contrast



La vente en ligne ne connaît pas de frontières

Imaginez…

Votre entreprise vend des produits électroniques destinés au grand public dans toute l'Europe, aussi bien dans vos magasins physiques que sur vos propres sites Web.

Vous pratiquez des prix différents dans plusieurs États membres et vous livrez des produits commandés en ligne uniquement à des clients établis dans l'État membre à partir duquel la commandé a été passée. Les clients d'autres États membres sont automatiquement redirigés vers le site Web local sur la base de leur adresse IP. Le client paie ainsi toujours le prix en vigueur dans le pays dans lequel il passe sa commande.

Vous recevez un courriel du département juridique qui attire votre attention sur le fait que la redirection et le géoblocage seront bientôt illégaux et que votre entreprise n'aura plus le droit de discriminer des clients en ligne sur la base de leur nationalité ou de leur localisation. Un nouveau règlement européen sur le géoblocage devrait interdire ces pratiques à partir de décembre 2018.

Vous en restez pantois. Redirection, géoblocage, règlement sur le géoblocage ? Quelles sont les implications concrètes pour la stratégie en ligne de votre entreprise ?

Quelques précisions.

La Commission européenne a publié les résultats de sa vaste enquête sectorielle sur le commerce en ligne en 2017. Il est ressorti de cette enquête que 63% des sites Web examinés pratiquent le

géoblocage.

Le géoblocage est une pratique par laquelle un commerçant bloque l'accès à une interface en ligne aux clients sur la base de leur nationalité, de leur lieu de résidence ou de leur lieu d'établissement. Les commerçants appliquent aussi souvent des conditions générales d'accès aux biens ou services différentes en fonction de la nationalité, du lieu de résidence ou du lieu d'établissement des clients en ligne.

Le règlement européen sur le géoblocage veut changer cet état de fait. Le règlement prévoit un principe général d'égalité de traitement pour tous les clients finaux qui séjournent ou sont établis dans l'UE, quels que soient leur nationalité, leur lieu de résidence ou leur lieu d'établissement.

- Les clients d'autres États membres doivent avoir la possibilité d'acheter des biens et services en ligne et de les retirer dans un État membre où la livraison est proposée aux clients locaux.

- Les clients d'autres États membres doivent avoir, en ligne, le même accès aux services électroniques que les clients locaux (p. ex., services de cloud, services de stockage de données, hébergement web, mise en place de pare-feu).

- Les clients d'autres États membres doivent pouvoir faire usage, en ligne, des mêmes services que les clients locaux dans l'État membre dans lequel les services sont proposés (p. ex. location de chambres d'hôtel, location de voitures, manifestations sportives, tickets de concert, billets d'entrée pour parcs d'attraction).

Il est interdit aux commerçants de bloquer l'accès aux sites Web, applications ou autres interfaces en ligne pour des motifs liés à la nationalité ou à la localisation d'un client. Les clients ne peuvent plus être redirigés vers une autre version d'un site Web sans leur consentement exprès et doivent toujours avoir la possibilité de revenir au site Web auquel ils ont initialement accédé.

L'interdiction de discrimination générale s'applique également aux moyens de paiement. Les commerçants peuvent déterminer librement les moyens de paiement autorisés, mais ne peuvent pas refuser un paiement lorsque les clients paient avec un moyen de paiement accepté par le commerçant (p. ex. carte de crédit), que la devise est acceptée et que les exigences d'authentification sont remplies. Des conditions de paiement basées sur la nationalité ou la localisation du client sont interdites.

Le règlement sur le géoblocage prévoit quelques exceptions, parmi lesquelles l'accès aux services audiovisuels, par exemple des services dont l'objet principal est l'accès aux retransmissions de manifestations sportives et qui sont fournis sur la base de licences territoriales exclusives.

Concrètement:

Le paysage du commerce en ligne va profondément changer à partir du 3 décembre 2018. Le règlement sur le géoblocage obligera les commerçants à traiter un client final d'un autre État membre de la même manière qu'un client final local. Vous devez concrètement tenir compte des dispositions suivantes :

- Il est interdit de bloquer aux clients l'**accès** à des sites Web, applications et autres interfaces locaux sur la base de leur adresse IP ou d'autres facteurs liés à leur nationalité ou à leur emplacement géographique (p. ex. adresse, code postal ou coordonnées GPS).

- Il est interdit de **rediriger** les clients vers une autre version d'un site Web sans leur consentement exprès.

- Les sites Web et applications doivent être conçus de telle manière que les clients UE peuvent **facilement passer commande**. Les clients doivent ainsi pouvoir compléter leurs données de facturation et de contact dans n'importe quel format. En ce qui concerne la livraison, le commerçant peut utiliser un format d'adresse se rapportant uniquement à l'État membre dans lequel la livraison est proposée ou à un endroit convenu.

- Il est interdit d'adapter (automatiquement) les **prix, conditions et offres de produits** sur un site Web sur la base de l'adresse IP, du lieu de résidence ou des moyens de paiement des clients.

- Il est interdit de refuser des **moyens de paiement** dans certains États membres de l'UE si ces moyens de paiement sont, d'un point de vue technique, généralement acceptés sur un site Web.

En savoir plus ?

- Règlement sur le géoblocage : Règlement 2018/302 du Parlement européen et du Conseil du 28 février 2018 visant à contrer le blocage géographique injustifié et d'autres formes de discrimination fondée sur la nationalité, le lieu de résidence ou le lieu d'établissement des clients dans le marché intérieur, et modifiant les Règlements (CE) n° 2006/2004 et (UE) 2017/2394 et la Directive 2009/22/CE, JO L60/1.

- Q&A on the Geo-blocking Regulation in the context of e-commerce.