



## Frédéric LEFEBVRE

*secrétaire d'Etat chargé du Commerce,  
de l'Artisanat, des Petites et moyennes entreprises,  
du Tourisme, des Services, des Professions libérales  
et de la Consommation*

présente un

# plan d'action pour une croissance équilibrée du commerce en ligne respectueuse du consommateur et des professionnels



Morlaix > vendredi 21 janvier 2011

<http://www.economie.gouv.fr>

# Sommaire

- Les faux avis de consommateurs sur Internet
- Les pratiques commerciales déloyales dans le secteur de la réservation d'hôtels en ligne
- L'information et de la protection du consommateur dans le domaine du commerce en ligne
- La sécurité des consommateurs sur internet
- La protection des données personnelles
- Les soldes sur Internet

L e commerce en ligne connaît une très forte croissance. La FEVAD, qui publiera son bilan de l'année 2010, le 24 janvier prochain, estime que les cyberacheteurs pourraient avoir dépensé plus de 31 Md€ en 2010, contre 25 Md€ en 2009. S'agissant des ventes pour la seule période de Noël, elle estime que ces dépenses pourraient atteindre plus de 6 Md€ en 2010 contre 5 Md€ en 2009.

Cette forte croissance des ventes sur Internet s'explique non seulement par la croissance du nombre d'internautes mais également par le fort engouement des français pour ce canal alternatif de distribution.

S'il convient de saluer cette évolution des pratiques d'achat il convient également de favoriser un développement équilibré du e-commerce, dépourvu de pratiques qui seraient trompeuses pour le consommateur ou déloyales vis-à-vis du commerce traditionnel.

Pour soutenir une croissance équilibrée de l'internet respectueuse du consommateur et des commerçants traditionnels, Frédéric LEFEBVRE, Secrétaire d'Etat chargé du commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme, des services, des professions libérales et de la consommation met en place un plan d'action qui permettra de renforcer l'information, la protection et la sécurité des consommateurs ainsi que celles des professionnels.

## Les faux avis de consommateurs sur Internet

### Enjeux

D'après les études de la FEVAD et celles du CREDOC, l'utilisation d'internet résulte en priorité de l'attractivité des prix proposés pour les produits et prestations offertes, mais également de la possibilité offerte aux consommateurs de consulter les avis des autres utilisateurs.

La notion de partage de l'information a une incidence primordiale sur l'acte d'achat. Depuis 2008, le nombre d'avis de consommateurs sur les forums, les sites marchands et les blogs est en expansion constante.

Parallèlement à cette expansion se développe la pratique des faux avis, dont il est difficile de chiffrer actuellement l'ampleur. En effet, techniquement, il est difficile d'identifier l'auteur d'un avis, et géographiquement, les auteurs peuvent être situés hors du territoire national et ne peuvent être directement appréhendés.

Ces pratiques constituent des pratiques commerciales trompeuses pour les consommateurs mais également pour les concurrents et doivent donc être sanctionnées.

## Mesures :

### *1/ Le lancement d'une enquête spécifique de la DGCCRF sur la problématique de la lutte contre les faux avis de consommateurs sur Internet*

Dès 2010, la DGCCRF s'est intéressée au développement de cette problématique. Au 1<sup>er</sup> trimestre 2011, le Service National d'Enquête et le Centre de Surveillance du Commerce Electronique mèneront une enquête approfondie pour :

- | identifier les prestataires de services et de marketing susceptibles de proposer un service de publication massive de faux avis (comme le font actuellement certains prestataires américains et/ou marocains) ;
- | vérifier auprès des gestionnaires de sites (voyagistes et des comparateurs de prix) les méthodologies de contrôle de l'impartialité des avis et d'identification des faux avis (origine, intention et finalité) ;
- | examiner les relations contractuelles des blogs ayant une audience nationale avec leurs annonceurs ainsi que les incidences sur les conseils d'achat donnés (publicité déguisée) ;
- | organiser une veille ciblée sur les réseaux sociaux.

Les pratiques commerciales trompeuses seront sanctionnées et les activités des sites étrangers dénoncées auprès de nos homologues dans le cadre de la coopération internationale.

### *2 / Le développement d'une régulation concertée*

Parallèlement à cette enquête d'envergure, une consultation des principaux acteurs, des gestionnaires de sites sera lancée afin que soit établie une charte de bonnes pratiques et d'engagements sur la lutte contre les éventuels faux avis et l'indépendance des sites qui diffusent des avis par rapport à leurs annonceurs publicitaires.

## Les pratiques commerciales déloyales dans le secteur de la réservation d'hôtels en ligne

### Enjeux

La réservation de voyages en ligne constitue aujourd'hui le troisième secteur de consommation sur Internet. En 2009, près de 60 % des internautes français ont utilisé exclusivement le Web pour préparer et acheter leurs prestations de voyage.

Quatre acteurs ont pris une place déterminante sur ce marché et ces sites connaissent une importante progression de leur chiffre d'affaires.

La majeure partie des hôtels français se trouve référencée sur ces plates-formes. Il s'agit principalement d'établissements indépendants qui représentent 48 % du parc hôtelier (8 512 établissements) et 32 % du nombre de chambres offertes sur le territoire français.

Certaines plates-formes internationales de réservation en ligne ont adopté des pratiques préjudiciables tant aux consommateurs qu'aux professionnels :

Des informations potentiellement trompeuses sont délivrées au consommateur, en terme de classement, de notoriété ou de tarifs des hôtels ;

Certains sites de réservation en ligne répertorient des hôtels (photos, description...) sans nécessairement le signaler aux hôtels en question. Certains sites utilisent ainsi les noms d'établissements hôteliers réputés, sans leur accord, afin d'attirer le consommateur et de le rediriger vers d'autres établissements en relations contractuelles avec eux ;

Au cours du processus de réservation, certains sites renvoient le consommateur sans le prévenir sur d'autres sites qui leurs sont affiliés.

# Plan d'action pour une croissance équilibrée du commerce en ligne respectueuse du consommateur et des professionnels

Frédéric LEFEBVRE > 21 janvier 2011

D'autres éléments laissent à penser que les relations commerciales entre les hôteliers français indépendants et certains sites de réservation sont déséquilibrées, au détriment des premiers :

Le site de réservation demande à l'hôtelier de payer par anticipation la Commission qu'il doit lui verser après la commande ;

Le site de réservation contraint l'hôtelier à mettre à sa disposition l'ensemble des chambres de son hôtel ;

Le site de réservation menace l'hôtelier de ne plus figurer au rang des « hôtels préférés » sur le site afin d'obtenir des avantages complémentaires.

## Mesure :

*Poursuite de l'enquête spécifique de la DGCCRF sur les pratiques commerciales déloyales dans le secteur de la réservation d'hôtels en ligne*

Les pratiques mentionnées relèvent ou sont susceptibles de relever des dispositions interdisant les pratiques commerciales trompeuses ou des pratiques restrictives de concurrence pouvant être sanctionnées sur la base du déséquilibre significatif dans les droits et obligations des parties.

La DGCCRF a lancé une enquête en décembre dernier à la demande de Frédéric LEFEBVRE auprès des hôteliers et des sites de réservation afin de relever ces pratiques et, le cas échéant, les sanctionner.

## L'information et la protection du consommateur dans le domaine du commerce en ligne

### Enjeux

Le commerce en ligne connaît une très forte croissance. La FEVAD, qui publiera son bilan de l'année 2010, le 24 janvier prochain, estime que les cyberacheteurs pourraient avoir dépensé près de 31 Md€ en 2010, contre 25 Md€ en 2009. S'agissant des ventes pour la seule période de Noël, elle estime que ces dépenses pourraient atteindre plus de 6 Md€ en 2010 contre 5 Md€ en 2009.

Cette forte croissance des ventes sur Internet s'explique non seulement par la croissance du nombre d'internautes mais également par le fort engouement des français pour ce canal alternatif de distribution.

S'il convient de saluer cette évolution des pratiques d'achat il convient également de favoriser un développement équilibré du e-commerce, dépourvu de pratiques qui seraient trompeuses pour le consommateur ou déloyales vis-à-vis du commerce traditionnel.

En particulier, le renforcement de l'information et de la protection du consommateur dans le domaine du commerce en ligne est une demande forte des consommateurs.

### Mesures :

#### ***1/ Lancement d'une concertation avec les professionnels pour renforcer l'information du consommateur dans le domaine du commerce en ligne***

Il s'agira de définir avec les acteurs du secteur les modalités permettant de renforcer l'information du consommateur en ligne notamment l'information précontractuelle et contractuelle et renforcer dans les contrats plusieurs mentions essentielles, telles,

l'existence d'une garantie légale de conformité sur les biens, l'existence du droit de rétractation ou l'absence de ce droit.

## **2/ Renforcement de la protection du consommateur en cas de faillite du vendeur en ligne**

Aujourd'hui, en matière de vente à distance, le transporteur peut se retourner contre le consommateur en cas de faillite du vendeur. Ainsi, lorsque le vendeur à distance a remis le bien au transporteur mais ne lui a pas payé la livraison, le transporteur peut se retourner contre le consommateur, quand bien même celui-ci aurait déjà payé les frais de livraison. Une telle situation s'est présentée lors de la liquidation judiciaire de la CAMIF, les transporteurs allant jusqu'à réclamer aux clients désemparés des frais de plusieurs centaines d'euros.

Il s'agira ainsi de faire aboutir les initiatives prises début 2010 sur ce sujet pour mettre fin à cette situation injuste pour les consommateurs, puisqu'ils sont ainsi amenés à payer deux fois les frais de livraison, et n'ont pas les moyens de vérifier le bien-fondé et la bonne évaluation des frais de transports réclamés pour la seconde fois.

## **3/ Lutte contre les SPAMS**

La lutte contre le SPAM constitue un axe majeur pour garantir la protection de l'internaute

Une mesure a été prise en juin 2010 pour lutter contre le spam vocal (ou « ping call ») qui consiste à appeler un numéro fixe ou mobile depuis un numéro surtaxé et à raccrocher au bout d'une ou deux sonneries, avant que l'appelé n'ait eu le temps de décrocher. La DGCCRF conduira d'ici au mois de février un état des lieux du cadre juridique applicable au traitement des données personnelles par les commerçants en ligne, et en particulier du caractère suffisant ou non du régime de sanction actuel concernant les prospections commerciales directes illégales au moyen de courriers électroniques.

## La sécurité des consommateurs sur Internet

### Enjeux

La sécurité du consommateur sur internet est une priorité de la DGCCRF lors de ses contrôles sur la toile.

Le SNE-CSCE dans sa mission quotidienne de contrôle des sites présents sur le Web examine ainsi les produits et les services susceptibles de porter atteinte à la santé des consommateurs.

L'action du SNE-CSCE consiste à :

- | identifier ces produits,
- | identifier les entreprises à l'origine de leur commercialisation sur la toile,
- | déterminer après analyse la composition des produits illicites pour obtenir leur retrait du marché.

Ces contrôles peuvent par exemple concerner des compléments alimentaires ou des produits cosmétiques (savons, crèmes amincissantes ou éclaircissantes pour la peau, produits de blanchiment des dents, etc.).

Cette activité représente 22% des actions de la DGCCRF sur la toile. En 2010, le SNE-CSCE a instruit 163 dossiers : 51 concernaient la sécurité des jouets. 49 dossiers soit 30% des cas traités ont permis d'identifier des opérateurs français qui commercialisaient des produits dangereux par le biais de leurs sites internet.

Cette activité fait également suite aux alertes en provenance des pays constatant sur leur territoire la commercialisation de produits dangereux, essentiellement des jouets et des produits électriques. Dans ces cas, dès que l'identification des produits est connue (marque, nom du distributeur et de l'importateur, origine géographique, photo) ainsi que les risques encourus par les consommateurs (brûlures, choc électrique, risque d'étouffement ; incendie, matériaux au contact dangereux etc...), le SNE-CSCE réalise immédiatement des recherches sur la toile pour identifier les sites susceptibles de commercialiser ces produits. Elle transmet ensuite l'information à l'Unité d'Alerte de la DGCCRF qui sollicite les directions territoriales pour intervention dans les entreprises.

## Mesure :

### *Renforcement des contrôles de la DGCCRF sur la sécurité des produits mis en vente sur internet*

Les cyber-enquêteurs contrôleront en particulier les sites qui commercialisent des compléments alimentaires ou des produits mettant en avant des allégations de santé. Cela peut être le cas en particulier des compléments alimentaires pour sportifs, en particulier ceux qui annoncent contenir des testostérones ou des hormones de croissance.



## La protection des données personnelles

### Enjeux

La loi relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés du 6 janvier 1978 stipule à son Article 1er : « L'informatique est au service de chaque citoyen (...). Elle ne doit porter atteinte ni à l'identité humaine, ni aux droits de l'homme, ni à la vie privée, ni aux libertés individuelles ou publiques. »

Le Parlement européen dans une résolution du 20 mai 2008 a recommandé que « les règles de protection des données et de la vie privée soient incluses dans toute stratégie visant le consommateur ».

Aujourd'hui, une part grandissante de nos achats quotidiens passe par Internet et nous sommes tous devenus des e-consommateurs. Les services après-vente, les services de communication électronique, le paiement en ligne sont de formidables atouts dans le e-commerce mais pour bénéficier de ces avancées, le consommateur doit communiquer de plus en plus d'informations personnelles et se pose dès lors la question du devenir de celles-ci.

La CNIL est l'autorité en charge de la protection des données à caractère personnel. A ce titre, elle dispose d'un pouvoir de contrôle sur place et d'un pouvoir de sanction.

Par ailleurs, la surveillance du commerce électronique est une priorité qui nécessite le contrôle de la loyauté de l'information du consommateur y compris dans l'utilisation de ses données personnelles.

Ainsi, au sein du Service national d'enquête de la DGCCRF, le Centre de surveillance du commerce électronique (CSCE), composé d'une équipe spécialisée de cyber-enquêteurs, veille à la protection des consommateurs sur Internet.

## Mesures :

### *1/ La signature d'un protocole de coopération CNIL-DGCCRF, le 6 janvier 2011*

Frédéric LEFEBVRE, secrétaire d'État chargé de la Consommation, Alex TÜRK, Président de la CNIL et Nathalie HOMOBONO, Directrice Générale de la DGCCRF ont signé, le jeudi 6 janvier 2011, un protocole de coopération destiné à renforcer la protection des données personnelles des consommateurs.

Concrètement, le nouveau dispositif permet l'échange d'informations entre les deux autorités afin de renforcer leurs actions de contrôle. Ainsi, la CNIL se verra communiquer les manquements à la loi « Informatique et Libertés » constatés par les enquêteurs du Service national d'enquête (SNE) de la DGCCRF lors de leurs contrôles. Sur la base de ces informations, la CNIL pourra alors utiliser de ses pouvoirs de contrôle et de sanction.

Les manquements à la Loi « Informatique et Libertés » qui seront transmis à la CNIL concernent :

- | la collecte illicite et déloyale de données (ex : données recueillies auprès de très jeunes mineurs sans le consentement des parents) ;
- | le défaut de proportionnalité dans les données collectées (ex : information sur l'environnement familial sans lien avec le produit ou le service acheté) ;
- | la collecte de données sensibles (ex : la collecte de l'orientation sexuelle ou politique sans le consentement de l'acheteur...) ;
- | l'absence de mesures de sécurité (ex : informations laissées librement accessibles sur un site par un tiers...) ;
- | l'absence d'information des personnes sur l'exploitation des données personnelles (ex : formulaire de collecte de données ne comprenant pas les mentions d'information obligatoires).

### *2/ Le droit à l'oubli*

Parallèlement, comme l'ont annoncé Axel Türk et Frédéric LEFEBVRE lors de la signature du protocole de coopération entre la CNIL et la DGCCRF, une réflexion sur le droit à l'oubli sera engagée.

## Les soldes sur Internet

### Enjeux

Le 6 décembre dernier les Président du CREDOC et de l'IFM ont remis leur rapport relatif aux soldes flottants.

Ce rapport a démontré la part croissante que représentent les soldes et les promotions dans les ventes réalisées sur Internet. Au total, dans le secteur de l'habillement, 55 % des ventes sur Internet sont des soldes et promotions, contre un tiers dans l'ensemble du secteur.

Par ailleurs les manquements et dérives le plus fréquemment observés concernent la loyauté de l'information donnée au consommateur sur Internet concernent bien entendu des prix trompeurs, notamment lors des périodes de soldes : Certains sites internet pratiquent par exemple les mêmes prix pendant les soldes qu'avant les soldes, en affichant toutefois la mention « SOLDES » sur leurs articles vendus

### Mesure

#### *Mission sur l'encadrement des soldes sur Internet*

Le Secrétaire d'Etat en charge de la consommation a chargé les Présidents du CREDOC et de l'IFM d'une mission complémentaire sur l'impact du commerce électronique en matière de soldes et de promotions. Leurs conclusions sont prévues pour le 1er mars 2011.

Il s'agit en particulier:

- d'étudier les particularités du commerce électronique en termes d'animation commerciale et leur impact sur les prix.

- d'analyser également les éventuelles différences de comportement commercial qui existent entre les canaux traditionnels de vente et les plates-formes du commerce électronique.

# Plan d'action pour une croissance équilibrée du commerce en ligne respectueuse du consommateur et des professionnels

*Frédéric LEFEBVRE > 21 janvier 2011*

de formuler des propositions pour lutter contre les pratiques commerciales déloyales qui seraient spécifiquement liées au développement de ce canal de distribution

de formuler des recommandations sur les aménagements susceptibles d'améliorer le cadre juridique applicable au commerce électronique et aux soldes et promotions sur Internet

En tout état de cause, dès les soldes débutant en juin prochain, les cyber-enquêteurs intensifieront le contrôle de la loyauté des prix lors des périodes de soldes.

Contact presse

Cabinet de Frédéric LEFEBVRE

01.53.18.40.61

