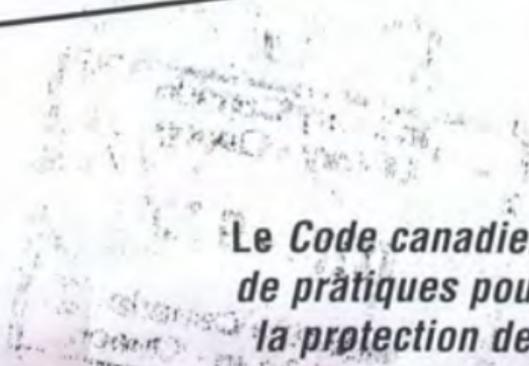


**Code canadien
de pratiques**

des **pour la protection**
consommateurs
dans le **commerce**
électronique



**Le Code canadien
de pratiques pour
la protection des
consommateurs dans le
commerce électronique**
a été élaboré par des
groupes d'affaires et
de consommateurs, et
des représentants du
gouvernement. Le Code
a été entériné par les
ministres fédéraux,
provinciaux et
territoriaux responsables
des questions de
consommation en
janvier 2004, à titre de
modèle de mécanisme
de protection efficace
des consommateurs
dans le contexte du
commerce électronique.

Canada 

Qu'est-ce que le Code?

Le Code est composé de huit principes de bonnes pratiques commerciales pour les commerçants qui font la promotion et la vente de leurs produits et services par voie électronique.

Pourquoi un Code de pratiques?

La croissance rapide du commerce en ligne crée de nouvelles préoccupations pour les consommateurs et les commerçants. Les consommateurs veulent être sûrs de la qualité des produits et des services qu'ils achètent et de la sécurité des systèmes en ligne qu'ils utilisent. Les clients du commerce électronique veulent également être traités de façon honnête et équitable. Pour leur part, les commerçants veulent susciter la confiance de leur clientèle tout en faisant en sorte de recevoir un bon rendement pour leurs produits et services.

Le Code de pratiques encourage et suscite cette confiance des consommateurs dans les entreprises. C'est une bonne affaire — tant pour les entreprises que les consommateurs.

Pourquoi le Code est-il important pour vos affaires?

Le Code montre aux entreprises comment communiquer de façon claire et complète avec leurs clients en ligne avant, pendant et après une transaction.

Être en conformité avec les bonnes pratiques commerciales énoncées dans le Code démontreront à vos clients que vous avez répondu à leurs principales sources de préoccupation et qu'ils peuvent faire affaire avec votre entreprise en toute confiance. Une fois ces points de repère établis, vos clients peuvent se concentrer sur les produits ou services qui peuvent répondre à leurs besoins et vous pourrez ainsi établir des liens productifs à long terme avec votre clientèle.



Ontario

Québec 



Government of
Saskatchewan



GOVERNMENT OF ALBERTA

LES HUIT PRINCIPES

Les huit principes du Code portent sur les principaux aspects de l'interaction d'un commerçant avec ses clients en ligne : dispositions relatives à l'information; langue de communication; exécution des contrats; protection des renseignements personnels en ligne; sécurité; traitement des plaintes et règlement des différends; courriel non sollicité; et communication destinées aux enfants.

Pour chaque principe, les thèmes fondamentaux sont la *transparence* et l'*équité*.

Voici quelques points saillants du Code :

Principe 1 : Dispositions relatives à l'information

Toute l'information requise apparaissant sur un site Web doit être présentée clairement dans des termes compréhensibles. Elle doit être à jour, exacte et non trompeuse et doit être facilement accessible aux consommateurs aux étapes appropriées du processus décisionnel. Les consommateurs doivent pouvoir sauvegarder et imprimer cette information.

Le commerçant doit s'identifier clairement dans son site Web et fournir des renseignements sur ses politiques en matière de réclamations, de demandes d'information, de plaintes, de réparations et de service quant aux produits offerts.

En plus de fournir une description fidèle et détaillée des produits et des services offerts, le commerçant doit veiller à ce que toutes les modalités de vente liées à la transaction soient accessibles au consommateur. Il doit fournir au client un relevé de l'opération dès que possible une fois la transaction conclue.

Principe 2 : Langue de communication

Lorsqu'un commerçant offre un produit ou un service dans une langue particulière, il doit utiliser la même langue pour fournir tous les renseignements sur le produit ou le service, sur lui-même, ses politiques pertinentes, les modalités de la transaction et services à la clientèle.

Principe 3 : Conclusion et exécution de contrats

Le commerçant doit prendre des dispositions raisonnables pour s'assurer que le consentement du consommateur à un contrat est pleinement éclairé et intentionnel. Il doit notamment faire en sorte que le consommateur ait la possibilité de modifier ou d'annuler sa commande avant qu'elle soit acceptée et traitée.

Principe 4 : Protection des renseignements personnels en ligne

Le commerçant doit se conformer aux principes énoncés à l'annexe en ce qui a trait à la protection des renseignements personnels. Les autres exigences sont notamment de rendre facilement accessible la politique sur la protection de la vie privée sur la page d'accueil et limiter la collecte et l'utilisation des renseignements personnels. Le principe comprend également des dispositions sur la divulgation, le transfert et la protection de ces renseignements et sur l'obtention du consentement du consommateur.

Principe 5 : Sécurité des paiements et des renseignements personnels

Il incombe au commerçant de protéger l'intégrité et la confidentialité des paiements effectués par le consommateur et des renseignements personnels que ce dernier fournit. Le commerçant doit veiller à ce que les tiers qui ont un rôle à jouer dans la transaction se conforment à ce principe.



Principe 6 : Traitement des plaintes et règlement des différends

Le commerçant doit garantir au consommateur l'accès à des moyens équitables, appropriés et efficaces de résoudre tout problème lié à une transaction. Le programme interne de traitement des plaintes doit être facilement accessible, sans frais pour le consommateur et facile à utiliser. Le commerçant doit enregistrer les plaintes et assurer un suivi.

Principe 7 : Courriel non sollicité

Le commerçant ne doit pas transmettre de courriel publicitaire au consommateur sans son consentement sauf si une relation a déjà été établie avec ce dernier. De plus, tout courriel publicitaire provenant du commerçant doit indiquer une adresse de retour et permettre au client d'aviser le commerçant qu'il ne désire pas recevoir de tels messages.

Principe 8 : Communications destinées aux enfants

Les commerçants ont une responsabilité sociale lorsqu'ils communiquent avec les enfants. Les communications doivent être appropriées à leur âge, ne doivent pas exploiter leur crédulité, leur inexpérience ou leur confiance, ni exercer des pressions.

Le commerçant doit prendre toutes les mesures raisonnables pour empêcher la réalisation d'une transaction financière avec des enfants. Sauf dans quelques cas exceptionnels, le commerçant ne doit recueillir, utiliser ni divulguer des renseignements personnels concernant un enfant sans le consentement exprès et vérifiable d'un parent ou d'un tuteur. Le commerçant ne doit pas transmettre sciemment de courriel publicitaire à des enfants.

Pour voir le texte complet du Code et obtenir de plus amples renseignements sur sa mise en œuvre, consultez le site

www.cmcweb.ca/commerceelectronique