

N° 610
SÉNAT

SESSION ORDINAIRE DE 2021-2022

Enregistré à la Présidence du Sénat le 14 avril 2022

PROPOSITION DE LOI

*visant à **simplifier les achats et renforcer les droits des consommateurs dans le commerce en ligne,***

PRÉSENTÉE

Par MM. Jean-Claude REQUIER, Stéphane ARTANO, Christian BILHAC, Henri CABANEL, Mme Maryse CARRÈRE, M. Jean-Pierre CORBISEZ, Mme Nathalie DELATTRE, MM. Bernard FIALAIRE, Éric GOLD, Jean-Noël GUÉRINI, Mme Véronique GUILLOTIN, M. André GUIOL, Mme Guylène PANTEL et M. Jean-Yves ROUX,

Sénateurs et Sénatrices

(Envoyée à la commission des affaires économiques, sous réserve de la constitution éventuelle d'une commission spéciale dans les conditions prévues par le Règlement.)

EXPOSÉ DES MOTIFS

Mesdames, Messieurs,

Le commerce en ligne est aujourd'hui de plus en plus répandu : en 2021, il a représenté 13,4 % du commerce de détail en France, soit une hausse de 36 % par rapport à 2019 avant la pandémie. Cela correspond à un montant de 112 milliards d'euros, soit un quasi doublement en sept ans. Compte tenu de cette dynamique, on estime à 27 000 le nombre de nouveaux sites de e-commerce lancés en un an¹. Avec la multiplicité des terminaux (ordinateurs, *smartphones*, tablettes...) et des applications, le taux de pénétration du e-commerce ne devrait cesser d'augmenter dans les prochaines années.

Les droits des consommateurs sont normalement garantis par le code de la consommation. La loi du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique avait encadré plus particulièrement le commerce électronique. La protection des données personnelles, quant à elle, est garantie depuis 2016 au niveau européen par le Règlement général sur la protection des données (RGPD).

Si le e-commerce offre de nouvelles possibilités aux consommateurs, certaines pratiques commerciales en ligne représentent pourtant une régression par rapport à celles qui ont habituellement cours dans le commerce physique. Il en va ainsi de l'obligation fréquente de passer par l'étape de la création un compte client lors de l'achat d'un bien ou d'une prestation en ligne. Les commerçants, gestionnaires de sites internet, plateformes et autres justifient cette pratique par la volonté de mieux fidéliser les clients potentiels. Pourtant cela n'est pas démontré. Au contraire, cette pratique peut être une véritable source de nuisance, ou tout au moins de complexité excessive pour le consommateur, qui voit sa procédure d'achat injustement rallongée, alors que pour n'importe quel achat physique le passage en caisse ne prévoit qu'un simple paiement. Dans ce dernier cas, la souscription à une carte d'abonnement ou de fidélité est souvent proposée, mais sans être imposée.

¹ Chiffres fournis par la Fédération du e-commerce et de la vente à distance (FEVAD)

Source de complexité et perte de temps pour le consommateur, la « bureaucratisation » du e-commerce entraîne la multiplication des mots de passe difficiles à mémoriser et une diffusion inédite d'informations personnelles (nom, prénom, coordonnées...) à des tiers sans assurance de contrôler correctement l'usage qui en est fait.

Si l'on peut comprendre l'intérêt de disposer d'un compte client ou utilisateur auprès d'un site ou d'une plateforme fréquemment utilisée, dans la majorité des cas, cette étape n'apparaît pas justifiée, bien qu'elle soit souvent obligatoire. Ainsi, les trois quarts des clients ne rachètent pas sur un site sur lequel ils ont passé commande une fois. À l'inverse, environ un quart des internautes ou, dans le langage du marketing, des « *prospects chauds* », abandonnent un site lorsque celui-ci demande de créer un compte pour passer commande.²

La présente proposition de loi remédie au silence des textes en rendant la création de compte client en ligne strictement *facultative*. Toute obligation de passer, en pratique, par la création de compte client sera dès lors considérée comme une pratique commerciale agressive, entraînant les sanctions civiles et pénales prévues dans ce genre de cas.

Elle s'inscrit dans la tendance au renforcement des droits des consommateurs illustrée récemment par la loi du 24 juillet 2020 visant à encadrer le démarchage téléphonique abusif.

Afin de laisser le temps aux acteurs de s'adapter au nouveau cadre législatif, les dispositions de la proposition de loi entreraient en vigueur six mois à compter de sa promulgation.

² E-commerçants : n'obligez pas/plus vos internautes à créer un compte client pour commander ! (joptimisemonsite.fr)

Proposition de loi visant à simplifier les achats et renforcer les droits des consommateurs dans le commerce en ligne

Article 1^{er}

- ① I. – L'article L. 121-7 du code de la consommation est complété par un 8^o ainsi rédigé :
- ② « 8^o Concernant les pratiques commerciales en ligne, d'obliger le consommateur à s'enregistrer préalablement à tout achat de bien ou service par la création d'un compte client ou tout autre dispositif analogue. »
- ③ II. – Le non-respect du I entraîne l'application des sanctions prévues aux articles L. 132-10 et L. 132-11 du code de la consommation.

Article 2

L'article 1^{er} entre en vigueur six mois après la promulgation de la présente loi.