

Atelier de la  du 22 mars 2016

## Les droits des consommateurs face aux entreprises du numérique

22/03/2017

n° 1



### Introduction

Nathalie Homobono, Directrice Générale de la DGCCRF

22/03/2017

n° 2

**Question 1 : Les problématiques du droit de la consommation sont-elles différentes lorsqu'il s'agit de numérique ?**

**Question 2 : Quelle obligation d'information pour les plateformes ?**

**Question 3 : En quoi le numérique présente-t-il de nouveaux risques pour le consommateur ?**

**Question 4 : Quelles actions pour protéger les consommateurs français face aux plateformes françaises et étrangères ?**

22/03/2017

n° 3

**Question 1 : Les problématiques du droit de la consommation sont-elles différentes lorsqu'il s'agit de numérique ?**

Réponse : Nicolas Genty, associé EY.

Réactions :

Elsa Dobler (Senior Legal and Business Affairs, Deezer)  
Karine De Crescenzo (Responsable des relations institutionnelles,  
UFC Que Choisir)  
Malo Depincé (Maître de Conférences, Université de Montpellier)  
/ Loraine Donnedieu de Vabres-Tranié (associée Jeantet)

22/03/2017

n° 4

## LES PROBLÉMATIQUES DU DROIT DE LA CONSOMMATION SONT-ELLES DIFFÉRENTES LORSQU'IL S'AGIT DE NUMÉRIQUE

### DONNÉES CHIFFRÉES POUR LA FRANCE

Entre 2005 et 2015,  
les ventes sur  
Internet ont  
progressé de 675%.



182 000 sites  
marchands  
actifs en 2015

39% des  
acheteurs sur  
Internet ont eu  
recours aux sites  
collaboratifs en  
2015

CA du E-commerce en  
2015: 71,3 milliards  
d'euros dont 10% de  
ventes réalisées sur  
terminaux mobiles  
(mobiles et tablettes)



Source : Févad, indice du commerce électronique (ICE), Baromètre Févad/CSA janvier 2016

## LES PROBLÉMATIQUES DU DROIT DE LA CONSOMMATION SONT-ELLES DIFFÉRENTES LORSQU'IL S'AGIT DE NUMÉRIQUE

### PRINCIPAUX TEXTES APPLICABLES

Loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux  
fichiers et aux libertés

Loi n°2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans  
l'économie numérique (LCEN)

Loi n°2016-1321 du 7 octobre 2016 pour une République  
numérique

## LES PROBLÉMATIQUES DU DROIT DE LA CONSOMMATION SONT-ELLES DIFFÉRENTES LORSQU'IL S'AGIT DE NUMÉRIQUE

### QUELQUES SUJETS PUREMENT SPÉCIFIQUES AU CONSOMMATEUR DU NUMÉRIQUE

- 1) PROSPECTION DIRECTE AU MOYEN D'UNE COMMUNICATION PAR VOIE ÉLECTRONIQUE
- 2) OBLIGATION D'INFORMATIONS PRÉCONTRACTUELLES POUR LES CONTRATS CONCLUS PAR VOIE ÉLECTRONIQUE
- 3) OBLIGATION D'INFORMATIONS PRÉCONTRACTUELLES POUR LE CONTRAT DE FOURNITURE DE CONTENU NUMÉRIQUE
- 4) MISE À L'ÉCART DU DROIT DE RÉTRACTATION POUR LE CONTRAT DE FOURNITURE D'UN CONTENU NUMÉRIQUE NON FOURNI SUR UN SUPPORT MATÉRIEL

### Question 2 : Quelle obligation d'information pour les plateformes ?

Réponse : Malo Depincé (Maître de Conférences, Université de Montpellier)

Réactions :

Elsa Dobler (Senior Legal and Business Affairs, Deezer)  
 Karine De Crescenzo (Responsable des relations institutionnelles, UFC Que Choisir)  
 Nicolas Genty (associé EY) / Loraine Donnedieu de Vabres-Tranié (associée Jeantet)

à QU'EST-CE QU'UNE PLATEFORME ?

à QUELLES OBLIGATIONS ?

**A. UNE OBLIGATION D'INFORMATION SEMBLABLE À CELLE DES AUTRES PROFESSIONNELS**

L'OBLIGATION GÉNÉRALE D'INFORMATION DE L'ARTICLE L.111-1  
 LES MOYENS DE TRANSMETTRE L'INFORMATION (DU CODE CIVIL  
 AU CODE DE LA CONSOMMATION)

**B. UNE OBLIGATION DE TRANSPARENCE PARTICULIÈRE MAIS LIMITÉE (L. 111-7)**

INFORMER SUR LE MODÈLE ÉCONOMIQUE DE LA PLATEFORME,  
 INFORMER SUR LE MODE DE RÉMUNÉRATION  
 CONSEILLER LE CONSOMMATEUR

n° 9

**Question 3 : En quoi le numérique présente-il de nouveaux risques pour le consommateur ?**

Réponse : Loraine Donnedieu de Vabres-Tranié (associée Jeantet)

Réactions :

Elsa Dobler (Senior Legal and Business Affairs, Deezer)  
 Karine De Crescenzo (Responsable des relations institutionnelles,  
 UFC Que Choisir)  
 Nicolas Genty (associé EY) / Malo Depincé (Maître de Conférences,  
 Université de Montpellier)

22/03/2017

n° 10



Plan de l'intervention :

Les risques du numérique liés à la désinformation des consommateurs **(I)**

Les risques du numérique lié à la privation d'information des consommateurs **(II)**

22/03/2017

n° 11



**I. Les risques du numérique liés à la désinformation des consommateurs**

La désinformation sur les disponibilités (1)

La désinformation sur les promotions (2)

22/03/2017

n° 12

## 1. La désinformation sur les disponibilités

Il s'agit, par exemple, des pratiques visant à faire croire à des consommateurs que l'hôtel qu'ils recherchent, qui est bien référencé sur la plateforme mais qui n'offre plus de nuitées sur celle-ci (mais toujours sur leur propre site Internet), est rempli aux dates qu'ils recherchent, ce qui est faux, et de leur proposer un autre hôtel situé à côté du précédent et qui offre toujours des disponibilités sur la plateforme.

Le Tribunal de commerce de Paris a ainsi, dans un jugement du 4 octobre 2011, enjoint à Expedia et Hotels.com de cesser leurs pratiques indiquant qu' « **aucune chambre n'est disponible aux dates sélectionnées** » ou « **l'hôtel n'est plus disponible pour les dates que vous avez choisies** », alors que tel n'était pas le cas.

22/03/2017

n° 13

Avant sur Expedia et Hotels.com :

 **Aucune chambre disponible pour les dates sélectionnées : 14/02/2011 - 16/02/2011.**

 L'hôtel HOTEL DE LA PLACE DU LOUVRE n'est pas disponible aux dates que vous avez choisies. Vous pouvez [choisir d'autres dates](#) OU sélectionner un hôtel ci-dessous.



Depuis le jugement :

 **Aucune chambre disponible sur notre site aux dates sélectionnées : 12/06/2014 - 13/06/2014.**

 Désolé, aucune chambre n'est disponible sur Hotels.com pour l'hôtel HOTEL DE LA PLACE DU LOUVRE pour les dates que vous avez sélectionnées. Vous pouvez [choisir d'autres dates](#) ou sélectionner un des hôtels ci-dessous.

22/03/2017

n° 14

Une autre technique consiste à faire croire aux consommateurs que le produit qu'il recherche sera bientôt indisponible s'il n'effectue pas sans tarder la transaction sur la plateforme.

L'objectif est de les « pousser » à effectuer leur réservation, afin qu'ils n'effectuent pas des recherches plus poussées, qui pourraient priver la plateforme de la transaction.

22/03/2017

n° 15

On voit ainsi fleurir sur les plateformes les indications suivantes :

Établissement réservé 9 fois au cours des 6 dernières heures

**Forte demande : il ne reste plus que 3 hébergements sur notre site !**

4 personnes regardent actuellement cette page

The screenshot shows a listing for 'Promenade des Anglais' with the following details and annotations:

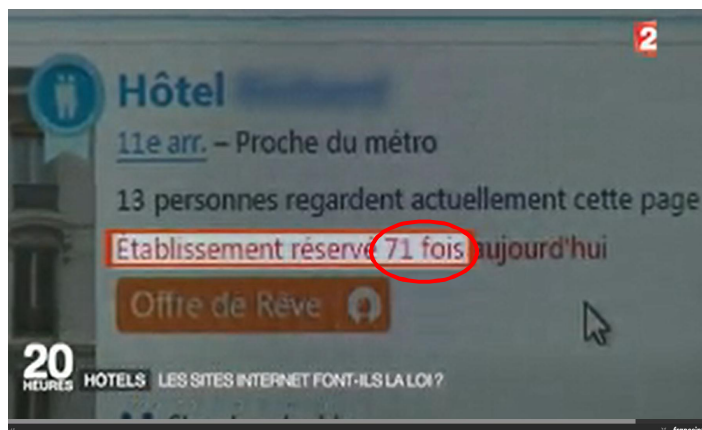
- Address: Promenade des Anglais, Carte
- Phone: 01 57 32 49 63 • Offre Expedia
- Annotation: 5 personnes ont réservé cet établissement au cours des dernières 48 heures
- Annotation: Réserve au cours des 6 dernières heures
- Services: Petit-déjeuner et Internet
- Price: Total TTC\* à partir de En forte demande Plus que 2 chambres sur notre site à 94 € 85 €
- Annotation: En ce moment, 5 personnes sont en train de rechercher un établissement à Promenade des Anglais sur Expedia.
- Rating: Très bien 4.0 / 5
- Availability: Réserve à 55 % sur notre site
- Additional info: Promenade des Anglais est un lieu prisé aux dates choisies.

22/03/2017

n° 16



Un récent reportage TV a montré que ces indications pouvaient être mensongères :




22/03/2017

n° 17



22/03/2017

n° 18




Enfin, afin de s'assurer que les consommateurs effectuent leurs actes d'achat sur leur plateforme, même quand ils n'y trouvent pas ce qu'ils sont venus chercher, certaines plateformes n'hésitent pas à afficher des produits qu'elles n'ont pas.

Pour reprendre l'exemple des plateformes de réservation hôtelières, certaines affichent comme complet des hôtels pourtant sans contrats avec eux, alors qu'ils ne le sont pas, et proposent à la place des réservations dans des hôtels partenaires situés à proximité.

22/03/2017

n° 19



Le reportage TV évoqué s'en est fait l'écho : « *certains hôtels apparaissent contre leur volonté sur le site. C'est le cas de cet établissement dans les Alpes : photos, adresse, description. Mais, indiqué (...) pas ouvert à la réservation, juste à côté d'un lien qui suggère d'autres hébergements à proximité. Le but : capter le client et l'inciter à réserver un autre hôtel* ».

22/03/2017

n° 20



## **(ii) La désinformation sur les promotions**

Des sites Internet n'hésitent pas à afficher :


des « soldes » au même prix de vente qu'avant le lancement,

des prix de référence revus à la hausse pour afficher un pourcentage de promotion plus alléchant,

ou encore des réductions à ne pas rater, soi-disant limitées dans le temps, mais qui se renouvellent en réalité toute l'année...

22/03/2017

n° 21



La DGCCRF a récemment, dans le cadre de transactions, verbalisé 19 entreprises d'e-commerce (Amazon, Zalando, H&M, Vente-privée, etc.) pour pratiques commerciales trompeuses ; le montant total des sommes payées s'établissant à 2,4 millions d'euros (dont 1,5 millions d'euros en transaction pénale pour Amazon, Zalando et le Comptoir des cotonniers).

Pendant plusieurs mois, la DGCCRF avait ainsi réalisé des relevés de prix sur des produits vendus sur Internet, ce qui lui avait permis de mettre à jour un système de fausses promotions dans le secteur de l'e-commerce.

22/03/2017

n° 22

Autre exemple : le Tribunal de commerce de Paris, dans son jugement du 4 octobre 2011, a enjoint à TripAdvisor de cesser de mettre en avant les offres promotionnelles du site Expedia.com et hotels.com par la mention « *tarifs ultra négociés* » alors que cette promotion était dans la plupart des cas inexistante.

Avant sur TripAdvisor.fr :

Depuis le Jugement :

[Paris: Réservez et économisez!](#)  
Booking.com Profitez d'un très grand choix et de prix bas !

[Paris: Plein de choix d'hôtels](#)  
Agoda.com Economisez jusqu'à 75%. À ne pas rater! Facile, rapide, économique!

[Paris: Économisez dès maintenant!](#)  
Expedia.fr Des promotions exceptionnelles sur plus de 150 000 hôtels dans le monde.

[Paris: Réservez et économisez!](#)  
Hotels.com Des hôtels dans le monde entier à des prix exceptionnels !

22/03/2017

Liens sponsorisés

n° 23

## II. Les risques du numérique lié à la privation d'information des consommateurs

22/03/2017

n° 24

Les plateformes peuvent utiliser les classements, dont elles ne détaillent ni les critères, ni leur pondération, pour orienter les consommateurs vers les clients qui leurs payent les commissions les plus importantes.

Les consommateurs ne disposent alors pas d'une information leur permettant de faire un choix en toute connaissance de cause ; Les plateformes présentant leurs classements comme ceux des « hôtels conseillés » ou « nos hôtels préférés en premier ».

22/03/2017

n° 25

### Rechercher

Destination/Hôtel ou établissement :

Affaires  Loisirs

Du

Au

Chambres

Adultes

Enfants

Rechercher


### Paris : 4 244 établissements trouvés

3 bonnes raisons d'y aller : théâtre, concerts et divertissement |

Garantissez-vous un super tarif pour votre séjour à ces dates :

14 juin — 15 juin	15 juin — 16 juin	16 juin — 17 juin	17 juin — 18 juin
-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

Rangés par : Nos préférés en premier Étoiles Autres



**Appart'hôtel Fraser Suites Le Claridge Champs-Élysées** ★★★★★

8e arr., Paris – Proche du métro


Situé dans le quartier chic et branché des Champs-Élysées, le Fraser Suites Le Claridge Champs-Élysées propose de grandes suites entièrement équipées avec connexion Wi-Fi gratuite, pour des séjours de...

**Très bien 8,1**  
1 209 commentaires

Voir les tarifs

Établissement réservé 36 fois aujourd'hui

---



**Hôtel le Clos de Notre Dame** ★★★

6e arr., Paris – Proche du métro

Situé à 5 minutes à pied de la cathédrale Notre-Dame de Paris, l'Hôtel le Clos de Notre-Dame possède des poutres apparentes et des murs en pierre.

**Très bien 8,3**  
720 commentaires

Voir les tarifs

Établissement réservé 2 fois aujourd'hui

22/03/2017

n° 26

13




**Jurisprudence sur le classement des plateformes :**

Tribunal de commerce de Paris, 29 novembre 2016, Booking.com

Cour de cassation, chambre Com, 4 décembre 2012, « le guide.com »

22/03/2017

n° 27



Dans cette optique, **la Loi n°2016-1321 du 7 octobre 2016 pour une république numérique** a imposé plusieurs obligations aux plateformes visant à garantir la fiabilité des informations données aux consommateurs s'agissant :

- du classement par les plateformes,
- des avis publiés en ligne,

22/03/2017

n° 28



**Question 4 : Quelles actions pour protéger les consommateurs français face aux plateformes françaises et étrangères ?**

Réponse : Karine De Crescenzo (Responsable des relations institutionnelles, UFC Que Choisir)

Réactions :

Elsa Dobler (Senior Legal and Business Affairs, Deezer)  
Nicolas Genty (associé EY) / Malo Depincé (Maître de Conférences, Université de Montpellier) / Lorraine Donnedieu de Vabres-Tranié (associée Jeantet)

22/03/2017

n° 29



Questions / réponses

22/03/2017

n° 30