

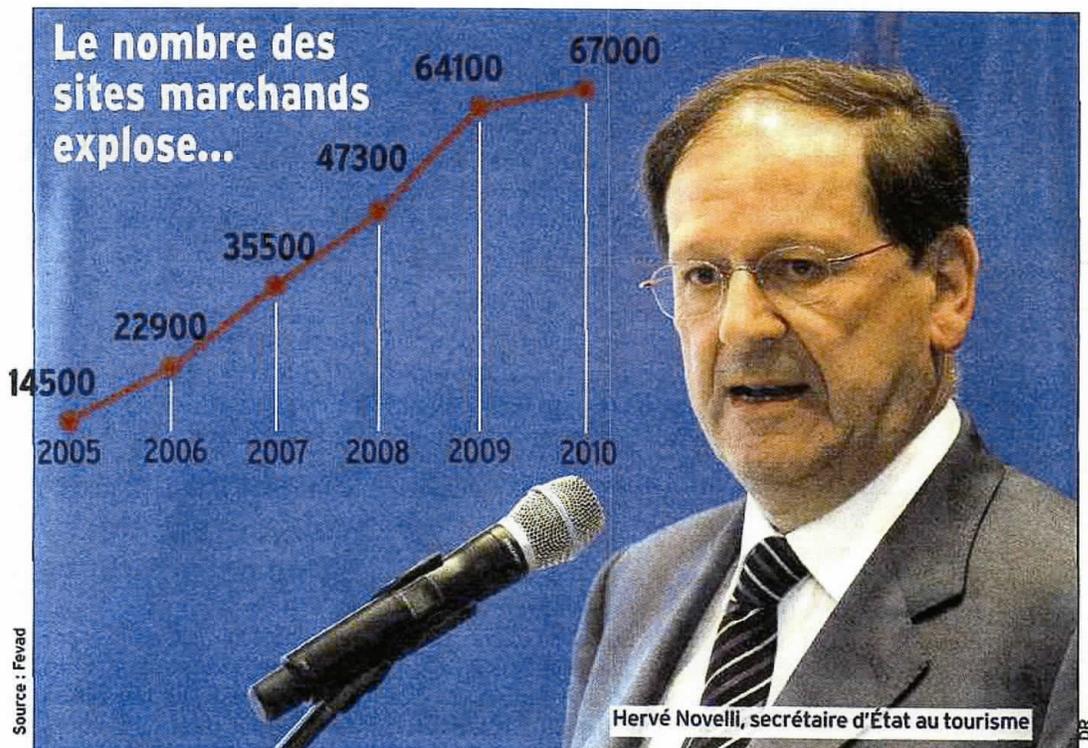
Le fait du jour

Cet été, 429 sites contrôlés, 87 sont dans l'irrégularité

Fraudes sur le Net : l'État passe à l'action

- › Encore trop de tarifs annoncés qui ne correspondent pas à la facture finale.
- › Hervé Novelli parle de tolérance zéro vis-à-vis des pratiques abusives.
- › Nouvelle vague de contrôles à l'occasion des vacances de la Toussaint et Noël.

La DGCCRF (direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes) ne relâche pas ses efforts. Cet été encore, elle a piloté l'Opération interministérielle vacances afin de lutter contre les pratiques déloyales, les abus ou infractions à l'égard des estivants. Fin août, 111 300 vérifications ont été menées dans près de 28 000 établissements. Elles ont débouché sur la constatation de 11 800 anomalies. Trois thématiques fortes font l'objet d'une attention particulière de la DGCCRF : l'écotourisme et le tourisme vert, la sécurité des loisirs de nature ou émergents (quad, accrobranche, saut à l'élastique...), et offres de "vacances pas chères" sur Internet. Sur ce dernier point, l'organisme fait savoir qu'il a contrôlé 429 sites, qui ont donné lieu à 79 rappels à la réglementation



Le nombre de sites marchands ne cesse d'augmenter. Celui propre au e-tourisme également, accroissant du coup, le risque de pratiques abusives. Malheureusement, la Fevad (Fédération du e-commerce et de la vente à distance) ne dispose pas de chiffres caractéristiques à chaque secteur d'activité.

et 8 procès-verbaux. Les manquements concernent en particulier les offres à prix attractifs qui s'avèrent très difficiles à trouver sur le site, voire inexistantes. Les contrôles ont aussi mis en évidence des cas de sociétés dont les tarifs annoncés initialement étaient différents des montants réellement exigés à la fin de la commande. Même si cette pratique a tendance à diminuer, il n'est pas rare en effet de voir certains voyageurs ne pas tenir compte dans leurs annonces, des taxes aéroport, hausse carburant ou frais de dossier. Et quand on sait qu'aux yeux du client, la quête de la bonne affaire l'emporte sur certaines règles de prudence et de méfiance... La boucle est bouclée. "Pour répondre aux exigences de la DGCCRF en matière de transparence des prix, nous proposons des offres en TTC qui comprennent les taxes aéroport, les frais de dossier. Le prix affiché correspond ainsi bien au prix final payé par le client" affirme Guillaume Cussac, DG

d'Eboobers.fr. Fabrice Dariot, président de Bdv.fr, lui aussi n'a rien à cacher, "sur mon site, j'affiche tout : mon adresse, mon numéro de téléphone, le nom de l'éditeur, de l'expert-comptable, du commissaire aux comptes, mon numéro d'agrément Iata, ma licence, police d'assurance..." aime-t-il à rappeler. Lors de son intervention sur le bilan touristique de cet été, Hervé Novelli, secrétaire d'État au tourisme, a rappelé que "l'État ne tolérera pas la poursuite de pratiques trompeuses" et que pour les vacances de la Toussaint et de Noël, la DGC-CRF multiplierà à nouveau les contrôles des sites Internet. Les agences de voyages, elles, n'ont pas ce souci. Elles jouent la totale transparence avec leurs clients.

DS

david.savary@quotidiendutourisme.com

Éclairage

Le Royaume-Uni surveillera la pub en ligne dès le 1^{er} mars 2011

» Trop c'est trop. L'Advertising Standards Authority (ASA), organisme chargé de surveiller toutes les opérations marketing et publicitaires au Royaume-Uni, passe en mode offensif. L'ASA vient en effet d'annoncer qu'à partir du 1^{er} mars 2011, elle fera la traque aux publicités mensongères ou peu claires sur le Web. Les entreprises de voyages notamment, n'ont qu'à bien se tenir. Surveillant jusqu'à présent la publicité "papier" et télé seulement, l'organisme étend à présent son pouvoir à l'Internet. Outre les sites officiels d'opérateurs affichant de fausses opérations marketing, il analysera et sanctionnera également toute communication illégale sur les sites de réseaux sociaux tels que Facebook ou Twitter. Les sites Internet dans le secteur du voyage mais pas seulement sont prévenus. Ils ont jusqu'au 1^{er} mars prochain pour se mettre au diapason des règles en vigueur en matière de communication marketing et de publicité. Après cette date, les sanctions seront lourdes. Lord Chris Smith, président de l'Advertising Standards Authority, explique à quel point, il devenait urgent d'appliquer de nouvelles mesures. "Depuis 2008, nous avons enregistré plus de 4 500 plaintes de consommateurs ayant eu des problèmes avec des sites Internet en infraction. Malheureusement, nous n'étions pas autorisés à intervenir. Mais à partir du 1^{er} mars prochain, les règles du jeu vont changer et quiconque se sentira lésé par une opération de communication en ligne, pourra faire appel à nos services". Notez enfin que l'expansion de la mission de l'ASA a été partiellement financée par un don de 200 000 £ provenant du moteur de recherche géant Google. Marrant non ?

SD