



UFC-QUE CHOISIR
233 bd Voltaire
75555 PARIS CEDEX 11

Le 15/01/2020

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

LastMinute : Consommateurs, ne vous laissez pas abuser !

Face aux procédés perniciose utilisés par Lastminute pour vendre sur son site des assurances voyages à l'insu de ses clients, l'UFC-Que Choisir lance l'alerte et attaque l'opérateur pour pratiques commerciales illicites, agressives et trompeuses devant le Tribunal Judiciaire de Paris.

En attendant la décision à intervenir, l'association recommande aux consommateurs la plus grande vigilance face au professionnel qui se présente comme le « leader dans l'industrie du voyage en ligne et des loisirs ».

Les témoignages de consommateurs sur internet parlent d'eux-mêmes :

« Des frais cachés de dernières minutes [...] Une fois le paiement validé qu'elle ne fut pas ma surprise de voir que j'avais également payé une assurance pour mon vol dont je n'avais absolument pas besoin. Tout est fait pour piéger le client au moment de l'achat, la vente n'est pas loyale je ne recommande pas ce site. »¹

« Le prix affiché du billet ne correspond pas du tout au prix final. Une assurance a été automatiquement rajoutée sans demander mon accord. »²

L'action de l'UFC-Que Choisir pour faire cesser cette pratique illégale

Depuis quelques mois, alors que les consommateurs ne choisissent pas initialement d'assurance, le voyageur fait apparaître, après la validation du moyen de paiement, une fenêtre pop-up qui détourne l'attention des consommateurs et leur fait souscrire l'assurance la plus chère sans s'en rendre compte.

Alors que le site lastminute.com est configuré pour pousser le consommateur à acheter et finaliser le plus vite possible son achat, cette fenêtre pop-up reprend les mêmes codes graphiques qu'un pop-up qui demanderait au consommateur de confirmer son paiement pour profiter des réflexes inconscients des internautes et ainsi leur vendre l'assurance qu'ils ont pourtant refusée quelques clics plus tôt.

L'UFC-Que Choisir dénonce ce piège marketing, simple mais terriblement efficace. Par ce procédé, LastMinute viole la législation de la vente sur internet qui avec le principe du « double-clic » impose que l'internaute puisse vérifier une dernière fois sa commande et son prix avant de procéder à l'achat.

L'association a donc saisi le Tribunal Judiciaire de Paris pour que cette pratique qui rapporte plusieurs millions d'euros par an³ à LastMinute cesse, soit jugée agressive et trompeuse et que l'opérateur soit sanctionné. Malheureusement, le temps joue contre les consommateurs puisque cette décision ne sera pas rendue avant plusieurs mois du fait des délais judiciaires.

Dans l'attente du jugement, l'association appelle donc les consommateurs à la plus grande prudence et vigilance s'ils devaient utiliser ce site. Ceux qui auraient acheté un billet sur le site et qui ont été victimes des pratiques de LastMinute peuvent compléter **[l'appel à témoignage \(lien\)](#) afin de nous faire part de leur expérience.**

¹ <https://fr.trustpilot.com/users/5d8931b339cf14a859703c6d>

² <https://fr.trustpilot.com/users/5d9e46aa078639eea11d58e0>

³ <https://www.thetimes.co.uk/article/travel-insurance-cancellation-ploy-earns-millions-for-lastminute-com-c5kjwbwkz>