

Paris, le 27 janvier 2014

**« IP Tracking » : conclusions de l'enquête conjointe menée par la CNIL et la DGCCRF**

Comme l'avait indiqué Benoît Hamon, lors des débats parlementaires sur le projet de loi Consommation, « l'IP tracking » est un sujet de préoccupation des consommateurs. C'est pourquoi, la CNIL et la DGCCRF se sont saisies de la question et ont mené une opération conjointe de contrôle des sites de e-commerce sur les pratiques de modulation des prix de vente, notamment en matière de transport. Si les contrôles n'ont pas conduit à constater de pratique consistant à moduler les tarifs affichés en fonction de l'adresse IP de l'internaute, ils ont en revanche mis en évidence d'autres pratiques de variations des tarifs.

Les contrôles ont ainsi permis de constater la mise en œuvre de pratiques conduisant à des variations, parfois importantes, de prix :

- des pratiques basées sur le nombre de places offertes ou restant dans l'avion ou le train concerné. Cette politique de tarification (parfois dénommée « *Yield Management* ») conduit, par exemple, à moduler le prix d'un billet selon la date de son achat ou le taux de remplissage ;
- une pratique conduisant à moduler les frais de dossier selon l'heure à laquelle l'internaute effectue sa réservation ; l'internaute bénéficie ainsi de frais plus avantageux lorsqu'il achète un billet lors des « heures creuses » déterminées par le commerçant.

Des investigations ont été menées auprès de sociétés de vente à distance, puis auprès de leurs prestataires techniques dans le domaine du marketing comportemental. Les techniques visant à améliorer le ciblage des offres faites aux consommateurs (« *retargeting* » et « *real time bidding* ») ont été examinées au regard des dispositions du code de la consommation. Aucune des techniques observées ne prend en compte l'adresse IP des internautes comme élément déterminant ou ne vise à moduler le prix des produits ou services proposés aux consommateurs.

Une pratique conduisant à une modulation du prix proposé en fonction du site internet précédemment consulté par l'internaute a également mis en évidence. Ainsi, un internaute provenant d'un comparateur de prix se verra parfois offrir un prix d'appel plus attractif, mais avec des frais plus élevés, le prix total n'étant pas impacté de manière significative. Cette opération est effectuée sans que la personne soit en mesure de connaître les mécanismes conduisant à moduler le tarif affiché.

Cette pratique doit être examinée au regard de la loi « informatique et libertés » et des articles L. 120-1 et suivants du code de la consommation, qui condamnent les procédés « *qui altèrent, ou sont susceptibles d'altérer de manière substantielle, le comportement du consommateur normalement informé et raisonnablement attentif et avisé, à l'égard d'un bien ou d'un service* ».

La CNIL et la DGCCRF travaillent actuellement à examiner cette pratique au regard des dispositions rappelées ci-dessus.

Contacts presse :

**DGCCRF** : Marie Taillard - Tél : 01-44-97-23-91 - [communication@dgccrf.finances.gouv.fr](mailto:communication@dgccrf.finances.gouv.fr)

**CNIL** : Elsa Trochet-Macé - Tel : 01.53.73.22.48 - [etrochet@cnil.fr](mailto:etrochet@cnil.fr)