](#) qui prévoient notamment :

1.4.1 Une obligation déclarative préalable (article R.321-1 du code pénal)

Toute personne dont l'activité professionnelle consiste dans la vente d'objets mobiliers usagés doit effectuer une déclaration préalable valant demande d'inscription sur le registre des revendeurs d'objets mobiliers.

Cette déclaration revêt la forme d'un formulaire CERFA n° 11733*01, disponible sur le site service-public.fr¹¹ et en annexe de cette étude.

La déclaration doit être effectuée à la préfecture ou la sous-préfecture dont dépend l'établissement principal de l'enseigne. À Paris, la déclaration est faite à la préfecture de police. En l'absence d'établissement fixe ouvert au public, le lieu du domicile ou, à défaut, le lieu d'élection de domicile au sens de l'article L. 264-1 du code de l'action sociale et des familles est considéré comme le lieu d'établissement.

Il est remis un récépissé de déclaration qui doit être présenté à toute réquisition des services de police et de gendarmerie, des services fiscaux, des douanes, ainsi que des services de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes¹².

1.4.2 Les mentions obligatoires à faire figurer dans le registre (article R.321-3 et suivants du code pénal)

Les obligations et modalités de tenue de ce registre sont précisées aux articles R.321-1 et suivants du code pénal. Pour le professionnel de la vente, il comporte notamment :

- Les nom, prénoms, qualité et domicile de chaque personne qui a vendu, apporté à l'échange ou remis en dépôt en vue de la vente un ou plusieurs objets, ainsi que la nature, le numéro et la date de délivrance de la pièce d'identité produite par la personne physique qui a réalisé la vente, l'échange ou le dépôt, avec l'indication de l'autorité qui l'a établie ;
- La nature, la provenance et la description des objets acquis ou détenus en vue de la vente ou de l'échange ;
- La description de chaque objet comprend ses caractéristiques ainsi que les noms, signatures, monogrammes, lettres, chiffres, numéros de série, emblèmes et signes de toute nature apposés sur lui et qui servent à l'identifier. Toutefois, les objets dont la valeur unitaire n'excède pas 60 euros (Arrêté du 29 décembre 1988) peuvent être regroupés et faire l'objet d'une mention et d'une description communes sur le registre ;
- Chaque objet exposé à la vente ou détenu en stock est affecté d'un numéro d'ordre. Les objets dont la valeur unitaire n'excède pas 60 euros peuvent faire l'objet d'un numéro d'ordre commun ;
- Le numéro d'ordre est porté sur le registre et figure de manière apparente sur chaque objet ou lot d'objets ;
- Le prix d'achat et le mode de règlement de chaque objet ou lot d'objets ou, en cas d'échange, d'acquisition à titre gratuit ou de dépôt en vue de la vente, une estimation de la valeur vénale de chaque objet ou lot d'objets.

Ce registre peut être un registre physique qui doit être coté et paraphé ou tenu au moyen d'un traitement informatisé répondant alors à des règles différentes décrites aux articles R.321-6 et suivants du code pénal et à l'arrêté du 15 mai 2020 fixant les modèles de registres (disponibles en annexe de cette étude) prévus par l'article R.321-8 du code pénal¹³.



Lorsque le dépositaire possède plusieurs établissements ouverts au public, un registre est tenu pour chaque établissement.

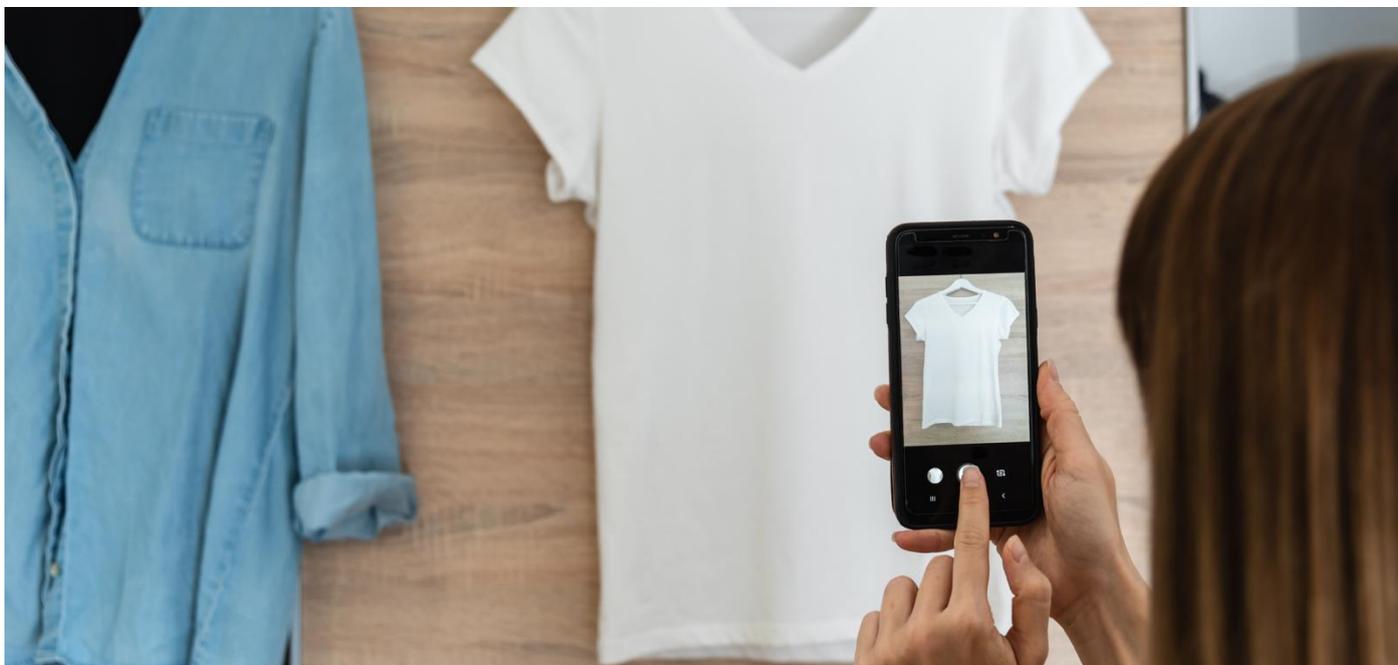
¹¹ <https://www.service-public.fr/professionnels-entreprises/vosdroits/F23207>

¹² <https://www.service-public.fr/professionnels-entreprises/vosdroits/R14001>

¹³ <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT00004192060>

LE MODÈLE C TO C

II. L'ENSEIGNE EN TANT QU'INTERMÉDIAIRE



1.1 LE MODÈLE DU DÉPÔT ET DE LA VENTE

Pour assurer leur approvisionnement en vêtements de seconde main, les enseignes peuvent soit recourir à des services de prestataires logistiques spécialisés qui gèrent le rachat et/ou la collecte des vêtements d'occasion auprès de professionnels du secteur, soit inviter les consommateurs à déposer

Certaines enseignes offrent et organisent un service de dépôt-vente, permanents ou « événementiels » à destination de leurs clients. Ce service consiste pour un déposant (le consommateur) à confier un bien à un dépositaire (l'enseigne), qui joue alors le rôle d'intermédiaire, chargé de vendre à un tiers le bien pour son compte. Si le dépositaire ne parvient pas à le vendre, il le restituera au déposant. **Le contrat de dépôt est doublé d'un contrat de mandat** (de vendre le bien confié).

S'il pèse sur l'enseigne, en sa qualité de dépositaire, une obligation de garde de l'objet confié, lorsqu'elle est mandatée pour vendre, elle n'endosse pas pour autant la qualité de vendeur. Elle n'est responsable que de ses fautes dans l'exécution de son mandat.

Mais en pratique l'enseigne va procéder souvent elle-même à l'étiquetage et à la vérification des produits déposés et sera donc tenue de respecter la législation applicable en la matière.

1.2 LE MODÈLE DE LA PLATEFORME D'INTERMÉDIATION (MARKETPLACE)

Lorsque l'enseigne agit en tant qu'intermédiaire à la vente, et bien qu'elle ne soit pas partie à la vente réalisée entre deux consommateurs, elle doit respecter notamment des obligations d'information. Ainsi, les plateformes d'intermédiation (*marketplaces*) sont tenues de respecter un cadre légal très contraint, le législateur ayant souhaité protéger les consommateurs utilisateurs en les obligeant à leur fournir une information la plus claire et détaillée qui soit, et pallier notamment la non-application du régime de la vente à distance à la vente entre consommateurs.

1.2.1 Rappel de la définition de la plateforme d'intermédiation

Aux termes de l'article L.111-7 I du code de la consommation :

« Est qualifiée d'opérateur de plateforme en ligne toute personne physique ou morale proposant, à titre professionnel, de manière rémunérée ou non, un service de communication au public en ligne reposant sur :

1° Le classement ou le référencement, au moyen d'algorithmes informatiques, de contenus, de biens ou de services proposés ou mis en ligne par des tiers ;

2° Ou la mise en relation de plusieurs parties en vue de la vente d'un bien, de la fourniture d'un service ou de l'échange ou du partage d'un contenu, d'un bien ou d'un service. »

La plateforme se trouve ainsi définie par le service offert aux utilisateurs qu'est l'intermédiation ou la mise en relation.

1.2.2 Des obligations d'information très complètes et sévèrement sanctionnées



Bien que simple intermédiaire à la vente, la plateforme est tenue de respecter plusieurs obligations qui structurent très fortement :

- *la construction et le fonctionnement de la plateforme, mais aussi*
- *l'encadrement de la vente en ligne entre consommateurs.*

Tout opérateur de plateforme d'intermédiation C to C est tenu d'une obligation générale d'information des utilisateurs de la plateforme décrite aux articles L.111-7, L.111-7-2 et D.111-7 et suivants du code de la consommation.

La communication de cette information structure nécessairement la construction et l'architecture de la plateforme.

Tout manquement aux obligations d'information mentionnées à ces articles est passible d'une amende administrative dont le montant ne peut excéder 75.000 € pour une personne physique et 375.000 € pour une personne morale¹⁴.

1.2.2.1 Obligations communes à toutes les plateformes

Dans une rubrique spécifique, directement et aisément accessible à partir de toutes les pages du site, doivent être indiquées de manière claire et loyale :

- Les conditions générales d'utilisation du service d'intermédiation ;
- Les conditions de référencement et de déréférencement des contenus, des biens auxquels ce service permet d'accéder, notamment les règles applicables pour être référencé et les obligations dont le non-respect conduit à être déréférencé. Ces obligations sont plus amplement précisées et détaillées à l'article D.111-7 du code de la consommation ;
- Les modalités de contrôle des avis publiés sur la plateforme, lorsque la faculté de déposer un avis est donnée aux utilisateurs.

¹⁴ Article. L.131-4 du code de la consommation.

1.2.2.2 Obligations spécifiques aux plateformes de mise en relation C to C

Dans une rubrique spécifique directement et aisément accessible à partir de toutes les pages du site et **sans que l'utilisateur ait besoin de s'identifier**, doivent être indiqués :

- La qualité des personnes autorisées à déposer une offre, en l'espèce **les consommateurs tels que définis par le code de consommation** ;



Les Conditions Générales d'Utilisation (CGU) doivent être très claires sur ce point et ne laisser aucune ambiguïté quant à la qualité des vendeurs, utilisateurs de la plateforme.

La plateforme qui met en relation des vendeurs professionnels avec des consommateurs est en effet assujettie au respect d'obligations spécifiques issues notamment du règlement « Platform to Business », transposé en droit français par la loi DDADUE du 3 décembre 2020 (cf. article 9 modifiant l'article L.442-1 du code de commerce) et encadrant les relations de la plateforme avec ces professionnels.

Parmi celles-ci peuvent être citées :

- *Une obligation d'information dans les CGU, notamment quant (i) aux critères de classement des offres (principaux paramètres déterminant le classement, et les raisons justifiant l'importance relative de ces principaux paramètres par rapport aux autres paramètres, (ii) aux services accessoires proposés, (iii) à tout programme affilié potentiel ou encore quant (iv) à un éventuel traitement différencié.*
- *Un encadrement des conditions dans lesquelles les comptes utilisateurs des entreprises sont suspendus, modifiés ou résiliés (information quant aux motifs possibles dans les CGU, notification de décision motivée, préavis obligatoire, possibilité de recours).*
- *Un encadrement des conditions de modification de leurs CGU par les plateformes (information préalable avec un préavis raisonnable ne pouvant être inférieur à 15 jours sauf exceptions légales).*
- *Une obligation pour les plateformes de mettre en place un système interne de traitement des plaintes émanant des entreprises utilisatrices facilement accessible et gratuit.*
- *L'obligation pour la plateforme de mettre en place un service de médiation (2 médiateurs au minimum).*

- Le descriptif du service de mise en relation, ainsi que la nature et l'objet des contrats dont il permet la conclusion (en l'espèce la vente de vêtements de seconde main) ;
- Le cas échéant, le prix du service de mise en relation ou le mode de calcul de ce prix, ainsi que le prix de tout service additionnel payant, lorsqu'ils sont mis à la charge du consommateur ;
- Le cas échéant, les modalités de paiement et le mode de gestion, opéré directement ou par un tiers, de la transaction financière (cf. infra point 1.3) ;
- Le cas échéant, les assurances et garanties proposées par l'opérateur de plateforme ;
- Les modalités de règlement des litiges et, le cas échéant, le rôle de l'opérateur de plateforme dans ce règlement.

- Par ailleurs, doivent également être mentionnées, s'agissant des offres de vente stricto sensu

:



Préalablement au dépôt de l'offre, les sanctions encourues par l'offreur s'il agit à titre professionnel alors qu'il se présente comme un consommateur ou un non-professionnel, en application des dispositions de l'article L.132-2 du code de la consommation¹⁵.



Et pour chaque offre :

- Le **prix total** des biens ou des services proposés, y compris, le cas échéant, les frais de mise en relation et tous les frais supplémentaires exigibles, sur la base du prix déclaré par l'offreur.
- L'**absence de droit de rétractation pour l'acheteur** au sens de l'article L.221-18 du code de la consommation (ou le droit de rétractation lorsque les parties au contrat l'ont expressément prévu).
- L'**absence de garantie légale de conformité** des biens mentionnée aux articles L.217-4 et suivants du code de la consommation et l'**application des dispositions** des articles 1641 et suivants du code civil relatifs à la **garantie des défauts de la chose vendue** ;
- Les **dispositions du code civil relatives au droit des obligations et de la responsabilité civile applicables à la relation contractuelle, par l'affichage d'un lien hypertexte.**



Ces dernières dispositions applicables aux offres en elles-mêmes sont destinées à pallier l'absence d'application des règles de la vente à distance à la vente entre deux consommateurs, en mettant à la charge du professionnel la responsabilité de l'information à délivrer à l'acheteur consommateur. Leur respect est donc essentiel.

1.2.3 Les paiements effectués via la plateforme

Les services de paiement sont strictement réglementés par le code monétaire et financier.

Il est interdit à la plateforme d'encaisser elle-même les paiements des acheteurs pour les reverser ensuite aux vendeurs, sauf à devoir être agréée comme établissement de paiement par l'Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution (ACPR) ou obtenir de cette autorité une exemption d'agrément¹⁶.

La complexité de ces procédures d'agrément ou d'exemption conduit à recommander de recourir aux services d'un opérateur de paiement dûment agréé. Le recours à ce type de prestataire permet en outre de sécuriser les paiements.



L'intégration d'un opérateur de paiement tiers structure nécessairement l'architecture et la construction de la plateforme. Une attention particulière doit donc être portée aux différents contrats devant être conclus en amont avec cet opérateur.

De même, l'opérateur, en rémunération de ses services, perçoit généralement une commission sur les ventes effectuées au travers de la plateforme ; si le coût de ce service est répercuté au consommateur cela doit être clairement spécifié aux utilisateurs (article D.111-8 du code de la consommation).

¹⁵ Il s'agit des sanctions des pratiques commerciales trompeuses soit un emprisonnement de deux ans et une amende de 300 000 euros ; Le montant de l'amende pouvant être porté, de manière proportionnée aux avantages tirés du délit, à 10 % du chiffre d'affaires moyen annuel, calculé sur les trois derniers chiffres d'affaires annuels connus à la date des faits, ou à 50 % des dépenses engagées pour la réalisation de la publicité ou de la pratique constituant ce délit.

¹⁶ Article L.521-1 et suivants du Code monétaire et financier.

1.2.4 Les obligations fiscales de la plateforme¹⁷

Tout opérateur de plateforme qui met en relation à distance, par voie électronique, des personnes en vue de la vente d'un bien, de la fourniture d'un service ou de l'échange ou du partage d'un bien ou d'un service est notamment tenu :

- De fournir, à l'occasion de chaque transaction, une information loyale, claire et transparente sur les obligations fiscales et sociales qui incombent aux utilisateurs réalisant des transactions commerciales par son intermédiaire ;
- De mettre à disposition un lien électronique vers les sites des administrations permettant de se conformer, le cas échéant, à ces obligations ;
- D'adresser par voie électronique aux vendeurs qui ont perçu, en qualité d'utilisateur d'une plateforme, des sommes à l'occasion de transactions réalisées par son intermédiaire et dont elle a connaissance, au plus tard le 31 janvier de l'année suivant celle au titre de laquelle les informations sont données, un document mentionnant, pour chacun d'eux, un certain nombre d'informations listées à cet article.
- D'adresser par voie électronique à l'administration fiscale, sauf exceptions, au plus tard le 31 janvier de l'année suivant celle au titre de laquelle les informations sont données aux vendeurs, un document récapitulatif annuel.

1.2.5 Les données personnelles des utilisateurs de la plateforme

Doivent impérativement être respectées les règles relatives à la collecte, au traitement et à l'utilisation des données personnelles des utilisateurs de la plateforme telles que prévues par le Règlement européen sur la protection des données (RGPD) et la loi du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, modifiée par la loi n°2018-493 du 20 juin 2018 relative à la protection des données personnelles.

Il conviendra notamment d'**anticiper dès la construction de la plateforme** les questions suivantes :

- L'intégration et le respect des principes fondamentaux du RGPD (minimisation des données, *accountability*, *privacy by design*, sous-traitance, sécurité notamment) ;
- Les modalités de collecte, de traitement et d'utilisation des données personnelles des consommateurs et l'information de ceux-ci sur leurs droits ;
- La possibilité de croisement et d'intégration aux bases client d'ores et déjà existantes notamment celles des programmes de fidélisation (nouvelle finalité ? Nécessité d'amender la charte de confidentialité, etc.) ;
- La question de la propriété du fichier utilisateurs constitué, notamment lorsque l'enseigne s'adosse à un prestataire de paiement ou à un acteur déjà présent dans le secteur de la seconde main, etc.

¹⁷ Article 242 bis du Code général des impôts.

1.2.6 La responsabilité de la plateforme s'agissant des contenus publiés par les utilisateurs. Jusqu'où faut-il aller dans le contrôle des contenus mis en ligne ?



Si la plateforme n'est qu'intermédiaire à la vente, elle n'est pas pour autant systématiquement exonérée de toute responsabilité, s'agissant notamment des contenus mis en ligne.

La responsabilité de la plateforme dépend de son statut au regard de la loi pour la confiance dans l'économie numérique (LCEN¹⁸), selon qu'elle est considérée comme simple hébergeur ou éditeur.

La plupart des plateformes se présentent et se décrivent dans leurs CGU comme un simple hébergeur ; la jurisprudence tant française que communautaire ne reconnaît toutefois pas nécessairement et systématiquement ce statut aux plateformes, n'hésitant pas à les qualifier d'éditeur, et à ce titre **responsable de plein droit des contenus mis en ligne, dès lors qu'elle considère que celles-ci jouent un « rôle actif » notamment dans le choix, la rédaction et le contrôle des contenus.**

Dans deux décisions récentes, rendues **dans le domaine le plus courant de ce type de contentieux qu'est celui de la présentation et l'offre à la vente de produits contrefaisants**, les juges français ont considéré que la responsabilité de la plateforme ne pouvait être retenue s'agissant de la contrefaçon, lui reconnaissant la qualité de simple hébergeur sur le fondement des critères suivants :

- Pour la première¹⁹, considérant notamment que les fonctionnalités de la plateforme sont de simples fonctionnalités techniques destinées à permettre une utilisation optimale et une rationalisation de l'organisation du service et qu'**il n'existe aucune sélection, aucun contrôle préalable des contenus mis en ligne par les utilisateurs ni aucune intervention dans la rédaction des annonces.**
- Pour la seconde²⁰, considérant que notamment l'ensemble des services qui sont proposés, pour certains payants, inhérents au demeurant aux places de marché en ligne, n'ont qu'une finalité technique et logistique, pour permettre le fonctionnement du site et garantir à l'internaute, grâce à la structure et l'organisation du site et ses fonctionnalités, d'y trouver ce qu'il cherche. **Mais ils ne permettent pas d'établir un quelconque rôle actif de la plate-forme, dans la rédaction du libellé et le contenu des annonces.**

¹⁸ Loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique.

¹⁹ Cdiscount /Eastpack, TGI Paris, 28 juin 2019.

²⁰ Affaire Lafuma / Alibaba, Tribunal judiciaire de Paris, 8 janvier 2020.



Au-delà de la mise en place des fonctionnalités techniques ou logistiques nécessaires au vendeur pour présenter ses produits et permettre à l'acheteur d'apprécier au mieux l'état exact du vêtement (photos et descriptif), **c'est l'intervention de la plateforme dans la sélection, la rédaction ou le contenu des annonces qui est susceptible de lui faire perdre la qualité d'hébergeur et de l'exposer ainsi à une responsabilité s'agissant d'éventuels produits contrefaisants.**

Une attention toute particulière doit donc être apportée à la question d'un éventuel contrôle en amont et de ses conséquences s'agissant des offres de produits de seconde main postées par les consommateurs sur la plateforme.

Enfin, il faut rappeler que la plateforme qui se positionne en qualité d'hébergeur se doit, conformément à la loi LCEN, de mettre en place un **dispositif facilement accessible et visible pour laisser quiconque signaler l'existence de contenus tombant sous le coup de la répression** de l'apologie des crimes contre l'humanité, de la provocation à la commission d'actes de terrorisme et de leur apologie, de l'incitation à la haine raciale, à la haine à l'égard de personnes à raison de leur sexe, de leur orientation sexuelle, de leur identité de genre ou de leur handicap, ainsi que de la pornographie infantile, de l'incitation à la violence, notamment l'incitation aux violences sexuelles et sexistes, et des atteintes à la dignité humaine.

ÉCONOMIE CIRCULAIRE ET VÊTEMENTS DE SECONDE MAIN



La loi n°2020-105 du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire comporte de nombreuses dispositions applicables à la filière du textile d'habillement.

Parmi celles-ci figure l'interdiction de destruction des **invendus non-alimentaires** neufs à compter du 1er janvier 2022 (article L.541-15-8 du code de l'environnement), précisée par le décret n°2020-1724 du 28 décembre 2020 relatif à l'interdiction d'élimination des invendus non alimentaires et à diverses dispositions de lutte contre le gaspillage.

Cette interdiction s'accompagne d'une obligation de réemployer, réutiliser ou recycler les invendus. Et pour certains produits, listés par le décret (hygiène et puériculture), le réemploi via le don à des associations de lutte contre la précarité et des structures de l'économie sociale et solidaire bénéficiant de l'agrément « entreprise solidaire d'utilité sociale » est obligatoire.

Bien que ces dispositions concernent uniquement les produits neufs, rien n'interdit aux enseignes de proposer des invendus de seconde main à des associations.

Décrets, arrêtés, circulaires

TEXTES GÉNÉRAUX

MINISTÈRE DE LA CULTURE

Arrêté du 15 mai 2020 fixant les modèles de registres prévus par l'article R. 321-8 du code pénal

NOR : MICB1932177A

Le ministre de l'économie et des finances, le ministre de l'intérieur et le ministre de la culture,

Vu le règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, et abrogeant la directive 95/46/CE ;

Vu la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 modifiée relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, notamment ses articles 1^{er} à 7 ;

Vu le code pénal, notamment ses articles 321-7, 321-8 et R. 321-1 à R. 321-12 ;

Vu le code de commerce, notamment son article L. 321-10 ;

Vu le code du patrimoine,

Arrêtent :

Art. 1^{er}. – Les registres mentionnés aux premier et deuxième alinéas de l'article 321-7 du code pénal doivent être conformes respectivement aux modèles figurant aux annexes I et II du présent arrêté.

Art. 2. – Lorsqu'ils ne sont pas tenus au moyen d'un traitement automatisé de données à caractère personnel, les registres prévus aux premier et deuxième alinéas de l'article 321-7 du code pénal doivent être conçus de manière à ce que les feuilles soient inamovibles.

Art. 3. – Dans le cas où le registre prévu au premier alinéa de l'article 321-7 du code pénal est tenu au moyen d'un traitement automatisé de données à caractère personnel prévu à l'article R. 321-6-1, celui-ci doit répondre aux spécifications techniques suivantes :

1^o Afin de garantir l'intégrité, l'intangibilité et la sécurité des données enregistrées, le traitement automatisé doit être conforme à la norme ISO 14641-1 : « Archivage électronique – spécifications relatives à la conception et à l'exploitation des systèmes informatiques en vue d'assurer la conservation et l'intégrité des documents stockés dans ces systèmes ;

2^o Les consultations du traitement automatisé font l'objet d'un enregistrement comprenant l'identifiant du consultant, la date, l'heure et l'objet de la consultation. Ces informations sont conservées pendant un délai d'un an.

Art. 4. – L'arrêté du 21 juillet 1992 fixant les modèles de registres prévus par le décret n° 88-1040 du 14 novembre 1988 relatif à la vente ou à l'échange de certains objets mobiliers est abrogé.

Art. 5. – Le présent arrêté entre en vigueur le 1^{er} janvier 2021.

Art. 6. – Le directeur des libertés publiques et des affaires juridiques, le directeur général des entreprises et le directeur général des patrimoines sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté, qui sera publié au *Journal officiel* de la République française.

Fait le 15 mai 2020.

*Le ministre de l'économie
et des finances,*
BRUNO LE MAIRE

Le ministre de la culture,
FRANCK RIESTER

Le ministre de l'intérieur,
CHRISTOPHE CASTANER

Décrets, arrêtés, circulaires

TEXTES GÉNÉRAUX

MINISTÈRE DE LA CULTURE

Arrêté du 15 mai 2020 fixant les modèles de registres prévus par l'article R. 321-8 du code pénal

NOR : MICB1932177A

Le ministre de l'économie et des finances, le ministre de l'intérieur et le ministre de la culture,

Vu le règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, et abrogeant la directive 95/46/CE ;

Vu la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 modifiée relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, notamment ses articles 1^{er} à 7 ;

Vu le code pénal, notamment ses articles 321-7, 321-8 et R. 321-1 à R. 321-12 ;

Vu le code de commerce, notamment son article L. 321-10 ;

Vu le code du patrimoine,

Arrêtent :

Art. 1^{er}. – Les registres mentionnés aux premier et deuxième alinéas de l'article 321-7 du code pénal doivent être conformes respectivement aux modèles figurant aux annexes I et II du présent arrêté.

Art. 2. – Lorsqu'ils ne sont pas tenus au moyen d'un traitement automatisé de données à caractère personnel, les registres prévus aux premier et deuxième alinéas de l'article 321-7 du code pénal doivent être conçus de manière à ce que les feuilles soient inamovibles.

Art. 3. – Dans le cas où le registre prévu au premier alinéa de l'article 321-7 du code pénal est tenu au moyen d'un traitement automatisé de données à caractère personnel prévu à l'article R. 321-6-1, celui-ci doit répondre aux spécifications techniques suivantes :

1° Afin de garantir l'intégrité, l'intangibilité et la sécurité des données enregistrées, le traitement automatisé doit être conforme à la norme ISO 14641-1 : « Archivage électronique – spécifications relatives à la conception et à l'exploitation des systèmes informatiques en vue d'assurer la conservation et l'intégrité des documents stockés dans ces systèmes ;

2° Les consultations du traitement automatisé font l'objet d'un enregistrement comprenant l'identifiant du consultant, la date, l'heure et l'objet de la consultation. Ces informations sont conservées pendant un délai d'un an.

Art. 4. – L'arrêté du 21 juillet 1992 fixant les modèles de registres prévus par le décret n° 88-1040 du 14 novembre 1988 relatif à la vente ou à l'échange de certains objets mobiliers est abrogé.

Art. 5. – Le présent arrêté entre en vigueur le 1^{er} janvier 2021.

Art. 6. – Le directeur des libertés publiques et des affaires juridiques, le directeur général des entreprises et le directeur général des patrimoines sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté, qui sera publié au *Journal officiel* de la République française.

Fait le 15 mai 2020.

*Le ministre de l'économie
et des finances,*
BRUNO LE MAIRE

Le ministre de la culture,
FRANCK RIESTER

Le ministre de l'intérieur,
CHRISTOPHE CASTANER

ANNEXES

ANNEXE I

NUMERO d'ordre	DATE DE L'ACHAT du dépôt ou de l'apport à l'échange	DESCRIPTION PRECISE de l'objet (nature, dimensions, style, signature et éventuellement signes distinctifs) et indication de sa provenance : Pour les véhicules automobiles : marque, type, numéro d'ordre dans sa série du type (numéro à 12 chiffres), couleur	NOM, PRENOM ou dénomination sociale du vendeur, du déposant ou de l'apporteur à l'échange, qualité ou profession, domicile ou siège social	NATURE ET NUMERO de la pièce d'identité présentée. Indication de l'autorité qui l'a délivrée et date de la délivrance	PRIX d'achat (ou valeur vénale) et mode de règlement	LE CAS ECHEANT Protection au titre des dispositions du code du patrimoine (indication de la mesure de protection du bien culturel (1))

(1) Indication de la décision, avec mention de sa date, de la mesure de protection du bien culturel au titre :

a) de la protection des trésors nationaux (articles L. 111-1 et suivants du code du patrimoine) avec indication de la date de l'arrêté de refus de certificat d'exportation (article L. 111-4 du code du patrimoine) ;

b) du classement des archives privées historiques (articles L. 212-15 et suivants du code du patrimoine) ;

c) du classement ou de la mesure d'inscription des objets mobiliers au titre des monuments historiques (articles L. 622-1 et suivants et L. 622-20 et suivants du code du patrimoine).

ANNEXE II

Pour les participants commerçants :

NOM ET PRENOM des participants	LE CAS ECHEANT dénomination sociale et siège social de la personne morale représentée	QUALITE ET DOMICILE des participants	NATURE ET NUMERO de la pièce d'identité présentée. Indication de l'autorité qui l'a délivrée et date de délivrance	NUMERO d'immatriculation au registre du commerce et des sociétés ou référence du récépissé de déclaration au CFE (auto-entrepreneurs)

Pour les participants particuliers :

NOM ET PRENOM des participants	LE CAS ECHEANT dénomination sociale et siège social de la personne morale représentée	QUALITE ET DOMICILE des participants	NATURE ET NUMERO de la pièce d'identité présentée. Indication de l'autorité qui l'a délivrée et date de délivrance	REMISE D'UNE ATTESTATION sur l'honneur de non-participation à deux autres manifestations de même nature au cours de l'année civile (*)

(*) L'attestation doit impérativement être jointe au registre concerné.