

« Commerce électronique et médiation »

Rapport sur la conférence internationale organisée le 13 juin 2005 par les Centres européens des consommateurs France et Allemagne/Kehl et le Point de Contact allemand pour le commerce électronique à la Fachhochschule de Kehl

Depuis quelques années, le commerce électronique est en pleine expansion. Les consommateurs achètent toujours plus par le biais d'Internet où produits et services sont accessibles immédiatement, du moins de manière virtuelle. Des prix souvent attractifs, un marché plus varié et des frontières supprimées : le consommateur semble être le grand bénéficiaire du commerce électronique. Cependant, cette nouvelle manière de consommer engendre de nombreux litiges transfrontaliers, une situation à laquelle l'association Euro-Info-Consommateurs est fréquemment confrontée.

Plusieurs services de cette association franco-allemande, les Centres européens des consommateurs France et Allemagne, spécialisés dans la résolution des litiges transfrontaliers, et le Point de contact allemand pour le commerce électronique, ont pris l'initiative d'organiser une conférence le 13 juin dernier, dans le but de dresser un état des lieux du commerce électronique en Europe et de définir par la même occasion quelle pourrait être la voie la plus appropriée pour la résolution des litiges.

L'une des solutions proposées est la médiation. Ce principe a déjà montré son efficacité en Europe et sa généralisation pourrait servir les intérêts des différents acteurs du commerce électronique en les aidant à redonner confiance aux consommateurs. Des représentants de la Commission européenne ainsi que des ministères allemands et français, des professionnels et des médiateurs du secteur, des associations de consommateurs ont pris part au débat et ont évoqué les possibilités offertes par la médiation dans le cadre de la situation actuelle et future du commerce électronique.

L'augmentation des litiges transfrontaliers risque d'altérer la confiance des consommateurs dans le marché intérieur européen

En premier lieu, les Centres européens des consommateurs (CEC) Irlande et Suède ont pris la parole pour présenter le « rapport commerce électronique 2004 » du réseau ECC-Net, réseau dont font partie tous les centres européens. Cette intervention a permis de donner un aperçu général des litiges de consommation survenant dans le secteur du commerce électronique. Première constatation : le nombre de réclamations est en constante augmentation depuis quelques années. En 2004, l'ensemble du réseau a recensé 2544 sollicitations dont 831 cas de litiges, contre 590 en 2003, concernant un achat de bien sur Internet ; pour les 10 mois recensés au cours de l'année 2003, le nombre de sollicitations s'élevait à 1863. Le commerce électronique occupe une part importante du travail des Centres européens des consommateurs. En Finlande, le commerce électronique représente 39 % de l'ensemble des sollicitations.

Le centre belge a connu une augmentation de 122% du nombre de dossiers relatifs au commerce électronique, tandis que, pour les 5 premiers mois de l'année 2005, le centre français enregistre une hausse de plus de 30% par rapport à 2004.

Les carences et les fraudes

Dans la majorité des cas, les consommateurs se plaignent de ne pas avoir reçu la marchandise commandée (41%), confirmant la tendance visible lors d'une étude réalisée par le réseau des CEC en 2003 ; cette année-là, seules 75 commandes sur 114 ont été livrées dont 5,5% sont arrivées en retard. Dans 15,7% des cas (130) les acheteurs ont reçu un produit défectueux ou non conforme (5,8 %). D'autres réclamations concernent le non respect du délai de rétractation ou de la garantie. La cause principale de ces problèmes est l'absence de service après-vente inefficace. De nombreux consommateurs ont également été victimes de manœuvres frauduleuses : loteries fictives, spam ou encore faux vendeurs utilisant des sites de ventes aux enchères pour encaisser un paiement à l'avance en proposant des marchandises qu'ils ne vont jamais expédier. Une grande partie des consommateurs ayant formulé des réclamations suite à un achat à l'étranger est domiciliée dans les pays scandinaves où le commerce électronique est très largement répandu (39% du commerce global). Les pays enregistrant le plus grand nombre de litiges sont ceux possédant un marché important. Il n'est pas étonnant de trouver l'Allemagne loin devant les autres pays avec 265 cas, suivie par l'Angleterre, 108 cas, et la France, 77 cas.

Les spécificités du commerce électronique

L'anonymat des transactions du commerce électronique facilite la fraude et le caractère éphémère des sites le rend très difficilement contrôlable. Ce marché virtuel présente des particularités et des risques qui génèrent un nombre important de litiges à caractère transfrontalier. La distance géographique entre vendeur et acheteur, les éventuels problèmes linguistiques et les différences entre les systèmes judiciaires nationaux rendent la poursuite des litiges très difficile, d'autant qu'il faut réagir vite puisque un site peut disparaître rapidement. Le commerce électronique pose également un certain nombre de problèmes juridiques spécifiques tels que le droit applicable aux transactions, la responsabilité des intermédiaires des sites ou encore le régime juridique des nouveaux types de contrat. Le marché étant international, il faudra souvent attendre que les différentes juridictions nationales apportent les réponses à ces questions. Cependant, c'est dans le présent qu'il faut agir car le marché ne cesse de croître : en Allemagne, 60% de la population dispose d'un accès Internet, la moitié des internautes fait régulièrement des achats sur le net et les prévisions indiquent que le chiffre d'affaires généré va tripler d'ici 2008 ; nous retrouvons également cette évolution en France avec un chiffre d'affaires estimé entre 5,5 et 7 milliards d'euros, en augmentation d'environ 60% en 2004.

Les solutions apportées par les différents acteurs : prévention et répression

eBay

L'association Euro-Info-Consommateurs a invité la société eBay Allemagne. Même si celle-ci n'est pas considérée comme une société de ventes aux enchères, le consommateur qui utilise les services de eBay est protégé comme lors d'une vente à distance. C'est notamment en cela que la présence d'eBay était intéressante. Ce site attire un nombre extrêmement important de clients potentiels, des personnes qui ont très souvent l'impression « d'être prises en charge », alors qu'elles se trouvent simplement sur une plateforme de rencontre entre acheteurs et vendeurs anonymes. eBay n'est qu'un intermédiaire et estime, à ce titre, n'être en principe pas responsable des transactions effectuées sur son site.

Quelles sont donc les solutions apportées par eBay ?

Pour réduire au maximum les différences entre le monde en ligne et « off line », M. Osthaus, l'un des responsables, met l'accent sur « la prévention et le dépistage des dangers » pour agir dans l'intérêt des internautes. eBay a entrepris deux actions significatives :

- un système d'évaluation et
- un portail Internet dédié exclusivement à la sécurité des internautes.

Il s'agit d'attirer leur attention sur les précautions à prendre, les tentatives de fraude ou d'escroquerie.

Le système d'évaluation permet aux acheteurs et vendeurs de se faire une idée plus précise du profil des cocontractants en s'attribuant une note.

eBay collabore également avec un tiers de confiance qui se porte garant du sérieux de la société.

Le portail « sécurité » est le second axe de l'action en faveur de la transparence ; en forme de parcours fléché du « règlement sans crainte » pour permettre de « payer et être payé en confiance ». Si, malgré ces précautions, un problème survient néanmoins, le consommateur a la possibilité d'être remboursé à hauteur de 200 euros maximum si la valeur du litige est supérieure ou égale à 15 euros.

eBay est impliqué dans une coopération avec les autorités nationales et le législateur dans le but d'inspirer un régime juridique adapté à la réalité de ce marché.

Par ailleurs, en cas de litige entre acheteurs et vendeurs, eBay essaie de rétablir le dialogue à l'aide d'un dossier électronique dans lequel les deux parties peuvent communiquer et trouver ainsi une solution. Si un membre porte plusieurs fois atteintes aux principes d'eBay, il peut être exclu.

Il est malheureusement difficile d'évaluer l'impact de cette politique volontariste, étant donné que toutes ces mesures sont extrêmement récentes.

Les structures économiques et gouvernementales

En dehors des sites Internet, d'autres initiatives et autorités visent à encadrer le marché en ligne, comme la Wettbewerbszentrale allemande ou la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) en France. Issues de structures différentes, leurs missions se recoupent néanmoins sur certains points.

La Wettbewerbszentrale en Allemagne

Elle existe depuis plus de 100 ans et est financée par les milieux économiques. Ses membres sont, entre autres, les chambres de commerce et d'industrie, les chambres des métiers, les entreprises. Les acteurs de ce secteur, commerçants ou industriels, ont voulu créer un organe de contrôle susceptible de poursuivre d'éventuelles pratiques déloyales afin d'établir une protection efficace contre les menaces d'un concurrent mais également dans le but de protéger les consommateurs. La Wettbewerbszentrale conseille ses membres afin que ceux-ci puissent respecter les règles d'une concurrence loyale. En parallèle, elle agit également sur le terrain judiciaire. Elle reçoit environ 20.000 sollicitations par an, provenant pour la plupart de ses membres ; de plus en plus de consommateurs s'adressent à cet organe lorsqu'ils s'estiment victimes de manœuvres frauduleuses. Ces demandes ou réclamations peuvent concerner des méthodes de commercialisation non transparentes, des loteries ou encore de la publicité mensongère.

De plus, la Wettbewerbszentrale reçoit régulièrement des sollicitations concernant des problèmes transfrontaliers. Sur l'ensemble des cas recensés en 2004, environ 4000 concernaient le secteur du commerce électronique. Pour la majorité des cas, la réclamation porte sur le non respect du délai de rétractation, les clauses abusives ou la non identification du vendeur, pourtant des mentions obligatoires. Mais la Wettbewerbszentrale ne peut

intervenir dans le litige civil qui oppose le consommateur au professionnel. Elle n'a pas la possibilité, par exemple, d'obtenir une annulation de contrat et le remboursement qui en découle. Mais, dans un souci de régularisation du marché et de prévention des abus, elle peut enjoindre le vendeur à cesser de tels agissements en signant un engagement formel (Unterlassungserklärung) lequel sera sanctionné d'amendes importantes (3000 à 6000 €) en cas de non respect. Si l'entreprise refuse de signer un tel document et si les chambres de commerce et d'industrie n'arrivent pas à trouver une solution extrajudiciaire entre l'entreprise en cause et la Wettbewerbszentrale, cette dernière peut porter l'affaire en justice. A ce jour, 80% des cas ont pu être résolus sur le terrain extrajudiciaire, c'est-à-dire 1000 cas en conciliation devant les chambres de commerce et d'industrie et, dans seulement 454 cas, une action judiciaire a été nécessaire. Ces chiffres montrent une fois encore l'importance des solutions extrajudiciaires dans le domaine du droit de la consommation et de la concurrence loyale.

La Direction Générale de la Consommation, de la Concurrence et de la Répression des Fraudes (DGCCRF) en France

Comme la Wettbewerbszentrale, elle n'a pas vocation à résoudre individuellement des litiges civils. Son rôle en tant qu'organe public est de veiller au respect du droit de la consommation et de la concurrence et de rechercher toutes les infractions dans ce domaine, en exerçant des actions de contrôle. Elle peut transmettre le dossier au Parquet qui décidera ou non de déclencher l'action publique devant les juridictions répressives.

Les causes sont identiques ou similaires à celles indiqués par les autres organisations (voir plus haut) : présentations fallacieuses de produits, opacité des conditions générales, non respect des obligations légales d'identification du vendeur, retards ou absence de livraisons, etc.

Afin de protéger les consommateurs, la DGCCRF opère des contrôles réguliers sur Internet avec l'aide de son centre de surveillance à Morlaix. En 2004, 1435 des 9000 sites existants ont pu être contrôlés. Une présomption d'infraction a été observée dans 30% des cas ; 290 rappels des réglementations en vigueur ont été adressés et 35 procédures contentieuses ont été établies. La DGCCRF, dans le droit fil des lignes directrices élaborées par l'OCDE, insiste sur la nécessité d'une coopération internationale pour lutter efficacement contre les pratiques déloyales transfrontalières. Le règlement européen (du 24 octobre 2004) relatif à la coopération entre autorités nationales chargées de la protection des intérêts économiques des consommateurs sera par ailleurs applicable fin 2006. Dans le cadre de ce règlement, chaque Etat membre aura l'obligation de nommer une autorité chargée de coopérer avec celle des autres Etats membres. En France, cette mission sera exercée par la DGCCRF. Elle complètera le volet civil du règlement des litiges pour lesquels la médiation peut être la solution la plus appropriée. A cet égard, les autorités françaises, dans le cadre de la politique de protection des consommateurs recommandent le développement des dispositifs de règlement non juridictionnel des litiges pour plusieurs raisons : engorgement des tribunaux, lenteur et lourdeur des procédures pour des litiges à l'enjeu financier souvent faible

La médiation, solution à tous les problèmes ?

Internet présente un caractère parfois éphémère avec des sites qui ouvrent et qui ferment aussitôt. Il convient par conséquent de régler les litiges le plus rapidement possible. De plus, la valeur en litige n'étant souvent pas très élevée, des procédures de médiation gratuites ou à

moindre coût semblent plus appropriées que les longues et onéreuses procédures judiciaires. Mais, comme l'a souligné Mme Struncova, de la Direction générale du Marché intérieur de la Commission européenne, il faut être sûr que ces procédures sont, dans tous les cas, plus efficaces que les procédures judiciaires traditionnelles. Les interventions des différents médiateurs présents à cette conférence ont permis d'avoir un avis plus précis sur leur travail.

Les médiateurs

Le « Internetombudsmann » Allemagne informe consommateurs et professionnels sur toutes les questions relatives aux transactions en ligne et plus particulièrement sur leur cadre juridique.

Il propose également, à l'aide d'un dossier électronique confidentiel, l'unique médiation en ligne existante en Allemagne. En 18 mois d'activité, le Internetombudsmann a été sollicité 1069 fois : 821 sollicitations ont fait l'objet d'une procédure de médiation, dont 729 ont déjà pu être classées. Si une entreprise refuse de participer à la procédure de médiation, son nom pourra être publié sur une « liste noire », mise à la disposition des consommateurs.

Le « Ombudsmann Autriche » a le même rôle que son homologue allemand dont il avait inspiré le mode de fonctionnement. Il informe le public, reçoit les réclamations, et propose une médiation gratuite entre consommateurs et professionnels. De décembre 1999 à fin 2004, le Ombudsmann a résolu 3250 réclamations d'une valeur en litige de 2,45 millions d'euros, dont environ 500.000 euros ont été restitués aux consommateurs spoliés. Depuis 1999, les réclamations sont en constante augmentation : 912 cas en 2004, dont 73% ont pu être résolus ; 12% ont nécessité un dépôt de plainte. L'Ombudsmann a également répondu à 12 000 demandes d'information. Il a, en collaboration avec l'Etat autrichien, créé un label de qualité accordé aux entreprises en ligne et est en train de concrétiser l'idée d'un label européen.

Le Forum des droits sur l'Internet français organise des concertations entre acteurs publics et privés. Il informe et sensibilise le public, propose un médiateur pour résoudre les difficultés liées à l'Internet. Ce médiateur du net exerce depuis septembre 2004. Il intervient toujours gratuitement, traite les différends touchant au moins un particulier mais uniquement lorsque les démarches auprès du service clientèle ont échoué. Il gère les litiges en ligne grâce à une plateforme technique originale mise en place spécialement pour ce service. Il s'agit d'un service complétant la panoplie des recours possibles (service clientèle, associations de consommateurs, justice, organe de contrôle et de répression). A ce jour, le médiateur a répondu à plus de 4000 demandes avec un taux de résolution extrêmement haut.

Le médiateur du net Hongrois débute son activité. Il est chargé de protéger les internautes qui sont encore peu nombreux en Hongrie (23% de la population et seulement 3,36% d'achats sur Internet). Le médiateur reçoit 8 à 9 demandes par semaine dont 40% concernent des questions juridiques et 25% des réclamations contre des fournisseurs de services. Il propose alors une information complète sur toutes les questions du commerce électronique aux consommateurs et aux professionnels, de même qu'au gouvernement et aux services publics.

Le service Concilia Online de la chambre de commerce et d'industrie de Florence tente de résoudre à distance les conflits entre deux parties, à l'aide d'un dossier électronique, de « salles de discussion virtuelles » et de vidéoconférences.

L'importance des modes alternatifs de règlement des litiges
La médiation et les modes alternatifs de règlement des litiges ne peuvent pas tout régler ; il est évident que dans les cas de fraudes seuls les pouvoirs publics et la justice peuvent venir en aide aux consommateurs. Mais ils apportent une avancée significative dans la manière de résoudre les litiges liés au commerce électronique. Les initiatives dans ce domaine se multiplient et gagnent la confiance de tous les acteurs concernés. Ainsi, les professionnels, autrefois réticents, sont de plus en plus convaincus par l'efficacité de ces mesures. Les gouvernements y sont également favorables car ils présentent un certain nombre de vertus : ils permettent de désengorger les tribunaux, de réduire les coûts et de changer le comportement des citoyens. Dr. Heger du Ministère Fédéral de la Justice allemand a justement souligné que « la médiation permet le rétablissement d'un dialogue entre les parties, accroissant ainsi leur confiance dans le marché intérieur ». Malheureusement, la médiation n'a pas connu un développement homogène partout en Europe. En Scandinavie, où le commerce électronique est fortement utilisé, la médiation est le mode de résolution privilégié depuis déjà de nombreuses années. La France s'est également mise au diapason, mais la médiation n'en est qu'à ses prémices et des efforts sont à prévoir pour que son utilisation se généralise et devienne spontanée. Ceci est valable pour l'ensemble des pays de l'Union européenne ; seul un niveau d'utilisation équivalent de la médiation en Europe permettra d'atteindre une coopération internationale efficace. Cette coopération internationale devient indispensable pour mieux lutter contre la fraude et l'escroquerie, mais aussi et surtout pour mieux régler les cas de litiges transfrontaliers. L'enjeu est de taille, mais l'objectif est accessible.

Cela dépendra de la volonté des autorités des différents pays de l'Union européenne. Les pouvoirs politiques sont en effet les seuls aptes à financer cet ambitieux projet.

Liste des Intervenants

- Tereza STRUNCOVA, Commission européenne, DG Marché intérieur et Services
- Dieter KUBLITZ, Médiateur du Net, Allemagne
- Jürgen GANGOLY, Médiateur du Net, Autriche
- Dr. Erika MAYER, Médiateur du Net, Hongrie
- Sandra Karine PEDINI, Concilia Online, Chambre de Commerce de Florence
- Jennifer BEAL, Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs e.V., Directrice de l'Antenne Berlin-Brandebourg
- Dr. Wolf OSTHAUS, eBay Allemagne
- Dr. Mathias HEGER, Ministère de la Justice, Allemagne
- André LONGUET DES DIGUERES, Chef du bureau du droit de la Consommation à la Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes, France
- Fredrik NORDQUIST, Centre européen des consommateurs Suède
- Arthur HILLIARD, Centre européen des consommateurs Irlande
- Dr. Martine MERIGEAU, Directrice d'Euro-Info-Consommateurs à Kehl-Strasbourg
- Catherine RAUCH, Centre européen des consommateurs France
- Stéphanie SCHMIDT, Point de contact allemand pour le commerce électronique
- Christian MORITZ, Centre européen des consommateurs Allemagne à Kehl