



## Signature du protocole de coopération pour la protection des données personnelles des consommateurs sur internet

*Jeudi 6 janvier 2011*

Dossier de presse

<http://www.economie.gouv.fr>  
<http://www.cnil.fr>



FREDERIC LEFEBVRE,  
SECRETAIRE D'ÉTAT CHARGE DU COMMERCE, DE  
L'ARTISANAT, DES PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES,  
DU TOURISME, DES SERVICES, DES PROFESSIONS  
LIBERALES ET DE LA CONSOMMATION

ALEX TÜRK,  
PRESIDENT DE LA COMMISSION NATIONALE DE  
L'INFORMATIQUE ET DES LIBERTÉS

## *Communiqué de presse*

[www.economie.gouv.fr](http://www.economie.gouv.fr)

## *Communiqué de presse*

[www.cnil.fr](http://www.cnil.fr)

Paris, le 6 janvier 2011  
N° 104

### **Frédéric LEFEBVRE et Alex TÜRK signent un protocole de coopération pour la protection des données personnelles des consommateurs sur Internet**

Le développement du commerce électronique s'accompagne d'une inquiétude des consommateurs sur Internet quant à la protection des données personnelles qu'ils communiquent au moment de leurs achats.

Frédéric LEFEBVRE, secrétaire d'État chargé de la Consommation, Alex TÜRK, Président de la CNIL et Nathalie HOMOBONO, Directrice Générale de la DGCCRF ont signé, le jeudi 6 janvier 2011, un protocole de coopération destiné à renforcer la protection des données personnelles des consommateurs.

Concrètement, le nouveau dispositif permettra l'échange d'informations entre les deux autorités afin de renforcer leurs actions de contrôle. Ainsi, la CNIL se verra communiquer les manquements à la loi « Informatique et Libertés » constatés par les enquêteurs du Service national d'enquête (SNE) de la DGCCRF lors de leurs contrôles. Sur la base de ces informations, la CNIL pourra alors utiliser de ses pouvoirs de contrôle et de sanction.

La CNIL est l'autorité en charge de la protection des données à caractère personnel. A ce titre, elle dispose d'un pouvoir de contrôle sur place et d'un pouvoir de sanction. Au sein du SNE, le Centre de surveillance du commerce électronique (CSCE), composé d'une équipe spécialisée de cyber-enquêteurs, veille à la protection des consommateurs sur Internet. Il conduit son action autour de trois priorités : l'identification claire des propriétaires des sites, l'information loyale des consommateurs et l'absence de produits dangereux. En 2010, les agents de la DGCCRF ont ainsi effectué près de 10 000 contrôles sur 9 000 sites de commerce électronique.

Les manquements à la Loi « Informatique et Libertés » qui seront transmis à la CNIL concernent :

- la collecte illicite et déloyale de données (p. ex. données recueillies auprès de très jeunes mineurs sans le consentement des parents) ;
- le défaut de proportionnalité dans les données collectées (p. ex. information sur l'environnement familial sans lien avec le produit ou le service acheté) ;
- la collecte de données sensibles (p. ex. la collecte de l'orientation sexuelle ou politique sans le consentement de l'acheteur...) ;
- l'absence de mesures de sécurité (p. ex. informations laissées librement accessibles sur un site par un tiers...) ;

- l'absence d'information des personnes sur l'exploitation des données personnelles (formulaire de collecte de données ne comprenant pas les mentions d'information obligatoires).

**Frédéric LEFEBVRE a réaffirmé que la protection des données individuelles est une des préoccupations principales du consommateur en ligne et l'un des enjeux majeurs de la régulation d'internet et qu'il veillerait à ce que la protection des données et de la vie privée soit garantie lors des achats en ligne. « C'est une question essentielle et non-négociable de liberté individuelle », a-t-il indiqué.**

**Contacts presse :**

Cabinet de Frédéric LEFEBVRE - Sophie LE MOUËL : 01 53 18 40 61

DGCCRF - Marie TAILLARD : 01 44 97 23 91

CNIL – Elsa TROCHET-MACE : 01 53 73 22 48



FREDERIC LEFEBVRE,  
SECRÉTAIRE D'ÉTAT CHARGÉ DU COMMERCE, DE L'ARTISANAT, DES PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES,  
DU TOURISME, DES SERVICES, DES PROFESSIONS LIBÉRALES ET DE LA CONSOMMATION  
AUPRÈS DU MINISTRE DE L'ÉCONOMIE, DES FINANCES ET DE L'INDUSTRIE

*Communiqué de presse*

*Communiqué de presse*

[www.economie.gouv.fr](http://www.economie.gouv.fr)

Paris, le 6 janvier 2011

**Intervention de Frédéric LEFEBVRE  
à l'occasion de la signature du protocole  
de coopération entre la CNIL et la DGCCRF  
sur la protection des données personnelles  
des consommateurs sur internet**

Seul le prononcé fait foi

Monsieur le Président, Cher Alex,

Madame la Directrice Générale, Chère Nathalie Homobono,

Mesdames et Messieurs,

Je recevais ce lundi le Président de la FEVAD, M. Momboisse et nous nous sommes réjouis des très bons résultats du e-commerce pour l'année 2010. Sans avoir encore les chiffres définitifs, nous pouvons déjà espérer une croissance annuelle de l'ordre de 25% pour le secteur, son chiffre d'affaire s'élevant à 31 Mds d'euros pour l'année 2010.

Cette croissance très forte traduit l'engouement des Français pour le commerce en ligne. Mais il ne doit pas cacher la défiance que suscite le e-commerce chez certains consommateurs.

Une part grandissante de nos achats quotidiens passe par Internet. Pour remplir notre frigo, pour acheter des vêtements, des livres, pour réserver une place de spectacle ou un billet de train, nous sommes tous devenus des e-consommateurs et nous le deviendrons de plus en plus. Aussi, je veux que la sérénité et la sécurité des achats en ligne soit garantie pour tous.

Chacun y gagnera, les consommateurs, comme les commerçants !



Le service après-vente, les services de communication électronique, le paiement en ligne sont de formidables atouts dans le e-commerce. Pour bénéficier de ces avancées, le consommateur doit communiquer de plus en plus d'informations personnelles. Mais que deviennent-elles ensuite ?

Cette inquiétude, elle se diffuse. Elle grandit. Elle va de pair avec le sentiment, en partie justifié, que le développement des nouvelles technologies intenterait à la vie privée.

Nous en avons la preuve tous les jours avec ces démarches publicitaires dont les consommateurs sont l'objet. Au-delà des sollicitations abusives sur Internet, ou sur nos téléphones portables, les consommateurs ont trop souvent l'impression d'être « ciblés » ou « profilés » par des annonceurs. Je pense notamment à « Facebook » où les utilisateurs renseignent leurs profils sans avoir conscience de les communiquer à des professionnels.

Lieu de résidence, genre, âge, religion, situation familiale, sensibilité politique,... Autant de critères qui permettent ensuite aux annonceurs de cibler très précisément la diffusion de leurs campagnes.

La protection des données individuelles est une des préoccupations principales du consommateur en ligne et l'un des enjeux majeurs de la régulation d'Internet.

**Aujourd'hui, l'efficacité de la protection des données et de la vie privée doit être absolument garantie. C'est une question essentielle et non-négociable de liberté individuelle.**

Je milite depuis longtemps en faveur de la protection des individus sur Internet. C'est un sujet qui me tient particulièrement à cœur. Vous le savez.

Internet est un espace d'échange formidable. Un espace qui a simplifié notre quotidien à tous. Mais, cet espace doit continuer à se développer dans le respect de la liberté individuelle, dans le respect de la personne humaine.

Bref, je veux que l'on trouve une façon de rendre le Net plus responsable.

Comme j'ai souvent eu l'occasion de le souligner, cette question doit être traitée au niveau international, car, nous le savons tous, l'Internet n'a pas de frontière. Il est temps que les responsables internationaux construisent ensemble une régulation globale d'Internet. De la même façon que la régulation financière doit être conçue et mise en œuvre à l'échelle mondiale, la protection de l'individu sur Internet doit être conçue et mise en œuvre par la communauté internationale. On ne peut que se réjouir que la France soit en pointe dans la mise en place d'une régulation.



**Je me félicite que ce sujet soit à l'ordre du jour de la présidence française du G8. Cela pourrait être l'occasion d'aborder certains thèmes, notamment la lutte contre la cybercriminalité.**

A l'échelon national, je veux que ce sujet fasse partie des priorités de la protection du consommateur.

Afin de renforcer la protection des internautes, le principe d'une coopération entre la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes et la Commission nationale de l'informatique et des libertés a été rapidement arrêté après mon entrée en fonction. Le protocole que nous allons signer formalise aujourd'hui cette importante collaboration.

Concrètement, de quoi s'agit-il ?

Les agents de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes, relèveront, au cours de leurs missions, les manquements à la loi informatique et libertés. Et ils les signaleront à la CNIL pour qu'elle puisse prendre les sanctions appropriées.

En clair, nous simplifions le chemin du contrôle à la sanction. Une sanction plus rapide ; un consommateur mieux protégé.

Aujourd'hui, les agents de la DGCCRF contrôlent déjà que la prospection directe des consommateurs ait fait l'objet d'un consentement préalable explicite. Nous refusons que les consommateurs soient profilés à leur insu. Par des automates d'appel, par des télécopieurs ou par des services de messagerie !

Demain, l'utilisation de données personnelles par les professionnels fera l'objet de contrôles beaucoup plus larges de la part du service national des enquêtes de la DGCCRF :

- Conditions d'utilisation ;
- Formalités préalables ;
- Obligations incomptant aux professionnels.

Le centre de surveillance du commerce électronique qui effectue chaque année près de 10 000 contrôles sur 9 000 sites de commerce électronique y apportera toute sa vigilance et toute sa compétence.

Je me réjouis de ce développement de la coopération entre la DGCCRF et la CNIL, qui est, j'en suis convaincu, un excellent moyen de renforcer concrètement et au quotidien la protection des données personnelles du consommateur.



Mais je suis résolu à aller plus loin encore : je vais proposer dans les jours qui viennent de nouvelles mesures pour renforcer cette protection. **Il me semblerait notamment utile de renforcer la collaboration que nous officialisons aujourd’hui en inscrivant dans la loi l’habilitation des agents de la DGCCRF à constater les manquements à la loi informatique. Ces constats auraient ainsi une force juridique et permettraient à la CNIL de prendre directement les sanctions appropriées.**

Je me rendrai le 21 Janvier prochain au Centre de surveillance du commerce électronique de Morlaix, ce sera l’occasion de vous parler à nouveau de la protection des données personnelles des consommateurs et des actions que je souhaite mener pour renforcer le contrôle et la régulation d’Internet.

Je vous remercie.

Contact presse :

**Sophie LE MOUËL**, Conseillère chargée de la presse et de la communication  
Téléphone : +33 (0)1 53 18 40 61 - Mél : [sophie.le-mouel@cabinets.finances.gouv.fr](mailto:sophie.le-mouel@cabinets.finances.gouv.fr)

# **Signature du protocole de coopération pour la protection des données personnelles des consommateurs**

*> 6 janvier 2011*

## **Protocole général de coopération entre la Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés et la Direction Générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes**

L'évolution actuelle de la consommation est marquée par le passage progressif d'une économie de biens à une économie de services, par la généralisation des nouvelles technologies de l'information et de la communication, par le développement du commerce électronique et par la circulation planétaire des données. Dans de nombreuses situations (service après-vente, service de communications électroniques, utilisation d'un moyen de paiement...); l'exécution d'un contrat passé avec un consommateur ne se conçoit pas sans la communication de données personnelles le concernant.

Dans sa résolution du 20 mai 2008, le Parlement européen a recommandé que « les règles de protection des données et de la vie privée soient incluses dans toute stratégie visant le consommateur ». La question de cette protection se pose aux différents stades par lesquels passent les données (collecte, traitement, conservation, utilisations multiples...). Des améliorations de cette protection doivent y être recherchées quels que soient les modes de communication et supports matériels utilisés (papier, téléphone ou internet).

Dans un avis du 18 mai 2010 sur la protection des données personnelles des consommateurs, le Conseil National de la Consommation a formulé 27 propositions visant à améliorer les garanties et l'effectivité de cette protection.

La CNIL est l'autorité en charge de veiller à la protection des données à caractère personnel. A ce titre, elle dispose notamment d'un pouvoir de contrôle et de sanction.

La DGCCRF est l'administration en charge de la protection du consommateur et de la régulation concurrentielle des marchés. A ce titre, elle veille à la protection économique du consommateur et à la sécurité des produits et des services.

Le développement de la coopération entre la DGCCRF et la CNIL apparaît comme une condition favorable au renforcement de la protection des données personnelles privées des consommateurs.

# **Signature du protocole de coopération pour la protection des données personnelles des consommateurs**

**> 6 janvier 2011**

## **I – CADRE GENERAL DE LA COOPERATION**

La coopération entre la DGCCRF et la CNIL en matière de protection des données personnelles des consommateurs concernera principalement la sensibilisation des consommateurs et des professionnels ainsi que la collecte d'information relative au non-respect éventuel de la protection des données personnelles des consommateurs.

D'une façon générale, le protocole vise à définir le cadre de la coopération en précisant ses modalités, les points de contacts au sein des deux structures, les moyens de communication ainsi que le suivi des actions.

## **II – STRUCTURES DE LA COOPERATION**

### **2.1. Au sein de la CNIL : le service des contrôles**

Le service des contrôles est en charge d'effectuer les opérations de vérification sur place prévues par la loi.

A ce titre, il assure la liaison avec les autorités susceptibles de transmettre à la CNIL des éléments pouvant conduire à la réalisation de contrôles ou avec lesquelles des opérations de contrôle communes peuvent être diligentées en application de conventions ou de protocoles.

### **2.2. Au sein de la DGCCRF : le service national des enquêtes, un partenaire privilégié**

La DGCCRF dispose de près de 3000 enquêteurs répartis sur l'ensemble du territoire national. Ils réalisent des contrôles dans les entreprises et ponctuellement sur les sites relevant du commerce électronique.

Au sein de la DGCCRF, le service national des enquêtes (SNE), créé par un décret du 23 décembre 2009, est composé d'environ 70 agents à compétence nationale répartis sur l'ensemble du territoire. Il dispose d'une unité de renseignement analysant les indices transmis, ainsi que du centre de surveillance du commerce électronique (CSCE), équipe spécialisée dans les contrôles relevant du commerce électronique, qui effectue chaque année près de 10 000 contrôles sur 8000 sites de commerce électronique.

# **Signature du protocole de coopération pour la protection des données personnelles des consommateurs**

*> 6 janvier 2011*

## **III - PRINCIPES DE LA COOPERATION**

### **3.1. Les échanges d'informations**

#### **3.1.1. La nature des échanges d'informations**

Les agents de la DGCCRF et en particulier ceux du SNE relèveront, au cours de leurs enquêtes, les signalements susceptibles de constituer des infractions en matière de protection des données personnelles sanctionnables par la CNIL et les transmettront à la structure interne de la CNIL désignée pour recevoir ces informations.

Une liste des comportements intéressant la CNIL est jointe en annexe 1 du présent protocole.

Lorsque la CNIL, à l'occasion de l'instruction d'une saisine ou de la réalisation d'un contrôle, aura connaissance de pratiques susceptibles d'être contraires aux dispositions relevant de la compétence de la DGCRF, elle les lui communiquera.

#### **3.1.2. Le support des échanges d'informations**

L'échange d'informations entre le SNE et la CNIL s'effectue au moyen d'une fiche de liaison, dont le modèle figure en annexe 2.

Elle sera transmise par courrier électronique par l'intermédiaire des boîtes fonctionnelles de chaque structure sur un modèle identique et facilement identifiable.

Ce document comporte deux volets :

- transmission d'informations d'un service à l'autre, avec accusé de réception à retourner, indiquant la nature des suites envisagées.
- résultats des investigations menées sur la base de ces informations. Le service destinataire s'attache à rechercher au sein de son propre réseau les suites données afin d'en informer l'émetteur.

Cette fiche est le support privilégié de l'échange d'informations entre les deux structures. Elle n'interdit cependant pas d'autres échanges par tout support (téléphone, télécopie, mél).

# **Signature du protocole de coopération pour la protection des données personnelles des consommateurs**

*> 6 janvier 2011*

## **3.2. Missions d'information, de réflexion et de contrôle**

Les autorités partenaires peuvent décider, en concertation, la réalisation de missions d'information, de réflexion ou de contrôle sur des thèmes ou des dossiers particuliers d'intérêt commun. Ces missions peuvent être conduites de façon conjointe.

Les autorités partenaires demeurent responsables, chacune en ce qui la concerne, du respect des procédures fixées par les textes applicables.

## **3.3. Sensibilisation et formation**

La mise en œuvre de ces objectifs sera facilitée par la mise en place d'actions communes de formation professionnelle.

Une évaluation des besoins en formation des enquêteurs de la DGCCRF, et en particulier du SNE, pour le signalement d'infractions en matière de données personnelles prévues par le code pénal et le code des postes et des communications électroniques sera réalisée dans un délai de 2 mois à compter de la signature du présent protocole.

La CNIL s'engage à assurer une formation initiale des enquêteurs du SNE, qui pourront à leur tour former les autres enquêteurs de la DGCCRF potentiellement concernés.

## **IV – ACTIONS DE COMMUNICATION COMMUNES**

Les deux entités s'attachent, dans les domaines relevant du champ du présent protocole, à favoriser une communication concertée et à développer des opérations communes auprès des différents médias, à l'adresse des consommateurs et des professionnels notamment.

La dimension médiatique fera l'objet d'une concertation étroite entre les deux structures.

# **Signature du protocole de coopération pour la protection des données personnelles des consommateurs**

*> 6 janvier 2011*

## **V - SUIVI DE L'APPLICATION DU PROTOCOLE**

Un bilan annuel de la mise en œuvre du présent protocole sera élaboré conjointement :

- pour la DGCCRF : par le chef du Service National des Enquêtes ;
- pour la CNIL : par le chef du service des contrôles

Une fiche reprenant les éléments statistiques complétés d'éléments permettant une évaluation exhaustive de la coopération menée au niveau national sera élaborée à cette occasion.

Signé à PARIS, le , en double exemplaire.

**En présence du Secrétaire d'Etat chargé du commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme, des services et de la consommation**

Frédéric LEFEBVRE

Le Président de la Commission  
Nationale de l'Informatique et des  
Libertés

La Directrice Générale  
de la Concurrence, de la  
Consommation,  
et de la Répression des Fraudes

Alex TÜRK

Nathalie HOMOBONO

# Signature du protocole de coopération pour la protection des données personnelles des consommateurs

> 6 janvier 2011

## Annexe 1. Liste des manquements à la loi « Informatique et libertés » pouvant être transmis à la CNIL

collecte illicite et déloyale de données :

*Texte de référence : article 6 1° de la loi : « Un traitement ne peut porter que sur des données à caractère personnel qui satisfont aux conditions suivantes : (...) Les données sont collectées et traitées de manière loyale et licite ».*

Exemples :

- collecte de données directement auprès de mineurs de moins de 13 ans ;
- collecte de données sur des tiers par rapport à l'internaute invité à répondre.

défaut de proportionnalité dans les données collectées par les sites web auprès des internautes

*Texte de référence : article 6 3° de la loi : « Un traitement ne peut porter que sur des données à caractère personnel qui satisfont aux conditions suivantes : (...) Elles sont adéquates, pertinentes et non excessives au regard des finalités pour lesquelles elles sont collectées et de leurs traitements ultérieurs ».*

Exemples :

- collecte d'informations sur l'environnement familial à l'occasion d'un achat ;
- collecte du NIR dans le cadre de la procédure de recrutement, etc.

collecte de données dites « sensibles »

*Texte de référence : article 8 de la loi : « Il est interdit de collecter ou de traiter des données à caractère personnel qui font apparaître, directement ou indirectement, les origines raciales ou ethniques, les opinions politiques, philosophiques ou religieuses ou l'appartenance syndicale des personnes, ou qui sont relatives à la santé ou à la vie sexuelle de celles-ci ».*

Exemples :

- collecte de l'orientation sexuelle des personnes sans leur consentement ;
- collecte de leur orientation politique, sans leur consentement.

# Signature du protocole de coopération pour la protection des données personnelles des consommateurs

> 6 janvier 2011

absence de mesures de sécurité :

*Texte de référence : article 34 de la loi : « Le responsable du traitement est tenu de prendre toutes précautions utiles, au regard de la nature des données et des risques présentés par le traitement, pour préserver la sécurité des données et, notamment, empêcher qu'elles soient déformées, endommagées, ou que des tiers non autorisés y aient accès ».*

Exemples :

- données sur des consommateurs librement accessibles par l'intermédiaire d'un site web ;
- absence de chiffrement lors d'un paiement sur internet.

absence d'information des personnes :

*Texte de référence : article 32 I. de la loi : « La personne auprès de laquelle sont recueillies des données à caractère personnel la concernant est informée, sauf si elle l'a été au préalable, par le responsable du traitement ou son représentant :*

- 1° *De l'identité du responsable du traitement et, le cas échéant, de celle de son représentant ;*
- 2° *De la finalité poursuivie par le traitement auquel les données sont destinées ;*
- 3° *Du caractère obligatoire ou facultatif des réponses ;*
- 4° *Des conséquences éventuelles, à son égard, d'un défaut de réponse ;*
- 5° *Des destinataires ou catégories de destinataires des données ;*
- 6° *Des droits qu'elle tient des dispositions de la section 2 du présent chapitre ;*
- 7° *Le cas échéant, des transferts de données à caractère personnel envisagés à destination d'un État non membre de la Communauté européenne.*

*Lorsque de telles données sont recueillies par voie de questionnaires, ceux-ci doivent porter mention des prescriptions figurant aux 1°, 2°, 3° et 6° ».*

Exemple :

- formulaire de collecte de données sans information.

# Signature du protocole de coopération pour la protection des données personnelles des consommateurs

> 6 janvier 2011

## Annexe 2. Fiche de liaison DGCCRF-CNIL

Numéro de la fiche	F2011001 (F:fiche, 2011 année de création et 001 numéro d'ordre de la fiche)
Nom de l'agent de traitement	
Date de création	
Date des constats réalisés	
Support	Sur un site web, lors d'un contrôle sur place...
Identification du site	http:// adresse IP nom hébergeur pays hébergeur
Identification de l'entreprise	Raison sociale Adresse RCS Coordonnées téléphoniques
Infractions concernées	Reprendre l'article et l'alinéa de la loi de 1978 concernés
Commentaires	
Pièces jointes	Copie écran des constats réalisés Rappel du contexte : précision de l'origine de l'enquête (initiative, plainte ou autre)

# **Signature du protocole de coopération pour la protection des données personnelles des consommateurs**

*> 6 janvier 2011*

## **Présentation de la Commission nationale de l'informatique et des libertés**



La CNIL est l'autorité en charge de la protection des données à caractère personnel. A ce titre, elle dispose d'un pouvoir de contrôle sur place et d'un pouvoir de sanction.

Afin de remplir cette mission, la CNIL est dotée d'un service des contrôles qui comprend une quinzaine de personnes, juristes et informaticiens.

La CNIL a effectué en 2010 plus de 300 contrôles sur l'ensemble du territoire, dont près d'une centaine ont porté sur les conditions de mise en œuvre des fichiers comprenant des données de clients ou de consommateurs. Ces contrôles ont notamment permis de vérifier la pertinence des données collectées, leur durée de conservation ou encore les informations délivrées aux personnes afin qu'elles puissent s'opposer à la transmission de leurs données à des tiers.

Au total, en 2010, 40% des contrôles effectués ont donné lieu à l'ouverture d'une procédure de sanction.

Le protocole signé entre la CNIL et la DGCCRF va permettre de renforcer la protection des consommateurs en permettant un échange d'informations entre les deux autorités.

En particulier, la CNIL pourra s'appuyer sur la compétence des enquêteurs du service national d'enquête de la DGCCRF qui lui transmettront les pratiques non conformes à la loi "informatique et libertés". Sur la base de ces informations, la CNIL pourra alors utiliser l'ensemble de ses pouvoirs de contrôle et de sanction.

# **Signature du protocole de coopération pour la protection des données personnelles des consommateurs**

*> 6 janvier 2011*

## **Le Service National des Enquêtes Le CSCE à Morlaix**

Au sein du Service National des Enquêtes de la DGCCRF, le CSCE est plus particulièrement chargé de la surveillance du commerce électronique. Les enquêteurs de Morlaix assurent une surveillance des pratiques commerciales des opérateurs sur internet et s'appuient sur des cyber-enquêteurs spécialisés, basés dans les 7 antennes du SNE réparties sur le territoire national, pour poursuivre sur le terrain les actions initiées à Morlaix.

Le CSCE conduit des enquêtes dans le secteur du commerce électronique qui ne peuvent, de par leur complexité ou la diversité géographique des opérateurs, être effectuées en département. Il a une capacité d'initiative pour la réalisation des contrôles à partir des indices qu'il détecte.

La mission du CSCE comprend deux aspects :

une activité de veille « généraliste » technologique ou commerciale, qui a pour objectif d'anticiper les problèmes soulevés par la commercialisation de nouveaux produits ou services et d'identifier les secteurs qui génèrent des litiges récurrents ;

une activité de « veille/contrôle » déclinée par secteurs ou activités ; cette activité est orientée vers les offreurs des secteurs du e-commerce et la e-publicité. Les agents assurent cette « veille/contrôle » permanente auprès des intervenants de 14 grands secteurs d'activité liés au développement de l'internet ou fortement présents sur le Web marchand.

## **Signature du protocole de coopération pour la protection des données personnelles des consommateurs**

*> 6 janvier 2011*

Le CSCE conduit son action autour de trois priorités :

- 1 – veiller au respect des obligations permettant l'identification des offreurs ;
- 2 – permettre aux consommateurs de bénéficier d'une information loyale ;
- 3 – s'assurer que des produits dangereux ne sont pas proposés sur le marché national.

Il est aussi chargé de la réalisation d'enquêtes communautaires ou internationales : coopération entre Etats membres en matière de protection du consommateur (règlement 2006/2004), investigations simultanées sur internet dans les Etats membres (opération « sweep »), recherches internet liées aux alertes communautaires.

## **| Le bilan de l'activité 2010**

En 2010, les agents de la DGCCRF ont effectué 10 582 contrôles sur 9 328 sites, dont la moitié par les enquêteurs du CSCE et les cyber-enquêteurs du SNE. Plus du tiers de ces contrôles ont révélé des anomalies qui ont débouché sur la constatation de 277 procès-verbaux et 1 209 rappels de réglementation.

Les manquements les plus fréquents concernent les informations obligatoires sur les supports publicitaires, le non-respect des règles de la publicité sur les prix ou la publicité trompeuse.

# **Signature du protocole de coopération pour la protection des données personnelles des consommateurs**

*> 6 janvier 2011*

## **Présentation de la direction générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des fraudes**



La DGCCRF exerce ses missions autour de trois actions du programme budgétaire « développement des entreprises et de l'emploi » :

- régulation concurrentielle des marchés
- protection économique des consommateurs
- sécurité des consommateurs

Elle veille au bon fonctionnement des marchés sous leurs divers aspects, ce qui implique l'élaboration de règles, le contrôle de leur application et, le cas échéant, la mise en œuvre de mesures d'urgence ou de sanctions. Au total, l'ensemble de ces actions poursuit une seule et même finalité : assurer le fonctionnement loyal et sécurisé des marchés, au bénéfice des consommateurs.

Au niveau territorial, l'action des agents CCRF s'exerce autour d'un métier central, qui est l'enquête sur le terrain.

## **Les missions**

### **La régulation concurrentielle des marchés**

*Elle a pour finalité de définir et faire respecter les règles de concurrence favorables au développement d'un marché ouvert et loyal en luttant contre les pratiques qui faussent le jeu de la concurrence.*

Cette mission recouvre la lutte contre les pratiques anticoncurrentielles (ententes et abus de position dominante), contre les pratiques restrictives de concurrence entre professionnels (en particulier les relations industrie/commerce), ainsi que la lutte contre les contrefaçons de marque.

# **Signature du protocole de coopération pour la protection des données personnelles des consommateurs**

**> 6 janvier 2011**

Le cadre institutionnel de la lutte contre les pratiques anticoncurrentielles et du contrôle des concentrations a été modifié par la loi du 4 août 2008 de modernisation de l'économie et l'ordonnance du 13 novembre 2008 portant modernisation de la régulation de la concurrence, qui ont créé l'Autorité de la concurrence et instauré un nouveau partage des compétences entre l'Autorité et la DGCCRF.

## **| La protection économique des consommateurs**

*Elle a pour objectif de fixer et faire respecter les règles relatives à l'information des consommateurs et à la loyauté des pratiques commerciales à leur égard.*

La DGCCRF veille ainsi à assurer l'information claire et loyale des consommateurs sur les produits et les services offerts (règles d'étiquetage, de composition et de dénomination des marchandises). Elle veille à la bonne utilisation des signes de valorisation des produits (signes de qualité, labels, appellations d'origine, agriculture biologique, certifications...). Elle détecte et sanctionne les pratiques préjudiciables aux consommateurs (publicités mensongères, faux rabais, abus de faiblesse...) et vérifie la bonne application des règles de publicité des prix.

## **| La sécurité des consommateurs**

*Elle implique de garantir la sécurité physique et la santé des consommateurs.*

L'intervention de la DGCCRF concerne les produits de tout type (alimentaires et industriels) à tous les niveaux (production, importation, distribution) et les services.

Ses actions sont renforcées dans les domaines à risque comme les résidus de pesticides (dans les aliments d'origine végétale) ou les activités sportives et de loisirs.

Les produits industriels de grande consommation, soumis à un renouvellement rapide et une diversification forte, et qui nécessitent des procédures spécifiques en termes de contrôles de sécurité, font également partie des priorités de contrôle.

# Signature du protocole de coopération pour la protection des données personnelles des consommateurs

> 6 janvier 2011

## L'activité en 2009

### Les chiffres clés

164 872 établissements visités

900 132 actions de contrôle (plusieurs réglementations vérifiées lors d'une même visite)

37 660 prélèvements pour analyse

7 353 contrôles de sites internet

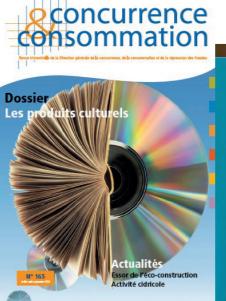
### Les suites données aux actions de contrôle

146 400 suites, dont :

- 16 456 infractions relevées par PV
- 9 154 mesures de police administrative
- 525 saisies
- 224 consignations

Les autres suites sont à 80% des rappels de réglementation, lesquels sont suivis dans 50% des cas d'un nouveau contrôle pour s'assurer de la bonne application des réglementations en vigueur.

[www.dgccrf.bercy.gouv.fr](http://www.dgccrf.bercy.gouv.fr)



## Résultats 2009 de la DGCCRF

## Résultats 2009 de la DGCCRF



Photo couverture : Fotolia - Monkey Business



**dgccrf**

DIRECTION GÉNÉRALE DE LA CONCURRENCE,  
DE LA CONSOMMATION ET DE LA RÉPRESSION DES FRAUDES  
59, BD VINCENT AURIOL  
75703 PARIS CEDEX 13

[www.dgccrf.bercy.gouv.fr](http://www.dgccrf.bercy.gouv.fr)

MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE  
DE L'INDUSTRIE ET DE L'EMPLOI

# Bilan général 2009

## LES CHIFFRES CLÉS 2009

Les contrôles de la DGCCRF

**164 872** établissements visités

**900 132** actions de contrôle

**37 660** prélèvements pour analyse

**7 353** contrôles de sites internet

## DES MISSIONS DIVERSIFIÉES

### Des missions déclinées selon 3 axes complémentaires

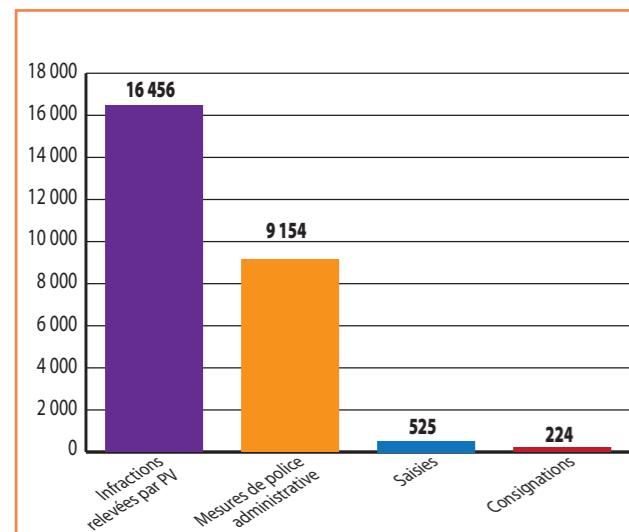
- la protection économique du consommateur
- la sécurité des consommateurs
- la régulation concurrentielle des marchés

### Une couverture sectorielle étendue à tout le champ de la consommation

- les denrées alimentaires
- les produits non alimentaires
- les services

## LES SUITES DES ACTIONS DE LA DGCCRF

Chiffre global : 146 400



80 % des suites sont des rappels de réglementation qui sont suivis dans 50 % des cas d'un nouveau contrôle pour vérifier l'application des textes en vigueur.

## Protection économique du consommateur

On retiendra à ce titre

### • Textes juridiques

#### Une production soutenue

- Clauses abusives (décret du 18 mars 2009)
- Certification des produits et des services (article 137 Loi de Modernisation de l'Economie)
- Contrats de déménagement (article L.121-95 du code de la consommation)
- Information du consommateur par les professionnels de santé (décret du 10 février 2009 et loi du 21 juillet 2009)
- Transparence tarifaire des numéros surtaxés (arrêté du 10 juin 2009)
- Protection pour les contrats de biens à temps partagé (loi du 22 juillet 2009)

### • Quelques exemples d'enquêtes

- Immobilier : location en résidence pour étudiants, contrats de location de résidence principale, pratiques sur le marché du foncier, les syndics et les diagnostiqueurs immobiliers
- Eau : conformité des contrats de service et des factures des professionnels
- Gaz de pétrole liquéfié / chauffage : clauses abusives des contrats de fourniture
- Banques : obligation de contractualisation et d'information sur les conditions générales et tarifs

### • Sites e-commerce

#### Veille systématique

Nationale

- 7 353 sites contrôlés dont 4 654 de vente à distance  
→ 34 % d'anomalies (identification de site et information loyale des consommateurs)  
→ 2 sites fermés

Communautaire (action coordonnée)

Vente en ligne des produits électroniques : contrôle de 16 sites dont 14 français par le Centre de Surveillance du Commerce Electronique (CSCE) de la DGCCRF

### • Vacances Confiance été 2009

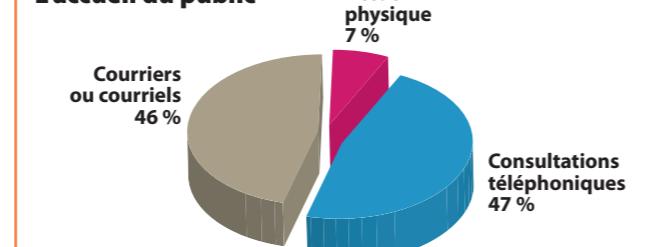
#### Mobilisation et coordination accrue des services de l'Etat

48 000 visites d'établissements

→ 155 000 contrôles

→ taux de suite contentieuse en baisse : 1,6 %

#### L'accueil du public



#### Le baromètre des réclamations : un outil de recensement des préoccupations des consommateurs

110 700 réclamations en 2009

<http://www.dgccrf.bercy.gouv.fr/documentation/barometre/index.htm>

## Sécurité du consommateur

Quelques exemples

### • Des contrôles ciblés

- Articles pour enfant (jouets et articles de puériculture)
- Articles de loisirs (tondeuses à gazon, guirlandes de Noël...)
- Produits d'utilisation courante ou quotidienne
- Écoproduits

### • De nouvelles normes

- Alarmes de piscine (décret du 16 juillet 2009)
- Mini-motos (décret du 27 juillet 2009)

### • De la réactivité : gestion des alertes et des crises

**Produits non alimentaires :**  
71 signalements

- diméthylFumarate (DMF)
- détecteurs de CO
- foyers à éthanol
- laveries automatiques
- disjoncteurs électriques
- scie à onglets multi-usages

**Produits alimentaires :**  
30 signalements

- huile de noix
- pâte à tartiner
- huile de lin
- compléments alimentaires
- produits diététiques
- denrées enrichies

### • Une expertise reconnue

- Étiquetage nutritionnel
- Qualité des produits
- Alimentation particulière (nourrisson, bas âge, enfant, ingrédients à visée nutritionnelle...)



Contrôle routier aux Antilles

## Régulation et concurrence

Parmi d'autres actions, à signaler particulièrement

### • Application de la loi LME du 4 août 2008

- Relations commerciales entre fournisseurs et distributeurs : surveillance renforcée (135 fiches de signalement) grâce à la brigade de contrôle de la LME créée le 18 juin 2009

#### Contentieux civil et commercial :

- 61 procédures (fausse coopération commerciale, rupture brutale de relations commerciales...)
- Octobre 2009 : 9 assignations pour déséquilibre significatif dans les droits et obligations des parties
- 4,5 millions d'euros d'amendes (3 fois plus qu'en 2008)

#### Contentieux pénal : 377 procès verbaux

- 134 décisions judiciaires (non respect des règles de facturation, des délais de paiement, revente à perte)
- 175 dossiers réglés sous forme de transaction

### • Lutte contre les ententes et les abus de position dominante

- 80 propositions d'enquêtes transmises à l'Autorité de la Concurrence
- 51 enquêtes et 21 rapports traités par la DGCCRF

### • Contrefaçons : saisie record

- Saisie de 793 000 cartes téléphoniques prépayées pour une valeur de 5,95 millions d'euros (septembre 2009)

### • Observatoire des prix et des marges

- [www.dgccrf.bercy.gouv.fr/concurrence/prix/observatoire\\_prix.htm](http://www.dgccrf.bercy.gouv.fr/concurrence/prix/observatoire_prix.htm)
- Suivi mensuel des prix des produits de grande consommation dans la grande distribution
  - Enquêtes de filière pour le lait et les fruits et légumes

### • Action dans les DOM

- Création d'un groupement d'intervention régional (GIR) « concurrence »

### Manifestation externes

#### Les ateliers de la concurrence

27 avril 2009

Le droit de la concurrence

à l'épreuve de la crise économique

23 juin 2009

Restrictions verticales :

consolidation et modernisation

20 octobre 2009

Le secteur bancaire

#### Les ateliers de la consommation

3 février 2009

Les plaintes des consommateurs

16 juin 2009

Consommation de l'immatériel

29 septembre 2009

Le prix a-t-il encore de la valeur ?