

LA MORALISATION D'INTERNET EST EN MARCHÉ

Le SYNHORCAT qui avait déposé une assignation à l'encontre de sociétés du groupe EXPEDIA exploitant les sites expedia.fr, fr.hotels.com (sites de réservations hôtelières en ligne) et sa filiale TripAdvisor (1er site de commentaires de voyageurs) devant le Tribunal de commerce de Paris enregistre aujourd'hui, 4 octobre 2011, une victoire majeure.

En effet, la justice vient de donner raison au SYNHORCAT, auquel s'était joint la DGCCRF sous l'impulsion du Secrétaire d'État auprès du ministre de l'Économie, des Finances et de l'Industrie, chargé du Commerce, de l'Artisanat, des Petites et Moyennes Entreprises, du Tourisme, des Services, des Professions Libérales et de la Consommation, Frédéric LEFEBVRE.

Il ressort du jugement du tribunal de commerce de Paris du 04 octobre 2011, jugement assorti de l'exécution provisoire :

- Que l'action du SYNHORCAT est recevable...
- Que l'intervention de la DGCCRF est recevable...
- Que les mentions des disponibilités affichées sur les sites expedia.fr et hotels.com « aucune chambre n'est disponible aux dates sélectionnées... » constituent des pratiques commerciales trompeuses et que ces sociétés doivent faire disparaître les phrases litigieuses sous 15 jours...
- Que les informations promotionnelles sur les sites tripadvisor.fr, expedia.fr et hotels.com sont des pratiques commerciales trompeuses...
- Que sont condamnées solidairement les sociétés Expedia France, Expedia Inc., hotels.com LP, TripAdvisor LLC, TripAdvisor limited, TripAdvisor France, Vacationspot S.L, wwte travel limited à payer diverses sommes au SYNHORCAT tant au titre du préjudice commercial que d'une atteinte portée aux intérêts collectifs de la profession et à la SAS Hôtel Place du Louvre, à la SARL Château de Guilguiffin...
- Et ordonne l'exécution provisoire du jugement.

Selon Didier CHENET, Président du SYNHORCAT « Le SYNHORCAT est la seule organisation à avoir osé entreprendre cette action de moralisation. Les mentions affichées sur ces sites doivent désormais être exactes et les pratiques commerciales trompeuses ainsi que les publicités mensongères doivent cesser.

D'ores et déjà c'est une victoire pour les consommateurs et les professionnels de l'hôtellerie, elle porte en elle les germes d'une moralisation du e-commerce tout entier.

D'autres actions se poursuivront sur l'authenticité des commentaires, la légalité des contrats entre hôteliers et centrales de réservation, les pratiques de ces centrales y compris pour les réservations dans les restaurants. »

Pour Christophe PALUEL-MARMONT, 1^{er} Vice-président et Président de la commission Europe du SYNHORCAT : « Depuis 4 ans le SYNHORCAT tant au niveau national qu'europpéen se battait pour que les informations sur les hôtels soient transparentes et ne portent pas préjudice aux consommateurs et aux professionnels.

L'information sur Internet devenant prépondérante, il est fondamental qu'elle soit fiable, loyale et exacte pour tous les acteurs économiques et les internautes. »

Didier CHENET ajoute que « le SYNHORCAT est prêt à nouer un dialogue constructif avec l'ensemble des acteurs du e-tourisme et lance un appel aux autres organisations patronales pour qu'elles nous rejoignent dans ce combat pour nos professionnels et nos clients ».