



▶ **Module 6**

Droits et obligations sur les marchés en ligne

CLAUDE DE NON-RESPONSABILITÉ :

Les informations et points de vue exposés dans la présente publication sont ceux du ou des auteurs et ne reflètent pas nécessairement l'avis officiel de la Commission. La Commission ne garantit pas l'exactitude des données figurant dans la présente publication. Ni la Commission ni aucune personne agissant au nom de la Commission ne peuvent être tenues responsables de l'utilisation qui peut être faite des informations qui y sont contenues.

Ce document n'est pas juridiquement contraignant et il ne constitue pas une interprétation formelle du droit de l'UE ou du droit national, et il ne peut pas non plus fournir des conseils juridiques complets ou exhaustifs. Il n'a pas pour objectif de remplacer les conseils juridiques professionnels sur des questions particulières.

Les lecteurs doivent également garder à l'esprit que la législation de l'UE et les législations nationales sont constamment mises à jour : toute version papier des modules doit être vérifiée par rapport à d'éventuelles mises à jour sur le site www.consumerlawready.eu.

Avril 2025

Table of Contents

Introduction	5
Qui est concerné par ces Règlements ?	7
À quoi dois-je prêter attention dans les conditions générales ?	7
La plateforme peut-elle modifier les conditions générales ?	8
Que se passe-t-il si la plateforme résilie, restreint ou suspend mon compte ?	9
Comment puis-je mettre fin à ma relation contractuelle avec une plateforme ?	9
Qu'en est-il de mes données ?	9
Les plateformes peuvent-elles imposer certaines conditions ?	10
Les plateformes peuvent-elles traiter les offres différemment ?	10
Quels types de biens et services suis-je autorisé à proposer ?	11
Quelles informations puis-je obtenir sur le classement ?	11
Puis-je afficher le logo de mon entreprise sur la plateforme ?	12
Quelles sont les autres obligations des plateformes ?	12
Que sont les gardiens et quelles sont leurs obligations ?	13
Ai-je des obligations envers les gardiens ?	14
Que puis-je faire en cas de conflit avec la plateforme ?	15
Quels sont les mécanismes d'application et de plainte applicables aux gatekeepers ?	16
Annexe 1 - Liste des centres proposant des services de médiation spécifiquement sur ces questions	35
Annexe 2 – Aperçu des gatekeepers désignés et de leurs services de plateformes de base (Core Platforme Service – CPS)	36
Annexe 3 - Obligations de diligence	37
Annexe 4 - Obligations des places de marché en ligne	37

“Nous veillons à ce que les plateformes respectent leur obligation d'informer clairement et de manière exhaustive leurs utilisateurs professionnels de leurs droits”

Professionnel

“Il est plus sûr d'acheter en ligne en sachant que les plateformes doivent protéger mes données et m'informer de manière transparente, sans réduire mes choix.”

Consommateur

“En tant que PME, la vente en ligne m'a permis de développer mes opportunités commerciales. Connaître les voies de recours en cas de conflit avec la plateforme est une incitation à passer au numérique.”

Professionnel

Introduction

Cher(e) entrepreneur(e),

Ce manuel fait partie du projet Consumer Law Ready (« *Prêt pour la droit de la consommation* ») qui s'adresse spécifiquement aux micro, petites et moyennes entreprises qui interagissent avec les consommateurs.

Le projet Consumer Law Ready est un projet à l'échelle européenne géré par EUROCHAMBRES (l'Association des chambres européennes de commerce et d'industrie), dans le cadre d'un consortium avec le BEUC (l'Organisation européenne des consommateurs) et SMEunited (l'Association des artisans & PME en Europe). Il est financé par l'Union européenne avec le soutien de la Commission européenne.

L'objectif du projet est de vous aider à respecter les exigences du droit de la consommation de l'UE.

Le droit de la consommation de l'UE consiste en différents actes législatifs adoptés par l'Union européenne au cours des 25 dernières années et transposés par chaque État membre de l'UE dans son droit national respectif. En 2024, la Commission a finalisé le bilan de santé de l'équité numérique (*Digital Fairness Fitness Check*) lancé en 2022¹, qui visait à évaluer si les règles actuelles de protection des consommateurs étaient adaptées pour garantir un niveau élevé de protection dans l'environnement numérique. Le bilan a montré que ces règles demeurent à la fois pertinentes et nécessaires pour assurer un haut niveau de protection des consommateurs et le bon fonctionnement du marché unique numérique. Dans le même temps, il a mis en évidence plusieurs pratiques en ligne nuisibles et en évolution auxquelles les consommateurs sont confrontés, ainsi que des domaines nécessitant des améliorations qui devraient être abordées à l'avenir. Le projet Consumer Law Ready vise à améliorer les connaissances des professionnels, en particulier des PME, en ce qui concerne les droits des consommateurs et leurs obligations légales correspondantes.

Le manuel se compose de sept modules. Chacun traite d'un thème particulier du droit de la consommation de l'UE :

- Le module 1 traite des règles relatives aux exigences en matière d'information précontractuelle
- Le module 2 présente les règles relatives au droit du consommateur de se rétracter des contrats à distance et hors établissement
- Le module 3 se concentre sur les voies de recours que les professionnels doivent fournir en cas de non-conformité au contrat
- Le module 4 est axé sur les pratiques commerciales déloyales et les clauses contractuelles abusives
- Le module 5 introduit les modes alternatifs de règlement des litiges
- Le module 6 présente les droits et obligations sur les marchés numériques
- Le module 7 traite de la sécurité des produits (2026)

¹ Vous pouvez trouver plus d'informations sur l'évaluation, ses conclusions et les actions de suivi sur le site web de la Commission européenne : https://commission.europa.eu/law/law-topic/consumer-protection-law/review-eu-consumer-law_en#:~:text=On%203%20October%202024%2C%20the%20Commission%20published%20a,level%20of%20consumer%20protection%20in%20the%20digital%20environment.

Ce manuel n'est qu'un des supports d'apprentissage créés dans le cadre du projet Consumer Law Ready. Le site consumerlawready.eu contient d'autres outils d'apprentissage, tels que des vidéos, des quiz et un « e-test » par lequel vous pouvez obtenir un certificat. Vous pouvez également vous connecter avec des experts et d'autres PME via un forum.

Le module 6 du manuel vise à vous familiariser avec la législation la plus récente en matière de plateformes numériques. La réalité du marché en ligne a changé avec la multiplication des plateformes et des prestataires de services numériques. Les plateformes et les moteurs de recherche étant devenus essentiels pour les entreprises qui souhaitent promouvoir leurs produits et services, l'UE a pris des mesures contre les contrats et les pratiques commerciales déloyales. Les règles visent à limiter le pouvoir des services et des plateformes en ligne en matière de contrôle de certains aspects, tels que les données à caractère personnel collectées et vendues, et par qui, le fonctionnement du classement en ligne ou le contenu affiché.

Ces règles visent à établir des obligations et des exigences claires pour l'économie des plateformes. Le module présente les droits et obligations découlant du Règlement (UE) 2019/1150 du Parlement européen et du Conseil du 20 juin 2019 promouvant l'équité et la transparence pour les entreprises utilisatrices de services d'intermédiation en ligne (Règlement « Plateforme-à-Entreprise » ou P2B), au Règlement (UE) 2022/2065 du Parlement européen et du Conseil du 19 octobre 2022 relatif à un marché unique des services numériques et modifiant la directive 2000/31/CE (Règlement sur les services numériques – DSA) et le Règlement 2022/1925 du Parlement européen et du Conseil du 14 septembre 2022 relatif à des marchés contestables et équitables dans le secteur numérique et modifiant les directives (UE) 2019/1937 et (UE) 2020/1828 (Règlement sur les marchés numériques – DMA). Pour plus d'informations sur les dispositions de ces législations, veuillez consulter les **documents d'orientation de la Commission européenne**² disponibles dans toutes les langues officielles de l'UE.

Les trois règlements visent à renforcer la transparence, à protéger les utilisateurs finaux en ligne et à ouvrir de nouvelles perspectives aux entreprises. Ils établissent des règles et des obligations claires concernant, par exemple, la diffusion de contenus illicites en ligne et garantissent des marchés numériques plus équitables et plus ouverts. Le Règlement P2B vise à créer un environnement équitable, transparent et prévisible pour les entreprises qui utilisent des plateformes pour atteindre les consommateurs. S'appuyant sur le Règlement P2B, le Règlement DMA vise à promouvoir l'équité et la contestabilité dans le secteur en ligne. Le Règlement DSA établit des règles harmonisées pour un environnement en ligne sûr, prévisible et fiable. Ces règles définissent principalement les obligations des services intermédiaires en ligne, tels que les plateformes, afin de garantir un accès équitable au marché et une concurrence loyale pour les entreprises, ainsi que la protection des consommateurs.

Nous vous encourageons à vous familiariser avec ces règlements et ce module.

Nous espérons que les informations fournies dans ce manuel vous seront utiles.

² [Lignes directrices](#) sur la transparence des classements conformément au règlement (UE) 2019/1150 du Parlement européen et du Conseil ; Pour la DMA : https://digital-markets-act.ec.europa.eu/index_en

Qu'est-ce que l'économie de plateforme et pourquoi est-elle importante ?

L'économie de plateforme désigne la transaction de biens et/ou de services via des services intermédiaires en ligne, une tendance en pleine expansion. Ces plateformes peuvent offrir des services permettant aux consommateurs et aux entreprises de se connecter et d'acheter des produits plus facilement.

La pandémie de COVID a contraint les entreprises à revoir leurs modèles économiques, contribuant ainsi à l'essor de l'économie de plateforme.

Les moteurs de recherche ont un impact significatif sur les ventes des PME, les 5 premiers résultats de recherche attirant 88 % des clics.

Qui est concerné par ces Règlements ?

En vertu des Règlements P2B, de DSA et DMA, les fournisseurs de services intermédiaires en ligne remplissant certaines conditions doivent se conformer à certaines exigences énoncées dans ces règlements. Ces règlements définissent également les droits des utilisateurs professionnels, des utilisateurs finaux et des consommateurs.

Exemple : Les plateformes peuvent être, par exemple, des places de marché en ligne, des réseaux sociaux, des plateformes de partage de vidéos, des boutiques d'applications, des moteurs de recherche, des plateformes de voyage et d'hébergement en ligne et des systèmes d'exploitation.

À quoi dois-je prêter attention dans les conditions générales ?

Les conditions générales (CG) doivent offrir aux entreprises un degré raisonnable de prévisibilité sur les aspects les plus importants de leur relation avec la plateforme.

Les CG doivent être :

Accessibles, ce qui signifie faciles à trouver, accessibles en permanence et disponibles avant l'entrée en vigueur de la relation contractuelle.

Exemple : Si l'entrepreneur doit d'abord se connecter à un portail, les CG ne sont pas facilement accessibles. De même, si l'entrepreneur doit cliquer sur différentes pages, les conditions générales ne sont pas facilement accessibles.

Compréhensibles, rédigées dans un langage clair et intelligible. Les CG peuvent prendre la forme de manuels, de FAQ, de vidéos, etc., à condition qu'elles soient compréhensibles. Le Règlement DSA oblige les services intermédiaires à rédiger les CG dans un langage clair, simple, intelligible, convivial et sans ambiguïté, qui doit être disponible pour le public dans un format facilement accessible et lisible par machine. Les très grandes plateformes en ligne (VLOPs) et les très grands moteurs de recherche en ligne (VLOSEs) sont tenus de publier ces CG dans les langues officielles de tous les États membres dans lesquels ils offrent leurs services.

Complètes, incluant tout le contenu requis par le Règlement DSA et le Règlement P2B. Les CG doivent favoriser la transparence, la prévisibilité, la protection des destinataires du service et éviter les conséquences injustes ou arbitraires. Dans l'ensemble, le Règlement DSA oblige les fournisseurs de services intermédiaires en ligne à inclure des informations sur toutes les politiques, procédures, mesures et outils utilisés à des fins de modération des contenus, y compris la prise de

décision algorithmique et l'examen humain, ainsi que les règles de procédure de leur système interne de traitement des plaintes et des informations facilement accessibles sur le droit de mettre fin à l'utilisation du service. Plus précisément, sur la base de ces deux textes législatifs, les CG doivent inclure des informations telles que :

- Informations sur la nécessité de justifier les décisions prises par les plateformes concernant les suspensions, les restrictions et la résiliation des comptes d'utilisateurs professionnels (exposé des motifs) (délai de préavis minimum de 30 jours) ;
- Droit de résiliation des utilisateurs professionnels ;
- Transparence du classement à la suite d'une recherche effectuée par les clients ;
- Biens et services auxiliaires ;
- Transparence sur les traitements différenciés ;
- Conditions contractuelles spécifiques ;
- Accès aux données ;
- Impact sur les droits de propriété intellectuelle des utilisateurs professionnels ;
- Restrictions visant à proposer des conditions différentes par d'autres moyens ;
- Politiques de modération des contenus ;
- Fonctionnement des mécanismes internes de traitement des plaintes et (au moins deux) services de médiation.

La plateforme peut-elle modifier les conditions générales ?

Les plateformes ont le droit de modifier leurs CG. Elles doivent toutefois informer les entreprises des modifications proposées au moins 15 jours avant leur application. En vertu du Règlement DSA, les modifications pertinentes, notamment celles qui modifient les règles relatives aux informations autorisées sur les services, ou d'autres modifications susceptibles d'avoir une incidence directe sur la

capacité des destinataires à utiliser les services, doivent être communiquées par des moyens appropriés.

Des délais de préavis plus longs peuvent s'appliquer aux modifications qui obligent les entreprises à procéder à des adaptations complexes.

Exemples : Lorsque des fonctionnalités entières de la plateforme, qui sont pertinentes pour l'entreprise, sont supprimées ou ajoutées ; lorsque les entreprises peuvent être amenées à adapter leurs produits ou à reprogrammer leurs services afin de pouvoir continuer à opérer sur la plateforme.

Une entreprise peut également renoncer au délai de préavis. La renonciation doit être effectuée soit par une déclaration écrite, soit par une action affirmative claire.

Exemple : Une action positive peut être mise en place lorsque de nouveaux biens ou services sont proposés dans ce délai de 15 jours. Cela ne s'applique pas aux cas où le délai de préavis raisonnable et proportionné est supérieur à 15 jours, car les entreprises doivent procéder à des ajustements techniques importants.

Le délai de préavis peut également être suspendu lorsqu'il existe une obligation légale ou un danger imprévu et imminent (par exemple, fraude, logiciel malveillant, spam ou autres risques liés à la cybersécurité) nécessitant un changement.

Si le délai de préavis n'a pas été respecté sans raison valable, le changement est invalide.

La notification doit être effectuée sur un support durable (par exemple, par courrier électronique), ce qui signifie que l'utilisateur professionnel peut la conserver pour référence future.

Les plateformes ne doivent pas imposer de changements rétroactifs, sauf si ceux-ci sont avantageux pour les entreprises, prévus par des obligations légales ou réglementaires ou destinés à éviter un danger imprévu et imminent.

Que se passe-t-il si la plateforme résilie, restreint ou suspend mon compte ?

Dans certains cas, les plateformes peuvent résilier (fermer définitivement le compte), suspendre (par exemple, retirer un bien ou un service de la liste ou le supprimer des résultats de recherche) ou restreindre (par exemple, nuire à la vente d'un bien, par exemple en abaissant son classement).

Base de données transparente de la DSA – exposés des motifs – [ici](#).

Conformément au principe de proportionnalité, la résiliation d'un compte doit être une mesure de dernier recours.

La plateforme doit fournir un exposé des motifs sur un « support durable » (c'est-à-dire un support permettant aux utilisateurs professionnels de conserver les informations pour référence future, par exemple une lettre ou un e-mail). En cas de restriction ou de suspension, l'exposé des motifs doit être communiqué au plus tard au moment où la mesure prend effet. Le Règlement DSA envisage différentes restrictions susceptibles d'affecter les destinataires du service (par exemple, la suspension totale et/ou partielle ou la résiliation de comptes, de paiements monétaires ou de la visibilité d'informations spécifiques, etc.). Pour chacune de ces restrictions possibles, la DSA établit un minimum d'informations qui doivent être fournies par la plateforme de manière claire et facilement compréhensible, tout en étant aussi précises et spécifiques que possible.

En cas de résiliation, celle-ci doit être notifiée au moins 30 jours à l'avance.

Exceptions : Les plateformes ne sont pas tenues de respecter le délai de préavis si la résiliation, la restriction ou la suspension a été effectuée afin de se conformer à

des obligations légales ou réglementaires ou à la suite d'une violation des CG par les entreprises.

Exemple : Cela peut concerner des formes graves de contenu illégal ou inapproprié, la sécurité d'un bien ou d'un service, la contrefaçon, la fraude, le spam, le piratage de données personnelles, etc.



La plateforme doit donner la possibilité de clarifier les faits ayant conduit à la décision et de la renvoyer vers un système de traitement des plaintes. Elle doit conserver les données associées au compte professionnel afin qu'il puisse être rétabli en cas de résiliation erronée.

Comment puis-je mettre fin à ma relation contractuelle avec une plateforme ?

Les entreprises peuvent souhaiter mettre fin à la relation contractuelle après une modification des CG ou pour d'autres raisons.

La relation contractuelle entre les plateformes et les entreprises doit être équitable et menée de bonne foi. Ainsi, les plateformes doivent inclure dans leurs CG des informations destinées aux entreprises sur la manière dont elles peuvent mettre fin à leur relation contractuelle.

Qu'en est-il de mes données ?

Une description des **politiques d'accès aux données** concernant les données que les entreprises ou les

consommateurs fournissent ou génèrent lorsqu'ils utilisent les services intermédiaires en ligne doit être fournie dans les CG. Celle-ci doit inclure :

- les données auxquelles il est possible d'accéder (fournies activement ou générées par l'utilisation) ;
- à qui elles sont accessibles ;
- dans quelles conditions (comment elles peuvent être utilisées), c'est-à-dire la portée, la nature et les conditions de leur accès et de leur utilisation des catégories de données pertinentes (par exemple, les évaluations et les avis)

Cette description peut être générale et ne doit pas nécessairement énumérer de manière exhaustive tous les points de données réels.



L'accès aux données peut également être totalement restreint pour les entreprises, mais les plateformes doivent l'indiquer clairement.

Le Règlement DMA impose des obligations supplémentaires aux très grandes plateformes désignées par la Commission européenne comme « gatekeepers » (contrôleur d'accès) en ce qui concerne l'utilisation des données et leur partage avec les entreprises (voir ci-dessous).

Les plateformes doivent indiquer dans leurs CG si et dans quelle mesure le prestataire de services conserve l'accès aux informations fournies ou générées par

l'entreprise pendant la durée du contrat après la fin de celui-ci.

Les plateformes peuvent-elles imposer certaines conditions ?

Les fournisseurs de services intermédiaires en ligne (par exemple les plateformes) peuvent imposer des conditions concernant l'offre de biens ou de services.

Si les fournisseurs de services intermédiaires en ligne décident d'imposer des conditions, telles que l'interdiction pour les utilisateurs professionnels d'offrir des biens et des services à des conditions plus avantageuses ou à des prix inférieurs, ils doivent indiquer les motifs de ces restrictions dans leurs CG et publier la description de manière à ce qu'elle soit facilement accessible.

Dans le cas des gatekeepers désignés en vertu du Règlement DMA, les fournisseurs de services intermédiaires en ligne ne peuvent pas imposer de telles conditions différenciées et doivent veiller à ce que les entreprises puissent appliquer des conditions différentes selon les différents canaux qu'elles utilisent pour atteindre leurs clients. Par exemple, un vendeur présent sur un service intermédiaire en ligne ne devrait pas être empêché de proposer des prix plus bas et de meilleures conditions sur son propre site web par rapport aux conditions proposées sur la place de marché en ligne qu'il utilise également pour atteindre ses clients.

Les considérations relatives à cette restriction peuvent être de nature économique, commerciale ou juridique.

Les plateformes peuvent-elles traiter les offres différemment ?

Les plateformes peuvent traiter leurs offres différemment de celles de leurs concurrents en vertu du Règlement P2B, ce qui confère un avantage

économique aux offres du fournisseur de services d'intermédiation en ligne. Cela doit être clairement indiqué dans les CG.

Les services d'intermédiation en ligne et les moteurs de recherche pour lesquels une entreprise a été désignée comme gardien en vertu du Règlement DMA ne sont pas autorisés à privilégier leurs propres offres dans les résultats de recherche ou sur les places de marché, par exemple.

Exemple : Le traitement inégal peut concerner l'accès aux données, le classement ou d'autres paramètres appliqués par le fournisseur qui influencent l'accès des consommateurs aux biens ou services, la rémunération facturée pour l'utilisation des services, les conditions d'accès ou toute rémunération directe ou indirecte facturée pour l'utilisation des services ou fonctionnalités, ou les interfaces techniques directement liées ou accessoires aux services fournis.

Quels types de biens et services suis-je autorisé à proposer ?

Les biens et services auxiliaires sont des produits qui dépendent généralement du bien ou service principal et qui sont directement liés à celui-ci pour fonctionner. Ils peuvent être proposés par le fournisseur de services intermédiaire en ligne ou par un tiers.

Exemple : un service de réparation pour un certain bien, des produits financiers, une assurance en complément d'un certain bien ou service (par exemple, une assurance location), des biens qui complètent le produit principal, des biens constituant une mise à niveau ou un outil de personnalisation du bien principal.

Lorsque des biens et services auxiliaires sont proposés, le fournisseur d'un service intermédiaire en ligne doit le préciser dans les CG et indiquer si et dans quelles

conditions l'entreprise est également autorisée à proposer ses propres biens et services auxiliaires.

La description ne doit pas nécessairement faire référence au bien ou au service spécifique, mais peut être plus générale, à condition qu'elle soit suffisamment descriptive pour permettre de comprendre le bien ou le service auxiliaire.

Quelles informations puis-je obtenir sur le classement ?

Les fournisseurs de services intermédiaires en ligne doivent définir les principaux paramètres déterminant le classement dans leurs CG. Les principaux paramètres peuvent être les suivants :

- les indicateurs utilisés pour mesurer la qualité des biens ou des services des utilisateurs professionnels ;
- le recours à des éditeurs et leur capacité à influencer le classement ;
- les éléments qui n'ont aucun rapport ou seulement un rapport lointain avec le bien ou le service lui-même, tels que les caractéristiques de présentation de l'offre en ligne.

Les informations sur le classement doivent aller au-delà de la simple énumération des paramètres et être accompagnées d'explications (par exemple, les raisons internes à l'entreprise qui ont motivé le choix des paramètres).

En vertu du Règlement DSA, les plateformes présenteront clairement les paramètres de ces systèmes de recommandation ou classements d'une manière simple et compréhensible, afin que les destinataires du service comprennent comment les informations sont classées par ordre de priorité pour eux, en indiquant au moins les critères les plus importants et les raisons de leur importance respective.

Lorsque l'influence sur le classement par rapport à la rémunération est possible, cela doit également être précisé. La Commission a établi d'autres lignes directrices concernant les paramètres de classement : [voir ici](#).

En outre, les obligations de transparence en matière de classement sont précisées dans le Règlement DSA. Le Règlement DMA interdit l'auto-préférence dans le classement pour les gatekeepers.

Puis-je afficher le logo de mon entreprise sur la plateforme ?

Les logos, marques commerciales ou noms de marque des entreprises constituent des droits de propriété intellectuelle importants. Le fournisseur de services intermédiaires en ligne doit fournir des informations générales sur le traitement des droits de propriété intellectuelle des utilisateurs professionnels dans ses CG.

Les entreprises ne doivent pas être limitées dans l'utilisation de leur logo sur la plateforme et doivent pouvoir afficher leur identité commerciale dans le cadre de leur offre sur le service intermédiaire en ligne. Néanmoins, la plateforme peut toujours intervenir sur la manière dont celui-ci doit être affiché.

Quelles sont les autres obligations des plateformes ?

Le Règlement DSA constitue le cadre juridique qui crée un espace numérique plus sûr dans lequel les droits fondamentaux de tous les utilisateurs de services numériques, y compris les utilisateurs professionnels, sont protégés, tout en établissant des conditions de concurrence équitables pour favoriser l'innovation, la croissance et la compétitivité, tant au sein du marché unique européen qu'à l'échelle mondiale. Les règles spécifiées dans le Règlement DSA s'appliquent aux intermédiaires et aux plateformes en ligne (par exemple, les places de marché en ligne, les plateformes de réseaux sociaux ou les boutiques d'applications). En ce qui concerne les plateformes, certaines de ces obligations portent notamment sur les CG, les mécanismes de notification et d'action, la coopération avec les autorités nationales, la désignation de points de contact et de représentants légaux, les mécanismes de plainte et de recours ainsi que le règlement extrajudiciaire des litiges, ou encore la transparence des systèmes de recommandation, entre autres.



Le Règlement DSA prévoit des obligations asymétriques adaptées³, en fonction du type et des spécificités des services concernés ainsi que de leur taille et de leur portée, en appliquant les obligations de diligence les plus strictes aux VLOPs et aux VLOSEs, car ceux-ci sont devenus des espaces quasi publics de communication et d'échange. Ces obligations concernent notamment l'obligation de procéder à des évaluations annuelles des risques, à des audits indépendants, de mettre en place, si nécessaire, des mesures d'atténuation et de mettre en place des mécanismes de réponse aux crises, une transparence supplémentaire en matière de publicité en ligne, ainsi que l'accès aux données et leur contrôle, entre autres.

En outre, le Règlement DSA comporte une section entière consacrée aux places de marché en ligne qui établit des obligations supplémentaires pour ces plateformes, à l'exception des micro- et petites entreprises. Ces obligations concernent essentiellement la traçabilité des commerçants (principe « connaître son client commercial »), la conformité dès la conception et le droit à l'information.

Que sont les gardiens et quelles sont leurs obligations ?

Les gatekeepers sont des plateformes de très grande taille, désignées comme telles par la Commission. En vertu du Règlement DMA, un gatekeeper désigné doit se conformer à une liste d'obligations relatives aux services de plateforme de base (Core Platform Services - CPS) qui sont énumérées dans la décision de la Commission désignant l'entreprise comme gatekeeper.

Depuis le 5 septembre 2023, la Commission a désigné sept gardiens. Leur désignation ne couvre pas l'ensemble de leurs services, mais uniquement certains services de CPS :

- Alphabet
- Amazon
- Apple
- Booking
- ByteDance
- Meta
- Microsoft

Lorsque les plateformes sont désignées comme gatekeepers, elles ont des obligations supplémentaires pour s'assurer qu'elles ne se livrent pas à des pratiques commerciales déloyales.

Exemple : Les pratiques commerciales déloyales peuvent être les suivantes :

- l'auto-préférence, c'est-à-dire le fait de donner la priorité à ses propres services par rapport à des services similaires fournis par des prestataires tiers (en classant ses propres produits ou services avant ceux de ses concurrents) ;
- les clauses de la nation la plus favorisée, c'est-à-dire le fait d'interdire à ses utilisateurs professionnels de proposer ses biens et services ailleurs à des prix et conditions différents ;
- la combinaison de données personnelles provenant de nombreux services (tels que Facebook et WhatsApp) sous la propriété d'une seule entreprise, l'utilisation de données non accessibles au public générées par ses utilisateurs professionnels en concurrence avec ces derniers ;
- des conditions d'accès discriminatoires ;
- l'exclusion du droit des utilisateurs professionnels de porter plainte auprès des autorités publiques, y compris les tribunaux nationaux, et de demander réparation (par exemple, clauses de confidentialité dans leurs conditions générales).

³ Voir Annexe 3 – Obligations de diligence

En plus d'interdire les pratiques déloyales, le Règlement DMA impose aux plateformes, entre autres obligations :

- d'obtenir le consentement des utilisateurs avant de les suivre/tracker à des fins commerciales ;
- de permettre aux utilisateurs de modifier facilement les paramètres par défaut et de supprimer les applications préinstallées ;
- de permettre aux entreprises de promouvoir leurs produits ou services par le biais de canaux directs ou de services tiers, même si les prix diffèrent de ceux du gatekeeper, et permettre aux utilisateurs d'y accéder via la plateforme du gatekeeper ;
- les utilisateurs finaux et les utilisateurs professionnels doivent pouvoir **signaler les cas de non-conformité** aux autorités judiciaires compétentes ;
- dans certaines circonstances, autoriser **l'utilisation d'applications et d'appstores tiers** sur le(s) système(s) d'exploitation des gatekeepers ;
- permettre aux entreprises d'interopérer (d'interconnecter) avec les logiciels et le matériel des gatekeepers ;
- permettre aux utilisateurs de transférer leurs données du gatekeeper vers d'autres entreprises autorisées.

Ai-je des obligations envers les gardiens ?

Le Règlement DMA impose des obligations uniquement aux gatekeepers désignés. Le Règlement DMA vise à créer des marchés numériques plus équitables et plus ouverts. Il interdit donc certaines pratiques des gatekeepers qui ont été identifiées comme préjudiciables ou impose des obligations spécifiques aux gatekeepers afin de garantir des chances équitables et égales pour les entreprises. Le Règlement

DMA ne crée aucune obligation pour les entreprises qui utilisent les services des gatekeepers. Par exemple, les détaillants en ligne qui utilisent le service Amazon Marketplace ou les hôtels qui utilisent les services de Booking.com ne sont soumis à aucune obligation en vertu du Règlement DMA, mais peuvent bénéficier de ses dispositions.

Le fait de bénéficier des nouvelles opportunités commerciales créées par le Règlement DMA ne signifie pas que ces entreprises ne sont pas tenues de se conformer aux lois qui leur sont applicables, telles que celles qui les obligent à protéger les données personnelles de leurs clients.

Pour garantir la sécurité et la confidentialité, les entreprises doivent prêter une attention particulière aux points suivants :

- utiliser des outils ou des plugins sécurisés pour obtenir le consentement des utilisateurs et garantir la sécurité de leurs informations personnelles ;
- maintenir les politiques de confidentialité à jour et claires afin d'éviter toute confusion. Toujours obtenir le consentement explicite des clients avant de collecter ou d'utiliser leurs informations personnelles ;
- si vous intégrez des services de contrôle d'accès tels que Google Consent Mode, veillez à fournir des signaux de consentement ;
- donner aux utilisateurs la possibilité de récupérer leurs données conformément au Règlement DMA ;
- vérifier la conformité juridique des plateformes et des gatekeepers. En outre, tenez-vous informé de toute modification ou ajout aux règles du gatekeeper.



Avant de collecter ou de traiter des données à caractère personnel via des plateformes ou des services de gatekeepers, il est nécessaire d'obtenir le consentement des personnes concernées et d'en informer le contrôleur d'accès. Les entreprises doivent se conformer aux exigences du Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD)⁴. Cela implique :

- la transparence quant à l'utilisation des données (politique de confidentialité) ;
- le consentement explicite des utilisateurs (conservation des formulaires de consentement) ;
- des mesures de sécurité robustes.

Que puis-je faire en cas de conflit avec la plateforme ?

En cas de conflit entre les entreprises et les plateformes, les entrepreneurs ont plusieurs options.

Système interne de traitement des réclamations de la plateforme : toutes les plateformes, à l'exception des petites (moins de 50 employés, 10 millions d'euros de chiffre d'affaires), doivent mettre en place un système interne de traitement des réclamations gratuit.

La réclamation doit être traitée dans un délai raisonnable et selon les principes de transparence, d'égalité de traitement et de proportionnalité.

Parmi toutes les options de résolution des litiges, il s'agit du mécanisme le plus largement disponible et utilisé pour traiter les réclamations et résoudre les problèmes des utilisateurs professionnels.

Les plateformes sont tenues de publier des rapports sur le fonctionnement de leur système de traitement des réclamations (par exemple, le nombre de réclamations, leur objet, le temps nécessaire pour les traiter et la décision prise).

Elles doivent également fournir des informations dans leurs CG sur l'accès à leur système de traitement des réclamations.

Si une plainte concerne les CG d'accès, telles que celles énoncées dans les conditions générales des services concernés, au moteur de recherche en ligne, au service de réseau social en ligne ou à la boutique d'applications désignés par un gatekeeper, l'utilisateur professionnel peut alors recourir au mécanisme alternatif de règlement des litiges que le gatekeeper est tenu de fournir gratuitement en vertu du Règlement DMA.

Médiateurs spécialisés

Les services de médiation sont impartiaux et indépendants. Dans leurs CG, les plateformes (à l'exception des petits fournisseurs de services intermédiaires en ligne, c'est-à-dire ceux qui comptent moins de 50 employés et dont le chiffre d'affaires est inférieur à 10 millions d'euros) doivent communiquer aux entreprises au moins deux médiateurs spécialisés avec lesquels elles acceptent de collaborer. Elles doivent fournir aux utilisateurs professionnels les informations pertinentes sur la manière d'utiliser cette procédure.

⁴ [Règlement \(UE\) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère](#)

[personnel et à la libre circulation de ces données, et abrogeant la directive 95/4.](#)

Les plateformes doivent prendre en charge une partie raisonnable des coûts de la médiation (déterminée par le service de médiation). À ce jour, un nombre important de fournisseurs de services intermédiaires en ligne n'ont pas encore indiqué les services de médiation possibles.

L'accès à la médiation n'est pas subordonné à l'épuisement préalable des voies de recours internes.

Tribunaux

Souvent considérées comme un dernier recours, les entreprises peuvent bénéficier du soutien d'organisations et d'associations représentant les intérêts des utilisateurs professionnels.

Ces entités peuvent saisir les tribunaux nationaux compétents en cas de non-respect du Règlement par les plateformes.

Quels sont les mécanismes d'application et de plainte applicables aux gatekeepers ?

Si les gatekeepers agissent de manière déloyale et ne respectent pas les exigences du Règlement DMA, les utilisateurs professionnels peuvent en informer directement l'équipe DMA de la Commission (EC-DMA@ec.europa.eu). Les employés des gatekeepers peuvent également fournir des informations via un outil de signalement sécurisé (https://digital-markets-act.ec.europa.eu/whistleblower-tool_en).

Les utilisateurs professionnels peuvent également s'adresser aux autorités compétentes des États membres, qui en informeront ensuite la Commission.

Les entreprises doivent prêter attention aux autres mécanismes de traitement des réclamations prévus dans les CG des plateformes.

En dernier recours, elles peuvent saisir la justice. Il est interdit à un gatekeeper désigné de restreindre le droit des utilisateurs professionnels de saisir la justice.



Quels sont les avantages pour les PME ?

- Égalité de traitement dans le classement de leur offre par rapport à celle du gatekeeper (pas d'auto-préférence)
- S'appuyer sur la portabilité des données entre les services en ligne
- Bénéficier du transfert de données consenti

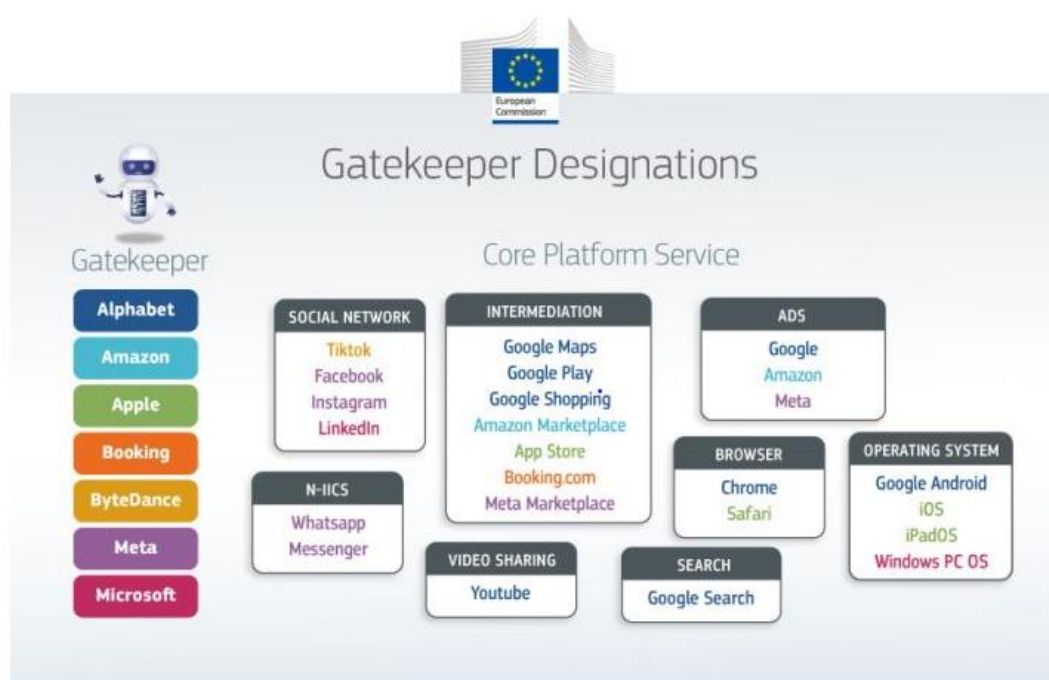
Annexes

Annexe 1 - Liste des centres proposant des services de médiation spécifiquement sur ces questions

Centres de médiation / Médiateurs	Lieu	Description
CEDR⁵	UK	Comprend un panel de médiateurs répartis dans toute l'Europe et couvrant 22 langues, ce qui leur permet d'opérer à l'échelle paneuropéenne. Ils disposent également de deux programmes spécialisés pour traiter les plaintes adressées à Google et Amazon.
e-POM	Online	Portail de médiation en ligne qui facilite la nomination de médiateurs pour des cas spécifiques liés aux relations entre les plateformes et les entreprises.
Bundesverband Onlinehandel (German Federal Association of E-Commerce)	DE	Centre de médiation spécialisé dans les litiges B2B, qui a élargi ses services pour offrir des services de médiation dans les affaires liées au Règlement P2B.
Reuling Schutte	NL	Centre spécialisé depuis 10 ans dans la résolution alternative des litiges pour les entreprises, et en particulier dans la fourniture de services de médiation.
Centrum Mediacji Lewiatan (Lewiatan Mediation Centre)	PL	Centre spécialisé dans la médiation B2B, y compris les cas P2B. Membre de la Konfederacji Lewiatan (Confédération Lewiatan) qui représente les intérêts de 4 100 entreprises et de leurs employés auprès des institutions européennes.
Médiateur des entreprises	FR	Centre de médiation créé en 2010 par le gouvernement français. Fournit des services de médiation P2B aux signataires de la Charte du commerce électronique.
Polimeni Legal	IT	Centre de médiation spécialisé dans le commerce électronique et les places de marché numériques. A traité environ 10 à 15 cas de médiation liés au Règlement P2B.

⁵ Veuillez noter que, le Royaume-Uni ayant quitté l'Union européenne, il peut y avoir de légères différences.

Annexe 2 – Aperçu des gatekeepers désignés et de leurs services de plateformes de base (Core Platform Service – CPS)



Annexe 3 - Obligations de diligence

	VERY LARGE PLATFORMS	ONLINE PLATFORMS	HOSTING SERVICES	ALL INTERMEDIARIES
Transparency reporting	•	•	•	•
T&Cs	•	•	•	•
Cooperation with national authorities	•	•	•	•
Points of contact & legal representatives	•	•	•	•
N&A	•	•	•	
Reporting criminal offences	•	•	•	
Complaint & redress mechanisms, OOC dispute settlement	•	•		
Trusted flaggers	•	•		
Prohibition of Dark Patterns	•	•		
Measures against abusive notices	•	•		
Special obligations for marketplaces (e.g. KYBC, random checks)	•	•		
Bans on targeted ads to children and based on special categories of personal data	•	•		
Accessibility	•	•		
Transparency of recommender systems	•	•		
Advertising transparency	•	•		
Risk management	•			
Independent audits	•			
User can opt out of profiling	•			
Data sharing with authorities & researchers	•			
Codes of conduct	•			
Crisis response cooperation	•			

Cumulative

Annexe 4 - Obligations des places de marché en ligne

Traceability of traders

☐

- ☐ Obligation to gather information on the identity of traders
- ☐ Best effort to assess whether the information is reliable and complete
- ☐ Obligation to display such information to consumers

Compliance by design

☐

- ☐ Interface design: enable traders to disclose information
- ☐ Consumers will see clearly, e.g.: logos and trademarks, labels & markings for compliance with EU law, identification of products
- ☐ Best efforts to assess if the information is complete
- ☐ Reasonable efforts for random checks that goods are not listed as illegal in public databases

Right to information

☐

- ☐ Information to consumers who have purchased illegal goods / services



Funded by
the European Union

consumerlawready.eu



Consumer Law Training for European SMEs



Funded by
the European Union

consumerlawready.eu