



Avis du Conseil national de la consommation sur les plateformes numériques collaboratives

NOR : EINC1602960V

1. Introduction

1.1. La notion de consommation collaborative

La consommation collaborative peut être appréhendée comme « un modèle économique basé sur l'échange, le partage, la location de biens et services privilégiant l'usage sur la propriété »¹.

Cette nouvelle forme d'économie s'est considérablement développée au cours des dernières années, notamment en France qui figure parmi les pays où elle est le plus implantée. Selon l'étude réalisée par Nomadeis², le taux de pénétration des pratiques collaboratives au sein de l'économie française est très élevé, qu'elles soient le fait de nouvelles structures ou du secteur conventionnel qui s'est également approprié le phénomène. Elle compte des acteurs de premier plan dans de nombreux secteurs. Par ailleurs, neuf français sur dix déclarent avoir réalisé au moins une fois une pratique de consommation collaborative.

Les contours de cette économie peuvent être difficiles à appréhender, d'une part parce qu'elle concerne de multiples secteurs d'activités dans tous les domaines de la vie quotidienne (transport, logement, services...), chacun avec ses spécificités et d'autre part parce qu'elle concerne des pratiques et des acteurs divers (vente, échange, prêt, don).

Toutes les pratiques collaboratives ne nécessitent pas d'intermédiaire numérique. Citons par exemple certains circuits courts tels les AMAP³, les systèmes de partage de véhicules mis à disposition par une collectivité publique, ou encore les opérations de location de matériel proposées par des enseignes.

Mais c'est le numérique qui a permis un essor considérable de l'économie collaborative ces dernières années, grâce à l'émergence de plateformes qui organisent les échanges entre l'offre et la demande.

Cette économie repose en effet sur un modèle juridique basé sur une relation tripartite entre un opérateur numérique, la plateforme, un offreur particulier, qui propose ses biens ou services en ligne, et un demandeur, consommateur final de ces biens ou services.

¹ Rachel Botsman et Roo Rodgers, *What's mine Is yours : the rise of Collaborative Consumption*, 2011.

² *Enjeux et perspectives de la consommation collaborative –juillet 2015- PIPAME,DGE,PICOM*

³ Association pour le maintien d'une agriculture paysanne.

Le rôle de ces plateformes au cœur de l'économie collaborative conduit à s'interroger sur l'encadrement de leur activité. Ainsi de multiples études ont été menées récemment sur le sujet, tant aux niveaux français qu'européen et international, pour en identifier les enjeux économiques, fiscaux, sociaux, etc. et engager une réflexion sur un régime normatif approprié.

1.2. Le contexte

Dans ce contexte, l'article 134 de la **loi n° 2015-990 du 6 août 2015 pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques** a créé un nouvel article L. 111-5-1 dans le code de la consommation visant à renforcer les obligations d'information liées à l'activité de « mise en relation » numérique :

*Sans préjudice des obligations d'information prévues à l'article 19 de la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique, toute personne dont l'activité consiste à mettre en relation, par voie électronique, 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 bien ou d'un service est tenue de délivrer une information loyale, claire et transparente sur les **conditions générales d'utilisation du service d'intermédiation** et sur les **modalités de référencement, de classement et de déréférencement** des offres mises en ligne.*

*Lorsque seuls des consommateurs ou des non-professionnels sont mis en relation, la personne mentionnée au premier alinéa du présent article est également tenue de fournir une information loyale, claire et transparente sur la **qualité de l'annonceur** et les **droits et obligations des parties en matière civile et fiscale**.*

Lorsque des professionnels, vendeurs ou prestataires de services sont mis en relation avec des consommateurs, la personne mentionnée au premier alinéa du présent article est également tenue de mettre à leur disposition un espace leur permettant de communiquer aux consommateurs les informations prévues à l'article L. 121-17.

*Le contenu de ces informations et leurs modalités de communication sont fixés par **décret**.*

L'article L. 111-6-1 du code de la consommation a par ailleurs été complété par la loi afin de prévoir que « tout manquement aux [articles L. 111-5 et L. 111-5-1](#) est passible d'une **amende administrative** dont le montant ne peut excéder 75 000 € pour une personne physique et 375 000 € pour une personne morale ».

Parallèlement, d'autres initiatives émanant des pouvoirs publics qui visent à réguler l'économie collaborative en général et l'activité des plateformes en particulier se sont matérialisées récemment :

- Présentation le 26 septembre 2015 du projet de loi « pour une République Numérique », qui contient une section relative à la « loyauté des plateformes [en ligne] » ;
- Mission confiée le 8 octobre 2015 par le Premier ministre à Pascal Terrasse, député de l'Ardèche, sur l'économie collaborative ;
- Dans le cadre de sa « stratégie numérique », lancement par la Commission européenne le 24 septembre 2015 d'une consultation publique sur les plates-formes en ligne, la responsabilité des intermédiaires en ligne face aux contenus illicites, la circulation des données, l'informatique en nuage (*cloud computing*) et l'économie collaborative. Des propositions législatives en la matière pourraient être mises sur la table au cours du premier semestre 2016.

1.3. Le mandat du CNC

Saisi dès le mois de mai 2015 d'un mandat sur « l'activité des plateformes numériques collaboratives », le CNC a travaillé pendant plusieurs mois en vue de préciser les obligations d'information et les modalités de leur communication. Ces éléments permettront notamment au gouvernement d'élaborer le décret résultant de l'article 134 de la loi « croissance et activité » du 4 août 2015.

Dans un premier temps, il est apparu nécessaire aux membres du groupe de travail de préciser l'étendue du mandat afin d'examiner les informations utiles et adaptées que devront produire les plateformes.

Même si les réflexions se sont concentrées sur l'essence originelle des plateformes collaboratives, à savoir la mise en relation entre particuliers, les auditions de différentes plateformes ont parfois mis en exergue la coexistence sur un même site de la mise en relation par la plateforme de professionnels avec des consommateurs (BtoC) ou des particuliers offreurs avec des particuliers demandeurs (CtoC).

Ainsi les membres du groupe de travail sont-ils convenus d'étudier tous types de *plateformes numériques collaboratives*, que la mise en relation de particuliers soit leur activité exclusive ou non, dans la mesure où toutes sont concernées par les mentions des deux premiers alinéas de l'article L.111-5-1 du code de la consommation⁴. Dès lors, le groupe de travail a cherché à identifier les pistes permettant d'améliorer et de renforcer l'information dont dispose l'utilisateur de plateformes numériques collaboratives, y compris s'agissant des responsabilités des différentes parties prenantes lors d'une transaction via une telle plateforme.

Le CNC a naturellement conscience des enjeux sociaux et fiscaux posés par l'essor de l'économie collaborative, mis en évidence notamment par un rapport d'information du Sénat du 17 septembre dernier⁵. Toutefois et afin de ne pas outrepasser le cadre du mandat, le choix a été fait de concentrer nos réflexions sur les aspects relatifs à l'information du consommateur. Le cas de certaines plateformes faisant *a priori* l'objet d'une législation spécifique, comme le *crowdfunding*, a été évoqué mais a finalement été écarté des réflexions du présent groupe de travail.

2. Le cadre juridique existant

2.1 Les plateformes numériques

Les plateformes numériques assurent la mise en relation des utilisateurs par l'hébergement d'annonces d'offres et de demandes et, le cas échéant, par des services complémentaires qu'elles proposent.

Le droit applicable aujourd'hui aux plateformes numériques collaboratives résulte essentiellement de la transposition, dans la loi pour la confiance dans l'économie numérique (« LCEN ») du 21 juin 2004, de la directive européenne 2000/31/CE relative au commerce électronique (d'harmonisation maximale).

Mais leurs responsabilités varient selon leur rôle, qui est double, puisque les plateformes peuvent être à la fois des intermédiaires techniques en ligne et des prestataires de service rendu à leurs utilisateurs.

⁴ Les propositions figurant dans le présent avis n'ont donc pas vocation à s'appliquer aux autres types de plateformes visées à date dans le projet de loi « pour une République Numérique ».

⁵ [Rapport d'information](#) de MM. Michel BOUVARD, Thierry CARCENAC, Jacques CHIRON, Philippe DALLIER, Jacques GENEST, Bernard LALANDE et Albéric de MONTGOLFIER, fait au nom de la commission des finances ; n° 690 (2014-2015) - 17 septembre 2015.

- a) Lorsqu'elles agissent en qualité **d'hébergeurs de contenus numériques, les plateformes numériques collaboratives sont soumises à un régime de responsabilité allégée** en vertu duquel elles ne peuvent se voir imposer l'obligation de vérifier si les biens et services mis en ligne correspondent aux annonces passées et à la prestation attendue ou encore de s'assurer du caractère licite de telle offre. En d'autres termes, les plateformes ne sont pas tenues de vérifier les informations apportées par l'offreur » ou le « demandeur », sauf s'il est prouvé qu'elles ont eu connaissance de pratiques illicites de l'internaute liées à l'utilisation du site⁶.
- b) Parallèlement, la plateforme, qui est un professionnel, est liée à ses utilisateurs par un **contrat de prestations de service (BtoC)** dont le contenu et l'étendue peut varier. Au titre de ce contrat, elle se conforme à des obligations d'information notamment à l'égard des utilisateurs particuliers. Elle est également responsable de plein droit de la bonne exécution du contrat qu'elle a conclu avec les utilisateurs dans le cadre de l'article 15 de la LCEN (exercice d'une activité qualifiée de « commerce électronique »).

2.2 Le contrat conclu entre l'offreur et le demandeur

S'agissant toujours du droit positif en vigueur, le CNC rappelle que :

- le droit de la consommation ne concerne que les relations entre un professionnel et un consommateur (« BtoC »), **il ne s'applique donc pas aux relations CtoC** ;
- le code civil (droit général des obligations ainsi que les règles de responsabilité délictuelle et contractuelle) encadre en toutes circonstances le transfert d'un bien, son usage ou les échanges de services. Ces dispositions sont applicables aux contrats conclus sur les plateformes numériques collaboratives.

Le cadre juridique est donc contraint et, comme l'a rappelé le Conseil d'Etat⁷, toute modification du régime de responsabilité des prestataires de l'Internet nécessiterait une révision de la directive 2000/31/CE.

En tout état de cause, les membres du CNC s'accordent pour considérer que cet échelon européen est souvent le plus pertinent pour encadrer l'économie du numérique sans créer de distorsion de concurrence au détriment du marché français.

Considérant la pleine application des principes de la LCEN, conformément à la directive 2000/31/CE relative au commerce électronique, il semble peu opportun d'étendre les règles issues du code de la consommation aux relations C to C (lisibilité du droit, risque d'entraver le développement de l'économie collaborative...). Dès lors, **le CNC estime que la seule action que puisse mettre en œuvre le régulateur public à ce stade, pour mieux éclairer les utilisateurs de plateformes collaboratives, est d'élaborer un cadre d'informations obligatoires. Celles-ci doivent être présentées de manière claire, compréhensible et facilement accessible de nature à améliorer l'information du consommateur (consommateur-offreur et consommateur-demandeur).**

3. Les informations à mentionner

L'objet du mandat est de proposer un cadre d'informations obligatoires présentées de manière claire, compréhensible et facilement accessible, visant à une meilleure information des utilisateurs de plateformes collaboratives.

⁶ En tout état de cause, les plateformes mettent en place les moyens nécessaires (outils d'alerte et de filtrage...) pour concourir à la lutte contre la diffusion d'objets/services/propos illicites sur la plateforme.

⁷ Etude annuelle 2014 du Conseil d'Etat sur le numérique et les droits fondamentaux

L'article L.111-5-1 du code de la consommation a une portée générale et concerne toutes les plateformes qui « *mettent en relation, par voie électronique, 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 bien ou d'un service* »⁸.

La réflexion du groupe a donc porté sur des mentions générales et non spécifiques à un secteur d'activité (automobile, logement...) ou à un type de contrat (prêt, vente, échange...).

S'agissant de l'information des utilisateurs, le CNC considère que se posent 4 questions :

- **À qui** s'adresse la plateforme ?
- **Quelles** sont les informations obligatoires ?
- **Quand** ces informations doivent-elles être portées à la connaissance des utilisateurs ?
- **Comment** doivent-elles être présentées ?

3.1 À qui s'adresse la plateforme ?

Les plateformes d'économie collaboratives sont susceptibles d'accueillir à la fois des offres de produits ou de services proposées par des particuliers offreurs à des particuliers utilisateurs, ou par des professionnels offreurs à des particuliers utilisateurs.

Le CNC considère que la question de l'accès ou non aux professionnels en qualité d'offreur est essentielle et doit être clairement réglée dès l'entrée sur la plateforme, dans la mesure où elle détermine le(s) droit(s) applicable(s) au contrat de vente ou de service qui sera conclu.

Dans l'hypothèse où la plateforme est également ouverte aux offreurs professionnels, le CNC estime que le statut de l'offreur (particulier ou professionnel) doit être clairement indiqué et identifiable par l'utilisateur (voir infra, point 3.4. pour les modalités de présentation de cette information).

Si la plateforme donne la possibilité à des offreurs professionnels de proposer leurs offres, elle est considérée dans ce cadre comme une place de marché ou « *marketplace* » au sens courant du terme. En conséquence, elle doit respecter le 3^{ème} alinéa de l'article L.111-5-1 du code de la consommation et réserver un espace aux professionnels leur permettant de délivrer l'information précontractuelle qui leur incombe⁹.

Le CNC suggère qu'au moment du choix de sa qualité par l'offreur, la plateforme sensibilise l'offreur aux règles permettant de requalifier un statut de « particulier » en « professionnel », avec les conséquences (notamment sociales, fiscales, de qualification professionnelle...) qui s'y attachent. Les critères utilisés pour opérer cette requalification s'attachent à la régularité de l'activité, à son caractère lucratif, et à l'intention d'avoir une activité professionnelle (« indices de commercialité ») matérialisée par la réalisation d'actes de commerce et l'existence d'un système organisé de ventes à distance¹⁰. Ils s'apprécient *in concreto*.

3.2 Quelles informations obligatoires doivent figurer sur les plateformes?

⁸ Ne sont donc pas concernés par cet article les sites ou applications en ligne qui hébergent des informations ou commentaires mis en ligne par les utilisateurs (sites ou applications de type « réseau social ») mais qui ne visent pas, dans leur immense majorité, à présenter une offre ou une demande 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.

⁹ Au titre de l'article L.121-17 du code de la consommation.

¹⁰ A cet égard, le CNC propose notamment de se référer à une Recommandation du Forum des droits sur l'internet du 8 novembre 2005 « *Commerce entre particuliers sur l'internet : quelles obligations pour les vendeurs et les plates-formes de mise en relation ?* »

(<http://www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/rapports-publics/064000055.pdf>).

3.2.1. Les informations obligatoires fournies par la plateforme à tout utilisateur potentiel¹¹

- Les critères de fonctionnement de la plateforme, en particulier les critères de **référéncement**, de **déréférencement** et de **classement des offres**. Généralement, le classement des offres est influencé par le seul choix de l'utilisateur (critères qu'il sélectionne lui-même sur la page de résultats). Dans le cas contraire (absence de choix ou sélection de tous les critères), les critères de classement par défaut doivent être explicités et indiqués par tout moyen approprié comme une fenêtre *pop-up*, une icône...
- **Le prix** : une information complète sur la rémunération de la plateforme doit être donnée. Elle doit préciser qui, de l'offreur, du demandeur (voire des deux parties) supporte la rémunération de la plateforme et si celle-ci est incluse ou non dans le prix du bien ou du service proposé.
- Les règles relatives au **traitement des données personnelles**.

3.2.2. Les informations obligatoires fournies par la plateforme aux parties

En plus des informations visées supra (point 3.2.1.) :

- **La nature de l'offre** proposée : vente, prestation de service, louage, prêt, don...
- **Le prix total à payer par le consommateur**. Ce prix inclut, s'il y a lieu, la commission, les frais de livraison et de paiement...¹². Une information devrait également être donnée sur le paiement (moyens de paiement acceptés, rôle de la plateforme d'intermédiaire de paiement, etc.).
- **Le droit applicable** (tant à la relation qu'à l'objet ou au service concerné) : cette information doit comprendre au moins les éléments suivants :
 - ✓ Le demandeur (acheteur) est informé de la non application du droit de la consommation aux ventes entre particuliers (CtoC), et notamment l'absence de droit de rétractation, de garantie légale de conformité sur les produits. Le cas échéant, la plateforme peut renvoyer vers un site public énonçant les règles applicables au(x) secteur(s) d'activité concerné(s)¹³.
 - ✓ L'offreur particulier est informé de la responsabilité de tout vendeur / loueur / prestataire de service à distance quant à la bonne exécution du contrat (article 15 de la LCEN), et mis en garde sur sa responsabilité au regard du produit ou service proposé (garantie relative aux vices cachés, tromperie, qualification requise pour certaines activités¹⁴...).
- La plateforme informe le particulier annonceur des **obligations fiscales** nées de transactions en ligne. La plateforme agissant comme tiers de confiance fournit chaque année aux utilisateurs un relevé attestant des sommes perçues au titre de ces activités en ligne, afin que ces derniers puissent respecter les obligations fiscales que la loi leur impose.

¹¹ C'est-à-dire l'utilisateur qui accède au site Internet de la plateforme sans y être inscrit au préalable.

¹² En vertu de l'article 2 de l'arrêté du 3 décembre 1987 relatif à l'information sur les prix, « *le consommateur doit être informé de façon complète du montant des frais de livraison, par tout moyen approprié, avant la conclusion du contrat* ». De plus, l'article L.114-1 du Code de la consommation dispose que « *préalablement à la conclusion d'un contrat de vente ou de prestation de services, le professionnel s'assure du consentement exprès du consommateur, pour tout paiement supplémentaire venant s'ajouter au prix de l'objet principal du contrat* ».

¹³ Exemple : En matière de location de résidence principale, le plafond est de 4 mois par an à Paris, etc.

¹⁴ En effet le CNC rappelle que des qualifications et certifications (y compris professionnelles) peuvent être exigibles pour proposer et utiliser certains biens et services – voir notamment les articles 16 et 24 de la loi n° 96-603 du 5 juillet 1996 relative au développement et à la promotion du commerce et de l'artisanat. Toutefois il n'appartient pas aux plateformes numériques collaboratives plateformes d'opérer une vérification de ces éventuelles qualifications et certifications.

- Une information sur les **assurances** :
 - ✓ en toutes circonstances, la plateforme invite à la fois l'offreur et le demandeur à vérifier si l'usage envisagé est compatible avec les contrats d'assurance déjà souscrits, en appelant le cas échéant leur attention sur d'éventuels besoins spécifiques¹⁵ ;
 - ✓ le cas échéant, les assurances proposées par la plateforme.
- Les contacts à saisir et la procédure à suivre en cas de litige.

3.3 Quand les informations doivent-elles être portées à la connaissance des utilisateurs ?

Le CNC a identifié plusieurs phases dans l'utilisation d'une plateforme collaborative et considère que des mentions spécifiques devraient être portées à la connaissance des utilisateurs à chacune de ces phases.

3.3.1. Avant l'ouverture d'un compte, à destination de tout utilisateur potentiel

Avant que l'utilisateur ne crée un compte et donc communique ses données personnelles pour utiliser les services de la plateforme, le site est ouvert à tous et informe l'utilisateur potentiel sur son fonctionnement.

3.3.2. Pendant l'utilisation de la plateforme à destination de l'offreur ou du demandeur

Au cours de l'utilisation de la plateforme, l'utilisateur est informé, à chaque étape du parcours client selon sa qualité d'offreur ou de demandeur, des règles juridiques encadrant le contrat de vente / de location ou de prestation de service qui va être conclu, y compris au moment de conclure la transaction – cf. *supra*, point 3.2.

Dans l'hypothèse où la transaction et le paiement de celle-ci sont réalisés sur la plateforme, certaines informations doivent être transmises **au moment du paiement** au consommateur-acheteur. La plateforme indique en particulier si elle est ou non intermédiaire de paiement¹⁶.

3.4 Quelle présentation pour ces informations obligatoires ?

Le CNC s'est intéressé à la présentation des informations visées au 3.2.

Le CNC rappelle la nécessité sur les plateformes collaboratives d'une information à l'attention des utilisateurs présentée de manière claire, loyale et transparente, facilement accessible et compréhensible.

Le groupe de travail considère en tout état de cause que les plateformes d'économie collaborative devraient respecter les critères de présentation suivants :

- le site indique par tous moyens appropriés et de manière claire s'il est également ouvert aux professionnels. **Le statut de l'offreur (particulier ou professionnel) doit être clairement établi et identifiable par l'utilisateur.** Il appartient aux plateformes de déterminer les

¹⁵ Voir l'avis du CCSF du 24 septembre 2015 sur « les enjeux de l'assurance dans les nouvelles formes d'économie collaborative » : http://www.banque-france.fr/ccsf/fr/publications/telechar/avis_r/ccsf_avis_assurance_economie_collaborative.pdf

¹⁶ Lorsqu'elle joue ce rôle (hors renvoi à l'utilisation d'un partenaire technique avec qui l'utilisateur contracte, comme Paypal), elle est seule responsable de la sécurité des données lors de cette transaction, et seule responsable des différends liés à l'utilisation de ces moyens de paiement.

modalités de présentation de cette information (espaces distincts, signes distinctifs comme un code couleur ou des icônes, filtres pour l'utilisateur, autres...).

- **une rubrique spécifique**, à vocation informative et pédagogique, comporte toutes les informations obligatoires relatives au **fonctionnement** du service offert par la plateforme (ex : FAQ, onglet « qui sommes-nous », etc.). Cette rubrique est directement et aisément accessible à partir de toutes les pages du site et est matérialisée, par exemple, par une mention ou un signe distinctif. Elle se réfère aux mentions du 3.2.
- **une rubrique spécifique** reprenant les **règles juridiques** relatives au contrat proposé s'adressant à **l'utilisateur offreur particulier** et à **l'utilisateur demandeur** (cf. *supra*, 3.2.), y compris le rappel qu'en cas de relation CtoC le droit de la consommation ne s'applique pas (pas de droit de rétractation, pas de garantie de conformité des biens).

Le CNC préconise que ces mentions ou rubriques soient présentes ou reprises sur les sites **hors des Conditions Générales d'Utilisation**, lesquelles ne permettent pas une information effective du consommateur en raison de longueur et de leur technicité.

4. Observations finales

Le CNC préconise que les réflexions sur l'économie collaborative se poursuivent dans le cadre d'un groupe de travail de suivi qui pourrait élaborer et diffuser des bonnes pratiques pour renforcer la confiance par exemple par un compteur public des ventes ou prestations réalisées par l'intermédiaire de la plateforme.

Il rappelle la pertinence de l'échelon européen pour l'encadrement juridique des plateformes collaboratives et, à cet égard souhaite que cet avis soit traduit en anglais et transmis à la Commission européenne dans le cadre de la consultation publique ouverte jusqu'au 24 décembre 2015.

LISTE DES PARTICIPANTS AU GROUPE DE TRAVAIL

COLLEGE DES ASSOCIATIONS DE DEFENSE DES CONSOMMATEURS

Ludivine COLY-DUFOURT, rapporteure	Association « Léo Lagrange » de défense des consommateurs (ALLDC)
M. Hugo CADET, co-rapporteur	Conseil national des associations familiales laïques (CNAFAL)
Mme Anne-Sophie QUERITE	Association de défense, d'éducation et d'information du consommateur (ADEIC)
Mme Sabine ROSSIGNOL	Association « Léo Lagrange » de défense des consommateurs (ALLDC)
M. Flavien BILQUEZ	Association force ouvrière consommateurs (AFOC)
M. Olivier GAYRAUD	Confédération de la consommation, du logement et du cadre de vie (CLCV)
M. Dominique du CHATELIER	Confédération nationale des associations familiales catholiques (CNAFC)
Mme Elsa COHEN	Confédération syndicale des familles (CSF)
Mme Lena MORVAN	Confédération syndicale des familles (CSF)
Mme Delphine BORNE	Familles de France (FF)
Mme Chantal JANNET	Familles rurales (FR)
Mme Nadia ZIANE	Familles rurales (FR)
Mme Karine DE CRESCENZO	Union fédérale des consommateurs - Que Choisir (UFC-Que Choisir)
Mme Marie-Sophie LANGERON	Union fédérale des consommateurs - Que Choisir (UFC-Que Choisir)
Mme Justice MASSERA	Union fédérale des consommateurs - Que Choisir (UFC-Que Choisir)
Mme Morgane LENAIN	Union nationale des associations familiales (UNAF)
M. Rémi THERME	Union nationale des associations familiales (UNAF)
M. Fabien TOCQUE	Union nationale des associations familiales (UNAF)

COLLEGE DES ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES

M. Franck AVIGNON, rapporteur	Mouvement des entreprises de France (MEDEF)
M. François-Xavier HUARD	Assemblée permanente des chambres de métiers et d'artisanat (APCMA)
Mme Charline LAURENT	Assemblée permanente des chambres de métiers et d'artisanat (APCMA)
Mme Céline DELACROIX	CCI France (CCI Paris-Ile-de-France)
Mme Amélie JUGAN	Confédération générale des petites et moyennes entreprises (CGPME)
M. Florian MASSEUBE	Confédération générale des petites et moyennes entreprises (CGPME)
Mme Anne de BEAUMONT	Conseil national des professions de l'automobile (CNPA)
M. Florent PORTMAN	Conseil national des professions de l'automobile (CNPA)
M. Jean-Tristan GRILLY	ENGIE
M. Pierre PERROY	Fédération des entreprises internationales de la mécanique et de l'électronique (FICIME)
Mme Clara BRENOT	Fédération des industries électriques, électroniques et de communication (FIEEC)

M. Loïc RIVIERE	Fédération des industries électriques, électroniques et de communication (FIEEC)
Mme Laure BAETE	Fédération e-commerce et Vente à Distance (FEVAD)
M. Marc LOLIVIER	Fédération e-commerce et Vente à Distance (FEVAD)
Mme Natasa BUKATAREVIC	Fédération française des sociétés d'assurances (FFSA)
Mme Elisabeth LE CHEUALIER	Fédération française des sociétés d'assurances (FFSA)
Mme Anne-Marie PAPEIX	Fédération française des sociétés d'assurances (FFSA)
M. François ROSIER	Fédération française des sociétés d'assurances (FFSA)
M. Jean FACON	Fédération nationale des collectivités concédantes et régies (FNCCR)
Mme Natalie JOUEN ARZUR	Orange
M. Jean-François HUERE	PSA Peugeot Citroën
Mme Hanaé BISQUERT	Union des annonceurs (UDA)
Mme Laura BOULET	Union des annonceurs (UDA)
Mme Isabelle FILLAUD	Union professionnelle artisanale (UPA)
Mme Cécile BELLARBRE	Union des métiers de l'Industrie et de l'hôtellerie (UMIH)
M. Laurent DUC	Union des métiers de l'Industrie et de l'hôtellerie (UMIH)
Mme Evelyne MAES	Union des métiers de l'Industrie et de l'hôtellerie (UMIH)

ORGANISMES DIVERS

M. Maxime DUCLAUX	Syntec Numérique
Mme Flor LA TORRE	Syntec Numérique
Mme Françoise HEBERT-WIMART	Institut national de la Consommation (INC)
Mme Marie MARTIN	Institut national de la Consommation (INC)
Mme Pauline ABOU JAOUDE	AIR BNB
Mme Tanja DECOSTER	AIR BNB
Mme Juliette LANGLAIS	AIR BNB
M. Frédéric ALTENBOURGER	BLABLACAR
Mme Verena BUTT D'ESPOUS	BLABLACAR
M. Vincent LEGUAY	BLABLACAR
M. Patrick FOSTER	DRIVY
M. Alexandre BOL	KOOLICAR
Mme May BERTHELOT	VIDE DRESSING
Mme Anaïse BLANCHET	VIDE DRESSING
Mme Léna IMBERT	VIDE DRESSING

ADMINISTRATION

M. Philippe GUILLERMIN, Chef du Bureau	DGCCRF – Bureau 3A « Politique de protection des consommateurs et loyauté »
Mme Rachel BECUWE, Présidente	DGCCRF – Bureau 3A « Politique de protection des consommateurs et loyauté »
Mme Annick CHASTANET-MARIE	DGCCRF – Bureau 3A « Politique de protection des consommateurs et loyauté »
Mme Manuella PERI	DGCCRF – Bureau 3A « Politique de protection des consommateurs et loyauté »
Mme Christelle MANIMA	DGCCRF – Bureau 3A « Politique de protection des consommateurs et loyauté »
Mme Sarah GRESSET	DGCCRF – Bureau 3A « Politique de protection des consommateurs et loyauté »
M. Noël LE SCOUARNEC	Direction générale des entreprises (DGE)
Mme Alice METAYER-MATHIEU	Direction générale des entreprises (DGE)