



LE SMS
level...com*

*Association des vendeurs de voyages en ligne

Respecter les données personnelles

En vertu de la loi n° 78-17 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, telle que modifiée par la loi du 6 août 2004, voici les informations devant figurer sur un site Internet :

1. L'identité du responsable du traitement des données personnelles : "nom et prénom" pour une personne physique, "raison sociale" pour une personne morale.
2. La finalité de ce traitement.
3. Le caractère obligatoire ou facultatif des réponses, et les conséquences éventuelles d'un défaut de réponse.
4. Les destinataires des données personnelles.
5. Les droits et les modalités d'exercice des droits d'accès, de rectification, d'opposition, de retrait.
6. L'identité et les coordonnées de la personne auprès de laquelle ces droits peuvent être exercés.
7. Le transfert des données envisagé à destination d'un État non-membre de l'UE.
8. L'existence de cookies et les modalités d'opposition.

En cas de non-respect, le responsable du traitement est passible de l'amende prévue pour les contraventions de 5^e classe (1500 € - article R625-10 du code pénal).

Anne-Sophie Poggi,
avocat associé,
www.derriennic.com

Notre conseil :

Insérez sur le site un onglet sur les données personnelles. Actualisez ces informations.

Guerre des prix sur les comparateurs

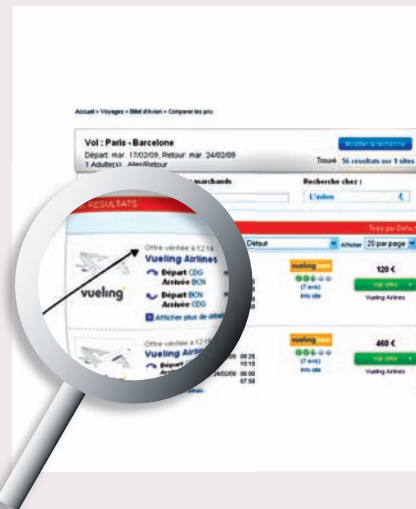
Les comparateurs de voyage ont trouvé leur public. Mais leur contenu et leurs méthodes font parfois grincer les dents des sites marchands vers lesquels ils orientent les internautes.

« Certains tarifs, livrés aux comparateurs par flux, semblent occasionnellement majorés pour intégrer le coût du clic, dénonce Fabrice Dariot, PDG de Bdv.fr. D'autres sont minorés pour apparaître moins élevés que la concurrence. Ces écarts sont de 2 € à 6 € par passager en général. La promesse de comparaison objective du marché n'existe plus. » Une grande agence en ligne reconnaît avoir diffusé sur les comparateurs des prix différents de ceux affichés via son site de vente directe, pour être plus compétitive. Jusqu'au jour où la Direction générale de la concurrence et de la répression des fraudes (DGCCRF) l'a épinglée, et lui a adressé un avertissement fin 2006. Le site s'est de suite remis dans le rang. La DGCCRF vérifie les sites de voyages, mais ponctuellement. Objectif : surveiller que les prix sont identiques sur les comparateurs. Or, vérifications faites par nos soins, des écarts tarifaires subsistent. Frédéric Vanhoutte, président de l'association Level.com, l'a également constaté : « Sur les comparateurs, les prix sont parfois plus élevés. Parfois moins. Pour les marchands, cette pratique fait partie des investissements marketing, au même titre que l'achat de mots clés. Au final, le client est lurré. » Pour lui, il faudrait assainir le marché.

Les comparateurs s'estiment au-dessus de tout soupçon, ou presque. « Nous interrogeons les marchands en temps réel, souligne Jean-Pierre Nadir, fondateur d'Easyvoyage.com. Nous n'inventons rien ! Une personne travaille à mi-temps pour vérifier que les prix affichés sur notre site sont disponibles, et réservables aux prix indiqués. » Toutefois, 5 % des tarifs au maximum ne remplissent pas cette promesse, admet-il.

L'info peut être « vieille » de 24 h maximum pour un départ dans plus de deux mois (mais de 15 min dans le cas d'une VDM). La faute au « cache », ces fichiers temporaires qui permettent de limiter les coûteuses requêtes vers les bases de données. Opodo France, par la voix de sa DG Petra Friedmann, croit d'ailleurs en la sincérité de cet argument. Pas Fabrice Dariot :

« dans le voyage pour 37 % des internautes (source : Médiamétrie/NetRatings, mai 2008). Le rapport de force avec les fournisseurs de voyages n'en est que plus important. Mais à l'heure où la crise oblige à des arbitrages publicitaires, certaines e-agences se retirent ou réduisent la voilure sur Easyvoyage et autres Kelkoo, devenus bien chers. « Les compa-



« Kelkoo indique l'heure d'actualisation des informations. C'est l'un des engagements des signataires de la charte de déontologie des comparateurs (Kelkoo, Easyvoyage, Voyagermoinscher...). Ils promettent aussi de rafraîchir les offres toutes les 24 h au moins et d'indiquer leur mode de classement. Kelkoo, qui place le plus gros payeur en tête par défaut, n'est pas très lisible.

« Le problème n'a rien à voir avec les caches mémoires souvent évoqués pour noyer le poisson. » Pourtant, Kelkoo ne voit pas d'autres explications, et son argumentaire est bien rodé : « Quand il y a un cache, nous précisons à l'internaute l'heure à laquelle l'information a été vérifiée, assure Marie Fouris-Wolff, directrice des ventes voyages chez Kelkoo. Une veille tarifaire est par ailleurs effectuée : « Tous les matins, nous vérifions les prix des marchands qui, s'ils diffèrent des nôtres, sont contactés par nos soins. »

RAPPORT DE FORCE

Les comparateurs revendiquent leur neutralité, gage de leur audience. Ce sont les sources d'information en ligne les plus influen-

rateurs représentent un coût trop élevé, compte tenu de la dégradation des marges dans l'aérien et de la baisse du ratio look to book », estime Carlos Da Silva, PDG de Go Voyages « Le coût par clic a augmenté ces dernières années. Nous voulons déboursier moins de 40 centimes, ou passer au CPA (ndrl, coût par acquisition, soit par vente). » Nombre de pure players sont favorables au CPA. Kelkoo ne démont pas du CPC (coût par clic). Easyvoyage est plus nuancé : « Le CPA encourage les mauvais au détriment des bons. Nous envoyons des prospectus qualifiés vers les marchands. À eux de les transformer en clients. » Easyvoyage n'est cependant pas fermé à une formule hybride de CPC, avec un incentive sur les ventes.

Linda Lainé