

# Bilan de l'action de la DGCCRF sur la toile en 2010



La DGCCRF a pour mission d'assurer la protection économique du consommateur et sa sécurité. Elle doit en conséquence sur internet sécuriser les actes d'achat du consommateur.

Le consommateur doit être en mesure d'évoluer au sein d'un marché où la concurrence joue pleinement, ses choix doivent s'effectuer en fonction d'une information accessible et transparente tant sur les prix que sur les caractéristiques des produits et des services, il doit acquérir ces produits et services avec toutes les garanties de qualité et de sécurité que la loi lui assure.

Si internet est une source d'informations facilement accessible et met à la disposition des consommateurs des outils tels que les comparateurs qui facilitent ses prises de décision, il multiplie également les publicités et les sites marchands, favorisant ainsi le développement de certains litiges.

La croissance des achats sur le Web est liée à l'apparition de nouveaux vendeurs en ligne, à la progression du nombre d'internautes, au développement des connexions à haut débit et désormais à la diversification des profils des acheteurs .

L'impact de l'internet sur le commerce de détail ne se mesure pas uniquement par le chiffre d'affaires généré en ligne. Il se traduit également, après navigation sur la toile, en termes d'apport de clientèle supplémentaire sur les points de vente physiques. Internet apparaît comme un média d'information et de comparaison.

## Présentation du CSCE

Le Centre de Surveillance du Commerce Electronique (CSCE) a été créé dès novembre 2000 et un réseau de veille et de contrôle sur internet est venu compléter le dispositif en 2001.

Situé à Morlaix, ce centre est spécialisé dans les contrôles sur internet. Il est composé de cyber enquêteurs qui passent leur journée à surveiller les sites de commerce électronique. Ces derniers sont épaulés par d'autres cyber-enquêteurs qui sont implantés dans des inter régions et répartis sur l'ensemble du territoire national pour intervenir aux sièges des entreprises dont les sites ne sont pas conformes à la réglementation.

En 2009, la DGCCRF a créé un Service National des Enquêtes (SNE) composés d'enquêteurs chargés des enquêtes d'importance nationale. Le CSCE a été intégré à cette structure.

Désormais, ce sont donc près de 70 agents qui sont susceptibles, à tout moment, de réaliser des contrôles sur internet. A ceux-ci s'ajoutent les contrôles ponctuels effectués par les enquêteurs DGCCRF en poste dans les directions territoriales.

## La mission et les priorités du SNE-CSCE

Cette mission revêt un double aspect:

- une mission de veille « généraliste », technologique ou commerciale, qui a pour objectif d'anticiper les problèmes soulevés par la commercialisation de nouveaux produits ou services et d'identifier les secteurs qui génèrent des litiges récurrents de fonctionnement, au regard des règles du Code de la Consommation et/ou du Code de Commerce.
- une mission de « veille/contrôle » déclinée par secteurs ou activités, répartie sur l'ensemble des enquêteurs. Cette mission est orientée vers les offreurs des secteurs du e-commerce et de la e-pub. Les enquêteurs assurent cette « veille/contrôle » permanente auprès des intervenants de 14 grands secteurs d'activité liés au développement de l'Internet ou fortement présents sur le Web marchand.

Trois priorités ont été définies dans les contrôles :

- 1 - Veiller aux respects des obligations permettant l'identification des offreurs
- 2 - Permettre aux consommateurs de bénéficier d'une information loyale
- 3 - S'assurer que des produits dangereux ne sont pas proposés sur le marché national

Pour respecter ces priorités, l'activité du CSCE est à la fois **ciblée et réactive**

- **Ciblée**, grâce à la mise en place d'une surveillance constante des principaux secteurs au regard des problématiques spécifiques du web marchand. Les vérifications sectorielles permanentes ont notamment pour finalité le respect des dispositions en matière de contrats à distance et la véracité des annonces de réduction de prix.

Le premier objectif participe au renforcement du climat de confiance nécessaire au développement du cybercommerce et le second est directement lié à une des principales motivations des achats en ligne : la recherche d'un prix attractif.

- **Réactive** par la capacité du réseau à prendre les initiatives nécessaires à l'adaptation de cette surveillance aux évolutions et événements du Web.

Ainsi, le profil des cyberacheteurs tend à se rapprocher du profil « grand public », l'arrivée en force de nouveaux acheteurs de biens et services a conduit à réorienter les contrôles sur de nouveaux secteurs (ex : le jardinage/bricolage avec l'arrivée des seniors sur la toile )

De même, la très forte croissance du nombre de sites de cybermarchands, en particulier comme vecteur de croissance pour les petits commerces traditionnels et les auto-entrepreneurs, a accru le champ des investigations.

Par ailleurs, chaque signalement de produits présentant des risques (en particulier dans le cadre des alertes RAPEX ) conduit à des recherches sur la toile lorsque les caractéristiques et la description du produit le permettent.

**Un exemple de réactivité :** dans une démarche plus pédagogique que répressive, le CSCE identifie chaque semaine les nouveaux noms de domaine qui correspondent à des sites de commerce électronique et effectue des vérifications au regard des obligations d'identification de ces opérateurs. En affirmant la présence de la DGCCRF sur la toile, cette démarche incite ces nouveaux opérateurs au respect des dispositions législatives.

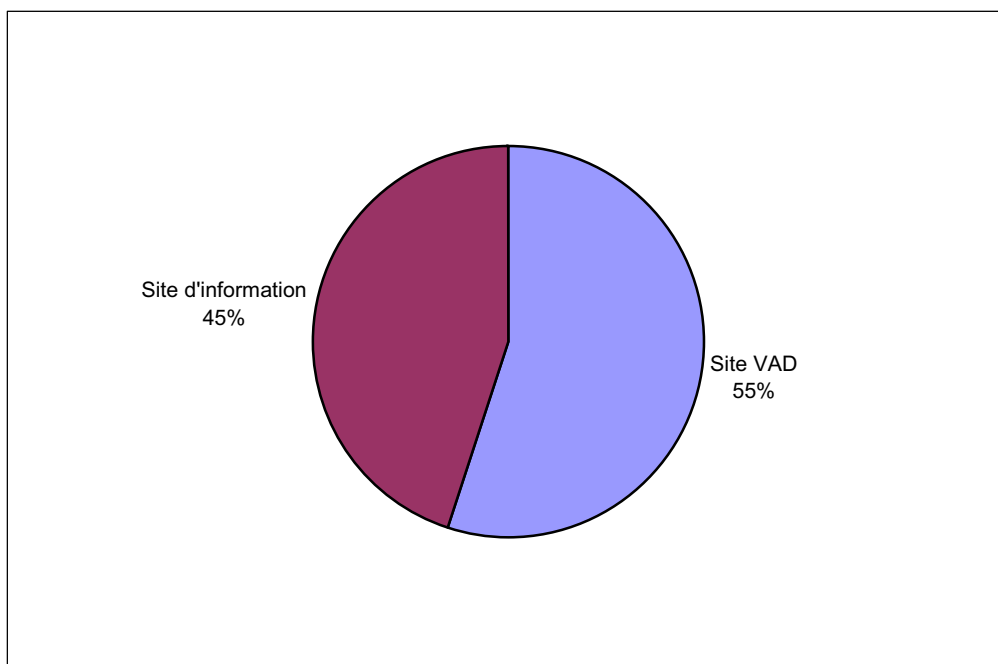
**Un exemple d'actualité .**

Les soldes d'hiver 2011 qui ont débuté le 12 janvier 2011. Pendant que les commerçants finalisent leurs offres , le CSCE anticipe également les soldes en sélectionnant des opérateurs en ligne et en effectuant avant le début des soldes des constats-écrans qui permettront de vérifier la réalité des avantages consentis effectivement pendant la période des soldes.

## Le bilan chiffré

Pour les contrôles internet de la DGCCRF, parmi les sites de commerce électronique qui relèvent de la définition de la Directive communautaire en la matière, il faut distinguer les sites de e-commerce et les sites qui diffusent des informations commerciales sans possibilité de commande en ligne.

Cette ventilation permet de disposer d'éléments pertinents lors des contacts qui ont lieu avec les organisations professionnelles sectorielles en France (FEVAD).

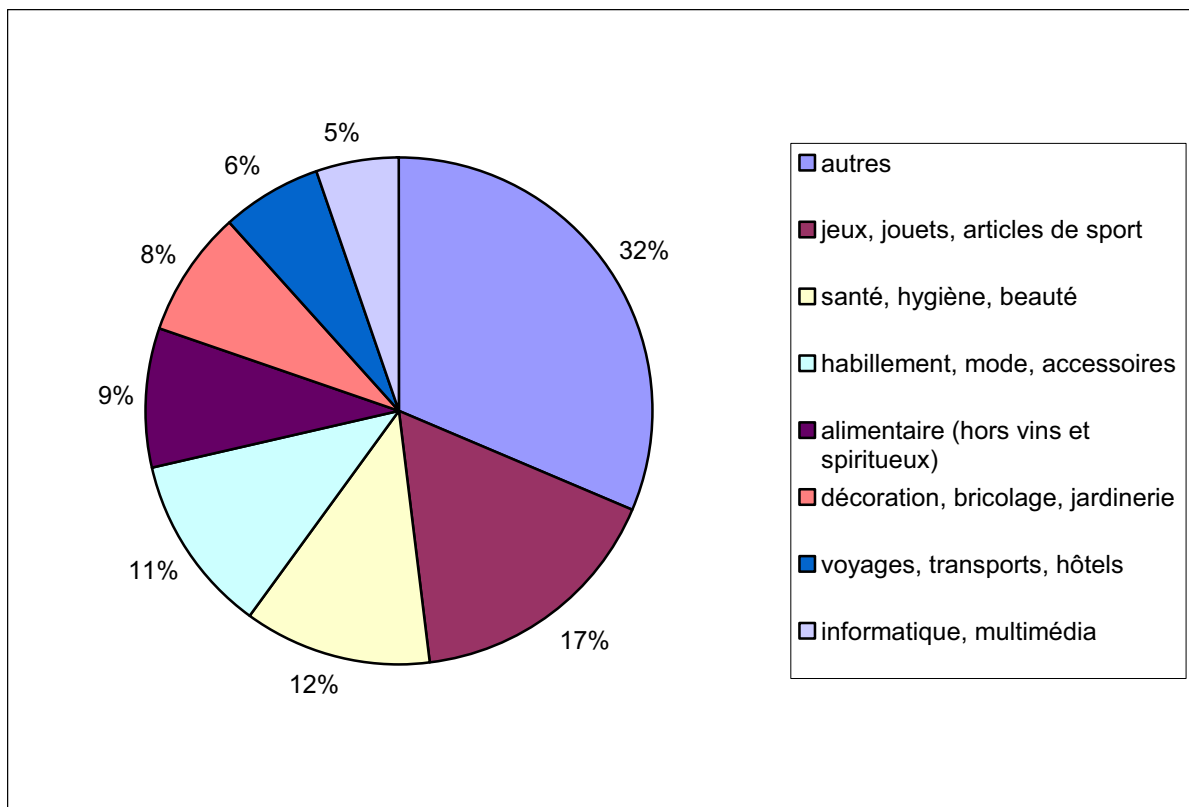


En 2010, le nombre de vérifications a augmenté globalement de 10% par rapport à 2009.

	TOTAL	VAD	information
Nb sites contrôlés	8395	4257	4138
Nb sites en anomalie	3233	1589	1644
Nb contrôles de sites	10766	5922	4844

Le nombre de sites en anomalies est resté stable dans la VAD. Il a, en revanche, sérieusement augmenté en ce qui concerne les sites qui dispensent de simples informations.

Pour 2010 les secteurs web ayant donné lieu au plus grand nombre de contrôles de sites marchands sont les secteurs : « jeux jouets articles de sport », « santé, hygiène beauté », « habillement mode accessoires », « alimentaire », « décoration, bricolage jardinerie » et « voyages transport, hôtels » et « informatique, multimédia »



Ce constat reflète les orientations nationales de la DGCCRF telles qu'elles ressortent de sa DNO 2010 (Directive Nationale d'Orientations), dont l'une des principales thématiques était le commerce électronique. Par ailleurs les recherches effectuées à la suite des alertes RAPEX européennes ont également contribué à ce résultat.

- le secteur « jeux, jouets » a été le fruit de recherches relatives aux jouets ayant fait l'objet d'alertes RAPEX. en particulier à la fin de l'année 2010 ;
- le secteur « santé » a fait l'objet de recherches concernant des compléments alimentaires ou de suppléments diététiques et a donné lieu à des contrôles sur les sites de parapharmacie;
- les secteurs « habillement » et « décoration, bricolage, jardinerie » ont été fortement concernés par des investigations au moment des périodes de soldes et pour la recherche de « fausses promotions » sur la toile ;
- le secteur « alimentaire » a donné lieu à des vérifications concernant le respect des mentions obligatoires pour la composition des denrées alimentaires ;
- le secteur des « voyages » a été impacté par l'opération ministérielle vacances (OIV) dont un des axes de recherche a été pour 2010 les « vacances pas chères » sur Internet, des vérifications auprès des offreurs de transport en ligne ont également été effectuées au cours de l'opération fin d'année (OFA)

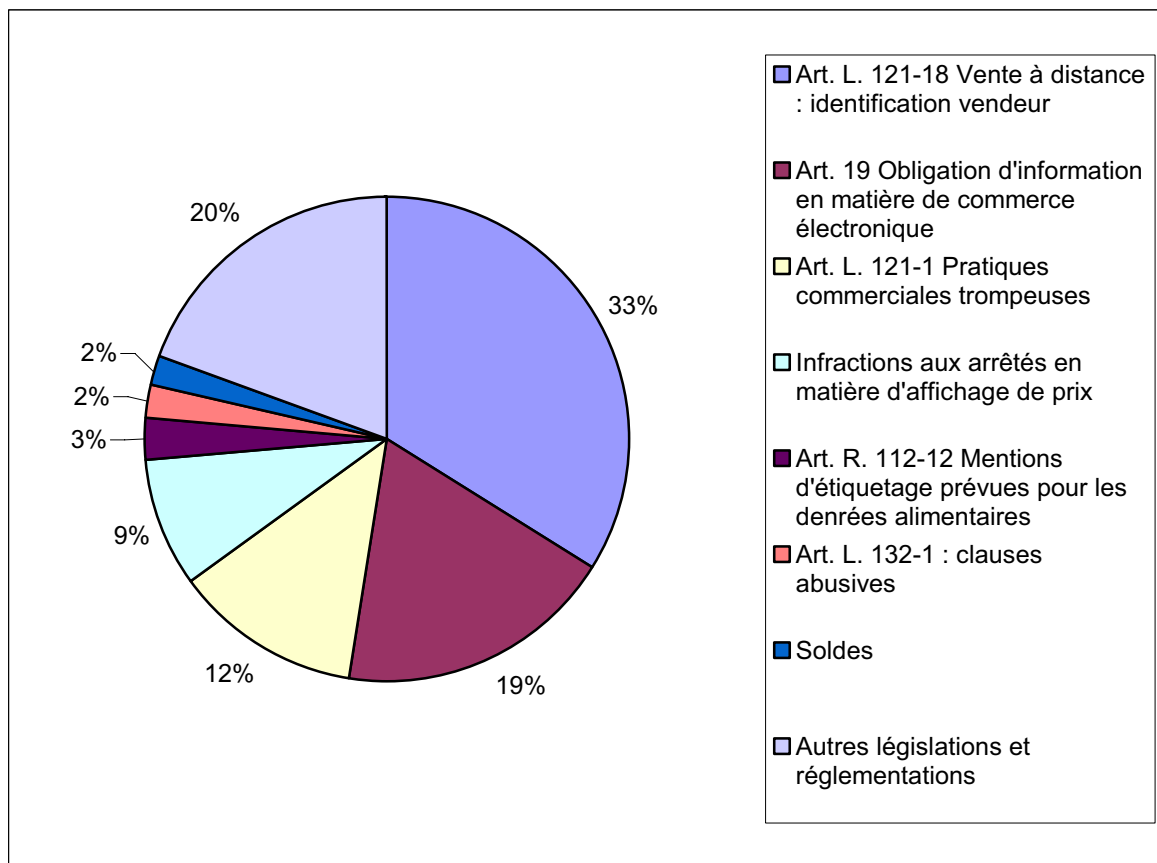
## Les principales infractions constatées

Les contrôles de sites de commerce électronique (VAD et informations ) ont débouché sur la rédaction de :

- 279 Procès Verbaux
- 1204 Rappels de réglementation
- soit un taux infractionnel de 13, 8 %, stable par rapport à l'année 2009.

Les manquements les plus fréquents concernent des infractions relatives aux informations obligatoires sur les supports publicitaires et les dispositions relatives aux règles de publicité (de prix ou trompeuse).

## Répartition des textes visés pour les sites VAD (Vente à Distance)



## Les principaux textes enfreints :

L.121-18 Code de la Consommation : mentions obligatoires dans l'offre de contrat	33 % du total
Art 19 LCEN : obligation d'information en matière de commerce électronique	9 %
L.121-1 du code de la Consommation : publicité mensongère	12 %
L.113-3 du code de la Conso : affichage de prix + arrêtés spécifiques	9 %
R 112- 12 code consommation (composition des produits )	3 %
L.310-3 du code de Commerce ( soldes )	2 %
L 132.1 du code de la Consommation : clauses abusives	2 %

Plus de 85 % des manquements observés en France sont de nature contraventionnelle. Il s'agit d'infractions que l'on peut qualifier de mineures qui sont aussitôt corrigées par les professionnels par le recours à de simples injonctions.

## Conclusion

Comme cela est constaté depuis une dizaine d'années, le dispositif de surveillance mis en place par la DGCCRF a permis la prise en compte et l'accompagnement du développement du e-commerce et également l'identification des particularités de ce canal de commercialisation. Ce dispositif a contribué à éviter que l'internet marchand ne soit une zone de non droit, au moins pour les sites situés sur le territoire français

Cette efficacité se heurte de plus en plus au caractère transnational du e-commerce. La prise en compte de cet aspect transfrontière est déjà effective par le biais du Règlement communautaire 2006/2004 qui permet une coopération entre les Etats membres et par la participation de la France aux opérations de sweep day dans le cadre de l'Union Européenne. Cette collaboration doit encore être développée afin que chaque consommateur bénéficie d'une protection identique quel que soit le pays de l'offreur. La confiance dans l'acte d'achat en ligne ne pourra que tirer profit de cette situation et le e-commerce continuera ainsi sa progression.