



Les entreprises du secteur des médias sociaux doivent consentir plus d'efforts pour se conformer pleinement aux règles de l'UE en matière de protection des consommateurs

Bruxelles, le 15 février 2018

Les entreprises du secteur des médias sociaux doivent consentir plus d'efforts pour répondre aux demandes formulées en mars dernier par la Commission européenne et les autorités de protection des consommateurs des États membres, qui les avaient invitées à se conformer aux règles de l'UE en matière de protection des consommateurs.

Les modifications que Facebook, Twitter et Google+ ont apportées à leurs conditions d'utilisation pour les aligner sur les règles de l'UE en matière de protection des consommateurs ont été publiées aujourd'hui.

Ces modifications profiteront déjà à plus de 250 millions de consommateurs européens qui utilisent les médias sociaux: les consommateurs de l'UE ne seront plus contraints de renoncer à des droits impératifs dont ils jouissent dans l'UE, tels que le droit de se rétracter d'un achat effectué en ligne; ils pourront porter plainte en Europe plutôt que de devoir le faire en Californie; et les plateformes assumeront leur part de responsabilité envers les consommateurs de l'UE, tout comme les fournisseurs de services hors ligne. Toutefois, ces modifications ne répondent que partiellement aux exigences découlant des règles de l'UE en matière de protection des consommateurs.

Mme Vera **Jourová**, commissaire européenne chargée de la justice, des consommateurs et de l'égalité des genres, a déclaré: *«Étant donné que les réseaux sociaux sont utilisés comme des plateformes publicitaires et commerciales, ils doivent respecter pleinement les règles de protection des consommateurs. Je suis ravie de constater que l'action menée par les autorités nationales afin de faire respecter les règles de l'UE porte ses fruits, certaines entreprises rendant désormais leurs plateformes plus sûres pour les consommateurs; il est néanmoins inacceptable que ce processus ne soit toujours pas achevé et qu'il prenne autant de temps. Cela confirme la nécessité d'une "nouvelle donne pour les consommateurs": les règles de l'UE en matière de protection des consommateurs devraient être respectées et, si les entreprises ne s'y conforment pas, des sanctions devraient leur être infligées.»*

Si les dernières propositions de Google semblent répondre aux demandes formulées par les autorités de protection des consommateurs, Facebook et surtout Twitter n'ont réglé qu'en partie certains problèmes importants liés à leur responsabilité et à la manière dont les utilisateurs sont informés d'éventuelles suppressions de contenu ou résiliations de contrat.

En ce qui concerne la «procédure de notification et d'action» utilisée par les autorités de protection des consommateurs pour signaler la présence de contenus illicites et en demander la suppression, les modifications apportées par certaines entreprises sont insuffisantes. Google+ a mis en place un protocole, assorti de délais pour traiter les demandes, mais Facebook et Twitter ont uniquement accepté de fournir une adresse électronique spécifique que les autorités nationales peuvent utiliser pour signaler les infractions, sans s'engager à traiter les demandes dans des délais déterminés.

À la suite de nombreuses plaintes de consommateurs qui avaient été la cible de fraudes ou d'escroqueries lors de la consultation de ces sites web et avaient été soumis à certaines conditions d'utilisation en infraction avec les règles de l'UE en matière de protection des consommateurs, une action destinée à faire respecter la législation a été lancée en novembre 2016.

Depuis lors, les opérateurs de médias sociaux ont expressément accepté de modifier:

- les conditions d'utilisation limitant ou excluant totalement la responsabilité des réseaux sociaux en ce qui concerne l'exécution du service;
- les conditions obligeant les consommateurs à renoncer à des droits impératifs dont ils jouissent dans l'UE, tels que le droit de se rétracter d'un achat effectué en ligne;
- les conditions privant les consommateurs de leur droit de saisir la justice dans leur État membre de résidence et prévoyant l'application du droit californien;
- les conditions libérant les plateformes de l'obligation d'identifier les communications commerciales et les contenus sponsorisés comme tels.

Les entreprises se sont engagées à introduire ces modifications dans leurs conditions dans toutes les versions linguistiques au cours du premier trimestre de 2018.

Prochaines étapes

Comme elle l'a déjà indiqué dans la [communication relative à la lutte contre le contenu illicite en ligne](#) qu'elle a publiée en septembre 2017, la Commission attend des plateformes en ligne qu'elles agissent avec rapidité et de manière proactive pour détecter les contenus illicites en ligne, les supprimer et en prévenir la réapparition. La Commission poursuit actuellement son travail en ce qui concerne les actions de suivi menées dans le cadre de cette communication.

Les autorités nationales de protection des consommateurs et la Commission surveilleront la mise en œuvre des modifications promises et utiliseront activement la procédure de notification et d'action offerte par les entreprises. Elles se concentreront sur les contenus commerciaux illicites concernant des abonnements non désirés et d'autres escroqueries. En outre, les autorités pourront prendre des mesures, y compris pour faire respecter la législation, si nécessaire.

En avril, la Commission présentera «Une nouvelle donne pour les consommateurs». Dans le cadre de cette réforme, elle proposera de moderniser la législation existante en matière de protection des consommateurs et de veiller à ce qu'elle soit correctement appliquée.

Contexte

Le 16 mars 2017, les autorités de protection des consommateurs de l'UE et la Commission européenne ont rencontré les entreprises afin de prendre connaissance des solutions que ces dernières envisageaient et d'en discuter. À la suite de cette réunion, les entreprises ont apporté certaines modifications à leurs conditions générales. Toutefois, la Commission et les autorités de protection des consommateurs estiment que des modifications supplémentaires doivent être apportées de toute urgence (voir [communiqué de presse](#)).

En novembre 2016, les autorités chargées de la coopération en matière de protection des consommateurs, sous la direction de la direction générale française de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF), ont adressé une [position commune](#) à Facebook, Twitter et Google+, leur demandant d'améliorer un certain nombre de clauses contractuelles et de mettre en place un système pour prendre des mesures à l'égard des contenus commerciaux illicites qui leur sont signalés^[1].

Le [règlement](#) de l'UE relatif à la coopération en matière de protection des consommateurs (CPC) regroupe les autorités nationales de protection des consommateurs au sein d'un réseau européen d'application de la législation. Grâce à ce réseau, l'autorité nationale d'un État membre de l'UE peut faire appel à l'autorité nationale d'un autre État membre pour qu'elle intervienne dans une affaire d'infraction transfrontière aux règles de l'UE en matière de protection des consommateurs. La coopération est un élément commun à divers actes législatifs touchant à la protection des consommateurs, comme la [directive sur les pratiques commerciales déloyales](#), la [directive sur le commerce électronique](#), la [directive relative aux droits des consommateurs](#) ou la [directive concernant les clauses abusives dans les contrats](#).

Dans le cadre de la CPC, les autorités examinent régulièrement des questions d'intérêt commun pour la protection des consommateurs dans le marché unique et coordonnent leur surveillance du marché ainsi que leurs mesures d'exécution éventuelles. La Commission facilite l'échange d'informations entre les autorités et leur coordination.

Les plateformes en ligne doivent assumer une plus grande responsabilité dans la gestion du contenu. La communication fournit des outils communs permettant d'agir avec rapidité et de manière proactive pour détecter les contenus illicites en ligne, les supprimer et en prévenir la réapparition.

Pour en savoir plus

[Tableau présentant les modifications des conditions générales](#)

^[1] Veuillez noter que toute évaluation effectuée dans le cadre de cette action est sans préjudice de toute future évaluation de la conformité des clauses contractuelles par les autorités chargées de la CPC ou dans le cadre de procédures judiciaires.

IP/18/761

Personnes de contact pour la presse:

[Nathalie VANDYSTADT](#) (+32 2 296 70 83)

[Melanie VOIN](#) (+ 32 2 295 86 59)

Renseignements au public: [Europe Direct](#) par téléphone au [00 800 67 89 10 11](#) ou par [courriel](#)