

Les Cahiers

n° 260
SEPT-OCT 2021

DE L'AFOC

SOMMAIRE

Édito

par David Rousset
Secrétaire général

L'ACTU DE L'AFOC

- Vente et location en ligne : gare aux arnaques (p. 2)
- Une conséquence négligée du bruit en France : son coût social (p. 3)
- Attention aux fraudes en matière d'alimentation (p. 4)
- Gare aux clauses abusives dans les contrats de crédit (p. 5)
- Sécurité des moyens de paiement : un niveau de fraude global maîtrisé en 2020 (p. 6)
- Améliorer la lisibilité de l'étiquetage des produits ménagers : mission impossible ? (p. 7)

EN BREF...

- Brèves (p. 8)

AGENDA

(p. 8)

Il faut bien que quelque chose change pour que tout reste comme avant...

L'aphorisme peut s'appliquer invariablement à l'époque quoi qu'il en soit de l'évolution des technologies et des pratiques commerciales. Car, si la technique change, le but reste le même : amener le consommateur à acheter. Quitte à le bernier ? Parfois oui.

C'est ainsi que l'AFOC est de plus en plus saisie par des consommateurs, le plus souvent jeunes, ayant succombé aux recommandations et avis d'« influenceurs » et « youtubers » sur l'opportunité d'acheter certains produits ou services mais sans leur indiquer qu'ils sont rémunérés, en numéraire ou en produits gratuits, par les sociétés exploitant les sites de vente ou vendant sur ces derniers. Ce type de vente constitue une publicité déguisée et donc une pratique commerciale trompeuse et prohibée.

Pire encore, quand ces derniers font la retape pour des produits ou services comportant des risques de perte d'argent (trading en ligne par exemple, vente et achat de bitcoin) ou ne présentant par les caractéristiques ou les résultats attendus de leur utilisation (« dropshipping » par exemple ; voir notre article ci-après).

L'arnaque n'est pas rien quand lesdits influenceurs sont suivis par plusieurs millions de personnes sur les réseaux sociaux.

L'attention des consommateurs est donc appelée sur les dites promotions et supports. Le recours aux services des influenceurs est devenu un vecteur important de promotion des marques et leur activité devient une profession commerciale. Les consommateurs suspectant ces comportements et pratiques doivent les signaler et s'en détourner ; les nouveaux professionnels se conformer aux règles du code de la consommation et les pouvoirs publics, surveiller et encadrer le cas échéant cette forme de paracommercialisme si elle est irrégulière.

AFOC

ASSOCIATION FO CONSOMMATEURS
141 AVENUE DU MAINE • 75014 PARIS
TÉL. 01 40 52 85 85 • FAX 01 40 52 85 86
www.afoc.net
afoc@afoc.net

DIRECTRICE DE LA PUBLICATION **Nathalie HOMAND**
ISSN 0985-6129 • DÉPÔT LÉGAL SEPTEMBRE 2021
REPRODUCTION AUTORISÉE AVEC MENTION D'ORIGINE
IMPRIMERIE CGT-FO

LA REPRODUCTION TOTALE OU PARTIELLE DES « CAHIERS DE L'AFOC » N'EST AUTORISÉE QU'À DES FINS NON COMMERCIALES ET SOUS RÉSERVE DE L'INDICATION CLAIRE ET LISIBLE DE LA SOURCE : « CAHIERS DE L'AFOC • 141 AVENUE DU MAINE • 75014 PARIS » PRIX À L'UNITÉ 3,50 €
ABONNEMENT POUR 6 NUMÉROS 20 €

VENTE ET LOCATION EN LIGNE : GARE AUX ARNAQUES



L'AFOC constate le développement d'arnaques dans le secteur de la vente en ligne, au nombre desquelles figure la pratique du dropshipping. Le dropshipping est une modalité de vente à distance dans laquelle un consommateur passe commande sur le site internet d'un e-commerçant, lequel transmet la commande directement à un fournisseur. Le principe de cette pratique, parfaitement légale, consiste à supprimer une étape dans la chaîne commerciale : là où un commerçant traditionnellement commande des marchandises à un fournisseur pour ensuite les vendre à un client, le « *dropshipper* » attend d'effectuer une vente avant de passer commande à son fournisseur, et fait livrer les produits directement au client.

En pratique, le terme désigne surtout les boutiques en ligne qui vendent des produits achetés le plus souvent à des géants de l'export chinois et les font livrer directement à des clients partout dans le monde.

Cette pratique récente, bien que légale, a déjà généré de nombreuses plaintes auprès des services de la DGCCRF.

L'AFOC souhaite mettre en garde les consommateurs, qui peuvent rencontrer des difficultés pour obtenir une livraison conforme à leurs attentes ou pour exercer leurs droits tels que définis par l'espace européen : droit de rétractation et de retour notamment, sans oublier les problèmes de droits de douane ou de difficultés pour bénéficier d'un service après-vente.

Par ailleurs, l'AFOC invite les consommateurs à se montrer attentifs s'agissant des possibilités offertes de location en ligne de 2 type de produits : les appareils électroménagers ou électroniques et les vêtements.

Ce type de service se répand de plus en plus à la faveur de ce qu'on appelle « *l'économie de l'usage* » qui tend à privilégier la location sur l'achat.

Quant aux appareils électroménagers ou électroniques, l'enquête menée en 2019 par la DGCCRF a montré que plus d'un tiers des loueurs méconnaissait leurs obligations en matière de loyauté (information précontractuelle sur la date ou le délai de livraison, modalités de paiement, droit de rétractation ou mode de règlement des litiges, défaut de communication des coordonnées du médiateur de la consommation...), de sécurité des produits et d'exigences environnementales.

S'agissant de la location des vêtements, les contrôles opérés auprès de 11 sites en ligne révèlent un taux d'anomalies de 84 % à la réglementation relative à l'information délivrée au consommateur et aux conditions d'exécution des contrats, ainsi que la loyauté des pratiques commerciales.

Pour aller plus loin : Le dropshipping

- <https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/Publications/Vie-pratique/Fiches-pratiques/le-dropshipping>
- <https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/dropshipping-gare-aux-mirages-1>
- Location de vêtements en ligne : <https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/location-de-vetements-enligne>

ATTENTION AUX FRAUDES EN MATIÈRE D'ALIMENTATION

En France, le marché des compléments alimentaires représente au global un chiffre d'affaires d'environ 2 milliards d'euros (+ 2 % en moyenne entre 2017 et 2020). La Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF), a publié au mois de juillet dernier les résultats d'une enquête effectuée en 2018 auprès de 164 établissements ciblant plus spécifiquement la qualité des compléments alimentaires à base d'algues et de micro-algues très demandés par les consommateurs. 30 % des échantillons analysés, présentaient au moins une anomalie. Les anomalies constatées étaient pour 58 % une teneur en nutriment inférieure à celle annoncée, pour 15 % une teneur en nutriment supérieure à celle annoncée, pour 13 % un apport en nutriment dépassant la dose journalière maximale autorisée. Les autres anomalies consistaient en une teneur insuffisante en nutriment pour justifier l'allégation nutritionnelle utilisée ou en un profil d'algue peu ou pas concordant avec celui de l'algue mentionnée.

Par ailleurs, la DGCCRF, la Direction Générale des Douanes et Droits Indirects (DGDDI) et l'Agence nationale de sécurité du médicament et des produits de santé (ANSM) alertent les consommateurs sur l'achat et la consommation de certains produits à finalité aphrodisiaque, présentés comme naturels mais contenant en réalité des substances actives médicamenteuses susceptibles d'engendrer la survenue d'effets indésirables.

La DGCCRF a rapporté également cet été les résultats des contrôles opérés afin de vérifier le respect, par les professionnels, de la réglementation européenne relative aux allégations de santé.

En 2019, sur plus de 300 établissements contrôlés, le taux d'anomalie relevé s'élève à 44 %. Les écarts sont toutefois significatifs entre les établissements physiques (commerces, sites de production...), qui affichent un taux d'anomalie de 38 %, et les établissements vendant leurs produits sur internet, dont le taux d'anomalie est bien plus élevé (69 %). L'enquête menée en 2019 a ciblé les produits les plus susceptibles de porter des allégations de santé (comme par exemple, bon pour les cheveux, facilite la digestion, source de vitamine...) : infusions, thés, chocolats, céréales pour petit-déjeuner, produits de la ruche...

Enfin, la DGCCRF a publié les résultats des contrôles afin de vérifier la conformité des fruits et légumes frais aux normes de qualité et l'information délivrée aux consommateurs. Concernant l'étiquetage, la facturation, l'origine des produits, 45 % des établissements contrôlés en 2019 ont présenté une ou plusieurs anomalies. Les principales non-conformités ont porté sur les règles d'étiquetage, la facturation et l'origine des produits (par exemple, la francisation des produits importés). Les pratiques commerciales trompeuses et les tromperies font également partie des infractions relevées.

C'est le commerce de détail, sédentaire ou non, qui présente le taux d'anomalie le plus élevé.

Pour en savoir plus :

Enquête : <https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/complements-alimentaires-base-dalgues>

Présentation générale des compléments alimentaires :

<https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/s%C3%A9curit%C3%A9/produits-alimentaires/complements-alimentaires>

Produits aphrodisiaques : https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/dgccrf/presse/communique/2021/CP-Mise-en-garde-concernant-des-denrees-alimentaires-frauduleuses.pdf

Alimentation et allégations de santé : <https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/infusions-theschocolats-cereales-miels-en-core-beaucoup-dallegations-de-sante-non-0>

Plan de contrôle de la conformité des fruits et légumes : <https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/plande-contrôle-de-la-conformite-des-fruits-et-legumes>

GARE AUX CLAUSES ABUSIVES DANS LES CONTRATS DE CRÉDIT

La Commission des clauses abusives a publié le 25 mai sa 80^{ème} recommandation depuis sa création ; elle porte sur les contrats de crédit à la consommation.

Le crédit à la consommation donne lieu à un contentieux abondant et complexe, justifiant que son traitement soit confié à un juge spécialisé, le juge des contentieux de la protection.

La Commission des clauses abusives avait été conduite à examiner des clauses des contrats de crédit à la consommation, notamment à l'occasion de la recommandation 94-02, relative aux contrats porteurs des cartes de paiement assorties ou non d'un crédit, mais également à l'occasion de nombreux avis.

La loi Lagarde, transposant la directive 2008/48, a mis fin aux modèles-types de contrat imposés par la loi du 10 janvier 1978 et a autorisé une plus grande liberté rédactionnelle des offres proposées par les établissements de crédit.

Il est donc apparu nécessaire d'établir une recommandation de synthèse et actualisée examinant ces contrats.

La Commission des clauses abusives, dont l'AFOC est membre, a analysé des modèles de contrats de crédit renouvelables par fractions, de contrats de crédit amortissables, de contrats de crédit de locations avec option d'achat et de contrats de crédit accessoires à une vente. Elle a relevé des clauses communes à tous les contrats, dont certaines étaient abusives.



Pour en savoir plus : [http://www.clauses-abusives.fr/2021/05/25/publication-de-la-80ième-recommandation-de-la-commission/](http://www.clauses-abusives.fr/2021/05/25/publication-de-la-80ieme-recommandation-de-la-commission/)

SÉCURITÉ DES MOYENS DE PAIEMENT : UN NIVEAU GLOBAL DE FRAUDE MAÎTRISÉ EN 2020

L'observatoire de la sécurité des moyens de paiement (OSMP) a publié début juillet son rapport d'activité de l'année 2020 en saluant le déploiement de l'authentification forte pour sécuriser les paiements en ligne : 95 % des flux bancaires en ligne respectent la réglementation et notamment celle concernant l'authentification forte qui permet à la banque de s'assurer que le consommateur est bien à l'origine du paiement en ligne via deux preuves d'identité distinctes.

L'AFOC, qui siège à l'OSMP, souligne l'intérêt de cette évolution technologique, surtout dans le contexte actuel de crise sanitaire qui a largement amplifié l'utilisation des moyens de paiement à distance, et par conséquent, les risques d'arnaques.

Le rapport évoque notamment l'expansion de l'arnaque au chèque. Ce type de fraude fait actuellement l'objet de nombreux litiges dont l'AFOC est saisi. Par exemple, certains arnaqueurs répondent à une annonce d'un particulier en proposant de régler par chèque avec un montant supérieur au prix annoncé pour soi-disant couvrir les frais d'expédition par un transporteur dûment indiqué. Le vendeur est ensuite invité à renvoyer à l'acheteur l'argent correspondant à ce surplus via un virement ou une société de transfert d'espèces. Au moment où l'acheteur règle son achat, le chèque apparaît bien sur le compte du vendeur. Or, le vendeur, averti par sa banque, ne découvrira que quelques jours plus tard qu'il s'agit d'un faux chèque. Pour éviter ce type d'arnaque, un plan d'actions a été mis en place par l'OSMP visant à renforcer la sécurité des paiements par chèque.

Par ailleurs, l'AFOC constate une recrudescence des cas d'usurpation d'identité lors de la validation d'un virement en ligne, ce qui montre bien qu'il est encore nécessaire de renforcer la sécurité et le bon fonctionnement des moyens de paiement.

L'AFOC encourage la mise en place rapide et efficace par les banques de mesures de sécurité luttant contre les nouvelles méthodes d'arnaque.



Bon à savoir :

Créé par la loi n°2016-1691 du 9 décembre 2016, l'Observatoire de la Sécurité des Moyens de Paiement (OSMP) est une instance destinée à favoriser l'échange d'informations et la concertation entre toutes les parties concernées (consommateurs, commerçants et entreprises, autorités publiques et administrations, banques et gestionnaires de moyens de paiement) par le bon fonctionnement des moyens de paiement et la lutte contre la fraude. L'AFOC nationale en fait partie (Hervé Mondange) en représentation des consommateurs.

AMÉLIORER LA LISIBILITÉ DE L'ÉTIQUETAGE DES PRODUITS MÉNAGERS : MISSION IMPOSSIBLE ?

Le conseil national de la consommation (CNC) a remis début juillet le rapport du groupe de travail créé antérieurement afin d'améliorer la lisibilité de l'étiquetage des produits ménagers destinés aux consommateurs. L'AFOC y a participé.

En effet, les Français sont de plus en plus attentifs à la qualité, l'origine et la composition de ce qu'ils achètent, notamment en ce qui concerne les risques associés à certaines substances chimiques.

Dès lors, une bonne information des consommateurs sur la composition de ces produits et sur les bonnes pratiques d'utilisation est essentielle. Or, les étiquetages des produits ménagers sont, selon certaines études, méconnus et peu lus et des cas d'intoxication liés à des mésusages ont, par ailleurs, été signalés aux centres antipoison dans le cadre de la crise sanitaire liée au COVID-19.



L'objectif des consommateurs organisés et de l'AFOC en particulier était de mettre en place un étiquetage simplifié desdits produits à l'instar de ce qui est proposé par l'Institut national de la consommation (INC) avec sa proposition « *Ménag'score®* » basée sur l'évaluation du risque toxicologique global d'un produit en combinant les risques sur la santé et sur l'environnement.

Malheureusement, les échanges au sein du CNC n'ont pas permis d'aboutir à un consensus entre les professionnels et les consommateurs sur la mise en place de ce score sous forme de code couleur simple.

L'AFOC le regrette. Cette méthode « *Ménag'score®* » classant les produits de A en vert, pour les plus vertueux, à E en rouge a le mérite d'être très pédagogique, facile à comprendre pour les adultes comme pour les enfants, et a fait ses preuves avec le Nutriscore, le diagnostic de performance énergétique ou encore l'étiquette énergie pour l'électroménager ; ainsi, les consommateurs se sont habitués à cette classification, qui se banalise dans d'autres domaines. Un désaccord est également apparu entre les deux collègues concernant la mise en place d'affiches en magasin visant à expliciter les étiquetages des produits ménagers, notamment les pictogrammes de danger.

Diverses autres propositions de recommandations en matière d'amélioration de la lisibilité des étiquetages des produits ménagers pour accompagner les consommateurs dans leur choix et leur utilisation de ces produits ont été évoquées dans le cadre des travaux du CNC et plusieurs points de convergence ont été identifiés entre professionnels et consommateurs : il en est ainsi de l'opportunité de la réalisation d'une campagne d'information des autorités explicitant les mesures de gestion des produits à respecter, ainsi que la réglementation actuelle, ou encore d'actions d'informations réalisées par les fédérations professionnelles. A suivre...

Pour aller plus loin : rapport du CNC :

https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/cnc/etiquetage-produit-menager/rapport_01_07_21.pdf

EN BREF...

L'Agence nationale des fréquences (ANFR) publie une nouvelle version de « La maison ANFR »

Le site permet de circuler dans les différentes pièces d'une maison virtuelle et en extérieur proche, pour y trouver des indications sur l'exposition aux ondes générées par des objets de la vie courante : <https://maison.anfr.fr/>

Dès septembre, les voyageurs dont les **avoirs** non utilisés arrivent à expiration peuvent demander leur remboursement intégral (ord. n° 2020-315 du 25.3.2020).

Le dispositif d'**encadrement des loyers** dans les communes où la demande locative excède l'offre est reconduit pour un an (décret n° 20216852 du 29.9.2021).

Les **usagers des banques** peuvent faire appel au médiateur deux mois après une seule réclamation écrite au service client de leur banque.

≡ agenda ≡

SEPTEMBRE

28 au 30 Congrès de l'Union Sociale de l'Habitat à Bordeaux

OCTOBRE

- 6 Bureau de l'AFOC
- 20 Webinaire (tourisme)

NOVEMBRE

- 23 Webinaire (énergie)

DECEMBRE

- 3 Conseil d'administration de l'INC

AFOC

Bulletin d'adhésion

J'adhère à l'AFOC nationale :

Particulier : 42 € Association de locataires : 80 €

Je m'abonne aux Cahiers de l'AFOC :

Adhérents : 15 €/an Non-adhérents : 20 €/an

Nom :

Prénom :

Je joins un chèque de € à l'ordre de l'AFOC

Adresse :

.....

En respect des règles de protection de vos données personnelles édictées par le RGPD, j'autorise l'AFOC à utiliser mon nom et mon adresse pour les besoins strictement limités à la durée de mon abonnement.

Votre contact pour l'exercice de vos droits d'accès, rectification, opposition et effacement est François Schmitt : fschmitt@afoc.net

Date : signature :

A retourner à l'AFOC - 141 avenue du Maine - 75014 PARIS

AFOC