



Documents de travail de l'OCDE sur l'économie numérique  
No. 62

L'échange de trafic Internet  
et le développement de la  
concurrence  
dans les télécommunication  
s internationales de bout  
en bout

**OCDE**

<https://dx.doi.org/10.1787/233521224451>

**Non classifié**

**DSTI/CP(2002)2/FINAL**



Organisation de Coopération et de Développement Economiques  
Organisation for Economic Co-operation and Development

**17-May-2002**

**Français - Or. Anglais**

**DIRECTION DE LA SCIENCE, DE LA TECHNOLOGIE ET DE L'INDUSTRIE  
COMITE DE LA POLITIQUE A L'EGARD DES CONSOMMATEURS**

**DSTI/CP(2002)2/FINAL  
Non classifié**

**EXEMPLES DE BONNES PRATIQUES RELATIVES AUX LIGNES DIRECTRICES DE L'OCDE  
REGISSANT LA PROTECTION DES CONSOMMATEURS DANS LE CONTEXTE DU COMMERCE  
ELECTRONIQUE**

**JT00126339**

Document complet disponible sur OLIS dans son format d'origine  
Complete document available on OLIS in its original format

**Français - Or. Anglais**

## AVANT-PROPOS

Les *Lignes directrices régissant la protection des consommateurs dans le contexte du commerce électronique* de l'OCDE (ci-après, les *Lignes directrices*) présentent des principes de base à l'usage des consommateurs qui veulent savoir quelles pratiques commerciales loyales ils peuvent attendre dans l'environnement en ligne, à l'usage du secteur privé pour l'élaboration de cadres d'autorégulation, et à l'usage des gouvernements pour la formulation et la mise en œuvre de mesures de protection des consommateurs dans le commerce électronique. Ces *Lignes directrices*, approuvées et adoptées le 9 décembre 1999 par l'OCDE, représentent près de deux ans de rédaction et de consultation par les représentants compétents en matière de protection des consommateurs des gouvernements Membres, des organisations professionnelles et des organisations de consommateurs.

Etant donné la nature intrinsèquement internationale des réseaux numériques et des technologies informatiques qui constituent le marché électronique, les *Lignes directrices* résultent de la reconnaissance du fait qu'une approche mondiale à l'égard de la protection des consommateurs est nécessaire pour que ceux-ci bénéficient, sur le marché électronique naissant, de mesures protectrices qui ne soit pas inférieures à celles qui existent dans les domaines plus classiques.

Au premier anniversaire des *Lignes directrices*, le Comité de la politique à l'égard des consommateurs a réuni un atelier intitulé "Les consommateurs sur le marché en ligne – Bilan des lignes directrices un an après" (ci-après, l'Atelier). Dans cet Atelier, le Comité a essayé de réunir la plupart des représentants qui avaient déjà participé à la rédaction initiale, avec d'autres représentants – notamment de pays non-Membres. Réunis à Berlin les 13 et 14 mars 2001, ils avaient pour tâche d'examiner l'avancement de la mise en œuvre des *Lignes directrices* et de faire avancer la discussion sur les étapes suivantes concernant la protection des consommateurs dans le commerce électronique.

Une des observations du Comité dans le cadre de l'Atelier est que les *Lignes directrices* ont eu un effet positif sur la politique des entreprises et l'action des pouvoirs publics, encourageant une meilleure protection des consommateurs dans l'environnement en ligne. Cet effet devrait se poursuivre dans les années à venir, avec la continuation des activités de mise en œuvre.

L'Atelier et la 60<sup>ème</sup> réunion du Comité, qui a suivi l'Atelier, ont conduit à la conclusion qu'il n'est pas nécessaire, à l'heure actuelle, de réviser les *Lignes directrices* elles-mêmes, mais qu'il pourrait être utile d'apporter quelques précisions aux principes pour fournir des éclaircissements pratiques aux gouvernements, aux entreprises et aux consommateurs. A cette fin, il a été décidé que ces éclaircissements supplémentaires pourraient se présenter sous la forme d'exemples de bonnes pratiques ou d'un document du même genre précisant quelques aspects particuliers des *Lignes directrices*.

**Copyright OCDE, 2002**

**Les demandes de reproduction ou de traduction totale ou partielle de ce document sont à adresser au :**

**Responsable des Services des publications de l'OCDE, 2 rue André-Pascal, 75775 Paris Cedex 16, France.**

**EXEMPLES DE BONNES PRATIQUES RELATIVES AUX  
LIGNES DIRECTRICES DE L'OCDE REGISSANT LA PROTECTION DES  
CONSOUMMATEURS DANS LE CONTEXTE DU COMMERCE ELECTRONIQUE**

Tous les exemples qui suivent sont de nature hypothétique. Chaque exemple a pour objet de donner des informations sur un principe particulier. Ainsi, la conformité ou la non-conformité par rapport aux *Lignes directrices* ne concerne que le seul principe considéré. L'exemple ne vise pas à montrer une mise en œuvre réussie de tous les principes des *Lignes directrices* en même temps. Le plus (+) ou le moins (-) qui précède les exemples indique si l'entreprise décrite dans l'exemple *applique ou non* les *Lignes directrices*.

<b>Informations relatives à l'entreprise</b>	
(+)	Un site Web commercial affiche sur sa page d'accueil un lien qui est aussi accessible à partir de toute autre page de son site. Ce lien fournit des informations sur l'entreprise : raison sociale, qui est aussi le nom commercial de l'entreprise ; adresse géographique de l'établissement principal où elle reçoit la signification des actes de procédure ; numéro de téléphone ; adresse électronique pour la vente et le service à la clientèle. <b>Ce site applique le principe IIIA des Lignes directrices (informations relatives à l'entreprise)</b> parce qu'il fournit au consommateur des informations exactes, claires et facilement accessibles, permettant l'identification de l'entreprise aussi bien par les consommateurs que par les autorités de justice ou de police.
(-)	Une société vendant des ordinateurs en ligne affiche le label d'un système de certification bien connu et réputé. Ce système impose aux titulaires du label d'appliquer un ensemble de principes pour une protection efficace des consommateurs. Le vendeur d'ordinateurs affiche le label sur son site et ce label est visible sur toute page du site. Cependant, si le consommateur clique sur le label, cela n'assure pas un lien vers le site du système certificateur. Aucune autre information sur le système certificateur n'est donnée dans tout le site du vendeur. Il est possible que le site du vendeur d'ordinateurs applique une grande partie des principes des <i>Lignes directrices</i> parce qu'il a adhéré à un système certificateur efficace, <b>mais il ne se conforme pas au principe IIIA des Lignes directrices (informations relatives à l'entreprise)</b> parce qu'il ne fournit aux consommateurs aucun renseignement permettant de prendre contact avec l'organisme certificateur, ni aucun moyen facile de vérifier qu'il a bien adhéré à ce système.

<b>Informations sur les biens ou services</b>	
(+)	Une entreprise vendant en ligne des appareils ménagers affiche une image tridimensionnelle de tous ses produits. Quand le consommateur clique sur l'image, le produit tourne de telle sorte qu'on peut le voir sous tous les angles. L'image permet aussi au consommateur de se rapprocher pour lire les informations écrites sur le produit. Un lien placé près de l'image permet d'obtenir des informations concernant la garantie et la sécurité du produit ainsi que tous les détails sur la taille, les couleurs et l'alimentation électrique nécessaire pour faire fonctionner le produit. <b>Ce site applique le principe IIIB des Lignes directrices (informations sur les biens ou services)</b> parce qu'il fournit au consommateur des informations exactes et facilement accessibles décrivant les biens proposés.
(+)	Une entreprise vendant en ligne des vêtements présente une image statique de tous ses produits, mais en indiquant les caractéristiques des tissus, les couleurs et avec des tableaux de correspondance des tailles. Parce qu'il fournit sous la forme de texte les informations essentielles sur les produits, <b>ce site applique le principe IIIB des Lignes directrices (informations sur les biens ou services)</b> même s'il n'exploite pas toutes les possibilités technologiques les plus récentes pour la présentation visuelle.
(-)	Une entreprise vendant des jouets en ligne propose une poupée électronique qui peut faire signe de la main et dire "bonjour" en 15 langues. Ce site présente une bonne photo de la poupée, indique sa taille réelle et précise qu'elle est hypoallergénique. Le site indique aussi qu'elle fonctionne sur piles, mais sans en préciser le type exact. En fait, il faut pour cette poupée une pile que l'on ne peut acheter qu'au Japon et qui coûte environ 1 000 yens. <b>Ce site ne se conforme pas au principe IIIB des Lignes directrices (informations sur les biens ou services)</b> parce qu'il ne donne pas au consommateur des informations suffisantes pour se décider en toute connaissance.

### Informations sur la transaction

#### Monnaie

- (+) Un site Web mexicain donne des informations sur ses produits et services en espagnol. Ce site spécifie explicitement que ses prix sont en pesos mexicains. **Ce site applique le principe IIC des Lignes directrices (informations sur la transaction)** parce qu'il indique clairement la monnaie dans laquelle sont exprimés ses prix. En outre, il n'induit pas en erreur ni ne trompera un consommateur hispanophone qui est en Espagne et non au Mexique.
- (-) Un site Web des Etats-Unis donne des informations sur ses produits et services seulement en anglais. Ce site n'accepte que les dollars des Etats-Unis, mais il n'indique explicitement aucune monnaie pour ses prix. **Ce site ne se conforme pas au principe IIC des Lignes directrices (informations sur la transaction)** parce qu'il ne spécifie pas clairement dans quelle monnaie sont exprimés les prix de ses biens et services. En outre, il est possible qu'un consommateur britannique visite le site et croie que les prix sont en livres du Royaume-Uni parce que le site est en anglais.

*N.B. : Les Lignes directrices demandent seulement aux entreprises d'indiquer que la monnaie applicable quand elles présentent des informations sur les prix, mais la technologie donne maintenant aux sites la possibilité de se relier facilement et efficacement à des convertisseurs de monnaies. Pour les sites Web qui vendent à des consommateurs étrangers, la fourniture de ce type d'informations au moyen de liens ou autres dispositifs technologiques aidera les consommateurs à choisir en toute connaissance.*

#### Les frais

- (+) Pendant que le consommateur fait un achat sur le site Web, il a accès par un hyperlien, une fenêtre en incrustation ou un menu déroulant, etc., à des informations sur le montant précis des frais d'expédition pour les différentes options de livraison, ainsi qu'à des informations générales sur les taux des taxes et (ou) droits applicables. **Ce site applique le principe IIC des Lignes directrices (informations sur la transaction)** parce qu'il présente au consommateur le détail des frais perçus et (ou) imposés par l'entreprise (par exemple, les frais d'expédition) et qu'il l'avertit de l'existence de frais non perçus et (ou) non imposés par celle-ci (par exemple, taxes ou droits).
- (+) Quand le consommateur arrive à la phase finale de la transaction et qu'il lui est donné la possibilité de récapituler les articles qu'il achète, le site Web présente aussi des informations avertissant le consommateur qu'il peut avoir à payer des droits sur les articles. Cependant, le site ne spécifie pas le montant de ces droits. **Ce site applique le principe IIC des Lignes directrices (informations sur la transaction)** parce que les *Lignes directrices* demandent seulement que les sites présentent le détail des frais perçus par l'entreprise elle-même.
- (-) Après que le consommateur a eu la possibilité de récapituler les articles placés dans son panier d'achats et qu'il a donné au site les renseignements permettant d'effectuer le paiement, le site déclare que l'expédition sera en sus. Le site n'indique pas le montant précis des frais pour ce service. **Ce site ne se conforme pas au principe IIC des Lignes directrices (informations sur la transaction)** pour deux raisons : les *Lignes directrices* demandent aux entreprises non seulement de présenter le détail de ces informations mais aussi de le faire en temps utile pour que le consommateur puisse décider ou non de faire son achat en toute connaissance.

*N.B. : La raison pour laquelle il n'est pas demandé aux entreprises de donner aux consommateurs des informations sur les frais que l'entreprise ne perçoit et (ou) n'impose pas tient au fait qu'il serait trop lourd et pratiquement impossible de donner le détail de ces informations pour chaque transaction. Par ailleurs, la fourniture d'informations sur les frais d'expédition/livraison peut être irréalisable avant que le consommateur n'ait rempli le formulaire "expédition" (par exemple, adresse du consommateur et option de livraison). Beaucoup de sites, cependant, présentent plus qu'un simple avertissement sur l'existence d'autres frais normalement applicables : ils offrent des liens vers les autorités nationales ou étatiques qui fournissent les informations précises sur ces frais.*

### Informations sur la transaction (suite)

#### **Paiement**

- (+) Une entreprise vendant en ligne des produits alimentaires présente une liste des types de cartes de paiement qu'elle accepte. Quand le consommateur passe une commande, le site lui indique si le produit est ou non en stock et l'informe qu'il ne procédera pas à l'encaissement avant que l'article ne soit expédié. Le site indique aussi que les denrées périssables ne sont pas reprises mais que, pour les produits non périssables, le remboursement aura lieu sur la même carte que pour l'achat. **Ce site applique le principe IIIC des Lignes directrices (informations sur la transaction)** parce qu'il informe le consommateur sur les modalités, conditions et modes de paiement (par exemple, les cartes qu'il accepte, le moment où l'encaissement aura lieu et la façon dont les remboursements seront crédités).
- (-) Un site Web accepte un certain nombre de types de cartes de paiement, mais il facture des frais de service additionnels aux consommateurs qui utilisent des cartes de paiement de préférence à la monnaie électronique. A la fin de la transaction, la note détaillée comprend ces frais supplémentaires pour usage d'une carte de paiement. **Ce site ne se conforme pas au principe IIIC des Lignes directrices (informations sur la transaction)** parce qu'il ne donne pas ces informations au consommateur en temps utile pour que celui-ci puisse décider en toute connaissance de s'engager ou non dans la transaction.

#### **Modalités de livraison**

- (+) Une entreprise qui vend en ligne des cadeaux offre une large gamme de produits artisanaux vendant du monde entier. Bien qu'elle ait en stock une grande partie de ses produits, certains articles doivent faire l'objet d'une commande spéciale dans d'autres pays. Chaque article affiché sur le site Web contient un lien qui spécifie si l'article est actuellement en stock et, sinon, donne une estimation sur le délai de disponibilité de l'article pour expédition. Il est aussi indiqué que des retards imprévus peuvent quelquefois se produire. Pour les articles qui s'avèrent subir un retard dépassant la date estimative d'expédition, l'entreprise en ligne envoie au consommateur un message électronique indiquant les nouvelles dates prévues et demande au consommateur de confirmer s'il souhaite toujours procéder à son achat. **Ce site applique le principe IIIC des Lignes directrices (informations sur la transaction)** parce qu'il fournit des informations appropriées concernant les modalités de livraison, y compris les nouvelles dates estimatives d'expédition et qu'il offre la possibilité de renoncer à l'achat en cas de retard.
- (-) Un magasin de cadeaux en ligne promet la livraison d'un article dans un délai d'une semaine. Après la passation de la commande, le magasin apprend que l'article sera en rupture de stock durant un laps de temps inconnu. Il n'en informe pas le consommateur. Trois mois plus tard, l'article redevient disponible. Le magasin offre alors au consommateur le choix de se faire livrer l'article dans les deux jours ou de renoncer sans frais à la transaction. **Ce site ne se conforme pas au principe IIIC des Lignes directrices (informations sur la transaction)**, bien qu'il offre au consommateur la possibilité de renoncer à la transaction, parce qu'il n'a pas fourni des informations exactes sur le délai de livraison (après avoir appris qu'il ne serait pas en mesure de livrer à la date promise). Ici, à l'exigence de donner des informations exactes s'ajoute le principe II des Lignes directrices (loyauté des pratiques en matière de commerce, de publicité et de marketing), qui stipule que les entreprises doivent agir conformément aux éventuelles déclarations qu'elles font au regard des politiques ou pratiques relatives à leurs transactions avec les consommateurs.

#### **Retours et garanties**

- (+) Un vendeur d'automobiles en ligne donne des informations sur les conditions dans lesquelles il reprend les articles vendus, et ces informations sont disponibles à tout stade de la transaction. Il a pour politique d'accepter les retours mais il informe le consommateur que ce dernier devra assumer les frais de retour de l'automobile jusque chez le vendeur. **Ce site applique le principe IIIC des Lignes directrices (informations sur la transaction)** parce qu'il fournit des informations sur les conditions dans lesquelles il reprend les articles vendus, suffisantes pour que les consommateurs décident en toute connaissance de s'engager ou non dans la transaction.
- (-) Un libraire en ligne déclare : "Notre politique en matière de retours ou d'échanges est conforme à la législation allemande" mais ne fournit aucun détail au sujet de cette politique. **Ce site ne se conforme pas au principe IIIC des Lignes directrices (informations sur la transaction)** parce qu'il ne donne pas d'informations de manière claire, exacte et facilement accessible.

<b>Communication pratique de l'information</b>	
<b>Langue</b>	
(+)	Un site Web donne toutes ses informations (prix et monnaie, modalités et conditions, etc.) uniquement en néerlandais. <b>Ce site applique le principe IIIC des Lignes directrices (informations sur la transaction)</b> parce qu'il ne sert que des consommateurs qui lisent cette langue.
(-)	Un site Web permet aux visiteurs de choisir l'espagnol ou le français pour lire les informations sur les biens ou services qu'il propose, mais il ne présente qu'en français les modalités et conditions de la transaction et (ou) les informations en matière de garantie. <b>Ce site ne se conforme pas au principe IIIC des Lignes directrices (informations sur la transaction)</b> parce qu'il ne donne pas au consommateur des informations suffisantes dans chacune des deux langues pour se décider en toute connaissance.
<b>Information en temps utile</b>	
(+)	Un site Web fournit, au sujet de ses modalités et conditions, une rubrique de menu, un menu en incrustation ou un hyperlien sur son site, qui permet au visiteur de consulter les informations appropriées, à partir de toute page du site et à tout moment. <b>Ce site applique le principe IIIC des Lignes directrices (informations sur la transaction)</b> parce qu'il fournit au consommateur des informations importantes accessibles à tout moment avant ou pendant la transaction.
(-)	Quand la transaction est conclue, un site Web donne au consommateur une adresse où il peut écrire pour obtenir les modalités et conditions relatives à la transaction et (ou) les informations concernant la garantie des produits ou services. <b>Ce site ne se conforme pas au principe IIIC des Lignes directrices (informations sur la transaction)</b> parce qu'il ne donne pas au consommateur, au moment de la transaction, des informations suffisantes pour se décider en toute connaissance au sujet de cette transaction.
<b>Possibilité de conserver une trace</b>	
(+)	Un site Web fournit une version horodatée, imprimable et (ou) téléchargeable de ses modalités et conditions. <b>Ce site applique le principe IIIC des Lignes directrices (informations sur la transaction)</b> parce qu'il offre au consommateur la possibilité de conserver une trace adéquate de ces informations.
(-)	Un site Web présente ses modalités et conditions dans une fenêtre en incrustation dont on ne peut imprimer ou sauvegarder le contenu. <b>Ce site, bien qu'il applique la disposition réclamant l'accès à ces informations, ne se conforme pas au principe IIIC des Lignes directrices (informations sur la transaction)</b> parce qu'il ne donne pas au consommateur la possibilité de conserver une trace adéquate de ces informations.

<b>Processus de confirmation</b>	
(+)	Un consommateur achète de nombreux articles dans un grand magasin en ligne. Ce site permet au consommateur de cliquer sur un article pour voir les tailles et couleurs disponibles et lui offre ensuite la possibilité de l'ajouter à son "panier" en cliquant sur un bouton. A tout moment de la transaction, le consommateur est aussi en mesure de regarder tous les articles qu'il a mis dans son panier d'achats, en cliquant sur un bouton d'option similaire. Dans le même écran, le consommateur peut modifier sa commande en cliquant simplement sur le bouton "modifier". Quand le consommateur a fini de choisir des articles, il peut cliquer sur le bouton "conclure la commande" et l'écran affiche une liste de tous les articles placés dans le panier ainsi que le coût total de ces articles y compris les frais d'expédition et les taxes. Dans le même écran, il existe là aussi des boutons "modifier" et "annuler" la commande. <b>Ce site applique le principe IV des Lignes directrices (processus de confirmation)</b> parce qu'il donne au consommateur la possibilité d'identifier précisément les biens qu'il souhaite acheter, de s'apercevoir des erreurs éventuelles et de les rectifier et d'exprimer un consentement éclairé et délibéré à l'achat.
(-)	Un consommateur achète quelques livres sur un site Web ; après avoir placé six livres différents dans son panier, la seule possibilité qu'il a de voir tous les articles présents dans son panier avant de conclure la transaction est de cliquer sur le bouton "retour en arrière". <b>Ce site ne se conforme pas au principe IV des Lignes directrices (processus de confirmation)</b> parce qu'il ne donne pas au consommateur la possibilité d'identifier et rectifier ou modifier sa commande.
N.B. :	<i>On mentionne dans ces exemples le processus de commande et de confirmation symbolisé par le panier ou le chariot, mais il existe de nombreux modes de passation de commande et de confirmation de leurs commandes par les consommateurs. Le point le plus important concernant ce principe des Lignes directrices est que le consommateur doit bénéficier de tous les éléments de ce principe : la possibilité d'identifier ce qu'il a commandé, la possibilité d'annuler ou de modifier sa commande, la possibilité de voir le coût total, la possibilité d'exprimer un consentement exprès à la commande et la possibilité de conserver une trace exacte. Les Lignes directrices ne stipulent pas l'ordre dans lequel tout cela devrait se faire ; elles demandent simplement que tout cela ait lieu avant que la transaction ne soit conclue.</i>