



Exploratory study of consumer issues in online peer-to-peer platform markets

Synthèse



Authors

VVA: Pierre Hausemer, Julia Rzepecka, Marius Dragulin, Simone Vitiello, Lison Rabuel, Madalina Nunu, Adriana Rodriguez Diaz

Milieu: Emma Psaila, Sara Fiorentini

GfK: Sara Gysen, Tim Meeusen, Simon Quaschnig, Allison Dunne
Vadim Grinevich with Franz Huber and Linda Baines

Contract 2015 86 02; Project 2017.4058
May 2017

Justice and
Consumers

EUROPEAN COMMISSION

EUROPEAN COMMISSION

Produced by Consumers, Health, Agriculture and Food Executive Agency (Chafea) on behalf of

Directorate-General for Justice and Consumers
Directorate E — Consumers
Unit *E.1* — Consumer policy

Contact: Antonia Fokkema

E-mail: JUST-CONSULT-E1@ec.europa.eu

European Commission
B-1049 Brussels

Exploratory study of consumer issues in online peer-to-peer platform markets

Synthèse

***Europe Direct is a service to help you find answers
to your questions about the European Union.***

Freephone number (*):

00 800 6 7 8 9 10 11

(*) The information given is free, as are most calls (though some operators, phone boxes or hotels may charge you).

This report was produced under the EU Consumer Programme (2014-2020) in the frame of a service contract with the Consumers, Health, Agriculture and Food Executive Agency (Chafea) acting under the mandate from the European Commission.

The content of this report represents the views of the contractor and is its sole responsibility; it can in no way be taken to reflect the views of the European Commission and/or Chafea or other body of the European Union.

The European Commission and/or Chafea do not guarantee the accuracy of the data included in this report, nor do they accept responsibility for any use made by third parties there.

The European Commission and/or Chafea do not guarantee the accuracy of the data included in this report, nor do they accept responsibility for any use made by third parties there.

More information on the European Union is available on the Internet (<http://europa.eu>).

Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2017

FR	PDF/Volume_01	DS-01-17-534-FR-N	ISBN: 978-92-79-69187-4	DOI: 10.2838/740337
----	---------------	-------------------	-------------------------	---------------------

© European Union, 2017

Reproduction is authorised provided the source is acknowledged.

Résumé

Cette étude examine les questions relatives aux consommateurs sur les plateformes en ligne de pair-à-pair sur cinq marchés : la (re)vente de biens ; le partage/la location de biens ; le partage/la location de logement ; le partage/la location de véhicules/transport ; les menus travaux (ou « petits boulots »).

L'étude estime que 191 millions de citoyens de l'UE-28 dépensent 27,9 milliards d'euros par an sur les plateformes en ligne de pair-à-pair. De ce total, 10,61 milliards d'euros forment les revenus des plateformes et des parties tierces.

L'étude définit trois principaux modèles économiques de plateformes en ligne de pair-à-pair : (a) l'hébergement des offres, pour lequel les plateformes ne s'impliquent pas dans les transactions entre pairs ; (b) la gestion active des transactions, pour lequel les plateformes stimulent la confiance entre les pairs afin de faciliter un plus grand nombre de transactions ; (c) la direction des transactions entre pairs, pour lequel la plateforme fixe le(s) terme(s) contractuel(s) de la transaction entre les pairs, et exerce un contrôle sur la performance de la transaction.

L'étude identifie cinq questions-clés qui émergent de ce type d'économie : (1) la transparence et la clarté en ce qui concerne la nature des transactions conclues sur les plateformes en ligne de pair-à-pair, les droits et obligations qui s'appliquent aux consommateurs, le cadre légal applicable et sa mise en vigueur ; (2) la fiabilité des systèmes d'avis et de notation et l'exactitude des informations sur l'identité des utilisateurs fournies par les plateformes ; (3) le décalage entre l'exclusion de toute charge et de responsabilité de la part des plateformes en ce qui concerne la performance des transactions en ligne, et leurs pratiques réelles ; (4) l'accès des consommateurs et fournisseurs de biens et services à des mécanismes de réparation ; (5) les questions relatives à l'utilisation et la protection des données.

Synthèse

L'étude exploratoire sur les questions relatives aux consommateurs sur les plateformes en ligne de pair-à-pair examine cinq marchés et identifie les questions principales relatives aux consommateurs et fournisseurs de biens et services depuis une perspective de politique des consommateurs.

L'étude se concentre sur les plateformes en ligne de pair-à-pair pour a) la (re)vente ou l'achat de biens – comme eBay ; (b) la partage ou la location de biens – comme Peerby ; (c) le partage ou la location de logement – comme Airbnb ; (d) le partage ou la location de véhicules ou de transport ; comme BlaBlaCar ou Uber ; et e) l'embauche de personnes pour effectuer des menus travaux (ou « petits boulots ») comme Yoopies. À l'exception faite du secteur de a) la (re) vente de biens, ces secteurs font partie de ce que la Commission européenne définit comme « l'économie collaborative », ou ce qui est plus généralement appelé « l'économie du partage ».

L'étude comprend six tâches : une revue de la littérature existante et de 485 plateformes dans l'Union européenne (UE) et la Norvège ; une enquête de consommateurs et un groupe de discussion dans dix États membres de l'UE ; dix études de cas de plateformes sélectionnées ; une analyse juridique couvrant les 28 États membres de l'UE et deux groupes de travail avec des parties prenantes.

Analyse économique des marchés de pair-à-pair

On estime que 191 million de citoyens dans l'UE-28 se sont engagés activement dans les marchés de pair-à-pair entre mai 2015 et mai 2016, concluant au moins une transaction impliquant un paiement. La dépense totale des pairs durant cette période dans l'UE sur les cinq secteurs considérés est estimée à 27,9 milliards d'euros par an ; les revenus totaux des pairs sont estimés à 17,29 milliards. La différence de 10,61 milliards d'euros comprend les revenus des plateformes et les revenus des parties tierces fournissant des services via les plateformes, c'est-à-dire les services de paiement, de vérification des antécédents et d'identité, ou les services d'assurance.

Dans le secteur de la partage/location de véhicules/transport, les fournisseurs de biens et services reportent des revenus allant jusqu'à 81% des dépenses ; dans le secteur de la (re)vente ou du partage/location de biens, le partage/location de logement, et des menus travaux, ce pourcentage est de 60 à 65%. Les dépenses et revenus sur les plateformes collaboratives et de (re)vente de biens sont générées par une petite part des consommateurs et fournisseurs de biens et services. Plus de la moitié des revenus et dépenses est générée par 10% des pairs. Cela indique la présence de consommateurs et fournisseurs de biens et services « privés très actifs », et/ou de vendeurs professionnels et commerçants sur les marchés de pair-à-pair.

Parmi les 485 sites Internet des plateformes examinées, 20 plateformes, soit 4% d'entre elles, sont très larges et ont plus de 100 000 visiteurs uniques par jour ; une large majorité sont de taille petite ou moyenne (en dessous de 10 000 visiteurs par jour). Presque 80% des plateformes de partage/location de véhicules et presque 70% des plateformes de menus travaux sont petites, avec moins de 500 visiteurs uniques par jour. Les plateformes offrent aux pairs une large palette de services, qu'elles monétisent à travers la vente de publicité ou la promotion des entrées sur la plateforme, l'utilisation ou la réutilisation de données (à des fins de marketing) pour elles-mêmes ou des parties tierces, et en imposant des frais. Ces frais comprennent des frais de transaction, facturés aux pairs à chaque transaction conclue sur la plateforme ; des frais de souscription, facturés de manière périodique pour accéder aux services de la plateforme ; des frais additionnels pour des services optionnels ; d'autres frais comme des frais d'annulation, d'assistance téléphonique, de services de professionnels à professionnels, etc.

En combinant les conclusions des stratégies de monétisation et des services des plateformes avec celles des études de cas, trois principaux modèles économiques ont été identifiés :

1. **L'hébergement des offres** : ce modèle se caractérise par la mise en adéquation de la demande et de l'offre des pairs : les plateformes publient les offres et permettent le contact et les retours entre pairs en publiant leurs informations. Ces plateformes touchent des revenus principalement en offrant des options pour mettre en exergue les offres, ajouter des photos aux offres, etc. La caractéristique-clé de ce modèle est que les plateformes ne sont pas impliquées dans la transaction de pair-à-pair.
2. **La gestion active des transactions** : ce modèle est caractérisé par la facilitation et la gestion active de l'adéquation entre la demande et l'offre. Ces plateformes créent de la valeur en stimulant la confiance entre les pairs et en gérant activement l'adéquation, de manière à faciliter un plus grand nombre de transactions. Ces plateformes gèrent des outils d'instauration de la confiance et d'adéquation, et facturent des frais de transaction ou de souscription. Elles peuvent aussi facturer des frais pour des services additionnels, comme des assurances ou des offres premium. La caractéristique-clé de ce modèle est que la plateforme influence la transaction entre pairs mais ne la contrôle pas.
3. **La direction des transactions entre pairs** : ce modèle, qui concerne principalement les plateformes les plus larges, se caractérise par la fixation de(s) terme(s) du contrat de la transaction entre pairs, et l'exercice du contrôle sur sa performance. La fixation des termes contractuels peut inclure des règles sur les interactions de pair-à-pair, des règles et des frais pour les annulations, des règles pour les remboursements ; des services automatiques (optionnels) de fixation de prix ou de prix maximum. Les plateformes de ce modèle gèrent les paiements – reçoivent et retiennent les paiements des consommateurs, surveillent le succès de la transaction de pair-à-pair avant de payer les fournisseurs de biens et services, et facturent des frais en cas d'annulation. Elles interviennent d'autant plus activement en cas de plainte, résolvent les disputes et octroient des remboursements, et peuvent fournir une assurance contre les dommages incluse dans les frais de transaction. La plupart de ces plateformes facturent des frais de transactions et réutilisent les données des pairs. La caractéristique-clé de ce modèle est que les plateformes restreignent la capacité des pairs de décider des termes contractuels entre eux, et donnent l'impression (explicite ou implicite) qu'elles assument une responsabilité (partielle) pour la performance de la transaction.

Ces trois modèles économiques sont « incrémentaux » : les plateformes qui gèrent activement les transactions entre pairs offrent également des services d'hébergement et d'adéquation d'offre et demande, et les plateformes qui dirigent les transactions entre pairs offrent également la plupart des services des deux autres modèles. Les modèles économiques des plateformes évoluent au fur-et-à-mesure du temps depuis le modèle le plus simple jusqu'au plus complexe, et offrent une palette de services plus large au-fur-et-à-mesure que leur base d'utilisateurs s'élargit.

Expériences des pairs sur les marchés en ligne de pair-à-pair

Plus des trois quarts des utilisateurs d'Internet dans les dix pays sondés pour cette étude ont conclu une ou plusieurs transactions sur une plateforme de pair-à-pair au cours des douze derniers mois – 73% ont utilisé des plateformes pour la vente et revente de biens ; 8% des plateformes pour des menus travaux ; 12% des plateformes pour le partage/la location de biens, 14% pour la location/le partage de logement, et 15% de la population a utilisé des plateformes pour le partage/location de véhicules/transport.

Environ la moitié (54%) des consommateurs et fournisseurs de biens et services ont utilisé ces plateformes de pair-à-pair tous les mois ou toutes les semaines. Une proportion substantielle des fournisseurs dans le secteur du logement rapporte qu'ils louent des logements régulièrement, 15,9% une fois par semaine, et 20,6% une fois par mois. La plupart des pairs (77% des fournisseurs et 83% des consommateurs) sont satisfaits ou très satisfaits et souhaitent utiliser la plateforme de nouveau dans le futur.

Les consommateurs rapportent des problèmes fréquents dans les transactions sur les plateformes de pair-à-pair. Plus de la moitié (55%) ont fait l'expérience d'au moins un problème dans l'année passée. Les problèmes les plus fréquents sont liés à la mauvaise qualité des biens ou services, ou parce que les biens et services ne correspondent pas à leur description. Les problèmes relatifs à la qualité des biens/services sont presque deux fois plus fréquents sur les marchés de pair-à-pair (29%) que sur celui des achats en ligne en général (15%). Cependant, les consommateurs évaluent le détriment personnel dont ils ont fait l'expérience comme faible ou moyen. De plus, les résultats du groupe de discussion indiquent que les consommateurs acceptent un niveau plus élevé de risques et de problèmes sur les plateformes de pair-à-pair, comme quelque chose « faisant partie du jeu » - en échange d'une opportunité pour économiser de l'argent, et parce que la plupart des transactions sont de valeur relativement faible.

Davantage de problèmes sont rapportés sur les plateformes collaboratives que sur les plateformes de (re)vente de biens. Les problèmes rencontrés sur les plateformes de logement sont moins susceptibles d'être résolus que ceux rencontrés sur les autres plateformes collaboratives. Les fournisseurs de biens et services rapportent moins de problèmes (14%) que les consommateurs ; la plupart de ces problèmes se rapportent à des annulations (40%) et des problèmes de paiement variés (47,5%).

Questions relatives au consommateur et options politiques

L'émergence et le développement des marchés en ligne de pair-à-pair ont des effets positifs comme négatifs sur les consommateurs. D'un côté, les plateformes en ligne permettent une mise en adéquation efficace de l'offre et la demande, réduisent les coûts de transaction et facilitent la monétisation de ressources sous-utilisées et de nouvelles opportunités d'emploi. De l'autre, des problèmes importants ont été identifiés en ce qui concerne a) la transparence et la clarté de la nature juridique des transactions sur les plateformes de pair-à-pair, les droits applicables et responsabilités, b) la fiabilité des systèmes d'avis et de notation et l'exactitude des informations sur l'identité ; c) l'écart entre l'exclusion de charge et de responsabilité de la part des plateformes pour les transactions en ligne de pair-à-pair, et leurs pratiques; et e) les problèmes relatifs à l'utilisation et à la protection des données.

Certaines de ces questions émergeant sur les plateformes en ligne de pair-à-pair peuvent être résolues par l'autorégulation des plateformes elles-mêmes, notamment à travers une plus grande transparence sur les droits, obligations et responsabilités. Cependant, les approches autorégulatrices sont souvent volontaires, n'adressent pas toutes les questions relatives au consommateur et reposent principalement sur des incitations plutôt que l'application systématique des règles ou les sanctions. Adresser ces questions relatives au consommateur citées ci-dessus ne stimule pas directement les transactions sur la plateforme – ce qui est la source principale de revenus pour toutes les plateformes majeures – il est possible que les mesures autorégulatrices ne soient suffisantes en elles-mêmes.

1. La transparence des plateformes

L'une des questions principales à propos de la relation entre les plateformes et leurs utilisateurs est relative au manque de transparence sur les règles et pratiques des plateformes en ligne de pair-à-pair. Le sondage et le groupe de travail ont montré que la

plupart des consommateurs (60%) ne sont pas au courant ou ne sont pas sûrs de leurs droits et responsabilités dans les transactions entre pairs, ou vers qui se tourner lorsque quelque chose tourne mal. Environ 40% des fournisseurs disent ne pas savoir ou ne pas être sûrs de leurs droits et responsabilités, et environ 30% pensent savoir plus ou moins.

En même temps, environ 85% des consommateurs trouvent qu'il est important ou très important que les plateformes de pair-à-pair soient claires et transparentes sur qui est responsables lorsque quelque chose tourne mal, et quels sont leurs droits en cas de problème sur le prix ou la qualité d'un produit ou service. Les fournisseurs attachent une importance similaire à la clarté et la transparence quant aux règles et responsabilités lorsque quelque chose tourne mal.

Pour déterminer les droits et responsabilités, il est essentiel de distinguer entre les fournisseurs de biens et services agissant en capacité commerciale/professionnelle et les individus agissant en capacité privée. L'analyse juridique conclue que la « continuité » et la « nature professionnelle » de l'activité sont les deux éléments principaux que les États membres utilisent pour examiner, au cas par cas, si un individu agit en capacité privé ou en tant que commerçant. Les seuils spécifiques aux secteurs et/ou des seuils d'imposition diffèrent d'un secteur à l'autre, entre pays, et mêmes régions et villes, et ne sont pas nécessairement pertinents pour distinguer les consommateurs des commerçants au regard des règles du consommateur. Des options politiques potentielles incluent la surveillance des initiatives juridiques adoptées au niveau des États membres, et l'évaluation de leur efficacité ; et la mise en place d'un statut de « prosumers » ou « micro entrepreneurs » - comme utilisé en France - comme nouveau type d'opérateur économique.

Indépendamment de la définition réelle des commerçants et consommateurs, les études de cas montrent, qu'en pratique, certaines plateformes ne permettent pas ou rendent difficile aux fournisseurs de biens et services professionnels d'opérer aux côtés de pairs privés ; d'autres autorisent les deux types de pairs et requièrent aux fournisseurs de clarifier s'ils agissent en capacité privée ou non - alors que d'autres ne requièrent pas aux fournisseurs de donner cette information. Il est possible que cela ne pose pas de problème substantiel, dans le cas où les plateformes servent des communautés locales plus petites, et/ou sur lesquelles le montant des transactions est faible. Mais sur certaines des plateformes plus larges qui donnent aux fournisseurs l'opportunité de faire des profits conséquents, ce manque de transparence soulève des inquiétudes : ne pas identifier ceux qui agissent en tant que professionnels ou commerçants implique qu'ils peuvent agir en tant que « commerçants cachés ». Les plateformes possèdent les données pour examiner les indicateurs pertinents, par exemple la fréquence des transactions et le nombre d'offres, et elles peuvent surveiller la validité de l'information fournie par les fournisseurs.

Une plus grande transparence est aussi nécessaire dans les prix. Sur un grand nombre de plateformes, les résultats des recherches d'offre ne montrent pas le prix total ; les frais des plateformes vont de 10 à 25% et sont souvent ajoutés au moment de la réservation. Parmi les dix plateformes des études de cas, seulement la version française de BlaBlaCar montre les prix qui incluent les frais de transaction dans le résultat des recherches.

Les problèmes de transparence pourraient aussi être adressés en requérant aux plateformes d'indiquer clairement le statut (auto-déclaré) du fournisseur, et que les lois relatives au consommateur s'appliquent exclusivement dans les transactions avec les commerçants. Les plateformes devraient s'assurer que les consommateurs reçoivent les informations contractuelles lorsqu'elles s'engagent dans des transactions avec des fournisseurs professionnels. De plus, les plateformes pourraient rendre leurs conditions générales d'utilisation plus facile à comprendre et s'assurer que les informations clés sur

les droits et responsabilités est présentée plus clairement, et au moment de la transaction où elle est le plus utile. Les plateformes pourraient informer les fournisseurs d'où ils peuvent trouver l'information sur les enregistrements nationaux ou locaux, les licences ou les autorisations. Finalement, des campagnes de sensibilisation pourraient stimuler la connaissance des utilisateurs des plateformes en ligne sur leurs droits et responsabilités – rendant des financements appropriés disponibles, par exemple à des parties prenantes de confiance comme des associations de consommateurs.

2. La fiabilité des systèmes d'avis et de notation et l'exactitude des informations sur l'identité des utilisateurs fournies par les plateformes

Les "outils de développement de la confiance" sont souvent présentés par les plateformes comme leur principal instrument pour protéger les consommateurs et fournisseurs contre la fraude et les autres risques, et pour garantir la qualité des biens et services et la fiabilité des fournisseurs. Alors que les entreprises conventionnelles génèrent la confiance du consommateur à travers la conformité avec les réglementations gouvernementales, les plateformes génèrent la confiance en gérant des systèmes d'avis, de notation et de réputation ainsi qu'en vérifiant les identités. Les résultats d'un examen de 485 plateformes, de l'enquête d'utilisateurs et des groupes de discussion, ainsi que des études de cas, indiquent que les outils de base de développement de la confiance, les systèmes d'avis et de notation tels qu'opérés par la plupart des plateformes et leurs pratiques de vérification d'identité, ne sont ni totalement fiables ni transparents. Leur efficacité est donc sujette à de sérieux doutes.

Les utilisateurs de plateformes en ligne de pair-à-pair n'utilisent pas systématiquement les systèmes d'avis et de notation et ne leur font pas toujours confiance. De plus, la plupart des plateformes ne paraissent pas contrôler systématiquement si les notations ou les avis sont générés par de réels utilisateurs. En outre, beaucoup de plateformes n'offrent pas ces services de base de développement de la confiance. Tandis qu'environ la moitié (52%) des 485 plateformes filtrées pour cette étude offrent un système d'avis et de notation, presque la moitié d'entre eux n'offrent pas de tel service. Des contrôles de données d'utilisateurs et des services de vérification d'identité ont été identifiés dans seulement 25% des plateformes. Parmi les plateformes des études de cas, neuf sur dix gèrent des systèmes de notation, et huit sur dix des systèmes d'avis.

Les résultats de l'enquête montrent que ni les consommateurs ni les fournisseurs n'utilisent systématiquement les systèmes d'avis ou de notation. Seulement environ 40% des consommateurs et fournisseurs utilisent régulièrement les avis, et ils sont plus nombreux à consulter les avis avant la transaction qu'à en écrire ensuite. Cela indique qu'il est peu probable que les avis reflètent les expériences de tous les utilisateurs de plateformes, mais ceux d'un plus petit nombre de pairs plus impliqués. En particulier, comme seulement 20% des pairs ont déclaré avoir laissé une notation ou un avis négatif après avoir rencontré un problème avec une transaction, il semblerait que les systèmes d'avis et de notations puissent être biaisés.

L'enquête montre que bien que la plupart des consommateurs évaluent les systèmes d'avis positivement, les trois quarts des consommateurs ont au moins quelques réserves quant à leur fiabilité et leur capacité à générer la confiance, à fournir une information, une sécurité et une protection adéquates. Les résultats du groupe de discussion indiquent que, au lieu de se fier seulement aux avis et notations, les pairs évaluent la fiabilité générale de la plateforme à travers une combinaison d'éléments.

Les études de cas soulèvent des questions supplémentaires sur la transparence, la fiabilité et la neutralité de la gestion des systèmes d'avis et de notation. La plupart des plateformes n'informent pas les utilisateurs si des notations ou avis positifs ou négatifs influencent les résultats de recherche ou l'accès à la plateforme ; et ceux qui le font, n'expliquent pas clairement comment cela est fait. Toutes les plateformes se réservent le droit d'effacer des avis s'ils ne respectent pas certains standards. Tandis que certaines plateformes contrôlent systématiquement les avis avant publication, ou les examinent

ensuite, sur d'autres plateformes ce n'est pas clair si la plateforme examine les avis ou se fie aux pairs pour signaler les contenus suspects. Aucune ne donne d'information aux utilisateurs sur la représentativité et la fiabilité des avis et notations d'utilisateur – bien qu'elles aient les données pour établir les pourcentages pertinents.

L'analyse juridique et les études de cas ont trouvé que la plupart des plateformes fixent des exigences minimales d'identification pour l'enregistrement et l'accès (ex : nom et adresse email), et habituellement n'adoptent pas de mesures adéquates pour vérifier l'identité des utilisateurs. Presque toutes les plateformes refusent toute responsabilité sur l'exactitude des informations d'utilisateur. La plupart des plateformes des études de cas se fient aux contrôles d'informations d'utilisateur à travers les comptes d'email ou de réseaux sociaux. Certaines offrent des services optionnels de vérification d'identité et très peu demandent des documents officiels d'identité pour l'enregistrement.

Il y a donc un besoin pour les plateformes d'être transparentes sur les mécanismes qu'elles utilisent pour gérer les systèmes d'avis et de notation, et pour garantir la compréhension du consommateur sur le système de contrôle de qualité sous-jacent. Au même titre que les Principes Clés pour les Outils de Comparaison, les plateformes présentant des systèmes d'avis, de notation ou de réputation devraient au moins être tenues d'être claires et transparentes sur la manière dont elles gèrent et/ou vérifient les avis ; publier seulement les avis authentiques avec une date ; et donner l'information aux utilisateurs sur la représentativité et la fiabilité des avis et notations d'utilisateur, et sur la manière dont les notations ou avis positifs ou négatifs influencent les résultats de recherche ou l'accès à la plateforme.

Les obligations de diligence professionnelle et les exigences de transparence de la Directive sur les pratiques commerciales déloyales (UCPD), tels qu'interprétées dans les instructions de l'UCPD, se réfèrent au contrôle de l'identité de l'utilisateur par exemple lorsqu'il est considéré que les plateformes devraient garantir que les avis proviennent de réels utilisateurs et ne soient pas faux. Pour faire face au manque de vérification d'identité, les plateformes qui gèrent ou gouvernent activement les transactions conclues entre leurs utilisateurs, pourraient davantage être tenues d'adopter des outils qui aident à vérifier adéquatement l'identité des utilisateurs. Cela peut inclure par exemple des systèmes de vérification de documents d'identité pour contrôler l'identité des pairs au moment de l'enregistrement, des entretiens, et des contrôles sur des bases de données officielles ou des moyens similaires.

3. Le décalage entre l'exclusion de toute charge et de responsabilité de la part des plateformes en ce qui concerne la performance des transactions en ligne, et leurs pratiques réelles

Les modèles économiques des plus larges plateformes en ligne de pair-à-pair sont bâtis sur le volume et la valeur des transactions pair-à-pair qu'elles facilitent, et sur leur contrôle – au moins partiel – sur les conditions et la qualité de ces transactions. La plupart des plateformes des études de cas fixent au moins une partie des conditions contractuelles de la transaction de pair-à-pair. Cela peut créer l'impression parmi les utilisateurs que la plateforme partage un certain degré de responsabilité en cas de non-performance ou de non-conformité de la performance. De telles impressions peuvent par exemple être créées en retenant les paiements jusqu'à ce que la performance/conformité du service soit confirmée ou en refusant le paiement en cas de la non-performance ou la non-conformité par les pairs ; en imposant des règles et des frais pour l'annulation par les consommateurs ou fournisseurs ; et en intervenant pour résoudre les problèmes entre les pairs à travers la gestion des plaintes, la médiation des conflits et l'attribution de remboursements.

Mais les conditions générales de ces plateformes excluent systématiquement toute responsabilité de la plateforme par rapport aux contrats conclus entre les pairs, et déclarent explicitement que la plateforme n'est pas partie à ces contrats. Par exemple,

toutes les plateformes des études de cas excluent toute responsabilité sur l'exactitude de l'information fournie par le pair pour établir s'ils sont des fournisseurs commerciaux ou privés ; la non-performance, non-conformité de la performance par les fournisseurs ; et l'exactitude de l'information fournie dans les avis de pairs.

L'écart entre les niveaux d'intervention des plateformes dans la transaction pair-à-pair et les clauses de responsabilité dans ses conditions générales risquent de troubler ou d'induire en erreur les utilisateurs par rapport à la responsabilité de la plateforme en cas de problèmes avec la transaction pair-à-pair. De manière plus importante, dans l'environnement juridique actuel, on observe un manque de clarté significatif en ce qui concerne la responsabilité des plateformes qui font davantage qu'héberger les offres. Quand la plateforme gère activement les transactions pair-à-pair ou les gouverne (modèles économiques 2 et 3) il est plus probable que ses utilisateurs aient l'impression que la plateforme va aussi partager un certain degré de responsabilité – par exemple pour conduite illégale sur la plateforme, la publication de listes ou avis faux ou trompeurs, et la non-performance ou la faible performance des transactions. Pour faire face à cela, les parties prenantes ont suggéré de clarifier l'interprétation des obligations déjà existantes émergeant de la législation de l'UE, notamment par rapport aux plateformes qui gèrent ou gouvernent activement les transactions entre les pairs ; de prendre des initiatives légales au niveau de l'UE pour adapter la responsabilité de la plateforme pour la transaction pair-à-pair à son degré d'intervention dans cette transaction ; et de tester l'efficacité des Codes de Conduite pour répondre à cela.

4. L'accès des consommateurs et fournisseurs de biens et services à des mécanismes de réparation

Dans la plupart des pays de l'UE le cadre légal applicable aux transactions entre pairs privés (i.e. transactions C2C) n'est pas adapté aux contrats conclus en ligne à travers des plateformes pair-à-pair. Par exemple, dans les transactions C2C conclues en ligne ou via des plateformes en ligne, dans la plupart des cas, les parties ou le bien ne sont pas présents physiquement, l'identité de l'autre pair n'est souvent pas claire, et une partie des termes du contrat peut être déterminée par la plateforme. Bien qu'aucune réglementation supplémentaire ne soit nécessaire par rapport aux contrats C2C conclus entre deux parties dont l'identité comme consommateurs est claire, en cas de contrats C2C conclus en ligne, il pourrait plutôt être bénéfique de rendre la législation C2C existante adaptée à des fins digitales. Par exemple, un amendement récent du Code Civil Français a introduit une nouvelle disposition stipulant que les conditions contractuelles abusives incluses dans les contrats dont le contenu a été pré-formulé par l'une des parties sont nulles.

On pourrait évaluer si certains aspects des législations nationales sur les conditions contractuelles abusives pourraient être étendus aux contrats C2C en ligne où le contenu du contrat est en grande partie prédéterminé par l'une des parties, ou par une tierce partie, c'est-à-dire la plateforme, les parties ou l'objet du contrat ne sont pas physiquement présentes et il y a des incertitudes par rapport à l'identité réelle de l'une des parties. Afin d'améliorer l'application effective de la législation C2C existante dans les transactions sur les plateformes en ligne, les parties prenantes ont suggéré d'étendre la compétence des autorités nationale de protection des consommateurs aux transactions C2C sur les plateformes en ligne ; de promouvoir l'utilisation de la Procédure Européenne pour les Demandes de Faible Importance sur les plateformes en ligne de pair-à-pair pour les conflits C2C avec un élément transfrontalier jusqu'à 2,000 euros ; et d'encourager les plateformes à collaborer avec les autorités compétentes pour faciliter la conformité des pairs avec les réglementations locales.

L'enquête a indiqué que les fournisseurs et consommateurs considèrent que la plateforme est un canal important pour résoudre les problèmes dans la transaction pair-à-pair, et a trouvé un grand nombre d'exemples où ils ont obtenu des solutions à travers la plateforme. L'analyse d'études de cas a montré que la réparation et les

remboursements au cas où quelque chose tourne mal sont souvent laissés à la discrétion de la plateforme qui évalue les plaintes au cas par cas, et que les critères pour ses décisions ne sont pas toujours clairement expliqués aux pairs. Cela pourrait être résolu en demandant aux plateformes qui gouvernent les transactions pair-à-pair (modèle économique 3) d'offrir des options de réparation gérées par la plateforme et clairement expliquées aux consommateurs et fournisseurs en cas de conflits. Au minimum, toutes les plateformes devraient dans leurs conditions générales fixer des règles et des frais pour annulations/retraits de transaction et droit à des remboursements ; les règles qui s'appliquent en cas de non-performance ou de faible performance, ou si le bien ou service ne correspond pas à la description, incluant des droits à des remboursements et tout frais administratif. De plus, toutes les plateformes devraient aussi informer les pairs au sujet des options externes formelles et informelles de réparation, incluant, si nécessaire, la Résolution Alternative des Conflits et la Résolution des Disputes En Ligne transfrontalière.

5. L'utilisation et la protection des données

L'utilisation et la réutilisation des données sont chose commune parmi les plateformes analysées dans cette étude, et forment une part essentielle de leurs modèles économiques. Notamment dans le cas de plateformes plus larges, ces données d'utilisateurs représentent une valeur considérable pour la plateforme elle-même ainsi que pour des tierces parties, pour la fixation des prix, la tarification dynamique, le marketing et autres buts commerciaux. Mais l'information donnée par les plateformes au sujet de l'utilisation, la réutilisation, le partage et les pratiques de vente des données n'est dans beaucoup de cas pas complètement transparente, et il n'est donc pas clair si les règles nationales de protection des données sont complètement respectées. En particulier, les plateformes des études de cas n'ont pas une politique claire d'utilisation des données en ce qui concerne les transferts vers des tierces parties. Toutes indiquent qu'elles partagent des données avec des tierces parties, mais elles ne mentionnent pas toujours qu'elles ne le font qu'avec le consentement de l'utilisateur. Seul BlaBlaCar mentionne explicitement ne pas vendre de données à des tierces parties.

De telles pratiques, ou le manque de clarté sur les pratiques actuelles d'utilisation et réutilisation des données soulèvent des inquiétudes concernant la protection des données personnelles, notamment quand elles sont partagées et/ou transférées à des tierces parties dans à des fins commerciales. Comme les résultats de l'enquête et des groupes de discussion l'ont montré, la transparence sur les données personnelles et comportementales que les plateformes recueillent, comment elles les utilisent, avec qui elles les partagent ou à qui elles les vendent, ainsi que l'information sur les règles de protection des données qui s'appliquent sont de la plus grande importance pour à la fois les fournisseurs et les consommateurs. À partir du 25 mai 2018, les plateformes doivent se conformer aux nouvelles obligations établies par le Règlement Général de Protection des Données (GDPR). Il est suggéré que les mesures connexes pour faciliter la mise en place du GDPR incluent des mesures spécifiques se focalisant sur ses implications pour les plateformes en ligne de pair-à-pair.

