Les Cahiers DE L'AFOC

n° 272
SEPTEMBRE-OCTOBRE2023

SOMMAIRE

L'ACTU DE L'AFOC

→ Un encadrement bienvenu de l'influence commerciale en ligne (p. 2-3)
→ Assurance habitation : le contrat est-il adapté à vos exigences et à vos besoins ? (p. 4)
→ Un guide pour clarifier l'information environnementale des consommateurs (p. 5)
→ Moyens de paiement : moins de fraudes mais des méthodes plus élaborées (p. 6)
→ « *Plus vite, plus haut, plus fort* » et plus cher... Modalités pratiques (p. 7)

EN BREF...

→ Prolongation du « *bouclier loyer* » jusqu'à la fin mars 2024 (p. 8)

AGENDA (p. 8)

Édito

par David Rousset
Secrétaire général

« Plus vite, plus haut, plus fort » et plus cher...

Les Jeux Olympiques et paralympiques de Paris 2024 se dérouleront du 26 juillet au 11 août 2024. A la mi-août 2023, sur 49 disciplines au programme des Jeux, 36 n'ont déjà plus une seule place de libre.

Selon une étude réalisée par le Comité international olympique, le coût moyen d'un billet pour les Jeux olympiques de Tokyo en 2020 était de 144 euros, soit plus du double du prix moyen des Jeux olympiques de Rio en 2016 (70 euros). Les Jeux olympiques de Paris en 2024 pourraient être encore plus chers.

Le Comité d'organisation des Jeux olympiques et paralympiques (COJO) a annoncé que le prix moyen d'un billet serait de 150 euros. La réalité rapportée est différente : s'il y a bien des places à ce niveau de prix (par ex. : éliminatoires en volleyball à partir de 140 euros), les prix des disciplines reines, a fortiori après les éliminatoires ou les séries, peuvent être stratosphériques : billets à 980 euros pour des demi-finales d'athlétisme ou de natation, finale de gymnastique à 630 euros, 2.700 euros pour la cérémonie d'ouverture.

Le système de tirage au sort, pourtant vertueux, est parfois inopérant dès lors que de nombreux gagnants doivent renoncer à acheter les billets proposés compte tenu de leur prix et des sports proposés. Le système de vente par packs, permettant d'assister à un sport collectif, à une discipline majeure et à une épreuve moins connue, n'a pas séduit compte tenu de ses contraintes. Quant aux billets à « *50 euros et moins* » promis par la Ministre de sports, de nombreux internautes ont cherché en vain de tels tarifs jusqu'ici.

Le niveau des prix s'expliquerait par les dépenses liées à la sécurité, à la logistique et à la promotion des Jeux, mais aussi par la volonté de maximiser les revenus générés par la billetterie.

En toute hypothèse, l'Afoc estime que le prix des billets pour les Jeux olympiques est trop cher, déconnecté avec le pouvoir d'achat et qu'il exclut une partie du public qui n'a pas les moyens de se les offrir.

AFOC

ASSOCIATION **FO** CONSOMMATEURS
141 AVENUE DU MAINE • 75014 PARIS
TÉL. 01 40 52 85 85
www.afoc.net
afoc@afoc.net

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION **Pascal LAGRUE**
ISSN **0985-6129** • DÉPÔT LÉGAL **SEPTEMBRE 2023**
REPRODUCTION AUTORISÉE AVEC MENTION D'ORIGINE
IMPRIMERIE **CGT-FO**

LA REPRODUCTION TOTALE OU PARTIELLE DES « CAHIERS DE L'AFOC » N'EST AUTORISÉE QU'À DES FINS NON COMMERCIALES ET SOUS RÉSERVE DE L'INDICATION CLAIRE ET LISIBLE DE LA SOURCE : « **CAHIERS DE L'AFOC** • 141 AVENUE DU MAINE • 75014 PARIS »

PRIX À L'UNITÉ 3,50 €
ABONNEMENT POUR 6 NUMÉROS 20 €

UN ENCADREMENT BIENVENU DE L'INFLUENCE COMMERCIALE EN LIGNE

L'Afoc s'était inquiétée il y a quelques temps de l'augmentation de certaines dérives et arnaques constatées sur les réseaux sociaux de la part de certains « *influenceurs* » (incitation à faire des régimes alimentaires dangereux, de la chirurgie esthétique, des paris excessifs, promotion de contrefaçons...) et avait demandé un meilleur encadrement de leurs pratiques. C'est chose faite avec la parution de loi du 9 juin 2023 « *visant à encadrer l'influence commerciale et à lutter contre les dérives des influenceurs sur les réseaux* ».

La loi définit et encadre l'activité des influenceurs sur les réseaux sociaux, dont le public est souvent jeune et donc pas forcément à même d'exercer un esprit critique sur les propositions faites en ligne.

Une définition de l'influenceur est créée. On estime à quelque 150 000 le nombre d'influenceurs actifs en France sur Youtube, Instagram, Tiktok, Facebook... Il s'agit des personnes qui, contre rémunération ou avantages en nature « *mobilisent leur notoriété auprès de leur audience pour communiquer* » en ligne « *des contenus visant à faire la promotion, directement ou indirectement, de biens, de services ou d'une cause quelconque* ». Généralement la leur dans ce dernier cas...

Afin d'indemniser d'éventuelles victimes, la loi prévoit le principe d'une responsabilité solidaire entre l'annonceur, l'influenceur et son agent. De plus, les influenceurs résidant à l'étranger hors Europe (comme à Dubaï) devront désigner un représentant légal dans l'Union Européenne et souscrire une assurance civile dans l'UE dès lors qu'ils visent un public en France.

Des mesures spécifiques viennent protéger les enfants influenceurs. Les règles sur le travail des enfants Youtubeurs sur les plateformes de partage de vidéos, fixées par la loi du 19 octobre 2020, sont étendues à toutes les plateformes en ligne (réseaux sociaux tels qu'Instagram, Snapchat ou Tiktok). Les enfants influenceurs commerciaux seront protégés par le code du travail. Leurs parents devront signer leurs contrats avec les annonceurs et consigner une part de leurs revenus.

Les obligations des plateformes en ligne (Youtube, Tiktok...) sont renforcées. Conformément au Digital Services Act (DSA), elles devront proposer un bouton pour signaler les contenus illicites, traiter en priorité les notifications des signaleurs de confiance et retirer au plus vite ces contenus.

La loi rappelle que les influenceurs doivent respecter le cadre légal sur la publicité et la promotion des biens et des services (loi dite « *Evin* », code de la consommation, normes sur les produits gras, sucrés et salés …). De plus, elle interdit les publicités faisant la promotion :

- de la chirurgie et la médecine esthétique ;
- de certains produits et services financiers (notamment concernant les crypto-monnaies) ;
- de l'abstention thérapeutique ;
- des sachets de nicotine ;
- des abonnements à des conseils ou des pronostics sportifs.

.../...

... UN ENCADREMENT BIENVENU DE L'INFLUENCE COMMERCIALE EN LIGNE

La publicité des jeux d'argent et de hasard est encadrée afin de protéger les mineurs, de même que la promotion d'inscriptions à des formations professionnelles, notamment via le compte personnel de formation (CPF).

Une meilleure protection des consommateurs. Face aux nombreuses dérives constatées dans la pratique du dropshipping ou « *livraison directe* » (vente de produits de mauvaise qualité ou contrefaits, absence de livraison), les influenceurs seront responsables vis-à-vis des acheteurs.

Le « *dropshipping* » ou « *livraison directe* » est une vente sur internet dans laquelle le vendeur ne se charge que de la commercialisation et de la vente du produit. C'est le fournisseur du vendeur qui expédie la marchandise au consommateur final. Le consommateur n'a généralement ni connaissance de l'existence du fournisseur ni de son rôle.

Désormais, cette méthode de vente engage l'influenceur vendeur. Dès lors, il lui revient au titre de son obligation de résultat de :
- s'assurer que les produits vendus sont conformes à la législation applicable (nationale ou européenne, par exemple imposant un marquage CE pour certains produits), qu'ils ne sont pas dangereux, ni pour des adultes, ni, le cas échéant pour des enfants, et qu'ils ne sont pas interdits, ni contrefaits ;
- d'informer l'acheteur de l'identité réelle du fournisseur ;
- d'afficher les détails de ces produits : le prix (TTC en euros), les caractéristiques (taille, quantité, composition…) et les conditions de vente (modalités de paiement, délais de livraison…) doivent apparaître clairement.

L'influenceur, comme tout vendeur en ligne, est seul responsable, vis-à-vis de l'acheteur, de la bonne exécution de la commande et de la livraison du produit dans le délai prévu et en bon état.

L'acheteur bénéficie également d'un droit de rétractation. Dans les 14 jours à compter de la date de livraison du produit, il peut revenir sur sa commande et renvoyer le produit, contre remboursement.

Pour une meilleure information de leurs abonnés, les influenceurs devront indiquer clairement la mention « *publicité* » ou « *collaboration commerciale* » sur leurs contenus promotionnels.

Pour protéger les plus jeunes, les photos ou vidéos de visage ou de silhouette modifiées, notamment à l'aide de filtres, ou réalisées par intelligence artificielle devront contenir la mention « *images retouchées* » ou « *images virtuelles* ». Les mineurs devront être sensibilisés contre les contenus sexistes, la manipulation commerciale, les risques d'escroquerie en ligne et les outils mis à disposition par les plateformes pour signaler des contenus illicites.

La loi prévoit des sanctions spécifiques en cas de non-respect des obligations précitées.
Un guide de bonne conduite des influenceurs et des créateurs de contenus est disponible en ligne.

Sources :
Légifrance : Loi n° 2023-451 du 9 juin 2023 visant à encadrer l'influence commerciale et à lutter contre les dérives des influenceurs sur les réseaux
Pour en savoir plus : https://www.economie.gouv.fr/influenceur-createur-contenu-mesures-encadrement

ASSURANCE HABITATION : LE CONTRAT EST-IL ADAPTÉ À VOS EXIGENCES ET À VOS BESOINS ?

Le Comité consultatif du secteur financier (CCSF), dont l'Afoc est membre, a remis le 6 juin dernier au ministre de l'Économie le résultat de ses travaux portant sur l'information des consommateurs en matière d'assurance habitation.

Pour rappel, il n'existe aucune obligation actuellement pesant sur les assureurs d'informer régulièrement les assurés sur l'adéquation des garanties initialement souscrites à leurs besoins réels et aux évolutions possibles de leur logement. Sur 40 ans par exemple, le logement et les besoins ont pu changer (constructions nouvelles intérieures ou extérieures, valeur du mobilier, nouvelles installations, nouvelles normes et technologies…).

Ainsi, Le CCSF a estimé, dans son avis, à l'unanimité de ses membres, que l'information de l'assuré était effectivement très insuffisante et propose au ministre de renforcer l'information et le conseil aux assurés selon les modalités suivantes :

- que l'assureur envoie régulièrement sur un support durable, un rappel des caractéristiques du bien assuré ;

- que l'avis d'échéance annuel soit complété par les informations suivantes : une mention rappelant la nécessité de contacter son assureur en cas de modification de sa situation ou d'évolution de ses biens ; des exemples pédagogiques des situations qui nécessitent une adaptation des garanties (réalisation de travaux d'aménagement, de construction intérieures ou extérieures, installation de nouveaux équipements tels que panneaux photovoltaïques, pompe à chaleur…, augmentation de la valeur du mobilier) ;

- que l'assureur veille à ce qu'un échange périodique (par exemple tous les 5 ans au plus tard) se tienne avec tout client afin de constater les possibles évolutions des biens assurés qui nécessiteraient une adaptation des garanties ;

- qu'en fonction de l'évolution des besoins du client, l'assureur propose des adaptations du contrat et, le cas échéant, du tarif.

A voir comment le gouvernement traduira ces préconisations en mesures réglementaires... L'Afoc conseille à ses adhérents et aux consommateurs d'appeler régulièrement leur assureur pour vérifier la conformité des couvertures d'assurance souscrites à leurs nouveaux besoins le cas échéant.

Plus d'informations : CCSF : https://www.ccsfin.fr

UN GUIDE POUR CLARIFIER L'INFORMATION ENVIRONNEMENTALE DES CONSOMMATEURS

Réparable, écoconçu, durable, etc. Nombreuses sont les allégations environnementales utilisées par les professionnels pour valoriser les produits et services proposés à la vente et répondre aux préoccupations écologiques prégnantes. Mais encore faut-il que lesdits produits et services présentent bien les qualités dont il est argué et que les allégations soient sincères.

C'est pour répondre à ces exigences que le conseil national de la consommation (CNC) a remis fin mai à la ministre Olivia Grégoire, ministre déléguée chargée des Petites et Moyennes Entreprises, du Commerce, de l'Artisanat et du Tourisme un rapport sur les allégations environnementales contenant un guide pratique qui met à jour une précédente version datant de 2010.

Composé de représentants des professionnels et des consommateurs dont l'Afoc a été rapporteuse pour le collège des associations de consommateurs, le CNC a, sous couvert de la Direction générale de la concurrence de la consommation et de la répression des fraudes et du Commissariat général du développement durable, élaboré ce guide, à jour des dernières évolutions législatives, répondant ainsi à une demande croissante des consommateurs de disposer d'une meilleure information, loyale et sincère, sur l'impact environnemental et social des produits qu'ils achètent.

Pour l'Afoc, un soutien à une consommation durable et responsable, compatible avec les impératifs de transition écologique, est une exigence qui s'impose à tous. Ainsi, les allégations environnementales peuvent contribuer à promouvoir auprès des consommateurs des produits ou des modes de consommation vertueux en cohérence avec les politiques publiques en matière de développement durable et de transition écologique.

Liens utiles :
Guide pratique des allégations environnementales
https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/cnc/avis/2023/Allegations_environnementales/guide_2023.pdf?v=1686146784

MOYENS DE PAIEMENT : MOINS DE FRAUDES, MAIS DES MÉTHODES PLUS ÉLABORÉES

C'est le constat de l'Observatoire de sécurité des moyens de paiement, organisme sous l'égide de la Banque de France, dans son rapport d'activité pour 2022, publié au mois de juin dernier : le nombre de fraudes aux moyens de paiement a reculé de 4 % l'an dernier en volume et en valeur.

Près de 7,2 millions de transactions frauduleuses représentant un préjudice total de 1,19 milliard d'euros ont été enregistrées en 2022 sur les 42.578 milliards d'euros qui ont transité par virements, prélèvements, paiements par carte ou encore chèques.

En particulier, la fraude par carte bancaire est au plus bas (taux de fraude à 0,053 %), et ce grâce à l'authentification en 2 temps (notification via l'application bancaire puis saisie d'un mot de passe ou d'une empreinte biométrique). Par contre, la fraude aux virements bancaire progresse. Les escrocs utilisent notamment la technique du « *faux conseiller* » (ou « *spoofing* ») ; en usurpant le numéro d'appel du service client de la banque, ils se font passer pour un conseiller auprès des particuliers et petits professionnels, pour obtenir leurs données bancaires personnelles sous prétexte de mise en place de tests d'authentification d'identité bancaire. Il arrive même parfois que les escrocs possèdent les dates et les lieux de naissance ou les adresses des clients, acquis par ailleurs illégalement ou par suite d'une fuite de données mise en ligne, pour annihiler leur méfiance et manipuler leur consentement. Ces agissements frauduleux visent principalement les banques en ligne.

L'Afoc rappelle que le remboursement des victimes est cependant mieux encadré depuis fin avril : il appartient désormais à la banque d'instruire le dossier en moins de 24 heures. Si elle n'est pas en mesure de conclure que la fraude vient d'une faute ou négligence grave du client lui-même, elle doit procéder au remboursement immédiat. Par ailleurs, la loi 2020-901 du 24 juillet 2020 visant à encadrer le démarchage téléphonique et à lutter contre les appels frauduleux, dite loi Naegelen, comporte un volet, qui entrera en vigueur le 25 juillet prochain, pour enrailler l'usurpation d'identité numérique via la mise en place d'un dispositif d'authentification des appels et messages émis auprès des particuliers.

« *PLUS VITE, PLUS HAUT, PLUS FORT* » ET PLUS CHER... MODALITÉS PRATIQUES

La Coupe du Monde de Rugby 2023 aura lieu en France du 8 septembre au 28 octobre 2023.

Après les différentes phases de vente, par packs et à l'unité, une plateforme d'achat, de revente et d'échange officielle est ouverte pour se procurer éventuellement des billets à l'unité. Il est à noter que seuls les billets achetés sur ce site garantiront l'accès aux matchs. Un seul site officiel : tickets.rugbyworldcup.com

France 2023, organisateur de la coupe du monde a annoncé qu'elle avait récupéré 100 000 billets auprès de ses partenaires, à pouvoir revendre au public. La revente est faite depuis le 19 juillet. Les 48 matchs seront accessibles, par des billets à l'unité. Pour pouvoir participer à cet événement, il faut faire partie absolument de la Famille 2023 et s'inscrire sur le site à l'adresse précitée.

Les billets sont proposés à prix facial, afin de lutter contre le marché noir et la dérégulation des tarifs, dans la limite de 6 places par personne. La dépose et l'acte d'achat pourront se faire jusqu'à 24 heures avant le début de chaque rencontre.

Toutes les informations sur les modalités de revente sont à retrouver sur le site : https://www.rugbyworldcup.com/2023/news/778017/ticketing-official-resale-platform-launching-in-january-2023

Il en est de même pour les Jeux Olympiques et paralympiques. Un seul site officiel vend des billets : tickets.paris2024.org

Les Jeux Olympiques de Paris 2024 se dérouleront du 26 juillet au 11 août 2024.

Les premières phases de vente de billets sont également terminées. En créant un compte sur le site officiel dès maintenant, vous serez tenu informé des prochaines opportunités pour acheter un billet. Par ailleurs, une plateforme de revente ouvrira au printemps 2024. Il s'agira de l'unique site officiel de revente pour les détenteurs de billets du monde entier.

Toute revente effectuée en dehors de la plateforme de revente officielle dédiée est interdite. Tout billet ayant été commercialisé ou utilisé en violation des conditions générales de vente pourra être annulé et son porteur pourra se voir refuser l'accès au site de la session concernée. Aucun remboursement ne sera effectué en cas de fraude.

De ce fait, aucun autre vendeur n'est autorisé à en vendre, en point de vente ou sur un site internet. La vente ou la revente non autorisée de billets et de packages par des acteurs en points de vente ou sur des sites internet en dehors des circuits officiels constituent un délit (article 313.6.2 du code pénal).

En achetant des billets ou des packages en dehors des canaux officiels, vous courez de nombreux risques : celui de payer un billet à un prix largement supérieur à sa valeur faciale, d'acheter un faux billet ou un billet électronique revendu plusieurs fois, et de vous voir refuser l'accès aux prestations vendues.

Si vous êtes victime d'une escroquerie, vous pouvez déposer une pré-plainte auprès des services de la police : www.pre-plainte-en-ligne.gouv.fr

PROLONGATION DU « *BOUCLIER LOYER* » JUSQU'À LA FIN MARS 2024

L'Assemblée nationale a voté, mercredi 28 juin, en lecture définitive, la prolongation du plafonnement de la hausse des loyers jusqu'au début de l'année 2024, afin d'éviter la disparition du dispositif, mis en place en août 2022, à la fin du mois de juin.

Pour rappel, le Sénat avait rejeté la proposition de loi à deux reprises. Le texte, à promulguer rapidement, vise à lutter contre la hausse de l'indice de référence qui sert au calcul du montant annuel des loyers des ménages (IRL). Le bouclier plafonne temporairement cette hausse à 3,5 %, en glissement annuel (en métropole ; 2,5 % dans les outre-mer). Sans ce dispositif, l'IRL aurait dépasser les 6 % au dernier trimestre de 2023 (pour une inflation général en glissement annuel de 5,4 % en juin 2023). Un dispositif similaire est prévu concernant les loyers commerciaux, pour les PME.

Légifrance : Loi n° 2023-568 du 7 juillet 2023 maintenant provisoirement un dispositif de plafonnement de revalorisation de la variation annuelle des indices locatifs

agenda

SEPTEMBRE

15 AG de l'AFOC 28

OCTOBRE

03-04-05 Congrès USH à Nantes

AFOC

Bulletin d'adhésion

J'adhère à l'AFOC nationale :

Nom : Prénom :

Particulier : 50 € Association de locataires : 80 €

En respect des règles de protection de vos données personnelles édictées par le RGPD, j'autorise l'AFOC à utiliser mon nom et mon adresse pour les besoins strictement limités à la durée de mon abonnement.

Votre contact pour l'exercice de vos droits d'accès, restification, opposition et effacement est Bernard Giusti : bgiusti@afoc.net

Date : signature :

A retourner à l'AFOC - 141 avenue du Maine - 75014 PARIS

AFOC