



Bureau de la consommation

BULLETIN TRIMESTRIEL SUR LA CONSOMMATION

JANVIER 1997 • VOLUME 2, NUMÉRO 1

▶ DANS CE NUMÉRO

- Qu'est-ce qu'Internet?
- Et les consommateurs dans tout ça?
- Des trous dans la toile : dangers éventuels
- Réparer la toile — améliorer la sécurité
- Le commerce sur Internet — bâtir la confiance

Les consommateurs et Internet

Qu'est-ce qu'Internet?

On a beau en entendre parler partout, la plupart des gens ne se font qu'une vague idée d'Internet — ce que c'est, ce qu'on y offre et les enjeux pour les consommateurs. La présente édition du *Bulletin trimestriel sur la consommation* porte sur ces questions.

Concrètement, Internet n'est rien d'autre qu'un réseau non réglementé d'ordinateurs reliés surtout par des lignes téléphoniques. Les messages transmis sur Internet sont morcelés en petites unités (appelées « paquets ») qui sont acheminées individuellement à destination, souvent par des voies différentes. Une fois tous les paquets rendus à destination, le message est reconstitué, en moins de temps qu'il n'en faut pour le dire.

Comblen d'utilisateurs canadiens?

Rares sont les chiffres sur la croissance d'Internet au Canada mais en 1996,

- 3,6 millions de ménages (31,6 %) possédaient un ordinateur, soit trois fois plus qu'en 1986;
- 7,4 % des ménages étaient abonnés à Internet;
- la moitié seulement des 1,8 million de ménages équipés d'un modem avaient utilisé Internet.

(Source : Statistique Canada)

À l'heure actuelle, les principaux volets d'Internet sont le courrier électronique, le W3, qui permet aux utilisateurs d'avoir accès à du texte, à des images, à des sons et à de la vidéo, et le protocole FTP (File Transfer Protocol), grâce auquel on peut télécharger des logiciels et d'autres documents à partir d'Internet. Il existe déjà des mécanismes de sécurité qui ouvrent la voie à la généralisation du paiement en toute sécurité, par carte de crédit ou de débit, de biens et services en provenance de partout au monde; ces mécanismes sont toutefois encore en voie de perfectionnement.

Dans l'optique du consommateur, certaines caractéristiques bien définies d'Internet, plutôt que ses prouesses techniques, en font un agent de changement aux énormes possibilités. En premier lieu, Internet se moque de la géographie : il n'est ni plus difficile ni plus cher de joindre quelqu'un à l'autre bout de la planète que son voisin. Deuxièmement, Internet est rapide, beaucoup plus rapide que le courrier classique. Troisièmement, Internet réunit les caractéristiques des moyens de communication de masse et personnels : avec quelques frappes, il est possible de joindre un ou deux utilisateurs ou des millions. Enfin, l'information diffusée sur Internet est disponible 24 heures par jour — on y accède à loisir.

Pour s'y retrouver

Chifffrage : codage ou brouillage d'un message pour empêcher toute personne autre que le destinataire de le lire

Flinguer : répondre très agressivement à des articles postés dans un groupe de discussion

Langage HTML (Hypertext Mark-Up Language) : une méthode de codage des documents sur Internet afin d'établir des liens avec d'autres documents

Largeur de bande : taille de la « conduite » nécessaire pour acheminer les documents électroniques

Multipostage abusif : envoi électronique à grande échelle de matériel non sollicité, habituellement expédié à autant de groupes de nouvelles Usenet que possible

Octet : unité d'information composée de 8 bits, soit la plus petite unité de description d'information électronique

Outil de recherche : logiciel qui permet de chercher de l'information sur Internet à l'aide de mots clés

Serveur : ordinateur qui fournit un service (habituellement de stockage de fichiers) à d'autres ordinateurs qui y sont reliés par l'entremise d'un réseau

Usenet : système de babillard composé de groupes de nouvelles; ces forums électroniques sont organisés par sujet

Et les consommateurs dans tout ça?

Internet offre certaines possibilités fascinantes tant aux vendeurs qu'aux consommateurs. Le réseau est rapide, et puisqu'il n'en coûte pas plus cher pour expédier un message à Singapour qu'au Saguenay, un vendeur peut communiquer rapidement et à peu de frais avec des consommateurs de par le monde. Inversement, les consommateurs peuvent communiquer directement avec les vendeurs, qu'il s'agisse d'obtenir des renseignements plus détaillés ou de négocier de meilleurs prix.

L'accès à un marché mondial est également synonyme d'un plus grand choix pour les consommateurs et d'une plus grande concurrence entre les vendeurs. Il peut permettre un meilleur développement des marchés à créneaux. Jusqu'à maintenant, il était difficile de vendre un produit spécialisé à des consommateurs répartis çà et là sur la planète. Internet permettra de regrouper cette demande, ce qui réduira les frais tant pour les fournisseurs que pour les consommateurs.

Jusqu'à maintenant, il était difficile de vendre un produit spécialisé à des consommateurs répartis çà et là sur la planète. Internet permettra de regrouper cette demande, ce qui réduira les frais tant pour les fournisseurs que pour les consommateurs.

Personne ne peut chiffrer la part des achats qu'attirera Internet. Des biens comme les disques audio numériques et les livres feront probablement fureur auprès des internautes puisqu'il s'agit d'articles relativement standards (dans la mesure où l'exemplaire du dernier succès de librairie est essentiellement le même, peu importe où on l'achète). De plus, en raison de sa vitesse, Internet est un mécanisme efficace d'expédition de produits d'information périssables comme les journaux électroniques.

Le nec plus ultra des Pages jaunes?

Grâce à Internet, les consommateurs ont le monde au bout des doigts; l'information est plus facile à obtenir et meilleur marché. Il est plus

aisé de comparer les produits en visitant de nombreux sites W3 qu'en se rendant dans un nombre équivalent de magasins, de banques ou de bibliothèques. Des outils de recherche tels que AltaVista, Yahoo et la Toile du Québec peuvent s'avérer d'une utilité inestimable lorsqu'on cherche des renseignements sur tel ou tel sujet. Grâce au Net, la tâche la plus difficile pour trouver un bon hôtel à Guadalajara est de savoir comment épeler Guadalajara!

Grâce au Net, la tâche la plus difficile pour trouver un bon hôtel à Guadalajara est de savoir comment épeler Guadalajara!

Qui plus est, Internet pourrait corriger le déséquilibre en matière d'information qui caractérise maintenant les relations entre les consommateurs et les vendeurs, particulièrement en ce qui a trait aux produits et services spécialisés. Non seulement Internet permet aux consommateurs d'obtenir de l'information des vendeurs, mais le réseau facilite aussi l'accès aux données de sources indépendantes et aux opinions des autres utilisateurs. Forts de ces renseignements, les consommateurs pourraient devenir plus exigeants par rapport à l'achat de biens et services, particulièrement dans des domaines complexes tels que la médecine où ils ont habituellement été des bénéficiaires passifs des compétences professionnelles.

Magasine, magasinons, magasinez

Il existe déjà des centres commerciaux sur Internet. Une nouvelle destination canadienne sera MIX (le ManGlobe International Exchange), un centre commercial virtuel logé au Manitoba.

Un bon nombre de mécanismes de paiement pour le magasinage électronique sont déjà en service. Certains utilisent l'argent électronique tandis que d'autres utilisent des numéros de cartes de crédit codés. Par exemple, les utilisateurs de DigiCash achètent des jetons électroniques dans les banques, les chargent dans leurs ordinateurs et les échangent avec les marchands en retour de biens et services. Les transactions, anonymes, ne peuvent être retra-

cées. Avec CyberCash, le numéro de carte de crédit de l'utilisateur est chiffré et ne peut être décodé que par des utilisateurs autorisés tels que les émetteurs de cartes. Les marchands reçoivent l'approbation de l'achat, mais sans le numéro de carte de crédit.

Les banques virtuelles : ouvertes 24 heures

Le Canada aura peut-être bientôt sa première société de fiducie entièrement virtuelle si ING, d'Amsterdam, reçoit l'aval du fédéral. Bon nombre des principales banques et sociétés de fiducie du Canada offrent déjà accès aux services bancaires à domicile. Leurs clients peuvent payer leurs factures, consulter le solde de leur compte, transférer de l'argent et télécharger leur relevé, tout cela par voie électronique. L'on est actuellement à fixer le tarif de ces services. Certaines des institutions factureront probablement des frais fixes tandis que d'autres prélèveront des frais de transaction.

De Monsieur B à Monsieur Net

On peut aussi utiliser Internet pour téléphoner. La technologie demeure primitive, mais elle jouit d'un avantage important par rapport au service téléphonique courant : il n'y a aucun frais d'interurbain. Outre le prix d'une connexion Internet, facturée par le fournisseur de services, et l'achat du logiciel de téléphonie, les conversations sont gratuites en raison du mode d'acheminement de l'information sur Internet. L'on s'inquiète de la congestion que provoquera la popularité croissante de ces types d'appels. De plus, étant donné que la téléphonie sur Internet concurrence directement le service téléphonique traditionnel, certains proposent de la réglementer de la même façon.

On peut aussi utiliser Internet pour téléphoner. La technologie demeure primitive, mais elle jouit d'un avantage important par rapport au service téléphonique courant : il n'y a aucun frais d'interurbain.

Des trous dans la toile : dangers éventuels pour le consommateur

Meilleur, l'accès gratuit?

Même les caractéristiques les plus prometteuses d'Internet ont des inconvénients; il peut être utile de maintenir le coût élevé de certains types d'information. Prenons le cas de Victoria (Colombie-Britannique), où le prix du marché des immeubles privés a été diffusé en direct. Le public avait depuis longtemps accès à ces renseignements mais il fallait se rendre à l'hôtel de ville, remplir des formulaires et acquitter des frais. Sur Internet, il était facile d'avoir accès presque gratuitement à ces renseignements. Toutes les personnes qui voulaient savoir combien leurs collègues avaient payé leur maison s'en sont donné à cœur joie. Beaucoup de propriétaires ont jugé qu'il s'agissait là d'une atteinte à leur vie privée. Le tollé que cette mesure a

soulevé a incité les fonctionnaires municipaux à mettre un terme à ce service en direct.

Surveiller l'« insurveillable »?

Chaque intervention policière contre la pornographie ou la fraude électronique donne lieu à des appels en faveur d'une nouvelle loi pour contrôler Internet. Certains soutiennent qu'en raison de sa portée planétaire, il est impossible de réglementer ce réseau. Par ailleurs, d'autres prétendent que l'absence de contrôle fait la force d'Internet et que les activités illégales sont une conséquence malheureuse mais inévitable de cette liberté.

Internet ne fonctionne toutefois pas en vase clos. Par exemple, le droit canadien interdit déjà la fausse représentation, la violation du droit

d'auteur et la production de pornographie infantile. Ces lois s'appliquent peu importe le médium, qu'il s'agisse du courrier, du téléphone ou d'Internet. La police est déjà intervenue dans certains cas.

Toutefois, sur le plan structurel et culturel, Internet est par définition anarchique, de sorte que, sans compter l'activité criminelle, il peut survenir des malentendus de nature privée. Par conséquent, on a vu apparaître divers moyens de régler les différends sur le Net qu'ils soient à caractère commercial ou autre. Le Virtual Magistrate (<http://vmag.law.vill.edu:8080/>) de la Villanova Law School, près de Philadelphie, rend gratuitement des décisions dans les affaires que les deux parties acceptent de soumettre à son arbitrage.

Le code de conduite volontaire de l'ACFI

Les inquiétudes au sujet de la diffusion de contenu choquant sur Internet ont incité l'Association canadienne des fournisseurs Internet (ACFI) à se donner un code de conduite volontaire. Le code donne aux membres de l'ACFI certaines indications sur la façon d'aborder le contenu illégal qui pourrait être hébergé sur leur serveur ou y transiter.

Le code oblige les fournisseurs de services Internet à respecter toutes les lois applicables, à informer le public sur les enjeux liés à Internet et à partager l'information relative à des contenus illégaux avec les autres fournisseurs. Les membres de l'ACFI ne peuvent héberger sciemment les contenus illégaux et tolérer d'autres types d'usage abusif du réseau. Le code énonce la marche à suivre pour l'étude des plaintes et contient une déclaration sur le respect de la vie privée.

Pour de plus amples renseignements, consulter le site W3 de l'ACFI (<http://www.caip.ca>).

Un internaute averti en vaut deux!

Voici certaines choses dont le consommateur devrait se méfier sur Internet :

Sécurité et fraude — Bon nombre des systèmes de sécurité sur Internet ne sont pas encore pleinement opérationnels ou bien éprouvés. Lorsqu'on envisage de faire des paiements par l'entremise d'Internet, il est essentiel d'obtenir des précisions sur les normes et les protocoles de sécurité utilisés par le vendeur. Les fraudeurs peuvent facilement ouvrir et fermer un site W3, de sorte qu'il importe de contrôler la légitimité du vendeur.

Protection par mot de passe — Les mots de passe ne devraient pas être évidents (comme un nom ou une date d'anniversaire) et devraient demeurer confidentiels, être mémorisés plutôt que consignés par écrit, et être modifiés périodiquement.

Suivi — Sans le savoir, il se peut que les utilisateurs laissent derrière eux des empreintes électroniques dans leur fichier « cookie », sur le disque rigide de leur ordinateur. Ce fichier enregistre les sites W3 visités par les utilisateurs. Les gestionnaires de site peuvent l'utiliser pour suivre les déplacements sur leur site; ils peuvent aussi dresser le profil des utilisateurs, à qui ils pourront ensuite faire parvenir certains renseignements ciblés. L'information ainsi obtenue peut également être vendue à d'autres sans que l'utilisateur le sache ou y consente.

Courrier électronique — Le courrier électronique n'est pas nécessairement privé. Pensez à une carte postale plutôt qu'à une lettre dans une enveloppe cachetée : quiconque l'intercepte en cours de route peut la lire.

Les enfants et Internet — On trouve de plus en plus de logiciels qui permettent de bloquer l'accès à certains sites W3 où l'on trouve du matériel répréhensible. Toutefois, ces logiciels ne sauraient remplacer un parent averti et vigilant.

Réparer la toile — améliorer la sécurité

On utilise diverses approches pour résoudre les problèmes de sécurité sur Internet posés par la transmission de données sur un réseau qui se veut accessible à quiconque dispose d'un ordinateur et d'une liaison téléphonique.

Chiffrage

La plupart des mesures de sécurité sur Internet font appel au codage de l'information ou au chiffrement des données. Malheureusement, les ordinateurs étant toujours plus puissants, il devient de plus en plus facile de casser les codes. L'on peut améliorer la sécurité des données en augmentant la complexité du chiffrement mais cela oblige à augmenter la capacité de transmission des données et la mémoire des ordinateurs. Les experts en sécurité cherchent donc à concevoir des systèmes de chiffrement assortis à la valeur de l'information transmise.

Visa, MasterCard et American Express, de concert avec IBM, Netscape et Microsoft, sont à mettre au point un protocole sûr de chiffrement pour les paiements par Internet : le système SET (Secure Electronic Transactions) se veut compatible avec un éventail aussi large que possible de systèmes. Il garantit le caractère confidentiel des renseignements et l'intégrité des paiements, et authentifie l'identité à la fois des marchands et des détenteurs de cartes.

Infrastructure à clés publiques (ICP)

Tandis que le chiffrement classique vise à protéger des secrets détenus par quelques rares personnes, Internet exige une capacité de communication sûre entre des milliers d'utilisateurs. Le chiffrement à clés publiques relève ce défi. Ce système utilise deux « clés » de chiffrement, une clé privée et une clé publique, pour coder les

données, pour authentifier l'identité de l'expéditeur et pour vérifier que le message n'a pas été trafiqué durant la transmission. Seul un message chiffré avec une clé privée peut être décodé par la clé publique correspondante et vice-versa. Si le contenu complet d'un message est secret, l'expéditeur utilise la clé publique du destinataire (disponible sur un babillard public) pour coder les données. Seul le destinataire peut alors décoder le message. Si le contenu du message n'est pas secret mais que le destinataire doit vérifier l'identité de l'expéditeur et si le message n'a pas été trafiqué, l'expéditeur « signe » le message avec sa clé privée, qu'il utilise aussi pour en chiffrer les passages essentiels. La validité du message et l'identité de l'expéditeur sont vérifiées à l'aide de sa clé publique. En outre, on économise de l'espace mémoire sur l'ordinateur et de la capacité de transmission en ne chiffrant pas l'ensemble du message.

Pour plus de renseignements

Pour en savoir davantage sur Internet, communiquer avec Anne Pigeon, analyste.
Internet : pigeon.anne@ic.gc.ca
Tél. : (613) 952-6851

Pour de plus amples renseignements concernant le *Bulletin trimestriel sur la consommation*, communiquer avec Bernard A. Keating, économiste principal.
Internet : keating.bernard@ic.gc.ca
Tél. : (613) 952-8883

Ou écrire à :

Bureau de la consommation
Industrie Canada
9^e étage, Tour est
235, rue Queen
Ottawa (Ontario) K1A 0H5
Télé. : (613) 952-6927

Le *Bulletin trimestriel sur la consommation* est également disponible au Carrefour des consommateurs, la page d'accueil du Bureau de la consommation, sur le site Web Stratégis d'Industrie Canada :

En français
<http://strategis.ic.gc.ca/BC>
En anglais
<http://strategis.ic.gc.ca/OCA>

Le commerce sur Internet — bâtir la confiance des consommateurs

Les sondages laissent entendre que les consommateurs adopteront le commerce sur Internet une fois que la sécurité y sera assurée. En fait, une récente étude américaine a révélé que les consommateurs seraient plus disposés que les fournisseurs à faire des affaires sur Internet.

Une étude réalisée pour AT&T par le groupe de consultants Odyssey, de San Francisco, donne à croire que les consommateurs américains s'intéressent davantage au commerce sur Internet que les marchands. Le sondage auprès de 2 000 consommateurs et de 500 dirigeants d'entreprises a révélé que 39 % des consommateurs prévoyaient utiliser un service en direct pour faire du commerce électronique en 1997 et que 55 % prévoyaient le faire d'ici cinq ans. Par contre, seuls 6 % des dirigeants d'entreprises de produits de consommation ont affirmé qu'Internet serait un important moyen de communication avec les consommateurs en 1997 et seulement 17 % croyaient que tel serait le cas d'ici cinq ans.

Par ailleurs, les réponses aux questions posées par Industrie Canada dans un récent sondage d'ACNielsen donnent un aperçu des mesures de sécurité que les Canadiens croient nécessaires

pour gagner la confiance des consommateurs à l'égard du commerce électronique. L'ACNielsen 1996 Canadian Internet Survey, auquel 13 000 personnes ont répondu, a constaté que 23 % des Canadiens de 12 ans et plus utilisaient Internet. De ce groupe, 11 % avaient déjà effectué un achat par l'entremise du réseau et 37 % prévoyaient le faire prochainement. Toutefois, 75 % des personnes interrogées disaient hésiter à acheter des biens et services sur Internet pour des raisons de sécurité et autres. Parmi leurs inquiétudes, mentionnons l'éventualité de recours insatisfaisants dans le cas de problèmes causés par les transactions ou la marchandise (60 %), l'incapacité de confirmer l'identité du fournisseur (58 %) et la crainte que les renseignements sur la transaction ne soient accessibles à des tierces parties (57 %). Fait important, une proportion considérable des consommateurs ont affirmé qu'ils magasinaient sur Internet s'il existait un code de conduite de l'industrie (34 %), si une loi sur les transactions effectuées sur Internet était adoptée (33 %) ou si la sécurité des numéros de cartes de crédit et d'autres renseignements financiers était garantie par une institution financière bien connue (58 %).