



BUREAU DE LA CONSOMMATION

Bulletin trimestriel sur la consommation

Commerce électronique : des faits éloquentes

Printemps 2000

« Croissance phénoménale du commerce électronique! »

« Les détaillants s'attendent à une explosion des ventes en direct! »

DANS CE NUMÉRO

Commerce électronique
et protection des
consommateurs

Mesures fédérales-
provinciales

Labels et marques
de confiance

Lignes directrices
de l'OCDE

Conseils de magasinage

Gare aux escroqueries

À quoi s'attendre?

On bombarde les consommateurs de manchettes de ce genre concernant Internet et la croissance du commerce en direct. À grand renfort de publicité, les entreprises « point-com » tentent de nous convaincre d'acheter en ligne.

Cette édition du *Bulletin trimestriel sur la consommation* présente des renseignements sur les initiatives prises par les secteurs public et privé pour protéger les consommateurs, au pays et à l'étranger, ainsi que des conseils sur la sécurité du magasinage dans Internet.

Achats en ligne durant les Fêtes ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■

Selon un sondage ACNielsen, la moitié de la population canadienne a désormais accès à Internet, et environ le quart y a commandé quelque chose. Le temps des Fêtes est le moment indiqué pour étudier les habitudes d'achat des internautes canadiens. En 1999, 10 p. 100 des Canadiens branchés à Internet ont acheté pour environ 627 millions de dollars de marchandises, ce qui est de loin supérieur aux 150 millions dépensés en 1998. Ces acheteurs ont tendance à privilégier les articles à « faible risque » : des livres (34 p. 100), des disques ou cassettes (18 p. 100), des jouets (22 p. 100) et des vêtements (19 p. 100). La transaction moyenne s'élevait à 50 \$ et le total moyen des achats, à 100 \$. Seule une fraction des acheteurs (environ 7 p. 100) ont dépensé plus de 1 000 \$. Près de 60 p. 100 ont trouvé les achats en direct au temps des Fêtes agréables et très peu avaient des critiques.

Il semble que plus en plus de Canadiens achètent et dépensent en ligne, mais qu'ils se méfient encore des éventuelles embûches, comme le confirme d'ailleurs le sondage d'ACNielsen. Les internautes canadiens s'inquiètent de diverses choses : 67 p. 100 craignent pour la sécurité de leurs numéros de cartes de crédit; 59 p. 100 s'interrogent sur les conséquences d'un achat problématique; 54 p. 100 voudraient pouvoir se renseigner sur le marchand; 51 p. 100 craignent pour la protection de leurs renseignements personnels; et 50 p. 100 voudraient obtenir des renseignements sur le produit. Toutefois, les représentants des gouvernements, des entreprises et des consommateurs, tant au Canada qu'à l'étranger, travaillent à faire d'Internet un marché plus sécuritaire.



Contient 20 p. 100
de matières recyclées

Commerce électronique et protection des consommateurs ■ ■ ■ ■ ■

Depuis l'automne, plusieurs groupes ont adopté des mesures rigoureuses pour protéger les consommateurs canadiens en ligne. En novembre, des représentants des gouvernements, des entreprises et des associations de consommateurs du Canada ont publié une série de principes pour protéger les consommateurs dans Internet. Les *Principes régissant la protection des consommateurs dans le commerce électronique* — Le cadre canadien présentent les mesures que ces intervenants devront prendre pour assurer la sécurité des consommateurs sur les sites Web canadiens. Ce document est unique en ce qu'il a été élaboré et accepté par les gouvernements, les entreprises et les associations de consommateurs.

Les principes

Les principes préconisent ce qui suit :

- des renseignements précis, en langage clair, sur l'entreprise, les biens et services qu'elle offre et les conditions de vente;
- un mécanisme d'achat transparent — en d'autres mots, des étapes bien définies pour l'achat d'un article;
- la sécurité et la protection des renseignements personnels et financiers;
- des limites à l'utilisation du courriel commercial non sollicité;
- un juste équilibre entre les responsabilités du marchand et celles du consommateur en cas de problème;
- des moyens d'accès, au moment opportun et à un coût abordable, à des recours et à des mécanismes de traitement des plaintes.

L'Association canadienne des fournisseurs Internet et l'Association canadienne du marketing se sont déjà dotées de codes de conduite conformes à ces principes. D'autres associations songent à s'en inspirer pour rédiger des codes de pratique à l'intention des marchands qui font du commerce électronique.

Mesures fédérales-provinciales ■ ■ ■ ■ ■

Toujours en novembre 1999, les ministres fédéral et provinciaux chargés de la consommation ont convenu de modifier les lois sur la protection du consommateur dans l'optique du commerce électronique. De nouvelles dispositions permettront le recours aux signatures électroniques. Elles garantiront également que les consommateurs auront suffisamment de renseignements pour prendre une décision éclairée et pourront mettre un terme à une transaction sans pénalité si le fournisseur ne livre pas la marchandise dans un délai raisonnable.

Sceaux et marques de confiance ■ ■ ■ ■ ■

Pour peu que vous ayez magasiné dans Internet, vous aurez remarqué que certains marchands utilisent des sceaux d'approbation. À l'instar de l'Association canadienne des automobilistes (CAA), qui permet à une station-service d'utiliser le logo de la CAA si elle respecte les normes de l'association, les programmes d'affichage de sceaux dans Internet « agréent » les sites Web pour que les consommateurs sachent si un marchand est fiable ou non. Les sceaux de BBB On-line (administrés par le Better Business Bureau des États-Unis) et WebTrust, de l'Institut canadien des comptables agréés, sont déjà utilisés dans Internet. L'Office de protection du consommateur du Québec collabore avec le Bureau de

Outre les principes, le groupe de travail a également produit deux documents de sensibilisation — l'un pour les consommateurs (page 3) et l'autre pour les marchands — afin que chacun puisse tirer le meilleur parti possible du magasinage en ligne.

normalisation de la province à l'élaboration de normes s'inspirant des principes canadiens de protection des consommateurs dans le commerce électronique. De plus, la Canadian E-business Roundtable, une initiative du secteur privé qui cherche à faire la promotion du commerce électronique au Canada, a recommandé la création d'une marque de protection des consommateurs canadiens et d'une tribune pour le règlement des différends. Toutes ces initiatives découlent du fait que les acheteurs veulent plus de certitudes quant à la protection dont ils jouissent lorsqu'ils magasinent en ligne. Le défi est de veiller à ce que tous les programmes de sceaux garantissent uniformément des bonnes pratiques commerciales.

Lignes directrices de l'OCDE ■ ■ ■ ■ ■

Parce qu'Internet vous permet de consulter n'importe quel site au monde la protection des consommateurs doit avoir une portée internationale. En décembre 1999, l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) a publié ses

Lignes directrices régissant la protection du consommateur dans le contexte du commerce électronique. Le Canada présidait le groupe de travail qui a rédigé le document.

Les gouvernements, les entreprises et les associations de consommateurs



s'inspireront abondamment des lignes directrices pour élaborer et instaurer des systèmes de protection des acheteurs en ligne. Le secrétaire général de l'OCDE, Donald Johnston, a affirmé que sans la confiance des consommateurs, le commerce électronique ne réaliserait jamais ses généreuses promesses, peu importe la qualité de la technologie. À son avis, les lignes directrices aident à asseoir cette crédibilité en ligne. Elles insistent sur le besoin de concertation entre les gouvernements, les entreprises et les consommateurs, aux niveaux tant national qu'international, et portent sur la plupart des questions qu'abordent les principes canadiens.

Conseils de magasinage

Que vous soyez un acheteur en ligne néophyte ou chevronné, vous tenez pour acquises certaines choses dans un magasin, mais qui vous inquiètent lorsque vous magasinez dans Internet. Voici quelques conseils pour vous aider à magasiner en toute confiance dans Internet :

- Faites affaire avec des marchands connus.
- Essayez de trouver des renseignements détaillés sur les produits.
- Lisez les conditions du contrat, et imprimez-les ou sauvegardez-les.
- Vérifiez les certificats ou les sceaux d'assurance de la qualité, et ce qu'ils garantissent.
- Assurez-vous que le marchand offre des mécanismes clairs et équitables de traitement des plaintes.
- Assurez-vous que les modalités d'achat offertes par le marchand vous conviennent et que vous savez comment annuler votre commande.
- Assurez-vous que le marchand a un système de sécurité protégeant vos renseignements financiers.
- Examinez la politique du marchand en matière de protection des renseignements personnels.
- N'oubliez pas que les achats à l'étranger comportent davantage de risques : assurez-vous que les produits répondent aux normes de sécurité canadiennes; déterminez combien d'argent vous êtes prêt à risquer si quelque chose tourne mal; vérifiez la garantie et les devises utilisées pour exprimer les prix.
- Méfiez-vous du multipostage.
- Apprenez comment contrôler vos renseignements personnels et montrez à vos enfants comment le faire.
- Soyez très circonspect dans les ventes aux enchères en ligne; n'envoyez jamais d'espèces à une personne avec qui vous avez conclu une entente sur une simple promesse de livraison.
- Prenez garde aux frais occultes — les frais de livraison et de manutention peuvent être très élevés.

Les lignes directrices

Les lignes directrices préconisent ce qui suit :

- des pratiques de commerce, de publicité et de marketing équitables;
- des renseignements clairs sur les commerces en direct, les biens et services qu'ils offrent et les conditions de toutes les transactions;
- un processus clair pour la confirmation des ventes;
- des mécanismes de paiement sécurisés;
- un moyen équitable, en temps opportun et à prix abordable, de règlement des différends;
- la protection des renseignements personnels;
- l'éducation des consommateurs et des entreprises.

Si vous souhaitez obtenir des renseignements plus détaillés sur la façon de vous protéger en ligne, allez au site Web du Bureau de la consommation, le Carrefour des consommateurs (<http://carrefourdesconsommateurs.ic.gc.ca>). Vous pourrez télécharger un exemplaire de *Magasiner dans Internet : renseignez-vous*, un recueil de conseils sur le magasinage en ligne à l'intention des consommateurs.

Gare aux escroqueries

Voici quelques escroqueries que vous verrez en ligne et dans les offres transmises par multipostage.

« Comment faire \$\$\$ FORTUNE \$\$\$ à domicile! »

« LA RICHESSE HORS FRONTIÈRE »

« Estimation d'hypothèque gratuite, sans obligation »

« Subvention en espèces pouvant atteindre 50 000 \$, sans remboursement »

Parce qu'Internet offre un accès rapide et bon marché à un vaste public, bien des gens l'utilisent pour faire « un coup d'argent » aux dépens des imprudents. Méfiez-vous tout particulièrement de ce qui suit :

- toute offre qui semble trop belle pour être vraie;
- tout site qui vous demande de divulguer des renseignements personnels ou financiers avant d'afficher une offre;
- des promesses d'un prix de grande valeur en retour d'un achat bon marché;
- toute offre où l'on insiste pour que vous envoyiez de l'argent avant de pouvoir profiter d'une bonne affaire;
- toute offre de prêt dans laquelle on demande que vous envoyiez de l'argent pour obtenir le prêt;
- des stratagèmes d'investissement — n'investissez pas sans vérifier avec soin l'investissement, le produit, le service et l'investisseur.

La fraude dans Internet est sans frontières

Allez aux sites suivants pour connaître les dernières escroqueries au Canada et aux États-Unis :

Bureau de la concurrence, Industrie Canada	(http://competition.ic.gc.ca);
Phonebusters de la Police provinciale de l'Ontario	(http://www.phonebusters.com);
GRC	(http://www.rcmp-grc.gc.ca/frames/grc-rcmp1.htm);
Better Business Bureau du Canada et des États-Unis	(http://www.bbb.org/alerts/index.html);
Federal Trade Commission des États-Unis	(http://www.ftc.gov/bcp/menu-internet.htm);
National Fraud Information Center des États-Unis	(http://www.fraud.org).

POUR EN SAVOIR D'AVANTAGE

■ Au sujet de la protection des consommateurs, communiquer avec Colin Barry, analyste des politiques en consommation
Courriel : barry.colin@ic.gc.ca
Tél. : (613) 952-2771

■ Au sujet du *Bulletin trimestriel sur la consommation*, communiquer avec Cathy Enright, Bureau de la consommation
Courriel : enright.cathy@ic.gc.ca
Tél. : (613) 952-3466

Ou écrire au :

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 affiché au Carrefour des consommateurs, page d'accueil du Bureau de la consommation sur *Stratagis*, site Web d'Industrie Canada sur les affaires.

En français :
<http://carrefourdesconsommateurs.ic.gc.ca>

En anglais :
<http://consumerconnection.ic.gc.ca>

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada (Industrie Canada) 2000

ISSN 1206-8744

53109B

À quoi s'attendre?

Au Canada

De plus en plus de magasins virtuels ont recours à un système de certification pour convaincre les consommateurs de leur fiabilité. Toutefois, on relève de nombreux types de sceaux dans Internet, à tel point qu'il devient difficile de savoir lesquels répondent aux normes canadiennes. Au cours de la prochaine année, le groupe qui a élaboré les principes sous-tendant l'adoption des principes dans le commerce électronique de sorte que les consommateurs puissent savoir qu'ils font affaire avec un commerçant électronique digne de foi.

À l'étranger

D'autres pays, tels que les États-Unis, l'Australie et le Royaume-Uni, mettent également à l'essai de nouveaux mécanismes de protection des consommateurs en ligne. Par exemple, Trust UK est un organisme sans but lucratif créé avec l'appui du gouvernement du Royaume-Uni pour permettre aux consommateurs d'acheter en toute confiance dans Internet. Lorsque le consommateur voit le symbole Trust UK sur le site Web, il sait que la société se conforme au code de pratique de l'organisme.

L'Australie dévoilera sous peu un modèle des meilleures pratiques dans le cadre d'une stratégie visant à améliorer la protection et la confiance des consommateurs lors de transactions

en direct. Une fois mis au point, le modèle pourrait être adopté par des associations industrielles intéressées ainsi que des entreprises individuelles. La version définitive du modèle devrait être lancée au printemps.

Les pays qui ont élaboré les lignes directrices de l'OCDE connaissent l'importance de la concertation et de l'application uniforme des lignes directrices pour que le consommateur puisse magasiner n'importe où sans problème. Ces pays se sont réunis en mars 2000 à Paris pour discuter des moyens à prendre pour sensibiliser les consommateurs et encourager l'application des lignes directrices internationales.

La question de compétence juridique est un important enjeu à l'échelle internationale. Si un consommateur achète un article d'un marchand à l'étranger et que des problèmes surviennent, quelles lois s'appliqueront et quel sera le tribunal compétent? Ce sera là un sujet de discussion brûlant à l'échelle internationale. Une solution partielle pourrait être le recours au règlement extrajudiciaire des différends dans le cadre duquel le consommateur et le marchand conviennent d'avoir recours à un médiateur ou à un arbitre pour trouver une solution au problème. Toutefois, les consommateurs devront encore s'en remettre aux tribunaux pour les différends comportant, par exemple, des blessures corporelles, où la valeur des règlements peut être élevée.