

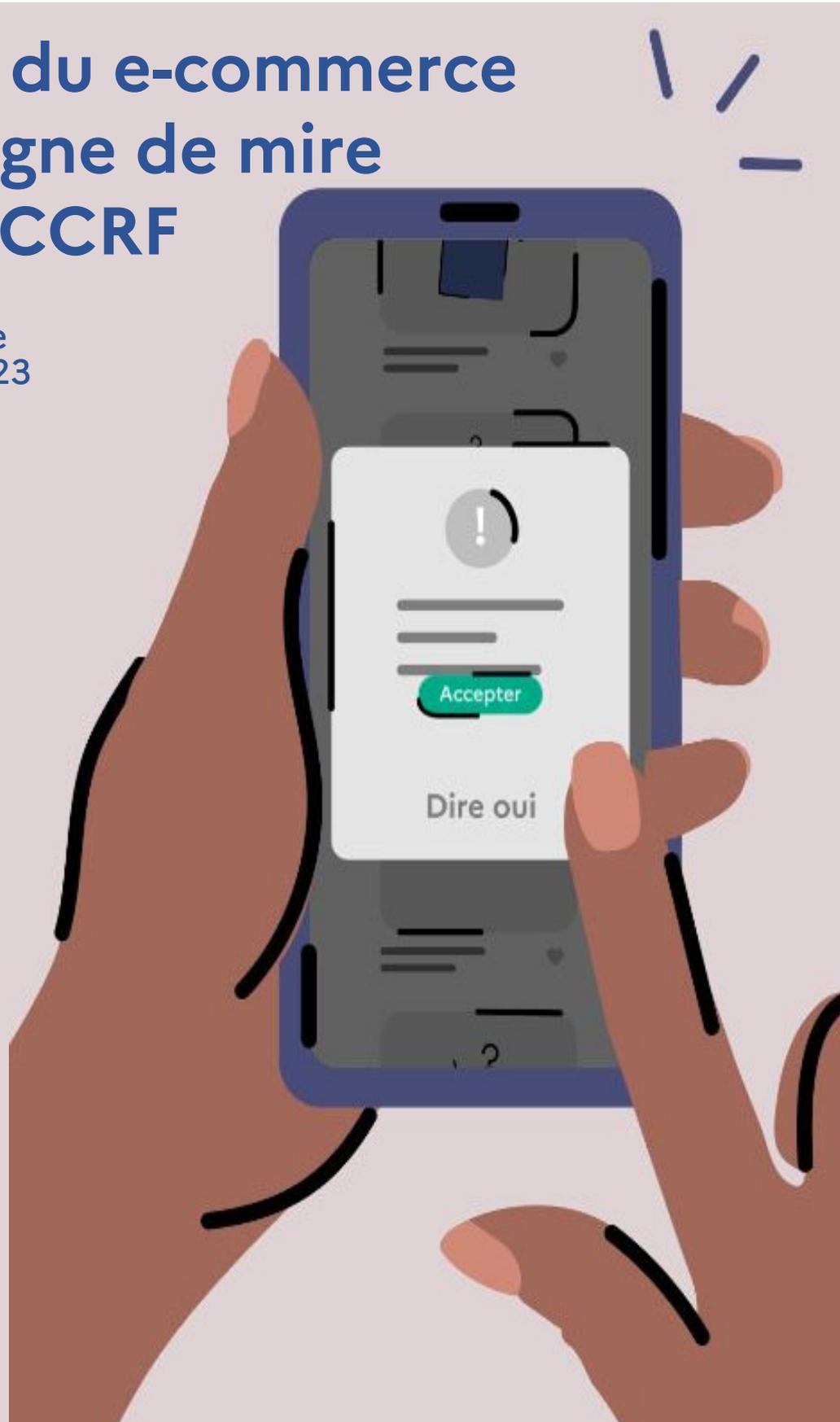


MINISTÈRE
DE L'ÉCONOMIE,
DES FINANCES
ET DE LA SOUVERAINETÉ
INDUSTRIELLE ET NUMÉRIQUE

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Les abus du e-commerce dans la ligne de mire de la DGCCRF

Dossier de presse
20 novembre 2023



DG CCRF

Direction générale de la
concurrence, de la consommation
et de la répression des fraudes

SOMMAIRE

Protéger les consommateurs sur internet comme dans les magasins.....	4
<i>En ligne, les manquements sont les mêmes qu'en magasin</i>	<i>4</i>
<i>En ligne, le consommateur doit faire preuve d'une vigilance particulière.....</i>	<i>4</i>
<i>En ligne, la DGCCRF vise la même protection qu'en magasin</i>	<i>5</i>
Le e-commerce représente un signalement sur quatre	6
Plus de 9 000 sites contrôlés depuis le début de l'année	7
<i>Dropshipping</i>: des manquements dans la moitié des sites contrôlés.....	11
Manque de transparence sur les <i>marketplaces</i>	13
Toujours beaucoup de produits dangereux sur les places de marché.....	15
Mettre en garde les consommateurs contre les pièges du e-commerce	17
<i>Appeler le consommateur à la vigilance.....</i>	<i>17</i>
<i>Déjouer les dark patterns.....</i>	<i>17</i>
<i>Les pouvoirs de la DGCCRF pour mieux réguler le e-commerce.....</i>	<i>19</i>

Protéger les consommateurs sur internet comme dans les magasins



Des jouets, des cosmétiques, de la vaisselle, des vêtements, des bijoux, des détecteurs de fumée, des meubles, des placements financiers, des locations de vacances, des billets de spectacles ou sportifs, des jouets sexuels (sextoys), des films... Internet, qui facilite la vie des consommateurs et l'essor du commerce, permet aujourd'hui d'accéder à une infinité de biens et de services.

En ligne, les manquements sont les mêmes qu'en magasin

Allégations interdites ou trompeuses, produits dangereux, problèmes de livraison, défaut d'information, fausses promotions... Qu'il soit question de pratiques déloyales ou trompeuses à l'égard des consommateurs ou de sécurité des produits, les manquements observés en ligne sont les mêmes que dans le commerce traditionnel. S'y ajoutent des manquements propres au commerce en ligne, notamment sur le droit de droit de rétractation, des formes de tromperies nouvelles comme les *dark patterns* (lire page 17).

De même, les pratiques de certaines places de marché en ligne (« *marketplaces* »), qui permettent à des professionnels ou des marques de commercialiser leurs produits, peuvent installer des relations déséquilibrées entre entreprises et entraver le libre jeu de la concurrence.

En ligne, le consommateur doit faire preuve d'une vigilance particulière

Si internet facilite les échanges en permettant à n'importe quel professionnel d'accéder au marché mondial et à une vaste clientèle potentielle, c'est aussi un terrain propice aux manquements au code de la consommation et aux règles de concurrence. Le coût d'entrée y est souvent faible. Les fraudes et les abus y sont massifiés et sont susceptibles d'affecter de nombreux consommateurs, en utilisant les réseaux sociaux, des algorithmes ou des procédés manipulateurs.

Sur internet il peut être plus tentant, pour un professionnel, d'ignorer la réglementation. Certains manquements en ligne se trouvent facilités par la dissimulation que permettent l'usage d'un VPN ou de fausses identités. De même, exercer son activité depuis un pays lointain rend plus difficiles les enquêtes ou l'action de régulation des pouvoirs publics. Certains modèles, comme le *dropshipping*, peuvent aussi « diluer » la responsabilité des acteurs.

Les consommateurs sont les premières victimes de ces pratiques. Le préjudice est également important pour les professionnels qui respectent les règles et qui se retrouvent confrontés à la concurrence déloyale d'opérateurs parfois peu scrupuleux. Au final, en altérant la confiance des consommateurs et des professionnels, les abus et arnaques touchant le e-commerce impactent l'économie dans son ensemble.

En ligne, la DGCCRF vise la même protection qu'en magasin

C'est pourquoi l'accompagnement de la transformation numérique de l'économie et du commerce constitue un axe fort de l'action de la DGCCRF. Ses agents interviennent pour protéger les consommateurs et les entreprises sur internet comme dans les circuits traditionnels de distribution. La question de la sécurité du e-consommateur est l'un des fils rouges de son action, afin qu'il jouisse des mêmes garanties que lorsqu'il consomme en magasin.

Le programme national d'enquêtes 2023 de la DGCCRF comporte 120 enquêtes. La plupart prévoient un volet contrôle des pratiques commerciales et des produits sur internet. Dix-sept sont exclusivement dédiées au commerce en ligne.

La protection des consommateurs en ligne reste un axe fort de l'action de la DGCCRF en 2024.



Le e-commerce représente un signalement sur quatre

Parmi les plus de 215 000 signalements de consommateurs enregistrés par la DGCCRF depuis le début d'année 2023, près de 60 000 concernent des transactions effectuées sur internet ou via une application, depuis un ordinateur ou un smartphone.

Principaux motifs des signalements consécutifs à un achat en ligne (en 2023, en nombre de signalements au 20/10/2023)

Livraison : absence, partielle, produit endommagé, retard, non réponse SAV...	23 140
Le site internet en lui-même : publicité trompeuse, impossible d'identifier ou de contacter l'entreprise, défaut d'information...	11 320
Impossible de renvoyer le produit et se faire rembourser	3 080
Le prix : défaut, fausse réduction, abonnement caché, frais supplémentaires non indiqués	2 440
Problème de résiliation d'abonnement	430
Produit dangereux	310

Les secteurs d'activités générant le plus de signalements parmi les achats en ligne (en 2023, en pourcentages au 20/10/2023, sur la base d'un échantillon de 55 000 signalements)

Services de transport *	7
Articles d'habillement et chaussures	6
Services d'assistance et d'intermédiaire	6
Téléphone mobile	5
Tourisme, vacances	5
Meubles	4
Articles des technologies de l'information et de la communication	4
Gros appareils ménagers	3
Voitures d'occasion	3
Assurances, santé, accidents et autres	3
Services d'installation, entretien, réparation	3
Énergie	2
Articles électroniques	2

*Recoupe notamment les billets d'avion, dont le coût et la part que représente internet dans leur commercialisation peuvent expliquer en partie la proportion de signalements.

Plus de 9 000 sites contrôlés depuis le début de l'année

Le commerce en ligne représente une part croissante des contrôles de la DGCCRF : 12% en 2022, près de 17 % en 2023. Depuis le début de l'année, 9 182 sites internet ont été contrôlés par les agents de la DGCCRF. La moitié était en anomalie même si cette proportion est à relativiser car les contrôles n'étaient pas aléatoires et faisaient suite à un ciblage ou des plaintes.

Les manquements et fraudes les plus fréquemment relevés concernent :

- la vente de produits non-conformes ou dangereux, en particulier sur les *marketplaces* ;
- les fausses réductions, qui peuvent être systématiques sur certains sites ;
- les manquements aux obligations d'informations précontractuelles : absence d'identité du professionnel, défaut d'indication du délai de livraison ;
- le défaut d'information et l'obstacle à l'exercice du droit de rétractation ;
- les pratiques illicites ou frauduleuses, notamment pour les opérateurs de *dropshipping* ou les sites facilitant les démarches administratives en ligne, qui entretiennent la confusion avec des sites administratifs ;
- les pratiques commerciales trompeuses de nature à induire en erreur le consommateur : omissions, dissimulations, allégations, indications ou présentations fausses sur l'identité du professionnel ou les caractéristiques du produit ou du service etc.

Parmi les sites de e-commerce contrôlés depuis le début de l'année et pour lesquels un manquement a été relevé (chiffres au 20/10/2023) :

- 2 267 ont été destinataires d'un avertissement ;
- 1 974 d'une injonction de mise en conformité ;
- 242 d'un procès-verbal.

Un site peut faire l'objet de plusieurs suites. Dans 95% des cas, les injonctions de la DGCCRF aux professionnels sont suivies d'une mise en conformité.

Les principaux manquements sanctionnés dans le commerce en ligne en 2022

Type de manquement sanctionné	Injonction	Procès-verbal pénal	Procès-verbal administratif	Total	Montant amendes administratives notifiées (en €)	Transactions	Montants Transactions pénales (en €)	Total (€)
Pratique commerciale trompeuse	800	100	7	907	38 500	44	612 950	651 450
Règles de la vente à distance	682	5	39	726	466 845	2	15 600	482 445
Obligation générale d'information précontractuelle	676		52	728	342 892			342 892
Démarchage téléphonique	526		40	566	1 447 439			1 447 439
Information sur les prix et conditions particulières de vente	445		42	487	194 647			194 647
Règles d'étiquetage hors sécurité et nanomatériaux	203	19	1	223	20 100			20 100
Contrats et clauses abusives	203		10	213	37 350 €	1	6 000	43 350
Garanties légales de conformité et commerciales	117		5	122	13 750			13 750
Allégations nutritionnelles et de santé	108	16		124		12	79 388	79 388
Règles spécifiques à des contrats ayant un objet particulier (y compris immobilier)	93		8	101	55 205			55 205
Étiquetage de sécurité des produits alimentaires	74	4	1	79	10 750	3	15 600	26 350 €

Lire aussi page 19 : Les pouvoirs de la DGCCRF pour mieux réguler le e-commerce

Faux avis en ligne : bas les masques



Polygraphe, un nouvel outil pour lutter contre les faux avis

Restaurants, hôtels, salles de sport, commerces... beaucoup de consommateurs se fient aux avis en ligne pour effectuer leurs achats, leurs réservations ou leurs inscriptions. Qu'il s'agisse de convaincre de la qualité d'un produit ou de redorer la réputation d'une marque ou d'une enseigne, **les avis clients tendent à détrôner la publicité et représentent un véritable levier de croissance marketing** pour les entreprises, tous secteurs confondus.

Toutefois tous les avis ne sont pas forcément fiables et des entreprises font même le commerce de faux avis positifs, ou même parfois négatifs pour nuire à la concurrence, trompant ainsi le consommateur.

La chasse aux faux avis nécessite d'analyser un volume considérable de données. **Les équipes de la cellule numérique de la DGCCRF ont donc développé Polygraphe, un outil numérique qui collecte et traite automatiquement les avis publiés sur internet pour détecter ceux qui pourraient relever de la falsification.** Polygraphe fonctionne comme un crible pour les recherches à grande échelle que nécessite la traque des faux avis.

Polygraphe analyse les textes collectés, qu'ils soient positifs ou négatifs, pour évaluer leur véracité selon plusieurs critères, dont leur construction sémantique. Un indice qu'il s'agit ensuite d'exploiter. Sur la base de l'analyse fournie par l'outil, **les agents de la DGCCRF peuvent ainsi repérer les entreprises ou les commerces dont les avis seraient suspects et engager une enquête**, mener des investigations approfondies auprès du professionnel pour étayer (ou dissiper) les soupçons en rassemblant des preuves.

La première enquête dédiée aux faux avis

Une enquête dédiée à la traque des faux avis a été lancée dès le 1^{er} juillet et a permis d'identifier 43 établissements en anomalie sur les 138 contrôlés. Un cabinet dentaire, un gestionnaire immobilier, un garagiste, un marchand de meubles... L'enquête se poursuit et ces premiers résultats devraient donner lieu à une quinzaine d'avertissements et à une trentaine d'injonctions et de procès-verbaux.

L'utilisation de Polygraphe, outil de ciblage innovant dédié à la lutte contre les faux avis, va permettre d'optimiser la traque des faux avis élogieux comme celle des suppressions circonstanciées d'avis négatifs qui sont autant de pratiques susceptibles de tromper le consommateur ou de compromettre sa bonne information. À suivre !



Black Friday : les agents de DGCCRF mobilisés

Le Black Friday fait désormais partie des grands événements du commerce et, à ce titre, il mobilise systématiquement les agents de la DGCCRF. Les consommateurs doivent redoubler de vigilance durant ces périodes : les réductions de prix annoncées ne sont pas toujours le reflet de la réalité. La DGCCRF se mobilise pour contrôler le respect de la réglementation et sanctionne les irrégularités en tenant compte de l'ampleur de l'infraction, de l'intention du professionnel, de la récurrence éventuelle... Si les manquements mineurs peuvent donner lieu à un avertissement, les autres donnent lieu à des injonctions administratives et des procès-verbaux.

À l'occasion du Black Friday 2022, du 18 au 28 novembre, la DGCCRF a contrôlé 411 commerces et sites internet de vente en ligne (habillement, meubles, produits manufacturés...) pour vérifier notamment le respect de la réglementation concernant les promotions et la bonne indication, en regard du prix promotionnel, du prix de référence correspondant au prix le plus bas pratiqué dans les 30 derniers jours.

Près d'un tiers des magasins ou sites étaient en infraction : prix de référence et prix barrés erronés, catalogues sans période de validité, indisponibilités ou faible quantité des produits bénéficiant de réductions, réductions importantes trompeuses, utilisation de la mention « soldes », confusion avec les prix pratiqués par la concurrence...

En fonction de la gravité des manquements, les contrôles ont donné lieu à 100 avertissements et 18 injonctions.

- En Bretagne par exemple, un contrôle réalisé en magasin auprès d'un vendeur de meubles annonçant « Black Friday jusqu'à -50 % » a révélé que seuls 2 produits sur 56 bénéficiaient de prix réduits ; un avertissement a été adressé au professionnel à l'issue de ce contrôle.
- Dans les Hauts-de-France, une enseigne en ligne annonçait ne pas faire d'opération Black Friday par solidarité avec « les petites entreprises » tout en lançant une opération de promotion appelée « les jours magiques » couvrant la même période avec un lien internet renvoyant vers la page « Black Friday ».
- Dans la région PACA, un avertissement a été adressé à un soldeur qui conservait les étiquettes de prix des lots invendus qu'il rachetait et annonçait une réduction de 50% sur des prix qu'il n'avait en réalité jamais pratiqués. De même, des investigations ont visé un site de vente en ligne d'accessoires et de pièces pour moto et un site de vente de cosmétiques. Ces sites annonçaient des réductions « jusqu'à - 60 % » à l'occasion Black Friday alors qu'en réalité les produits remisés étaient en nombre négligeable. Un avertissement a été adressé à la société exploitant le site de vente de cosmétiques et une transaction de 8 000 € a été conclue avec celle proposant des pièces et accessoires pour moto.

Dropshipping : des manquements dans la moitié des sites contrôlés

L'enquête sur le *dropshipping* menée par les agents de la DGCCRF en 2022, a permis le contrôle de 215 sites internet. 116 étaient en anomalie, soit plus de la moitié. Ces manquements constatés étaient :

- **des pratiques commerciales trompeuses** : notamment sur la disponibilité et les caractéristiques essentielles du produit (faux label, fausse origine), sur l'identité et les qualités du professionnel ou encore le caractère promotionnel du prix...
- **des manquements aux règles d'information du consommateur** et de la vente à distance : absence de mention ou mentions erronées sur l'identité du vendeur, sur la garantie légale, sur le droit de rétractation... Mais également le non-respect des règles de formalisme du contrat : absence de la mention de l'obligation de payer ou de confirmation sur support durable...
- **la rédaction de faux avis**, présentée par certains vendeurs comme un usage courant dans le secteur et même conseillée lors des formations ;
- **la présence de clauses abusives ou illicites** : par exemple des clauses de non-responsabilité comme celles par lesquelles le professionnel décline toute responsabilité si les informations fournies sur le site sont inexactes et/ou incomplètes ;
- **la vente de produits dangereux ou interdits**, comme des médicaments ou des stupéfiants.

88 réquisitions numériques adressées à des sites internet

Selon leur importance ou leur gravité, les manquements ont donné lieu à 26 avertissements, 67 injonctions, 22 procès-verbaux pénaux et 9 procès-verbaux administratifs. Pour restreindre ou empêcher l'accès à certains sites illicites, l'administration a également utilisé son pouvoir de réquisition numérique à 88 reprises, afin de mieux protéger les consommateurs et de contraindre les professionnels à se mettre en conformité rapidement.

Les injonctions de mise en conformité nécessitent souvent un suivi important. Les vendeurs, quand ils ont été identifiés et qu'un contact a pu être établi avec eux, ne se

mettent pas spontanément totalement en conformité. Plusieurs échanges sont nécessaires. Par ailleurs, une partie de ces vendeurs (souvent les plus inexpérimentés ou ceux proposant une multitude de produits) ont préféré abandonner le *dropshipping* devant les difficultés. D'autres vendeurs se sont mis en conformité pour poursuivre leur activité. Certains, peu scrupuleux, n'ont pas hésité, après une réquisition numérique, à fermer le site internet concerné pour en créer un autre présentant les mêmes anomalies. Certaines procédures sont toujours en cours. L'enquête a été reconduite en 2023.

Le *dropshipping*, des enquêtes complexes

Le *dropshipping* repose sur un schéma où le professionnel, qui s'occupe de la commercialisation et de la vente de produits, délègue totalement à son fournisseur, souvent installé dans des pays à très bas coûts de production, la gestion des stocks et la livraison des produits au consommateur. Ce modèle a séduit de nombreux opérateurs à la recherche de gains faciles et rapides, rarement au fait de la réglementation ou peu scrupuleux et qui utilisent les réseaux sociaux pour atteindre les consommateurs.

Le chiffre d'affaires du *dropshipping*, dopé par les confinements liés à l'épidémie de Covid, marque depuis le pas d'autant que beaucoup de consommateurs sont devenus méfiants. Cela reste toutefois une pratique toujours présente, mise en avant par des « formateurs » sur internet.

Le *dropshipping* occasionne un nombre important de plaintes de consommateurs, particulièrement en raison de non-livraisons de produits et de l'impossibilité de contacter le vendeur.

Les enquêtes dans ce secteur sont souvent difficiles et complexes, notamment du fait de l'absence de mentions légales sur l'identité des vendeurs, du caractère éphémère de ces sites, de la localisation à l'étranger des sociétés concernées et de leurs représentants légaux.



Manque de transparence sur les *marketplaces*

Entre 2019 et 2021, la DGCCRF a enquêté sur le respect des obligations de transparence des plateformes de commerce en ligne quant à la mise en avant des produits et services qu'elles commercialisent. Il s'agissait en outre de contrôler le respect des obligations générales imposées aux professionnels en matière d'information du consommateur. La DGCCRF a ciblé tant des plateformes généralistes proposant un large éventail de produits, que des plateformes spécialisées dans le voyage, la location de bateaux ou la vente d'électroménager, d'ameublement, de produits de santé, de produits alimentaires, d'articles de sport...

Près de 150 sites ont été contrôlés ou re-contrôlés sur les trois années. Près de la moitié présentait des manquements.

Les manquements les plus fréquemment relevés concernaient :

- la mention ou la définition du critère de classement des offres et produits ;
- l'information sur les modalités du référencement des offres ;
- les caractéristiques du produit ;
- les modalités de sélection des avis ;
- la clarté et l'accessibilité de ces informations pour le consommateur, des plateformes les noyant par exemple parmi des conditions générales d'utilisation ou de vente ;
- la présence de clauses abusives.

Les obligations de loyauté des *marketplaces*

Les plateformes de commerce en ligne, ou *marketplaces*, servent d'intermédiaires pour un professionnel qui les utilise afin de commercialiser ses produits ou services : produits manufacturés, repas, hébergement, prestations de service, etc.

Ces plateformes ont, dans ce cas, une obligation de loyauté et de transparence concernant les conditions dans lesquelles ces offres sont proposées. À ce titre, elles doivent par exemple :

- préciser les modalités de référencement, de déréférencement et de classement des produits ou services qu'elles présentent ;
- indiquer un éventuel lien entre elles et les offreurs référencés dès lors que ce lien influe sur le référencement ou le classement des contenus, des biens ou des services en vente ;
- expliciter les règles d'affichage des avis en ligne : procédure de contrôle, critères de classement, durée de publication des avis, etc.

Selon leur gravité et la diligence des opérateurs à les corriger, ces manquements ont donné lieu à 27 avertissements, 41 injonctions, 5 procès-verbaux pénaux ou administratifs.

L'action menée sur la durée a permis de maintenir la pression sur les opérateurs qui ont progressivement intégré leurs obligations de transparence. Certains ont ainsi été contrôlés plusieurs années de suite. Le taux de sites non-conformes est passé de plus de 5 sur 10 en 2019, à 3,4 sur 10 en 2020 et 3,9 sur 10 en 2021. Lorsque les obligations n'étaient pas complètement respectées, cela était généralement dû à une méconnaissance de la réglementation particulière à l'activité d'opérateur de place de marché.

La poursuite de contrôles reste de mise pour garantir l'effectivité de la protection des consommateurs utilisant ces plateformes.

La DGCCRF contrôlera les nouvelles obligations imposées par le *Digital Services Act*

Renforcer les obligations spécifiques des places de marché en ligne pour une meilleure protection du consommateur : c'était l'un des objectifs annoncés du règlement DSA ou *Digital Services Act*, du 19 octobre 2022, relatif à un marché unique des services numériques. Le nouveau dispositif entre progressivement en vigueur et sera pleinement en application le 17 février 2024. Il oblige les places de marché en ligne proposant aux consommateurs de conclure des contrats avec des professionnels à :

- recueillir des informations sur l'identité des vendeurs utilisant leurs services ;
- concevoir leur interface pour permettre aux professionnels de respecter leurs obligations en matière d'informations précontractuelles, de conformité et d'informations sur la sécurité des produits ;
- prendre les mesures nécessaires pour s'assurer de la complétude des informations dues au consommateur sur les produits qu'elles promeuvent, de façon à ne plus proposer de produits difficiles à identifier ou pour lesquels les informations sont lacunaires, y compris en matière de sécurité ;
- agir en cas de connaissance d'offre de produit non-conforme ou dangereux en avertissant les consommateurs ayant déjà acheté le produit dans les 6 derniers mois ;
- s'efforcer de vérifier par des contrôles aléatoires que les annonces ne contiennent pas des produits ou services déjà recensés comme étant illégaux.

Le DSA interdit en outre à toutes les plateformes en ligne l'utilisation d'interfaces susceptibles de tromper ou de manipuler les consommateurs par l'utilisation de *dark patterns* (lire pages 17 et 18).

Au titre du DSA, la DGCCRF est désignée comme l'autorité chargée de contrôler le respect des obligations des fournisseurs de marketplaces, l'Arcom étant "coordinateur des services numériques" en France.

Toujours beaucoup de produits dangereux sur les places de marché

En 2022, la DGCCRF a contrôlé 11 places de marché généralistes populaires auprès des internautes français, pour évaluer le niveau de sécurité et de conformité de plusieurs catégories de produits vendus par des professionnels : jouets, colles et décapants, produits phytopharmaceutiques, ustensiles de cuisine, produits de blanchiment dentaire et produits éclaircissants, sextoys...

Beaucoup d'acheteurs font confiance aux annonces proposées sur ce type de sites marchands mais ignorent la responsabilité limitée de ces places de marché quant aux produits présentés et parfois proposés par des professionnels établis dans des pays non-européens. Les consommateurs ne découvrent la difficulté qu'en cas de défaillance du produit ou de problème avec le vendeur.

La moitié des produits non-conformes ou dangereux

Les résultats de l'enquête ont mis en lumière des niveaux de manquements particulièrement élevés. Pour 155 tests de produits effectués, 56% étaient en anomalie dont 30% dangereux. Des taux préoccupants ont été observés sur la majorité des catégories de produits ciblées, au premier rang desquelles :

- **les colles** : 65% de produits dangereux en raison de composants dépassant les seuils réglementaires ou d'absence de mention du danger ;
- **les produits phytopharmaceutiques** (notamment herbicides et insecticides) : 60% de produits dangereux en l'absence d'information sur les risques inhérents au produit ;
- **les jouets** : 41% de produits dangereux avec des risques de suffocation, de strangulation, d'ingestion ou d'allergies ;
- **les cosmétiques** : 16% de produits dangereux en raison de substances interdites dans leur composition.

La situation apparaît contrastée selon les plateformes : les taux de non-conformité des produits peuvent varier beaucoup d'une plateforme à l'autre. Sur une des places de marché ciblée, aucun produit non-conforme ou dangereux n'a été constaté, tandis que sur une autre, près de 9 produits sur 10 analysés posaient problème. Néanmoins avec **un taux de produits en anomalie dépassant les 50% sur plus de la moitié des plateformes, le constat global montre que les places de marché affichent encore beaucoup trop de produits proposés par des vendeurs peu respectueux des règles et normes applicables sur le marché français.**

De prompts retraits d'annonces mais encore trop peu d'implication pour les rappels de produits

Alertées des problèmes de non-conformité ou de dangerosité des produits, les plateformes respectent globalement bien leurs obligations d'intermédiaires et retirent promptement les offres concernées, sans attendre l'action du vendeur commercialisant les produits.

Certaines d'entre-elles vont même plus loin et s'engagent volontairement auprès de la Commission européenne via la « *Product Safety pledge* » pour améliorer la sécurité des produits proposés et coopérer en cas de rappel de produit dangereux. C'est le cas notamment de six des places de marché ayant été contrôlées ici.

Mais alors que certaines places de marché s'impliquent ainsi et avertissent par exemple directement par message électronique les consommateurs ayant déjà acheté des produits dangereux, la majorité d'entre elles renvoient cette responsabilité vers les seuls vendeurs.

Face à cette situation et en l'absence d'information des plateformes sur les retraits/rappels effectués par les vendeurs, la DGCCRF a dû gérer les alertes et publier les rappels via le portail européen d'alerte *Safety gate Rapex*.

La DGCCRF a insisté auprès des places de marché pour qu'elles :

- renforcent leurs actions en faveur de la sécurité des produits proposés en ligne et notamment utilisent des outils automatiques permettant de repérer que certains produits ont déjà été signalés comme dangereux et ainsi éviter de les mettre en ligne ;
- se mettent en capacité de suivre les actions de rappel et retrait que leurs vendeurs doivent mettre en œuvre face à des produits dangereux.



Mettre en garde les consommateurs contre les pièges du e-commerce



Appeler le consommateur à la vigilance

Plusieurs actions de sensibilisation ont été engagées pour accompagner le développement du commerce en ligne et mettre en garde les consommateurs contre les pratiques déloyales ou frauduleuses et rappeler aux professionnels leurs obligations. Le site internet de la DGCCRF présente ainsi une série de guides ou de fiches pratiques destinés aux e-vendeurs et e-consommateurs. Des campagnes ont été organisées sur le *dropshipping* ou les faux sites administratifs.

La publicité donnée aux enquêtes de la DGCCRF et à leurs résultats contribue à appeler le consommateur à la vigilance. Il en va de même lorsque les injonctions ou amendes infligées à des influenceurs ou à des plateformes font l'objet de publications mais aussi lorsque des sites internet commercialisant des produits dangereux sont déréférencés.

Depuis 2022, la DGCCRF a fait de la question de la sécurité du e-consommateur un des fils rouges de sa communication numérique. Les messages qu'elle diffuse à l'occasion des grands rendez-vous de la consommation, que représentent les fêtes de fin d'année, la fête des mères ou des pères, les vacances d'été, la rentrée mais aussi le *Black Friday*, etc. comprennent ainsi des conseils dédiés à la consommation en ligne.

Déjouer les *dark patterns*

Les *dark patterns* sont des interfaces internet truquées ou trompeuses, des présentations ou des fonctionnalités conçues pour pousser l'internaute à faire des choix qu'il n'aurait pas fait en leur absence. Compte à rebours ou messages d'urgence, pages trompeuses, choix présélectionnés, abonnement caché, entrave au désabonnement, panier rempli à l'insu de l'internaute... Ce sont des techniques ou procédés manipulateurs qui biaisent les choix et peuvent conduire à commander des produits ou à souscrire des services que l'on n'a pas choisis.

Accentuant cet effort de sensibilisation, la DGCCRF a produit cette année, pour le Black Friday, plusieurs contenus originaux sur le thème des *dark patterns*, dont un

numéro de Consomag : une émission quotidienne de télévision co-produite avec l'INC et multidiffusée sur les chaînes et le site web de France télévision. La DGCCRF a participé par ailleurs à d'autres enquêtes journalistiques à paraître sur le sujet. L'objectif est d'aider le e-consommateur à reconnaître pour mieux les déjouer les pièges ou les manipulations que les *dark patterns* peuvent constituer.

[Visionner les animations sur les dark patterns sur www.economie.gouv.fr/dgccrf](http://www.economie.gouv.fr/dgccrf)

SignalConso, maintenant disponible sur smartphone

Lancée sur internet il y a trois ans, et disponible sous forme d'application pour smartphone depuis mai dernier, la plateforme SignalConso permet à un consommateur de signaler en quelques clics un problème avec un professionnel pour rechercher une résolution à l'amiable ou être aidé dans ses démarches pour faire valoir ses droits.

Depuis sa création, 400 000 consommateurs y ont eu recours. 100 000 l'ont installée sur leur téléphone. 640 000 signalements ont été déposés. En 2023, 80 000 signalements concernent un problème avec internet, notamment un achat de produit (60 000).

Les signalements sont transmis au professionnel concerné quand le consommateur l'identifie. Il est alors demandé au professionnel d'y répondre et, le cas échéant, de trouver une solution à l'amiable avec son client ou de corriger le problème. La plateforme précise également au consommateur ses droits et l'oriente vers l'interlocuteur le plus à même de l'aider à régler son problème.

L'ensemble des signalements est accessible aux agents de la DGCCRF qui peuvent déclencher une enquête lorsqu'ils le jugent nécessaire, notamment lorsque les faits sont particulièrement graves, lorsque le professionnel ne donne aucune suite ou lorsque de nombreux signalements concernent le même professionnel.



Téléchargez dès maintenant
l'application mobile



App Store



Les pouvoirs de la DGCCRF pour mieux réguler le e-commerce

Pour la lutte contre les abus et la fraude dans le commerce en ligne, la DGCCRF peut :

Adresser des injonctions de mise en conformité : elle ordonne à un opérateur de cesser une pratique illicite, de se conformer à ses obligations, ou de supprimer une clause illicite, dans un certain délai. L'injonction fait l'objet d'une procédure contradictoire qui permet au professionnel de présenter ses observations. Comme l'injonction ne présente pas un caractère punitif elle peut donc se cumuler avec une sanction.

Assortir les injonctions au paiement d'astreintes afin d'accélérer la mise en conformité du professionnel en cause, une astreinte étant une somme à payer en cas de non-respect de la décision ou de retard de mise en œuvre.

Adresser une réquisition numérique quand l'infraction concerne un site internet ou une application : cela permet d'ordonner à un prestataire de service (par exemple les fournisseurs d'accès à internet), l'affichage d'un message d'avertissement aux consommateurs, voire, pour les infractions les plus graves, de déréférencer un site internet ou une application, d'en restreindre l'accès ou de bloquer un nom de domaine.

Ces réquisitions peuvent être mises en œuvre lorsque le professionnel qui exploite l'interface en ligne n'est pas identifiable ou lorsqu'il n'a pas déféré à une injonction. Fortement montées en puissance, ces réquisitions concernent désormais, en moyenne, une centaine d'interfaces en ligne par an (principalement des sites internet).

Ordonner la publication des sanctions : cette mesure aussi appelée « *name and shame* » est particulièrement efficace pour presser les professionnels à se mettre en conformité rapidement et éviter la mauvaise « publicité ». Cette publication s'effectue selon des modalités définies par l'administration et aux frais du professionnel, à l'issue d'une procédure contradictoire d'échange avec lui. Elle peut être imposée sur les propres moyens de communication du professionnel tel que son site internet ou son application mobile. C'est une composante particulièrement dissuasive de la sanction.

Dresser un procès-verbal administratif et infliger une amende administrative, par exemple en cas de manquement aux obligations d'informations précontractuelles, de non-respect du délai de rétractation : jusqu'à 15 000 € d'amende pour une personne physique ou 75 000 € pour une personne morale. Pour être plus dissuasifs, les montants sont proportionnés à l'avantage tiré des manquements lorsque plusieurs manquements ont été constatés : par exemple un manquement chaque fois que le délai de rétractation n'est pas respecté.

Transmettre au Procureur de la République des procès-verbaux constatant des infractions, par exemple des pratiques commerciales trompeuses comme des allégations induisant les consommateurs en erreur sur les caractéristiques essentielles du bien ou du service ou la portée des engagements de l'annonceur. Les pratiques commerciales trompeuses sont passibles d'un emprisonnement de deux ans et d'une amende de 300 000 euros. Le montant de l'amende peut être porté, de manière proportionnée, aux avantages tirés du délit, à 10% du chiffre d'affaires moyen annuel.

Conclure une transaction avec le professionnel, avec l'accord du Procureur de la République, lorsqu'il est question de contraventions, de délits non passibles d'une peine d'emprisonnement, ou dans le cas du délit de pratique commerciale trompeuse. La transaction peut être rendue publique et prévoir la réparation du préjudice subi par les consommateurs. Transiger permet souvent une résolution plus rapide du litige qu'en passant par la voie juridictionnelle proprement dite. Cela favorise la rapidité et l'effectivité de la sanction et la cessation des manquements. La transaction est également possible en cas de manquements administratifs.

Signal
Conso

Réponse
Conso

Kappel
Conso

www.economie.gouv.fr/dgccrf



Contact presse :

01 44 97 23 91

presse@dgccrf.finances.gouv.fr