

LES
NOUVEAUX
DOSSIERS
DE LA CONSO

Vraies pubs ou faux classements ?

LES COMPARATEURS DE PRIX La DGCCRF est formelle : plus de 50 % des comparateurs avantagent leurs partenaires commerciaux. Pratiquent-ils toujours vraiment leur métier ? L'occasion pour nous d'enquêter sur leur activité.

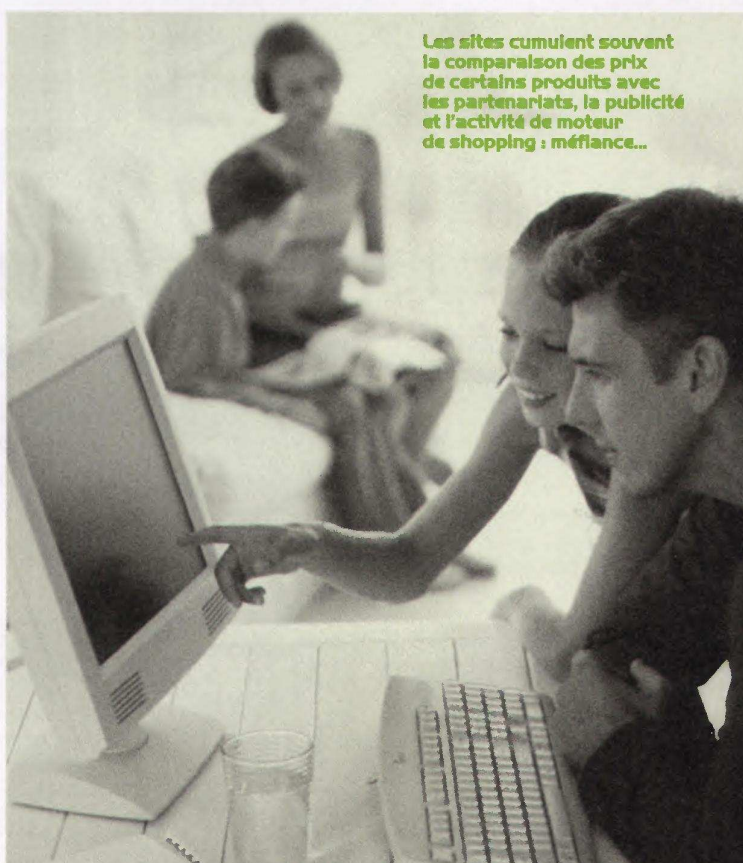
Plus de 50 % des consommateurs utilisent un site comparateur de prix pour éclairer leur choix avant d'acheter. La Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) a publié, le 7 mars 2007, ses conclusions sur le secteur : « 5 comparateurs sur 12 étudiés présentaient des sites comme exhaustifs, alors qu'ils privilégiaient manifestement leurs partenaires commerciaux. »

Mathieu cherche à acheter un téléphone portable sans abonnement. Cap sur un comparateur, pour étudier les modèles et les prix. Le site va lui proposer de comparer l'offre de plus de 50 e-marchands en quelques secondes. Grâce aux avis des consommateurs, il se fera ensuite une idée de la qualité des différents modèles et jugera de la fiabilité des vendeurs. En passant d'une boutique à une autre, trouver un portable lui aurait pris plusieurs journées. Là, en quelques clics, notre internaute a accédé à de nombreuses données et fait tranquillement son choix.

Les comparateurs de prix ont contribué au succès de la vente en ligne, en offrant aux consom-

mateurs un moyen de confronter une multitude d'offres. Axés dans un premier temps sur le domaine de l'informatique, les comparateurs se sont ensuite tournés vers d'autres secteurs marchands, comme les fournitures de bureau,

le jardin, la mode ou l'électroménager. Leur but est de proposer au consommateur un choix, le plus exhaustif possible, que ce soit dans la chaussure de sport ou dans le chocolat. Un moyen pour eux de contenter les internautes,



Les sites cumulent souvent la comparaison des prix avec les partenariats, la publicité et l'activité de moteur de shopping : méfiance...



mais également de gagner plus d'argent. Revers de la médaille, les comparateurs ont malheureusement changé de métier.

LES COMPARATEURS NE COMPARENT PLUS !

Reposant sur le référencement des bases de données des sites marchands, le comparateur offre un service, pour lequel il se rémunère au clic. Quand l'internaute choisit d'acheter un produit, il est acheminé vers le site du vendeur. Ce dernier paie alors le comparateur entre 0,15 et 0,60 €, selon son secteur d'activité, que la transaction ait eu lieu ou non. Pour gagner plus, certains comparateurs ont très rapidement proposé à leurs partenaires une plus grande visibilité, moyennant monnaie trébuchante. Au final, la page de résultats de l'internaute comprend les produits des marchands partenaires par ordre de prix payés ; il faut ensuite partir à la recherche du bouton nécessaire au tri de la page. « *C'est comme pour les têtes de gondole dans les grandes surfaces ; ceux qui paient plus cher se trouvent placés devant les yeux* », affirme Pascal Gauthier, directeur commercial de Yahoo! Marketplace, qui détient Kelkoo. Ce fonctionnement pose le problème de l'indépendance des comparateurs par rapport aux marchands. En payant ce qu'il faut, un mauvais marchand peut ainsi se retrouver en tête de gondole. Autre abus des sites comparateurs, leur mouvance vers l'activité de moteur de shopping. Dans certains secteurs, comme la mode ou le sport, le prix des marchandises proposées – ballerines, caleçons... – ne se compare plus sur la base d'un même modèle. « *Nous*

Utilisez avec intelligence les comparateurs de prix

- Faites votre recherche auprès de plusieurs comparateurs pour obtenir réellement un large panorama des offres du marché.
- Sur les pages de résultats, classez les offres par prix croissants ou décroissants, selon vos besoins. Survolez la totalité de la page, pour prendre connaissance de l'ensemble des offres.
- Assurez-vous que les produits comparés comportent les mêmes options.
- Vérifiez les accessoires.
- Contrôlez la présence d'une garantie.
- Préférez les sites proposant de nombreux avis de consommateurs et des notes sur les marchands.
- Comparez les propositions... des comparateurs.
- Rendez-vous sur un site consacré aux avis de consommateurs (voir page 21), afin de prendre un avis plus indépendant sur le marchand et, éventuellement, sur le produit.
- Vérifiez les frais de port et de livraison. Ne tenez jamais compte des délais de livraison indiqués par le comparateur, et consultez plutôt le site du vendeur.
- Pour l'électroménager, par exemple, vérifiez si la mise en service de l'appareil est comprise ou non.
- Lisez les conditions de service après-vente proposées.

sommes un moteur de shopping, la comparaison est un sous-ensemble », affirme le directeur commercial de Kelkoo, dont le slogan est pourtant encore aujourd'hui : « *Trouvez, comparez, choisissez.* » Une activité que les internautes n'ont pas encore réellement identifiée comme telle.

UN SIMPLE MOTEUR D'ACHAT

Charles Bourasset, marketing manager France du site PriceRunner, explique ce passage de l'activité de comparateur à celle de moteur de shopping par la volonté de proposer aux internautes une liste exhaustive de produits. « *Il existe de nombreux producteurs de cordes à sauter*, dit-il. *Toutes différentes selon les marchands. Aussi, sous la rubrique Fitness, nous ne proposons que des produits avec leur prix.* » Le grand nombre des pro-

duits empêcherait-il la comparaison ? Si l'on peut supposer qu'il existe de nombreux fabricants de cordes à sauter, on peut se demander pourquoi les comparateurs ont fait le choix de présenter des produits dont les prix ne se compareraient pas...

« *Nous avons pris la peine de prévenir les internautes sur les pages du site où nous ne sommes que moteur d'achat* », ajoute Charles Bourasset. Une précision que d'autres sites ne prennent pas la peine de formuler. Il faut cliquer sur les liens de type « À propos de », relatives à la société, pour en savoir un peu plus, en quelques lignes, sur le fonctionnement du site. Par exemple, le comparateur Shopzilla s'affiche comme « *comparateur de prix et guide d'achat discount en ligne. Achetez moins cher dans des meilleures boutiques en ligne.* » Son slogan est :



« Achetez mieux, achetez malin. » Si vous vous reportez aux informations relatives au site, vous apprendrez qu'il est un « comparateur de shopping Internet »... Il mêle deux activités différentes rendant l'activité réelle obscure.

LA VALSE DES MARCHANDS

En consultant les pages de présentation, l'internaute apprendra également que la plupart des sites ne comparent que les offres des partenaires avec lesquels ils ont signé des partenariats techniques et (ou) financiers. Tous les comparateurs proposent aux internautes d'acheter moins cher, ce que l'on peut trouver étrange, puisqu'ils ne référencent pas l'ensemble de l'offre disponible !



Prenons l'exemple du téléphone portable Samsung SGH-X530. Sans frais de port, il coûte, chez Kelkoo, entre 89,90 € et 145 € en occasion ; chez Achetezfacile, de 96,45 à 149,99 € ; chez Best-price, 94,03 € ; chez Price-minister, de 96 à 139 € ; chez Boursoprix, de 108 à 149,99 €. Le nombre des marchands comparés n'est pas le même : il varie de 1 à 10 pour ce produit.

On remarquera également que les grandes marques (Darty, Fnac...), qui disposent d'un service de vente en ligne, sont rarement présentes chez les comparateurs. Elles n'ont en effet pas besoin de leurs services. À la décharge des comparateurs, le référencement des sites marchands est loin d'être simple. Le nombre de produits à référencer demande des moyens importants, et les marchands sont très nombreux. « Des marchands, il s'en crée et il en meurt

tous les jours. Je pense que nous devons référencer à peu près 50 % des marchands existants. Tous les 6 mois, nous devons vérifier qu'ils sont toujours présents », explique Corinne Lebovitch, directrice générale de LeGuide, comparateur, guide d'achat et moteur de shopping qui affiche 9 millions de produits pour un peu plus de 7 000 marchands. Ce nombre important d'acteurs explique également pourquoi les sites préfèrent créer des partenariats techniques, qui facilitent leur gestion. Pour sa part, PriceRunner a choisi de comparer (dans sa partie comparateur) les offres de vendeurs, qu'ils soient partenaires ou non. Il va même jusqu'à proposer les prix de quelques magasins "physiques". « Nous envoyons des robots pour récolter les informations des sites qui ne sont pas partenaires, après les avoir prévenus. Une personne se déplace pour noter les prix en magasin. En revanche, nous n'affichons ni le logo ni un lien, pour marquer la

tous les jours. Je pense que nous devons référencer à peu près 50 % des marchands existants. Tous les 6 mois, nous devons vérifier qu'ils sont toujours présents », explique Corinne Lebovitch, directrice générale de LeGuide, comparateur, guide d'achat et moteur de shopping qui affiche 9 millions de produits pour un peu plus de 7 000 marchands. Ce nombre important d'acteurs explique également pourquoi les sites préfèrent créer des partenariats techniques, qui facilitent leur gestion. Pour sa part, PriceRunner a choisi de comparer (dans sa partie comparateur) les offres de vendeurs, qu'ils soient partenaires ou non. Il va même jusqu'à proposer les prix de quelques magasins "physiques". « Nous envoyons des robots pour récolter les informations des sites qui ne sont pas partenaires, après les avoir prévenus. Une personne se déplace pour noter les prix en magasin. En revanche, nous n'affichons ni le logo ni un lien, pour marquer la

À la recherche d'un appareil photo compact numérique Nikon Coolpix S500 Silver

Nom et adresse du site	En passant par le moteur de recherche	En passant par les catégories du site
Acheter-moins-cher www.acheter-moins-cher.com	Appareil trouvé, mais de différentes couleurs.	La recherche par marque, puis par gamme, permet d'afficher les appareils S500, mais de différentes couleurs.
Kelkoo fr.kelkoo.com	1 635 offres de produits Coolpix, de 90 marchands, mais pas de comparaison. Il faut affiner la recherche en cliquant sur Appareils photo numériques. Les appareils comparés ne sont pas de même couleur.	La recherche par marque, prix, type d'appareil, résolution permet d'accéder rapidement à la référence recherchée, mais les couleurs sont mélangées.
LeGuide www.leguide.com	Propose une liste de produits Nikon avec un lien direct vers le site marchand. Il faut parcourir la page Résultats pour trouver le lien Comparer les prix.	Pas de classement par gammes et pas de filtre, sauf par tranches de prix, permettant d'affiner la recherche. Il faut dérouler la liste ou connaître déjà la tranche de prix où se situe l'appareil. La recherche est un casse-tête.
PriceRunner www.pricerunner.fr	Propose tout de suite la comparaison du produit, avec 21 marchands pour la version Silver et 16 pour un autre coloris.	Le tri est simple, on arrive assez facilement à la référence.
Shopzilla www.shopzilla.fr	Le produit apparaît en haut de la page de résultat. Il ne reste plus qu'à comparer les prix !	On bute après avoir sélectionné "appareil photo numérique" : il faut choisir entre une gamme de prix, la taille du zoom, la résolution de l'image. Au final, on ne le trouve pas.



différence avec nos partenaires payants », affirme Charles Bourasset, de PriceRunner.

LA JUNGLE DES ARBORESCENCES

En outre, les sites comparateurs, qui n'affichent pas clairement leur couleur, ne sont pas d'une précision exemplaire. Tout d'abord, le moteur de recherche utilisé n'est pas toujours efficace. Vous tapez la marque et la référence exacte d'un téléphone portable, et c'est l'ensemble des produits de la marque, téléphones et accessoires compris, qui s'affiche. À vous, ensuite, d'affiner votre recherche au moyen des filtres proposés. Un parcours parfois fastidieux, qui nécessite souvent de prendre son mal en patience, de changer de technique de recherche et de suivre le menu que propose le site, en passant par ses catégories et sous-catégories, avec l'espoir que le produit recherché s'y trouve !

En outre, le chemin est semé d'embûches, tant le nombre de

Quelques sites d'avis de consommateurs à connaître

Les comparateurs de prix proposent aux consommateurs de déposer leurs avis sur les produits et sur les sites marchands qu'ils référencent. Si ces avis sont utiles, on ne sait pas comment ils sont traités et modérés. Avant d'acheter, il est conseillé de parcourir différents sites proposant des avis de consommateurs. Parmi les plus connus :

- Ciao! (www.ciao.fr) sur lequel une communauté d'utilisateurs évalue les produits et les vendeurs ;
- Alatest (<http://alatest.fr>) met à la disposition des internautes des tests comparatifs issus de la presse. Les domaines représentés sont la photo, l'électronique, le téléphone, l'ordinateur et les jeux ;
- Universconso (www.universconso.com) propose des avis de consommateurs sur son forum, des dossiers et des conseils techniques. Les domaines couverts sont l'électroménager, la télé, la hi-fi, la vidéo, le home cinema. Les marchands sont notés par la rédaction du site et par les internautes consommateurs. De quoi trouver quelques informations supplémentaires.

produits placés sur les sites – et celui de leurs options – est important. Téléphone avec casque pour la voiture, oreillettes, avec ou sans housse, bleu, vert, collector U2 ; baladeur MP3 bleu ou rouge, avec 4 Go ou 20 Go de mémoire, avec ou sans enceintes... Les sites multiplient les filtres pour sélectionner le produit souhaité et proposer une réponse adaptée à la recherche

de chaque internaute. Au final, pour définir les options d'un téléphone portable, les filtres en colonne prennent un tiers de la page Web. De quoi en décourager plus d'un ! Le tout est enveloppé de liens commerciaux, de liens vers le site d'enchères e-bay.fr et de publicités clignotantes ! Et, comme le nombre d'options augmente également, les comparateurs sont truffés d'imprécisions. Il n'est pas rare que les produits comparés ne soient pas identiques : téléphone dont la garantie peut être de 1 ou 2 ans, appareil photo numérique proposé soit avec un objectif, soit boîtier nu... Il faut donc toujours tout vérifier avec soin, prendre le temps de lire les énoncés, pas toujours clairs, pour s'assurer que l'on compare réellement la même chose. Il est également fréquent que des appareils d'occasion soient mélangés avec des appareils neufs. Il faut alors effectuer un nouveau tri, pour obtenir uniquement les produits neufs – quand cette option est proposée.

Fiche produit	Classement des résultats	Marchands comparés	Fourchette de prix hors frais de port
6 lignes	Par prix décroissants	15	De 259 à 332,01 €
En appuyant sur l'onglet correspondant	Par prix totaux (frais de port inclus)	18	De 259 à 299 €
5 lignes	Par popularité	6	De 259 à 308 €
4 lignes	Par prix (livraison incluse)	21	De 259 à 329 €
En cliquant sur un lien	Commercial	4	De 270 à 329 €



À ces imprécisions vient s'ajouter une interface qui est parfois complexe à utiliser.

UN SYSTÈME DE TRI PAS TOUJOURS MIS EN ÉVIDENCE

Concernant le bouton pour trier les produits, certains marchands semblent limiter considérablement leurs efforts. Quelques sites comparateurs n'ont pas trouvé bon de créer un bouton visible, permettant à l'internaute d'identifier tout de suite le lien ou de cliquer pour accéder à l'ensemble des prix, par ordre croissant ou décroissant. C'est le cas de Kelkoo qui propose un bouton pour le tri de couleur gris clair, qui n'est pas placé, contrairement à ce que l'on attendrait, au-dessus des prix, mais à gauche des résultats. En revanche, d'autres sites, comme Shopzilla et LeGuide, proposent un onglet visible ; PriceRunner dispose de

deux moyens d'accéder au tri ; Acheter-moins-cher et Boursoprix trient automatiquement par ordre décroissant.

Autres éléments à vérifier attentivement : le montant des frais de port et les délais de livraison. En effet, les informations fournies par les moteurs dépendent des bases de données des sites marchands et de la régularité des mises à jour. Il arrive donc que les délais de livraison et les frais de port soient approximatifs. Il faut donc tout vérifier sur le site marchand avant de s'emballer et d'acheter un cadeau prévu pour une livraison le jour suivant.

En outre, de nombreux comparateurs, à l'instar de Kelkoo, ont opté pour l'affichage des frais de port les plus bas, malheureusement sans le mentionner. Les frais de port varient selon le poids du produit, le délai de livraison et le type de transport choisi (Colissimo, Chro-

nopost...). PriceRunner est le seul comparateur à afficher des prix tenant compte de la fourchette des frais de port.

CONSULTER LES AVIS DES INTERNAUTES

En ce qui concerne les marchands et leur fiabilité, les comparateurs ne fournissent pas la même qualité d'information, pourtant nécessaire lors de l'achat d'un produit. Shopzilla affiche des pictogrammes pour donner une idée de la qualité des marchands ; LeGuide les testerait lui-même, ce que l'on n'apprend qu'en lisant la rubrique "À propos de" ; Kelkoo fournit une fiche descriptive, accessible à partir de la page de résultats, et une note sur le marchand, sous la forme d'étoiles présentées à côté du prix ; quant à Boursoprix et Acheter-moins-cher, ils n'affichent aucune note... Il faut donc se renseigner sur des

Huit sites inspectés pour vous aider à vous orienter

Nom et adresse du site	Le premier classement est-il publicitaire ?	Accès facile au classement par prix	Indication claire du prix avec et sans frais de port
Acheter-moins-cher www.acheter-moins-cher.com	Non	Oui	Non. Ces frais sont compris dans le prix proposé, mais ils ne sont pas mentionnés à part
Best-price fr.best-price.com	Oui	Non. Il faut comprendre qu'un clic sur le lien Prix classe les produits par ordre décroissant	Oui
DoorOne doorone.fr	Oui	Oui	Oui
Kelkoo fr.kelkoo.com	Oui	Non	Oui
LeGuide www.leguide.com/	Non. Classement par popularité	Oui	Non. Le prix total n'est pas affiché clairement
PriceRunner www.pricerunner.fr	Non	Oui	Oui
Shopzilla www.shopzilla.fr	Non. Classement soit par meilleur résultat, soit par popularité	Non	Oui
Touslesprix www.touslesprix.com	Non. Classement dans le bon ordre	Oui	Oui



sites de consommateurs, car faire confiance à l'aveuglette n'est pas envisageable.

Les avis des internautes sont également importants pour se faire une idée réelle d'un site marchand. Là encore, les procédés sont différents. Si l'on peut regretter que le lien vers les avis des consommateurs soit en gris clair, le rendant difficile à voir sur Kelkoo, il est cependant accessible à partir de la page de résultats du site. PriceRunner, pour sa part, donne des avis d'experts (sites d'informations) et des avis d'internautes depuis la page de résultats. LeGuide a préféré concentrer les avis dans son forum, ce qui demande à l'internaute une gymnastique supplémentaire. On notera que, même sur les sites proposant des notes, des étoiles ou autres pictogrammes, on ne peut juger de la véracité des faits relatés.

Pour orienter les consommateurs dans le choix des marchands, certains sites proposent un classement de popularité, comme LeGuide, ou PriceRunner dans sa partie moteur de shopping. À la différence du classement commercial, celui-ci met en avant les produits les plus prisés du site. Mis en avant comme le classement publicitaire, son rôle n'est pas toujours bien compris des internautes. En outre, la question est de savoir si ce classement correspond à la notoriété ou s'il s'agit d'un classement commercial supplémentaire.

VERS DES RESPONSABILITÉS ACCRUES ?

Ces critiques n'égratigneront pas beaucoup les comparateurs, qui ont bénéficié jusqu'à présent d'un statut très avantageux. Leurs responsabilités juridiques sont limitées : ils ne garantissent ni les

informations, ni les textes, ni les images, et ils ne sont pas soumis à la loi relative à la publicité mensongère, car ils ne sont qu'un intermédiaire entre un acheteur et un site marchand.

Bonne nouvelle, cependant, tous se tournent aujourd'hui vers un accroissement de leurs responsabilités et de leurs engagements vis-à-vis des clients, afin de les fidéliser et (ou) de se forger une bonne image. Ainsi, Kelkoo va créer un label de qualité, après avoir subi le mécontentement d'internautes, furieux de leurs achats en ligne. LeGuide a mis en place un service de médiation entre internautes et marchands. Quant à PriceRunner, il travaille à un système de vérification du bon déroulement des commandes. Tous essaient de proposer un service de meilleure qualité, afin de renseigner au mieux les internautes, et surtout, de les garder... ■

Mention des délais de livraison	Présence d'avis d'internautes	Notes concernant le site	Engagement vis-à-vis du client	Commentaires de «60»
Oui	Non	Non	Réponse aux clients mécontents dans un délai de 5 jours	Le site serait le seul comparateur de prix à qui la DGCCRF n'aurait rien eu à reprocher, d'après... lui.
Oui	Non	Oui	Informations en anglais, donc difficilement exploitables	On ne peut pas cliquer sur les notes des marchands (<i>store rating</i>) afin de comprendre à quoi elles correspondent. Le site, à moitié en anglais, comprend de nombreuses fautes.
Oui	Oui	Oui	Aucun engagement	Le site mêle les produits neufs et d'occasion. Ces derniers sont mal identifiés.
Oui	Oui	Oui	Charte qualité des commerçants en cours	Il faut cliquer sur le bouton Prix pour les voir apparaître par ordre décroissant.
Oui	Non	Oui	Médiation installée et certification des marchands	Il faut parfois descendre dans la page de recherche avant de tomber sur un bouton Comparer les offres.
Oui	Oui	Non	Test obligatoire des marchands en cours	Ce site propose un classement exhaustif dans sa partie comparateur.
Rarement	Oui	Oui	Certification des marchands en place	Le détail de certains produits est en anglais, comme pour l'Ipod Nano 4 Go.
Oui	Non	Non	Aucun engagement	Il faut cliquer sur le produit dans une liste austère pour trouver un comparateur de prix.