



Recommandation de la Commission fédérale de la consommation (CFC) du 14 novembre 2019 relative à la protection des consommateurs en ligne

En vertu de l'art. 9, al. 2, de la loi fédérale du 5 octobre 1990 sur l'information des consommatrices et des consommateurs (LIC) et de l'art. 1 du règlement de la CFC du 1^{er} février 1966, la CFC adresse au Conseil fédéral la présente

RECOMMANDATION

Contexte

Ces dernières années, la numérisation a donné naissance à de nombreux nouveaux modèles de distribution commerciale tant dans le secteur de la vente de marchandises que dans celui des services. En particulier, les plateformes/places de marché électroniques/intermédiaires (ci-après « plateformes ») se sont développés de manière exponentielle. Les plateformes sont des intermédiaires « numériques » réunissant des vendeurs et des acheteurs dans différentes constellations. En fonction de leurs caractéristiques, les plateformes garantissent les processus de paiement, gèrent et possèdent les données et informations clients, sélectionnent et présentent des offres de biens et de services (de tiers et les leurs). Elles deviennent de véritables marques et apparaissent aux consommateurs comme des « commerçants » au sens traditionnel du terme. Dans l'économie de plateforme, le fournisseur réel est relégué au second plan, voire complètement inconnu, mais il est normalement le prestataire de services effectif.

En même temps, les plateformes cèdent presque toujours, via leurs conditions générales, la responsabilité liée aux produits, notamment la garantie pour les défauts au fournisseur réel, lequel n'est pas forcément connu du consommateur au moment de la conclusion du contrat et avec lequel il n'existe souvent aucune relation contractuelle directe, le flux des fonds et des données étant contrôlé par la plateforme.

Or, de son côté, le consommateur considère la plateforme comme son partenaire contractuel. Il ne sait souvent pas qu'une relation contractuelle triangulaire s'est établie par l'intermédiaire des conditions générales au moment de l'achat. En d'autres termes, il ne connaît généralement pas – ou du moins pas suffisamment pour saisir un tribunal – son partenaire contractuel, auquel incombe la responsabilité en matière de garantie, de non-livraison et d'erreurs ou de retards de livraison.

Du point de vue du consommateur, les responsabilités « se volatilisent ». L'économie de plateforme donne lieu, entre autres problèmes, aux situations litigieuses ou questions concrètes suivantes :

- **Comment se présente la situation contractuelle,**
 - si le client paie, mais ne reçoit pas les biens/services ?
 - si le client paie, mais reçoit des biens/services autres que ceux commandés (p. ex. des faux) ?
 - si une résiliation de la vente/une réduction de prix/une annulation de la transaction doit intervenir ?
- **Déclaration de produit/Responsabilité du fait des produits**
 - Dans quelle mesure une plateforme est-elle responsable des offres de tiers (déclaration de produit incomplète, sécurité du produit) ?
 - Qui est responsable lorsque la plateforme modifie le contenu de tiers, ne le reproduit pas intégralement ou enfreint les règles relatives à la déclaration ?
 - Qui répond d'un dommage (incendie, accident, etc.) ?
 - Est-il possible de céder une responsabilité du fait des produits/une garantie à des tiers inconnus via les conditions générales ?

- **Indication des prix**

- Qui est responsable des frais supplémentaires non annoncés (droits de douane, TVA) ?

Ces questions et ces situations litigieuses sont exacerbées dans le contexte international. Or, les plateformes opèrent très souvent dans un contexte international. Le droit des contrats et le droit international privé apportent des réponses différentes, souvent en fonction de la qualification juridique de la relation qui lie la plateforme et son utilisateur. Aujourd'hui, le consommateur peut-il déjà appliquer le principe du « follow the money » (la plateforme encaisse l'argent = la plateforme est le partenaire contractuel) pour ses achats en ligne ?

Des pays comme la Chine ou les États-Unis ont introduit certaines règles, ou s'approprient à le faire. Dans l'Union européenne, la Cour de justice a publié un arrêt établissant que les plateformes sont responsables si les informations ne sont pas suffisamment claires pour le consommateur.

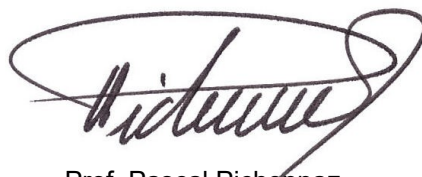
Selon une étude de la Commission européenne, 60 % des consommateurs ne savent pas à qui s'adresser en cas de problème.

Recommandation de la CFC au Conseil fédéral

Au vu de ce qui précède, la CFC recommande au Conseil fédéral :

1. d'établir un rapport approfondi sur les conséquences de l'économie de plateforme du point de vue du consommateur, qui montrera
 - a. si les pratiques commerciales des plateformes en ligne sont couvertes par le droit de la concurrence en vigueur (LCD), en particulier lorsque celles-ci se dégagent de toute responsabilité et obligation de garantie vis-à-vis de l'acheteur, par le biais des conditions générales ;
 - b. si le droit des contrats actuel (Code des obligations), vu les nouveaux défis liés à l'économie de plateforme, fait suffisamment cas de la position juridique du consommateur, ou si des adaptations s'imposent ;
2. d'étudier la manière de garantir l'existence d'une adresse de contact pour les consommateurs et les autorités d'exécution, d'une personne de contact de la plateforme en ligne (si possible en Suisse) et d'un mécanisme effectif de règlement des différends ;
3. d'établir, dans le cadre des travaux en vue du rapport, une comparaison avec la situation juridique et l'évolution dans l'Union européenne, aux États-Unis et en Chine.

Commission fédérale de la consommation (CFC)



Prof. Pascal Pichonnaz
Président a.i. de la CFC