

Comparateurs de prix : « trop de confidentialité nuit à la pertinence des études de la DGCCRF », affirme Frédéric Lambert, PDG d'Acheter-moins-cher.com

« La confidentialité de la DGCCRF fait des victimes »

Face à l'explosion du commerce en ligne, la DGCCRF a lancé en août 2006, une **enquête auprès des douze principaux comparateurs de prix en France** pour vérifier la transparence de l'offre apportée aux consommateurs. Les résultats publiés en 2007 sont frappants : **onze sur douze sont rappelés à l'ordre.**

Oui, mais **qui est le douzième ?**

La **DGCCRF ne le mentionne pas** et la bonne foi de Frédéric Lambert, PDG **d'acheter-moins-cher.com, seul bon élève**, ne suffit pas à convaincre. D'abord heureux d'un tel résultat, Frédéric Lambert et son site font finalement les frais du silence de la DGCCRF : « Depuis cette enquête de la DGCCRF, le secteur de la comparaison des prix est considéré en France comme malhonnête et manipulateur. En ne mentionnant pas les noms, la DGCCRF met tout le monde dans le même panier et nuit gravement au site qui n'a rien à se reprocher. Nous répondons tous les jours à des utilisateurs inquiets et ce n'est pas facile de les convaincre de notre bonne foi » souligne Frédéric Lambert. « **Involontairement, l'enquête va à l'encontre des objectifs de la DGCCRF et nuit aux consommateurs** » regrette-t-il.

Acheter-moins-cher rassure les internautes

Conçu comme un outil au service des consommateurs face aux problématiques de pouvoir d'achat, les comparateurs de prix sont aujourd'hui **consultés par 50% des consommateurs**. Après les résultats de cette enquête médiatisée qui donne une mauvaise image de tout le secteur d'activité, Acheter-moins-cher.com se veut rassurant. **Il existe un outil honnête et fiable dans ce secteur d'activité.**

« Depuis 1998, la comparaison des prix permet vraiment d'acheter moins cher et apporte un plus indéniable au pouvoir d'achat des consommateurs ». **Sur le net, les prix varient tous les jours**, les offres sont concurrentielles, la différence de prix pour un même produit souvent très importante. « Et cette différence s'accroît plus le produit est cher » ajoute-t-il.

Grâce à une **remise à jour quotidienne** des tarifs et à une veille des pratiques cavalières de certains sites, AMC cherche à satisfaire au mieux les consommateurs en proposant une **offre exhaustive et objective**. « Une boutique peut être la moins chère sur un produit et la plus chère sur un autre et inversement le lendemain ... d'où l'utilité d'un outil de comparaison comme le nôtre », conclut-il.

A propos d'acheter-moins-cher

Lancé en août 1998, le comparateur de prix www.acheter-moins-cher.com est le pionnier de la comparaison des prix en France. C'est un comparateur indépendant et neutre qui relève, classe et compare le prix de vente des produits du web français. Considéré par les spécialistes comme le comparateur le plus efficace, AMC s'est développé année après année par le bouche à oreille. Aujourd'hui, AMC, c'est 1 900 000 visiteurs uniques et 6 000 000 de pages vues par mois.