



RÈGLEMENT EN LIGNE DES LITIGES : MOISSONNAGE DES SITES INTERNET DES COMMERÇANTS EUROPÉENS

Note de synthèse

Novembre 2017

Ce rapport présente les conclusions de l'étude « Règlement en ligne des litiges : moissonnage des sites Internet des commerçants européens ». L'objectif de l'étude est de vérifier si les commerçants en ligne européens respectent leurs obligations d'information au titre du Règlement (UE) No 524/2013 sur le règlement en ligne des litiges (RLL) pour les litiges de consommation, pour lequel la Commission européenne a créé la plateforme européenne de RLL.

La plateforme de RLL est un outil en ligne permettant aux consommateurs et aux commerçants européens de régler les litiges portant sur des achats en ligne. Conformément à l'Article 14 du Règlement (UE) No 524/2013, les commerçants en ligne et les marchés en ligne établis dans l'UE ont l'obligation de proposer sur leur site Internet un lien électronique vers la plateforme de RLL qui soit facile d'accès. Par ailleurs, les commerçants en ligne doivent indiquer l'adresse e-mail dont les consommateurs ont besoin pour faire une réclamation à leur encontre sur la plateforme de RLL.

L'étude examine le degré de conformité des commerçants et des marchés européens avec ces obligations d'information. Elle se base sur un exercice de moissonnage du web et une analyse de client mystère effectués par GfK entre juin et septembre 2017. Les conclusions de l'étude révèlent le degré de conformité des commerçants en ligne européens et donne des informations relatives au profil des commerçants (à l'instar du pays, du secteur et de la taille du commerçant) qui respectent ou pas leur obligation d'information. De plus, une analyse de la manière dont le lien est proposé et de sa facilité d'accès est également menée.

Les conclusions actuelles révèlent que seuls 28 % des commerçants en ligne européens indiquent un lien vers la plateforme de RLL sur leur site, alors qu'une adresse e-mail est proposée par la majorité des commerçants. La conformité des commerçants avec l'obligation de fournir un lien vers le RLL dépend de la taille, du pays et du secteur du commerçant. Lorsqu'un lien vers le RLL est fourni, il est en général modérément à facilement accessible par les consommateurs. Dans 91 % des cas, le lien vers le RLL est présenté sous la forme d'un lien exact vers la plateforme de RLL et il est principalement inclus dans la section des « Conditions générales » du site.

Méthodologie

La première étape de la mise en œuvre de l'étude consistait en la création **d'une base de données** répertoriant **19 580 commerçants en ligne européens**. La base de données a été constituée en utilisant

les bases de données existantes sur les commerçants en ligne européens ;^{1,2} en répertoriant les commerçants en ligne européens supplémentaires identifiés grâce aux bases de données renseignant le trafic en ligne ;³ et d'autres commerçants identifiés en effectuant des recherches documentaires. Tous les commerçants ont été classés en fonction de leur pays d'implantation, de leur secteur d'activité et de leur taille (p. ex. *petits*, *moyens* et *grands* commerçants). La taille des commerçants se base sur le trafic web mensuel total issu de l'UE. La base de données comprend les sites Internet de commerçants de l'ensemble des 28 États membres de l'UE, représentatifs de la taille et du développement du commerce électronique dans leurs pays respectifs⁴. La base de données recense des commerçants de 21 secteurs d'activité différents⁵, dont les grands marchés en ligne tels que les « Vêtements, chaussures et accessoires », les « Produits de beauté, santé et bien-être » et l'« Électronique et matériel informatique ». La base de données comprend également un nombre limité de marchés (284). Les commerçants listés dans la base de données sont répartis entre petits, moyens et grands commerçants⁶.

La deuxième étape de l'étude a consisté en un **exercice de moissonnage du web** qui a passé au crible la conformité de 19 580 commerçants en ligne avec leur obligation de fournir un lien électronique vers la plateforme de RLL sur leur site Internet. L'exercice de moissonnage du web a examiné le site Internet de 19 580 commerçants en ligne à la recherche du lien vers le RLL jusqu'au niveau 3 du site Internet (la page d'accueil d'un site Internet étant le premier niveau de la structure d'un site et le niveau 3 représentant toutes les pages d'un site qui se trouvent à deux clics (c.-à-d. niveaux) de la page d'accueil dudit site Internet⁷). De surcroît, un second exercice de moissonnage du web a été réalisé afin d'identifier l'existence ou l'absence d'adresse e-mail sur les sites des commerçants.

La troisième étape a consisté en une **analyse du client mystère en vue d'évaluer** la facilité d'accès au lien vers le RLL et aux adresses e-mails (c.-à-d. évaluer à quel point le lien ou l'adresse sont faciles à trouver sur le site Internet). Pour cette analyse, 1 005 commerçants en ligne proposant un lien vers le RLL sur leur site Internet ont été sélectionnés. L'analyse du client mystère comprend quatre sections : 1) tester la facilité d'accès au lien vers le RLL, 2) évaluer l'emplacement du lien vers le RLL, 3) évaluer la présentation du lien vers le RLL et 4) examiner la disponibilité d'une adresse e-mail du commerçant. L'exercice concernait

¹ Une base de données des commerçants en ligne européens a été créée pour la Commission européenne et le projet « Blocage géographique des consommateurs en ligne : résultats de l'expérience de client mystère réalisée pour la Commission européenne » ; http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/market_studies/geo-blocking/index_en.htm

² L'indice européen des prix à la consommation est une base de données du *Veraart Research Group*, spécialisé dans les informations relatives aux marchés de consommation.

³ SimilarWeb et Alexa d'Amazon

⁴ Les pays tels que l'Allemagne (2 607 commerçants), la France (1 585), le Royaume-Uni (2 563), l'Italie (1 324) et l'Espagne (1 169) sont bien plus représentés dans la base de données que les pays de plus petite taille tels que Chypre (58), Malte (70) ou le Luxembourg (64).

⁵ Vêtements, chaussures et accessoires ; produits de beauté, santé et bien-être ; électronique et matériel informatique ; divertissement (dont livres, musique et films) ; services de voyage ; meubles ; mobilier et décoration ; appareils (électriques) ménagers ; réservations en ligne de loisirs hors ligne ; pièces détachées et accessoires pour véhicules ; services de télécoms ; jeux vidéo et logiciels ; biens de consommation à circulation rapide ; produits pour animaux et animaux de compagnie ; sport & loisirs ; transport aérien ; antiquités et pièces de collection ; articles pour bébés et enfants ; assurances ; services de paiement ; services publics ; multi-secteur

⁶ Les commerçants listés dans la base de données sont répartis comme suit : 6 381 petits commerçants (trafic web mensuel : < 8 855 visiteurs), 6 604 commerçants moyens (trafic web mensuel : entre 8 855 et 66 530 visiteurs) et 6 595 grands commerçants (trafic web : > 66 530).

⁷ Le niveau 3 représente l'ensemble des répertoires d'un site Internet ne se trouvant pas à plus de deux niveaux de l'URL racine dans la structure du site Internet en question. Par exemple, la page « expédition » sur le site Internet suivant serait l'équivalent d'un niveau 3 : www.example.com/help/shipping

un large éventail de commerçants en ligne dans 10 États membres de l'UE⁸ ainsi que les trois principaux⁹ sites Internet de l'ensemble des 28 États membres de l'UE (en termes de nombre de visiteurs européens) proposant un lien vers le RLL.

Conformité des commerçants européens avec le règlement RLL

Présence du lien vers le RLL et de l'adresse e-mail sur le site Internet des commerçants européens

Les résultats du moissonnage du web révèlent que **seuls 28 % des commerçants examinés proposent un lien vers la plateforme de RLL sur leur site Internet**. La conformité des commerçants en ligne européens avec le règlement RLL varie en fonction du profil des commerçants ; les commerçants (42 %) et les marchés (48 %) de grande taille étant les plus conformes. Par opposition, un nombre moins élevé de commerçants de taille moyenne (26 %) et de petite taille (14 %) proposent un lien vers le RLL sur leur site Internet.

La conformité varie également en fonction des pays et des secteurs. Les commerçants en ligne en Allemagne (66 %) sont les plus susceptibles de proposer un lien vers la plateforme de RLL sur leur site Internet, suivis des commerçants en ligne autrichiens (47 %) et danois (44 %). À l'inverse, la conformité avec cette obligation est la plus faible à Chypre (2 %), à Malte (1 %) et en Lettonie (1 %). Néanmoins, des pays européens plus grands tels que la Grèce (11 %), l'Italie (12 %), l'Espagne (13 %) et le Royaume-Uni (14 %) affichent également un taux inférieur au degré de conformité moyen.

Quant aux secteurs, les résultats révèlent que les commerçants opérant dans les secteurs des « Assurances » (54 %) et des « Services de paiement » (46 %) se conforment plus souvent à l'obligation d'inclure un lien vers la plateforme de RLL sur leur site Internet, suivi par les commerçants des secteurs des « Services publics » (42 %) et des « Produits pour bébés et enfants » (42 %). Par opposition, seuls 15 % des magasins en ligne offrant des « Réservations en ligne de loisirs hors ligne » et des « Antiquités et pièces de collection » respectent le règlement. Les trois principaux secteurs de ladite étude, à savoir le secteur des « Vêtements, chaussures et accessoires » (34 %), celui de l'Électronique et matériel informatique » (31 %) et celui des « Produits de beauté, santé et bien-être » (24 %) affichent un degré de conformité proche de la moyenne.

Un autre volet du règlement RLL est l'obligation de proposer une adresse e-mail sur le site Internet du commerçant. **La grande majorité des commerçants examinés (85 %) proposent une adresse e-mail¹⁰**, et les commerçants de plus petite taille affichent des degrés de conformité plus faibles (79 %). La différence observée entre les États membres est plus prononcée, la République tchèque affichant le degré le plus élevé (90 %) et le Luxembourg le degré le plus faible (66 %) de conformité avec l'obligation d'inclure une adresse e-mail. Les commerçants opérant dans les secteurs des « Biens de consommation à circulation rapide »¹¹ (92 %), des « Services publics » (91 %) et des « Assurances » (91 %) révèlent également le degré de conformité le plus élevé avec l'obligation de fournir une adresse e-mail.

Facilité d'accès au lien vers le RLL sur les sites Internet des commerçants

⁸ Danemark, France, Allemagne, Italie, Pays-Bas, Pologne, Slovaquie, Espagne, Suède et Royaume-Uni

⁹ Pour chaque pays, les trois principaux sites marchands proposant un lien vers le RLL ont été sélectionnés, à l'exception de la Lettonie (2 sites principaux), de Chypre et de Malte (1 site principal).

¹⁰ La configuration du moissonnage des e-mails pourrait sous-tendre une surestimation de la disponibilité des adresses e-mail des commerçants en prenant en compte les adresses e-mail qui n'appartiennent pas aux commerçants respectifs.

¹¹ Les biens de consommation à circulation rapide sont des produits qui sont vendus rapidement et à un prix relativement faible, tels que les aliments emballés, les boissons ou les produits de toilette.

L'Article 14 du Règlement (UE) No 524/2013 exige que les commerçants en ligne européens non seulement fournissent un lien vers la plateforme de RLL, mais également rendent ce lien accessible aux visiteurs sur leur site Internet. En s'inspirant des résultats de l'analyse du client mystère, le rapport fait mention des informations relatives à: 1) l'emplacement du lien vers le RLL, 2) la présentation et la fonctionnalité du lien, 3) la facilité d'accès au lien vers le RLL et 4) la disponibilité de l'adresse e-mail.

L'emplacement du lien vers le RLL

L'emplacement exact du lien sur le site Internet du commerçant peut avoir un effet direct sur la facilité avec laquelle le lien peut être trouvé. Les consommateurs peuvent être plus enclins à chercher le lien vers le RLL sur les pages traitant de la procédure de gestion des réclamations du commerçant ou du service client. Or, les résultats actuels indiquent que **la plupart des liens vers le RLL se trouvent dans les Conditions générales**. Dans 58 % des cas, le lien vers le RLL est situé dans la section Conditions générales du site Internet, suivi par les pages relatives à la *Gestion des réclamations* (14 %) et les sections *Informations juridiques* (11 %). En indiquant le lien vers le RLL dans les Conditions générales, il peut être difficile de le trouver du fait de l'abondance des informations fournies. Toutefois, une comparaison croisée des résultats actuels avec la perception des clients mystères de *la facilité à trouver le lien vers le RLL* infirme ce point. 78 % des clients mystères ont trouvé que le lien vers le RLL mentionné dans les Conditions générales était « facile » ou « très facile » à trouver.

Par ailleurs, **dans 82 % des cas, la section comprenant le lien vers le RLL est accessible depuis la plupart des pages du site Internet** (y compris les sites Internet affichant le lien vers le RLL sur leur page d'accueil), contre 11 % des cas seulement où les clients mystères ont estimé qu'il était difficile à trouver. Depuis la page d'accueil, les clients mystères ont dû en moyenne cliquer deux fois pour atteindre la page comprenant le lien vers le RLL. Ils ont été en mesure de se rendre à la section indiquant le lien vers le RLL via un bouton en bas de la page d'accueil (79 %), un lien situé en haut de la page d'accueil (10 %) ou via un menu de la page d'accueil (9 %). Pour 22 des sites examinés (2 %), il était impossible de se rendre à la section indiquant le lien vers le RLL depuis la page d'accueil¹².

La présentation et la fonctionnalité du lien vers le RLL

La présentation du lien vers le RLL peut également avoir un effet sur son accessibilité. Une bannière ou un lien vers le RLL précédé d'une introduction claire peut être plus facile à identifier par les consommateurs que des liens vers le RLL présentés de manière moins visible.

Les résultats actuels révèlent que **la grande majorité des commerçants en ligne examinés (91 %) fournissent le lien exact vers le site Internet du RLL** (à savoir, ec.europa.eu/consumers/odr) ou le lien vers la plateforme sous forme de mots dotés d'un lien hypertexte (p. ex. en cliquant sur le mot « RLL », les consommateurs sont redirigés vers la plateforme de RLL ; 9 %). Une bannière n'a été utilisée que sur quatre sites Internet pour rediriger les consommateurs vers la plateforme de RLL. Bien qu'il ait été globalement possible de cliquer sur les liens ou les bannières, cela n'a pas été le cas pour 18 % des sites Internet examinés.

Au-delà des facteurs susmentionnés, la facilité d'accès au lien vers le RLL a fait l'objet d'une nouvelle analyse en fonction d'un certain nombre de critères différents. L'accessibilité peut être fortement accrue en présentant l'URL exacte ou un mot doté d'un lien hypertexte, en soulignant le lien/texte et en le surlignant lors du passage de la souris ou avec les commandes du clavier. Les résultats indiquent que seuls 34 % des sites Internet examinés soulignent le lien/texte, alors qu'environ la moitié d'entre eux surlignent ou soulignent le lien/texte lors du passage de la souris (52 %) ou en utilisant les commandes du clavier (57 %).

¹² Dans ce cas, les clients mystères n'ont pas été en mesure de se rendre sur la page contenant le lien vers le RLL. La page n'était accessible que via le lien exact identifié lors du moissonnage du web.

Toutefois, la plupart des commerçants proposent le lien ou une bannière après une phrase introductive (91 %).

Bien que les commerçants doivent fournir un lien vers la plateforme de RLL sur leur site Internet, ils ne sont pas obligés de participer au processus de règlement en ligne des litiges et peuvent se tourner vers d'autres méthodes de règlement des litiges. **49 % des commerçants examinés émettent une déclaration sur leur intention d'avoir ou non recours à la plateforme de RLL.** La majorité de ces déclarations confirment la volonté des commerçants de participer à un règlement en ligne des litiges (68 %). Il n'en demeure pas moins qu'une proportion non négligeable de commerçants (18 %) déclarent ne pas être obligés ou ne pas avoir l'intention de participer au processus de RLL. Ceci est particulièrement vrai en Allemagne (92 % des 66 commerçants).

La facilité d'accès au lien vers le RLL

La facilité d'accès au lien vers le RLL peut être mesurée de deux manières différentes. Tout d'abord, les clients mystères ont évalué la facilité avec laquelle ils ont pu accéder aux informations relatives au RLL sur une échelle de 1 à 7 (« très difficile » à « très facile »). Le fait de se baser uniquement sur des estimations subjectives risque de surestimer l'accessibilité du lien vers le RLL, puisque les clients mystères ont acquis de l'expérience dans l'identification de l'emplacement du lien au fur et à mesure de l'expérience. C'est pourquoi les sites Internet ont également été évalués en se basant sur les résultats de l'expérience des clients mystères relatifs 1) au nombre de clics nécessaires pour se rendre sur le lien vers le RLL depuis la page d'accueil, 2) à la section du site où se trouve le lien vers le RLL, 3) à la facilité d'accès du lien via la page d'accueil et via d'autres pages du site Internet et 4) à la présentation du lien vers le RLL^{13, 14}

Dans l'ensemble, les clients mystères **ont estimé que le lien vers le RLL était facile d'accès** (critère subjectif). Pour 75 % des sites examinés, les clients mystères ont estimé qu'il était facile ou très facile de trouver le lien vers le RLL. La facilité d'accès du lien vers le RLL a été perçue comme plus importante pour les petits commerçants et les commerçants de taille moyenne que pour les commerçants de grande taille. Les conclusions font également état de différences d'un pays et d'un secteur à l'autre. En moyenne, l'identification de l'emplacement du lien vers le RLL a été perçue comme plus facile sur les sites des commerçants allemands (93 %) et suédois (90 %), alors que la tâche était plus difficile sur les sites des commerçants néerlandais (61 %). Les résultats pour les 3 principaux sites Internet¹⁵ par pays indiquent une bonne accessibilité pour les sites Internet en Belgique, en Croatie, en République tchèque, aux Pays-Bas, en Roumanie, en Slovénie et en Suède, contre une mauvaise accessibilité du lien vers le RLL pour les principaux commerçants en Irlande, à Chypre et à Malte. De plus, les résultats par secteur indiquent que le lien vers le RLL est plus accessible pour les commerçants des secteurs des « Pièces détachées et accessoires pour véhicules » (85 %) et du « Divertissement » (83 %). Inversement, pour plus de la moitié des sites Internet du secteur des « Services publics », la facilité d'accès au lien vers le RLL a été perçue comme mauvaise.

Les conclusions de l'évaluation de la facilité d'accès indiquent que pour **près des deux tiers des commerçants en ligne examinés (64 %), le lien vers le RLL n'est que modérément accessible.** Sur 26 % des sites Internet, le lien vers le RLL est facile d'accès, tandis que sur 10 % des sites Internet, il est jugé difficile d'accès.

Lorsque la taille du commerçant est prise en compte dans le cadre de cette approche plus objective, les résultats indiquent que le lien vers le RLL est légèrement plus accessible sur les sites des commerçants de

¹³ Se référer au chapitre 4.2.3.2 du rapport pour une description détaillée de la méthode de notation.

¹⁴ La notation est un résumé des éléments pouvant le plus influencer la facilité d'accès au lien vers le RLL sur un site Internet, décrits dans les sections « L'emplacement du lien vers le RLL » et « La présentation et la fonctionnalité du lien vers le RLL ». Bien qu'elle soit plus objective que la facilité d'accès perçue, l'évaluation de ces éléments repose également sur l'évaluation des clients mystères.

¹⁵ Les 3 principaux commerçants en termes de trafic web dans l'UE (le principal commerçant pour Malte et Chypre)

plus petite taille (36 % des sites étaient notés comme étant « facile d'accès ») que sur ceux des commerçants de plus grande taille (23 %).

Par ailleurs, toujours selon l'approche plus objective, les résultats par pays révèlent que, parmi les États membres étudiés, le lien vers le RLL est le plus accessible sur les sites Internet des commerçants danois (60 % des sites se voient attribuer la mention « facile d'accès »), et le moins accessible sur les sites des commerçants suédois (20 % des sites se voient attribuer la mention « difficile d'accès »). En ce qui trait aux sites Internet des trois plus grands commerçants proposant un lien vers le RLL dans chacun des pays, il en découle que l'ensemble des principaux commerçants de Roumanie et de Chypre proposent un lien vers le RLL facile d'accès et que la plupart des principaux commerçants au Portugal et en Hongrie proposent un lien vers le RLL difficile d'accès.

D'après les résultats de l'approche plus objective de l'accessibilité par secteur, les commerçants du secteur des « *Services de paiement* » (69 %) proposent le lien vers le RLL le plus accessible aux visiteurs de leurs sites Internet, contre seulement 5 % des sites Internet du secteur du « *Transport aérien* », qui présentent un lien vers le RLL facile d'accès. Par ailleurs, les sites des commerçants du secteur du « *Transport aérien* » sont également ceux qui ont le plus souvent reçu la note « difficile d'accès » (33 %).

La disponibilité de l'adresse e-mail

Conformément aux résultats du moissonnage du web, **la plupart des commerçants en ligne examinés fournissent une adresse e-mail (89 %)**. À noter que 77 % des commerçants en ligne fournissent une adresse e-mail sur la même page que la mention du lien vers le RLL, rendant la tâche plus facile aux consommateurs désireux d'avoir accès à toutes les informations que les commerçants en ligne doivent publier au même endroit, conformément au Règlement (UE) No 524/21013. De même, les clients mystères ont généralement trouvé qu'il était facile de trouver l'adresse e-mail du commerçant. Néanmoins, 11 % des commerçants examinés n'ont pas fourni d'adresse e-mail.

FR PDF	Catalogue number: DS-02-18-415-FR-N	ISBN: 978-92-79-81204-0	doi: 10.2838/180490
--------	-------------------------------------	-------------------------	---------------------

