



Plateformes en ligne : Ce qui change au 28 mai 2022

8 Juin 2022

Depuis le 28 mai 2022, de nouvelles pratiques commerciales trompeuses issues de l'ordonnance n°2021-1734 du 22 décembre 2021 transposant la Directive (UE) 2019/2161 du 27 novembre 2019 dite « Directive Omnibus » complètent la liste des pratiques commerciales trompeuses du Code de la consommation.

Dans la continuité du Règlement du 20 juin 2019 dit « Platform to business », le législateur européen, par l'adoption de la Directive Omnibus, renforce la transparence et la loyauté dans les relations entre les plateformes en ligne et les consommateurs en mettant notamment à la charge des opérateurs de plateforme en ligne, des obligations d'information et en consacrant des pratiques commerciales trompeuses qui leurs sont spécifiques.

Le droit français s'était, dès 2015, emparé du sujet en imposant aux plateformes en ligne un certain nombre d'obligations d'information codifiées aux articles L.111-7 et suivants du Code de la consommation.

Le Code de la consommation sur ce point n'est pas modifié.

De nouvelles définitions : la notion de « place de marché en ligne ».

Le Code de la consommation s'enrichit de nouvelles définitions relatives à la notion de place de marché en ligne.

L'article liminaire du Code de la consommation définit :

- Une place de marché en ligne comme « [...] un service utilisant un logiciel, y compris un site internet, une partie de site internet ou une application, exploité par un professionnel ou pour son compte, qui permet aux consommateurs de conclure des contrats à distance avec d'autres professionnels ou consommateurs » ;
- Un opérateur de place de marché en ligne comme « [...] tout professionnel qui fournit une place de marché en ligne aux consommateurs, au sens du 2° du I de l'article L. 111-7 ».

La nouvelle définition de « place de marché en ligne » vient s'ajouter à la définition française de « plateforme en ligne » de l'article L.111-7 I du Code de la consommation. Aux termes de cet article, l'opérateur de plateforme en ligne désigne « toute personne physique ou morale proposant, à titre professionnel, de manière rémunérée ou non, un service de communication au public en ligne reposant sur :

1° Le classement ou le référencement, au moyen d'algorithmes informatiques, de contenus, de biens ou de services proposés ou mis en ligne par des tiers ;

2° Ou la mise en relation de plusieurs parties en vue de la vente d'un bien, de la fourniture d'un service ou de l'échange ou du partage d'un contenu, d'un bien ou d'un service ».

Ainsi, le 1° de l'article L.111-7 I du Code de la consommation vise l'ensemble des opérateurs de plateforme en ligne, aussi bien les places de marché en ligne, les comparateurs en ligne que les moteurs de recherche, là où la Directive Omnibus vise uniquement les places de marché en ligne cantonnant les obligations d'information et certaines pratiques commerciales trompeuses aux seules places de marché en ligne visées par le 2° de l'article L.111-7 I du Code de la consommation.

De nouvelles pratiques commerciales trompeuses par omission

La liste des informations considérées comme « substantielles » au titre de l'article L. 121-3 du Code de la consommation est complétée. Caractérise désormais également une pratique commerciale trompeuse par omission, la pratique commerciale qui omet, dissimule ou présente de manière ambiguë, inintelligible ou à contretemps les informations substantielles relatives :

- À la qualité de professionnel ou non des personnes déposant des offres sur une place de marché en ligne ;
- Aux principaux paramètres de classement des offres et leur ordre d'importance,
- A la possibilité d'établir si et comment le professionnel garantit que les avis publiés émanent de consommateurs ayant effectivement utilisé ou acheté le produit.

Si l'ensemble des acteurs, en ce compris les moteurs de recherche et les comparateurs en ligne, sont tenus des obligations d'information des articles L.111-7 et suivants du Code de la consommation, la nouvelle pratique commerciale trompeuse par omission relative à l'information sur la qualité de professionnel ou non des personnes déposant une offre concerne uniquement les places de marché en ligne.



De nouvelles pratiques commerciales réputées trompeuses en toute circonstance.

L'article L.121-4 du Code de la consommation est complété par quatre nouvelles pratiques commerciales réputées trompeuses en toute circonstance, dont trois sont applicables aux plateformes en ligne et consistant dans le fait :

- De fournir des résultats de recherche en réponse à une requête réalisée en ligne par un consommateur sans l'informer clairement de tout paiement effectué spécifiquement par un tiers pour obtenir un meilleur classement de l'un ou de plusieurs des produits apparaissant dans les résultats de recherche ou pour qu'un ou plusieurs produits y apparaissent ;
- D'affirmer que des avis sur un produit sont diffusés par des consommateurs qui ont effectivement utilisé ou acheté le produit sans avoir pris les mesures nécessaires pour le vérifier ;
- De diffuser ou faire diffuser par une autre personne morale ou physique des faux avis ou de fausses recommandations de consommateurs ou modifier des avis de consommateurs ou des recommandations afin de promouvoir des produits.

Il est à noter qu'à la différence des pratiques commerciales trompeuses par omission, ces pratiques peuvent être qualifiées de trompeuses sans qu'il ne soit besoin d'établir que le comportement économique du consommateur ait été altéré de manière substantielle.

La question du cumul des sanctions.

Ces nouvelles pratiques commerciales trompeuses trouvent leur pendant dans certaines obligations d'information prévues aux articles L.111-7 II et L.111-7-2 du Code de la consommation.

Ainsi, le non-respect par une place de marché en ligne de l'obligation d'information relative à la qualité de l'annonceur de l'article L.111-7 II 3° du Code de la consommation qui est sanctionnée par une amende administrative¹ peut en outre être sanctionnée pénalement² pour pratique commerciale trompeuse par omission de l'article L.121-3 6° du Code de la consommation.

En 2014, le Conseil constitutionnel a eu l'occasion d'admettre le cumul entre une sanction administrative et une sanction pénale en précisant que le principe non bis in idem n'était pas applicable si « le montant global des sanctions éventuellement prononcées ne dépasse pas le montant le plus élevé de l'une des sanctions encourues »³. Toutefois, cette décision fondée sur l'ancien article L.141-1-2 VI du Code de la consommation prévoyait un plafonnement des amendes en cas de cumul entre amendes administratives et pénales. Or, cette disposition a été recodifiée à l'article L. 522-7 du Code de la consommation puis modifiée de sorte que l'exigence de plafonnement a été supprimée. La question du cumul des sanctions administratives et pénales n'est donc pas tranchée à ce jour.

Il en ressort que les plateformes en ligne sont désormais exposées à un risque de sanctions renforcé qui impose une vigilance accrue quant à la conformité de leurs pratiques tant que la question du cumul des sanctions reste en suspens.

¹ Article L.131-4 du Code de la consommation : amende administrative dont le montant ne peut excéder 75.000 euros pour une personne physique et 375 000 euros pour une personne morale.

² Articles L.132-2 et s. du Code de la consommation : peine de deux ans d'emprisonnement et une amende de 300 000 euros.

³ Cons. const., 13 mars 2014, n° 2014-690 DC

Contacts



Sahra Hagani
Avocat Associée
E : shagani@avocats-gt.com
T : +33 1 41 16 27 16



Pauline Garcia
Avocat
E : pgarcia@avocats-gt.com
T : +33 1 41 16 27 45

NOTE : Cette note d'alerte est de nature générale et aucune décision ne devrait être prise sans davantage de conseil. Grant Thornton Société d'Avocats n'assume aucune responsabilité légale concernant les conséquences de toute décision ou de toute mesure prise en raison de l'information ci-dessus. Vous êtes encouragés à demander un avis professionnel. Nous serions heureux de discuter avec vous de l'application particulière des changements à vos propres cas

© 2022 Grant Thornton Société d'Avocats. Tous droits réservés. Grant Thornton Société d'Avocats est le cabinet d'avocats lié au réseau Grant Thornton en France, dont la société SAS Grant Thornton est le membre français du réseau Grant Thornton International Ltd (GTIL). "Grant Thornton" est la marque sous laquelle les cabinets membres de Grant Thornton délivrent des services d'Audit, de Fiscalité et de Conseil à leurs clients et / ou, désigne, en fonction du contexte, un ou plusieurs cabinets membres. GTIL et les cabinets membres ne constituent pas un partenariat mondial. GTIL et chacun des cabinets membres sont des entités juridiques indépendantes. Les services professionnels sont délivrés par les cabinets membres, affiliés ou liés. GTIL ne délivre aucun service aux clients. GTIL et ses cabinets membres ne sont pas des agents. Aucune obligation ne les lie entre eux.