

Protection des consommateurs dans l'Union européenne: application efficace et modernisation des règles

2018/0090(COD) - 17/04/2019 - Texte adopté du Parlement, 1ère lecture/lecture unique

Le Parlement européen a adopté par 474 voix pour, 163 contre et 14 abstentions, une résolution législative sur la proposition de directive du Parlement européen et du Conseil modifiant la directive 93/13/CEE du Conseil, la directive 98/6/CE du Parlement européen et du Conseil, la directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil et la directive 2011/83/UE du Parlement européen et du Conseil concernant une meilleure application et une modernisation des règles de protection des consommateurs de l'UE.

La position du Parlement européen arrêtée en première lecture suivant la procédure législative ordinaire a modifié la proposition de la Commission comme suit :

Exigences de transparence pour les places de marché en ligne

La directive modificative introduirait une plus grande transparence dans les transactions en ligne, en particulier en ce qui concerne le recours aux avis en ligne, les tarifications personnalisées fondées sur des algorithmes ou le meilleur classement dont bénéficient certains produits grâce aux « placements payants ».

Lorsque des services de comparaison permettent aux consommateurs de rechercher des produits à partir d'une requête consistant en un mot-clé, une phrase ou la saisie d'autres données, ils devraient fournir des informations sur les principaux paramètres, présentés par ordre d'importance, qui déterminent le classement des offres présentées au consommateur en réponse à sa requête de recherche. Ces informations devraient être succinctes et facilement accessibles, bien visibles et directement disponibles.

De plus, les places de marché en ligne seraient tenues d'indiquer aux consommateurs si le professionnel responsable de la transaction est le vendeur et/ou la place de marché en ligne elle-même.

Lorsqu'un professionnel donne accès à des avis de consommateurs sur les produits, les informations permettant d'établir si et comment le professionnel garantit que les avis publiés émanent de consommateurs ayant acheté ou utilisé le produit seraient réputées substantielles.

Le texte clarifie également la protection des consommateurs en matière de services numériques « gratuits » pour lesquels les consommateurs ne versent pas d'argent mais fournissent des données à caractère personnel, tels que le stockage dans le nuage, les réseaux sociaux et les comptes de messagerie électronique.

Pratiques déloyales

Le texte amendé ajoute à l'annexe I de la directive 2005/29/CE (pratiques commerciales réputées déloyales en toutes circonstances) certaines pratiques trompeuses comme par exemple celle consistant à :

- fournir des résultats de recherche en réponse à une requête de recherche en ligne d'un consommateur sans l'informer clairement de toute publicité payante ou tout paiement effectué spécifiquement pour obtenir un meilleur classement des produits dans les résultats de recherche ;

- revendre des billets pour des manifestations à des consommateurs si le professionnel les a acquis en utilisant un moyen automatisé de contourner toute limite imposée au nombre de billets qu'une personne peut acheter ou toute autre règle applicable à l'achat de billets ;
- affirmer que des avis sur un produit sont envoyés par des consommateurs qui ont réellement utilisé ou acheté le produit, sans prendre de mesures raisonnables et proportionnées pour vérifier qu'ils émanent réellement de tels consommateurs ;
- envoyer ou charger une autre personne morale ou physique d'envoyer de faux avis ou de fausses recommandations de consommateurs, ou déformer des avis de consommateurs ou des recommandations sociales afin de promouvoir des produits.

Réparation

Les consommateurs victimes de pratiques commerciales déloyales auraient accès à des recours proportionnés et effectifs, y compris la réparation des dommages subis par le consommateur et, le cas échéant, une réduction du prix ou la résiliation du contrat.

La directive modificative introduit un droit de recours individuel pour les consommateurs lorsqu'ils sont lésés par des pratiques commerciales déloyales, telles que le marketing agressif, pour autant que ces recours soient proportionnés, efficaces et n'affectent pas l'application d'autres voies de recours dont disposent les consommateurs dans la législation de l'UE ou en droit national.

Les États membres pourraient ainsi adopter des règles en vertu desquelles la période de rétractation de 14 jours serait portée à 30 jours pour les contrats conclus dans le contexte de visites non sollicitées d'un professionnel au domicile d'un consommateur ou d'excursions organisées par un professionnel ayant pour but ou pour effet de promouvoir ou de vendre des produits aux consommateurs.

Sanctions

Dans le cas d'une infraction de grande ampleur ou d'infractions de grande ampleur à l'échelle de l'Union, le montant maximal de l'amende serait de 4% du chiffre d'affaires annuel du vendeur dans tous les États membres concernés ou d'un montant forfaitaire de deux millions d'euros dans les cas où les informations sur son chiffre d'affaires ne sont pas disponibles.

Le texte amendé inclut aussi une clause de révision exigeant de la Commission européenne qu'elle évalue la situation dans un délai de deux ans afin d'examiner si le double niveau de qualité des produits (c'est-à-dire les cas dans lesquels des biens sont présentés sur le marché comme identiques alors qu'ils ont une composition ou des caractéristiques sensiblement différentes) nécessite d'être ajouté à la liste noire des pratiques commerciales déloyales.