

« *DARK PATTERNS* » : UNE PRATIQUE COMMERCIALE TROMPEUSE

* Ce qu'il faut retenir :

Pour ne pas risquer d'être condamné pour pratique commerciale trompeuse ou agressive liée à la présence de « *dark patterns* » sur son site internet, le professionnel doit notamment veiller à :

- ne pas introduire des coûts et services supplémentaires en fin de parcours d'achat qui ne seraient pas mentionnés dans la description du produit ;
- ne pas manipuler l'attention du consommateur par l'utilisation d'effets visuels (couleurs, taille de police, encadrés, etc) ;
- ne pas susciter un sentiment d'urgence chez le consommateur en utilisant un compte à rebours ou en mentionnant le nombre d'utilisateurs ayant consulté ledit produit.

* Pour approfondir :

- **Rappel sur la notion de « *dark patterns* »**

Aucune définition légale ou réglementaire n'existe à ce jour concernant les « *dark pattern* », expression signifiant en français « interface truquée ». Selon la DGCCRF, cette notion correspond à l'ensemble des pratiques mises en place par les interfaces numériques consistant à orienter, tromper ou manipuler les consommateurs de façon à les amener à faire des choix qui ne sont pas dans leur intérêt mais qui sont, en revanche, profitables au professionnel.

A titre d'exemples, et sans que cette liste soit exhaustive, constituent des « *dark patterns* », les pratiques consistant à :

- inciter le consommateur à réaliser en urgence son achat en raison de la mention sur la page d'un produit de la diminution du stock disponible, du nombre d'internautes consultant ladite page ou encore de la présence d'un compte à rebours rappelant au consommateur que la fin de la promotion est proche (par exemple : « *plus que 3 articles en stock* », « *350 articles vendus en 24 heures* », « *30 utilisateurs consultent actuellement cette offre* ») ;
- ajouter des produits et/ou services supplémentaires dans le panier sans que le consommateur en ait conscience (par exemple : des frais de services ajoutés à la fin du parcours d'achat) ;
- rendre l'information difficilement accessible ou compréhensible en utilisant notamment une taille ou une couleur de police illisible, des textes longs, des doubles négations ;
- susciter une émotion négative chez le consommateur (par exemple : « *non merci, je n'aime pas les bonnes affaires* » ; « *oui, je souhaite payer plus cher* »).

- **Sanctions des « *dark patterns* » en droit français**

Les « *dark patterns* » s'apparentent à une pratique commerciale déloyale dans la mesure où une telle pratique est contraire à la diligence professionnelle et altère ou est susceptible d'altérer le comportement économique du consommateur.

Les personnes morales ayant commis une pratique commerciale déloyale (trompeuse ou agressive) encourent une amende d'un montant de 1.500.000 euros pouvant être portée, de manière proportionnée aux avantages tirés de l'infraction, à 10% du chiffre d'affaires moyen annuel calculé sur les trois derniers chiffres d'affaires annuels connus à la date des faits, ou, pour les pratiques commerciales trompeuses, à 50% des dépenses engagées pour la réalisation de la publicité ou de la pratique constituant le délit.

Par ailleurs, s'agissant des pratiques commerciales trompeuses en ligne, il convient de souligner que l'article L. 132-2 alinéa 3 prévoit, depuis le 12 mai 2024, que lorsque l'infraction a été commise par l'utilisation d'un service de communication au public en ligne ou par le biais d'un support numérique ou électronique, le montant de l'amende pour les personnes morales peut être porté à 3.750.000 euros, soit le quintuple de l'amende prévue pour les personnes physiques.

Enfin, les peines complémentaires mentionnées à l'article 131-39 du Code pénal pourront également être prononcées.

- **« *Dark patterns* » : la DGCCRF et les associations de consommateurs voient rouge !**

Selon le rapport de diagnostic intitulé « *Lutter contre les pratiques commerciales déloyales en ligne* » réalisé par la Direction interministérielle de la transformation publique, en collaboration avec la DGCCRF, l'identification et l'instruction des « *dark patterns* » sont devenues la priorité des autorités de protection des consommateurs en France et dans le monde en raison de leur prolifération et de leur impact sur les consommateurs. Le rapport précise, d'après une étude récente de la Commission européenne, que 97% des 75 sites les plus populaires dans l'Union Européenne auraient recours à des « *dark patterns* ».

Par ailleurs, dans le cadre de cette lutte contre les « *dark patterns* », les associations de consommateurs sont également particulièrement actives. A ce titre, l'UFC-QUE-CHOISIR ainsi que 16 autres associations européennes membres du Bureau européen des unions de consommateurs (BEUC) ont récemment déposé plainte devant l'Autorité de Régulation de la Communication Audiovisuelle et Numérique (ARCOM) à l'encontre d'une plateforme chinoise dédiée au commerce en ligne. Parmi les manquements reprochés à la plateforme, les plaignants soulignent l'utilisation de techniques de manipulation créant un sentiment d'urgence pour le consommateur avec, par exemple, le recours à un faux compteur de temps ou l'insertion d'une mention faisant référence à un prétendu stock limité.

L'OBLIGATION D'EMPLOI DE LA LANGUE FRANÇAISE

* Ce qu'il faut retenir :

Le professionnel est tenu d'employer la langue française : (i) dans l'ensemble des documents destinés aux consommateurs (notamment : la présentation de l'offre, le mode d'emploi ou d'utilisation, la description de l'étendue des conditions de garantie d'un produit ou d'un service, les bons de commande et de livraison, les factures, les quittances), ainsi que (ii) dans toute publicité, écrite, parlée ou audiovisuelle.

Le professionnel peut néanmoins déroger à l'utilisation de la langue française en cas de recours à d'autres moyens d'information du consommateur, tels que des dessins, des symboles ou des pictogrammes.

* Pour approfondir :

• Rappel sur la législation relative à l'emploi de la langue française

En application de l'article 2 de la loi n°94-665 du 4 août 1994 dite Loi Toubon, l'emploi de la langue française est obligatoire « dans la désignation, l'offre, la présentation, le mode d'emploi ou d'utilisation, la description de l'étendue et des conditions de garantie d'un bien, d'un produit ou d'un service, ainsi que dans les factures et quittances ». Par ailleurs, le professionnel est tenu d'employer la langue française dans toute publicité, écrite, parlée ou audiovisuelle.

Néanmoins, comme le précise la circulaire du 20 septembre 2001 relative à la Loi Toubon, l'obligation d'employer la langue française ne fait pas obstacle à la possibilité d'utiliser d'autres moyens d'information tels que des dessins, des symboles et des pictogrammes. L'utilisation de ces moyens d'information ne nécessite pas l'emploi de la langue française et pourront donc être accompagnés de mentions en langue étrangère sous réserve, d'une part, d'être équivalents ou complémentaires, et, d'autre part, de ne pas induire le consommateur en erreur.

• Champ d'application de l'obligation d'emploi de la langue française

La circulaire du 19 mars 1996 concernant l'application de la Loi Toubon apporte des précisions quant au champ d'application de cette loi et indique que, tant les personnes privées que publiques sont concernées par l'obligation d'emploi de la langue française. En revanche, l'emploi de la langue française n'est pas obligatoire pour les documents échangés entre professionnels, notamment les factures et les bons de commande.

• Sanctions en cas de non-respect de l'obligation d'emploi de la langue française

Chaque infraction constatée à la Loi Toubon est punie d'une contravention d'un montant de 750 € pour une personne physique et de 3.750 € pour une personne morale. Dès lors que le montant des amendes de nature contraventionnelle doit être multiplié par le nombre d'infractions constatées, la peine encourue peut se révéler être très élevée.

Par ailleurs, le tribunal peut également prononcer une injonction sous astreinte de se conformer aux prescriptions prévues par la Loi Toubon.

Sur ce point, la DGCCRF a indiqué dans son rapport intitulé « Bilan d'activité 2023 Perspectives 2024 » publié le 3 mai 2024 que le défaut d'emploi de la langue française a conduit, en 2023, à la transmission de 53 contentieux pénaux au parquet.

LA PRESCRIPTION DE L'ACTION DES PROFESSIONNELS A L'ENCONTRE DES CONSOMMATEURS

* Ce qu'il faut retenir :

Lors de la rédaction de documents commerciaux applicables à l'égard des consommateurs (conditions générales de vente, contrats, etc.), le professionnel doit veiller à prévoir un délai de prescription biennale (auquel il ne peut pas déroger) s'agissant de son délai d'action à l'encontre du consommateur.

En cas de litige avec un consommateur, le professionnel dispose ainsi d'un délai maximum de 2 ans, à compter du jour où il a eu connaissance des faits litigieux, pour engager une action en justice.

* Pour approfondir :

• Champ d'application de la prescription biennale

Selon l'article L. 218-2 du Code de la consommation, l'action engagée par un professionnel à l'encontre d'un consommateur trouvant son origine dans un contrat de vente ou de prestation de services se prescrit par deux ans.

En revanche, selon la jurisprudence, cette prescription biennale n'est pas applicable dans le cadre d'une relation entre un professionnel et un non-professionnel dans la mesure où l'article L. 218-2 du Code de la consommation a uniquement vocation à assurer la protection des consommateurs dans leurs relations avec les professionnels (Cass. civ. 3^{ème}, 17 février 2022, n°21-19.829).

• Régime de la prescription biennale

Le point de départ du délai de prescription biennale prévu à l'article L. 218-2 du Code de la consommation se situe au jour où le titulaire du droit a connu ou aurait dû connaître les faits lui permettant d'exercer l'action concernée (Cass. civ. 1^{ère}, 10 juillet 2014, n°13-15.511).

En pratique, la jurisprudence considère que le point de départ du délai de prescription court à compter de l'achèvement des travaux ou de l'exécution des prestations dans la mesure où cette circonstance rend la créance exigible (Cass. civ. 3^{ème}, 1^{er} mars 2023, n°21-23.176).

En revanche, à l'égard d'une dette payable par termes successifs, la Haute juridiction considère que la prescription se divise comme la dette elle-même et court à l'égard de chacune de ses fractions à compter de leur échéance (Cass. civ. 1^{ère}, 11 février 2016, n°14-27.143).

• Interdiction des aménagements conventionnels au régime de la prescription biennale

Par dérogation à l'article 2254 du Code civil, l'article L. 218-1 du Code de la consommation prévoit que les parties à un contrat conclu entre un professionnel et un consommateur ne peuvent pas aménager le régime de la prescription biennale. Il n'est donc pas possible de modifier la durée de la prescription ou d'ajouter des causes de suspension ou d'interruption de celle-ci.