

## Les consommateurs «online» protégés par le Parlement européen



En date du 17 avril 2019, le Parlement européen s'est prononcé en faveur d'une meilleure application et modernisation des règles de protection des consommateurs de l'UE. Plus précisément, le Parlement a adopté [une résolution législative sur une proposition de directive](#).

Cette résolution ne constitue certes qu'une étape du processus législatif qui mènera, à terme, à l'adoption d'un texte définitif qui modifiera l'ensemble des directives en vigueur en la matière. Elle nous donne néanmoins un avant-goût des pratiques commerciales que le législateur européen souhaite réguler. Voici un aperçu de quelques-unes des manières dont il entend en protéger les consommateurs à l'avenir.

### Consommateurs et nouveaux modes de consommation

Actuellement, de nombreux sites internet permettent aux consommateurs d'y rechercher des biens et/ou services tels que des hébergements, des voyages, des activités, etc.

#### Des biens et services classés, ...

Certains sites présentent parfois ces biens et/ou services sous forme de classement. Prenons l'exemple des sites de vente en ligne comme Amazon. Un utilisateur y introduit un terme générique dans la barre de recherche (tel que « montre connectée »). S'affiche alors un classement de toutes les montres connectées proposées par le site.

Dans ce cas, le Parlement entend imposer aux gestionnaires des sites internet un devoir d'information envers les consommateurs. Les critères de classement et les offres qui figurent sur ledit classement en raison de l'existence d'un partenariat publicitaire avec l'offrant devraient ainsi être indiqués aux consommateurs.

#### Des biens et services commentés, ...

Votre site internet présente les commentaires et/ou évaluations d'utilisateurs sur les biens/services proposés ? La résolution législative entend vous imposer une obligation d'information similaire. On songe ici par exemple aux commentaires de voyageurs sur des sites tels que AirBnB ou TripAdvisor.

Vous devrez :

- indiquer aux consommateurs la manière dont les commentaires sont traités ;

- insérer une mention permettant d'identifier les commentaires issus d'un partenariat publicitaire.

### **Et des offres personnalisées !**

Enfin, certains sites proposent aux consommateurs des offres commerciales personnalisées au moyen d'un mode de décision automatisée. Ce moyen procède à une analyse et à un profilage de leur comportement. Dans cette situation, le Parlement estime essentiel que les professionnels informent les consommateurs de l'existence de ce moyen de décision.

### **Double niveau de qualité des produits**

Le Parlement s'attaque également à la problématique du double niveau de qualité des produits. Ceci consiste, pour un professionnel, à présenter un bien, au sein d'un Etat membre, comme identique à un bien commercialisé dans d'autres Etats membres alors que ce bien présente des caractéristiques sensiblement différentes.

Cette pratique peut avoir pour effet d'induire les consommateurs en erreur et de les amener à prendre une décision commerciale qu'ils n'auraient pas prise autrement.

Le Parlement souhaite assimiler, sous certaines conditions, ce phénomène à une action trompeuse au sens de l'article 6 de la Directive 2005/29/CE.

Antoine Delannoy