

**Non classifié**

**DSTI/CP(2011)24/FINAL**

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

**22-May-2014**

**Français - Or. Anglais**

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

**PAIEMENTS PAR MOBILE ET EN LIGNE : ORIENTATIONS POUR LES POLITIQUES DE  
CONSOMMATION**

**JT03357816**

Document complet disponible sur OLIS dans son format d'origine

*Ce document et toute carte qu'il peut comprendre sont sans préjudice du statut de tout territoire, de la souveraineté s'exerçant sur ce dernier, du tracé des frontières et limites internationales, et du nom de tout territoire, ville ou région.*



DSTI/CP(2011)24/FINAL  
Non classifié

Français - Or. Anglais

## AVANT PROPOS

En 2009 le Comité de la politique à l'égard des consommateurs de l'OCDE a entrepris la révision des *Lignes directrices de l'OCDE de 1999 régissant la protection des consommateurs dans le contexte du commerce électronique*. Dans le cadre de cet examen, le Comité a exploré dans un rapport analytique les avantages et problématiques associés aux paiements par mobile et en ligne. Cette évaluation a servi de base au Comité pour l'élaboration des orientations ci-jointes, qu'il a adoptées le 17 février 2014 et qu'il a recommandé de porter à la connaissance du grand public. Ces orientations sont publiées sous la responsabilité du Secrétaire général de l'OCDE.

## TABLE DES MATIÈRES

AVANT PROPOS .....	2
PROTECTION DES CONSOMMATEURS EN LIGNE ET PAIEMENTS MOBILES : PROJET D'ORIENTATIONS .....	4
I. Introduction .....	4
II. Champ couvert .....	5
II. Orientations .....	5
A. Information sur les modalités, conditions et coûts des transactions .....	6
Aperçu .....	6
Problématique 1 : Accessibilité et lisibilité de l'information relative aux paiements .....	6
Problématique 2 : Complexité des modalités et conditions des paiements .....	8
Problématique 3 : Clarté et transparence des relevés de facturation .....	9
B. Vie privée .....	9
Aperçu .....	9
Problématique 4 : collecte et utilisation des données sur les paiements .....	11
C. Sécurité .....	12
Aperçu .....	12
Problématique 5 : Sécurité des paiements .....	13
D. Processus de confirmation .....	14
Aperçu .....	14
Problématique 6 : Incertitude concernant la transaction .....	14
E. Enfants .....	15
Aperçu .....	15
Problématique : frais encourus par les enfants pour accéder à des biens et services .....	16
F. Variabilité des niveaux de protection des consommateurs selon les prestataires de services de paiement et les véhicules employés pour effectuer le paiement .....	16
Aperçu .....	16
Problématique 1 : Information sur la protection du consommateur .....	17
Problématique 2 : niveaux de protection des paiements .....	18
G. Pratiques frauduleuses, abusives, de nature à induire en erreur et autres pratiques commerciales déloyales .....	18
Aperçu .....	18
Problématique 1 : Manque de cohérence des informations liées au paiement .....	20
Problématique 2 : Contrats renouvelables, abonnements reconductibles et achats récurrents .....	20
Problématique 3 : frais imprévus .....	21
Problématique 4 : Confiance du consommateur .....	22
H. Règlement des litiges et réparation .....	22
Aperçu .....	22
Problématique 1 : Rôles et responsabilités des parties .....	23
Problématique 2 : Coût à engager pour demander réparation .....	24
RÉFÉRENCES .....	25

## **PAIEMENTS PAR MOBILE ET EN LIGNE : ORIENTATIONS POUR LES POLITIQUES DE CONSOMMATION**

### **I. Introduction**

Dans le prolongement de la Conférence de l'OCDE de 2009 intitulée *Des consommateurs autonomes et mieux protégés dans l'économie Internet* ([www.oecd.org/ict/econsumerconference](http://www.oecd.org/ict/econsumerconference)), le Comité de la politique à l'égard des consommateurs (CPC) est convenu, dans le cadre d'un examen d'ensemble des *Lignes directrices de l'OCDE de 1999 régissant la protection du consommateur dans le contexte du commerce électronique* (OCDE, 1999), de passer en revue les nouveaux développements et les difficultés rencontrées par les consommateurs dans l'utilisation des réseaux des opérateurs de téléphonie mobile et de l'Internet pour effectuer des paiements. Un tour d'horizon des tendances et des problématiques a été réalisé en 2010 et 2011, conduisant à la publication d'un rapport analytique (OCDE, 2012), qui a été examiné lors d'un atelier avec les parties prenantes organisé en avril 2011 ([www.oecd.org/sti/consumer-policy/mobilepayments](http://www.oecd.org/sti/consumer-policy/mobilepayments)).

Il ressort de ce rapport que le développement de systèmes novateurs et d'emploi aisé de paiement par mobile et en ligne proposés par des institutions financières et d'autres acteurs (notamment des opérateurs de téléphonie mobile) a contribué à soutenir la croissance rapide du commerce électronique dans les entreprises petites et grandes, en donnant aux consommateurs des moyens plus efficaces, plus commodes et plus sûrs d'acquérir un éventail toujours plus large de biens et de services. De même, l'usage des équipements mobiles pour effectuer des paiements devrait continuer de s'accélérer, avec l'adoption croissante par les consommateurs des smartphones et tablettes tactiles, qui leur permettent d'effectuer l'achat ou d'avoir l'usage d'un plus large éventail de produits, notamment de produits numériques dématérialisés, via divers canaux de commerce électronique, notamment les plateformes traditionnelles de vente au détail en ligne et les réseaux sociaux. L'impact des paiements par mobile a également été important dans les pays en développement, où de nombreux consommateurs ne disposent pas de compte bancaire ou de carte de paiement et où des équipements mobiles basiques sont utilisés pour effectuer des paiements entre particuliers et entre entreprises et consommateurs.

Si le développement des systèmes de paiement par mobile et en ligne a eu de nombreuses retombées positives pour les consommateurs, les travaux du Comité ont aussi mis en évidence un certain nombre de domaines dans lesquels ces systèmes pourraient être renforcés pour mieux prendre en compte les intérêts des consommateurs. Leur conclusion a été que de façon générale les consommateurs doivent être mieux informés de leurs droits et obligations lorsqu'ils effectuent ce type de paiement, notamment lorsqu'une pluralité d'acteurs (par exemple opérateurs mobiles, fournisseurs d'accès Internet et réseaux sociaux) interviennent dans la transaction. La situation devient encore plus complexe lorsque les systèmes de paiement relèvent de régimes réglementaires différents, ce qui peut avoir d'importantes conséquences sur le niveau de protection dont bénéficie le consommateur. Dans un tel contexte, les consommateurs peuvent avoir des difficultés à déterminer quels sont leurs droits, et la façon dont ceux-ci peuvent varier en fonction de facteurs comme : i) le mécanisme de paiement utilisé (par exemple paiement débité sur la facture téléphonique ou paiement par carte de crédit, de débit ou préchargée) ; et ii) l'équipement utilisé (tel qu'ordinateur fixe, téléphone mobile ou autre équipement portable). Il peut être également problématique pour le consommateur de déterminer quelles sont les parties auxquelles s'adresser si un problème survient, quelles sont les procédures de recours et quelles sont les droits à réparation auxquels ils peuvent prétendre.

Ces orientations visent à infléchir la protection des consommateurs et les pratiques de l'industrie dans le domaine des paiements en ligne et mobiles, en gardant à l'esprit les retombées que procurent l'innovation et la croissance dans les systèmes de paiement nouveaux ou en cours de déploiement. On s'est attaché dans le même temps à ce qu'elles puissent conserver leur pertinence face à l'évolution de la technologie utilisée par les systèmes de paiement. L'accent mis sur les paiements par mobile et en ligne s'explique par la multiplication des difficultés et problèmes auxquels ceux-ci donnent lieu ; les autres formes de paiement, par exemple en liquide ou par chèque, sont donc exclues.

Pour la préparation de ces orientations, le Comité s'est appuyé sur les principes figurant dans les Lignes directrices de 1999 sur le commerce électronique et dans les instruments voisins qui ont par la suite été élaborés concernant la fraude transfrontière (OCDE, 2003), le règlement des litiges et la réparation (OCDE, 2007a), le commerce mobile (OCDE, 2008a), les services de communication (OCDE, 2008b), l'éducation des consommateurs (OCDE, 2009a), l'usurpation d'identité en ligne (OCDE, 2009b), la sécurité des systèmes et réseaux d'information (OCDE, 2002) l'authentification électronique (OCDE, 2007b) et la vie privée (OCDE, 1980 ; OCDE, 2013). Par ailleurs, le Comité s'est largement inspiré du cadre d'évaluation des politiques présenté dans son *Guide pour le développement des politiques de consommation* (OCDE, 2010), ainsi que des instruments et rapports d'un certain nombre de juridictions et d'autres enceintes.

## II. Champ couvert

Ces orientations portent sur les paiements par mobile et en ligne effectués par les consommateurs pour l'achat de produits (biens et services) via le commerce électronique. Elles couvrent les paiements effectués via l'Internet ainsi que ceux effectués au moyen d'équipements mobiles, y compris, sans que la liste soit limitative, les paiements par SMS et MMS, de même que les paiements de proximité effectués via un équipement mobile, par exemple ceux faisant appel à une technologie de paiement sans contact (NFC) sur le point de vente. Sont exclus les paiements effectués par chèque ou en liquide, de même que ceux effectués au moyen d'une carte de crédit ou de débit présentée directement à la caisse ou utilisée de toute autre façon sur le point de vente.

Le commerce électronique s'entend ici de la vente ou de l'achat de produits (notamment biens ou services) effectué via des réseaux informatiques et autres plateformes similaires, telles les réseaux d'opérateurs de téléphonie mobile, par des méthodes spécifiquement conçue pour recevoir ou passer des commandes. Ces orientations ne concernent que les transactions entre entreprise et consommateur (B2C).

## II. Orientations

Les Lignes directrices de 1999 indiquent que les consommateurs qui pratiquent le commerce électronique devraient bénéficier d'une protection transparente et efficace qui ne soit pas inférieure à celle assurée dans les autres formes de commerce (OCDE, 1999, Partie II, Section I). Le Comité a considéré que ce principe s'applique de la même manière aux nouvelles formes de commerce électronique, comme le commerce mobile et autres modes similaires de paiement.

Les orientations sur les paiements figurant dans ces Lignes directrices proposent en outre que les consommateurs disposent de mécanismes de paiement sécurisés et d'emploi aisé, ainsi que d'informations sur le niveau de sécurité assuré par ces mécanismes. Par ailleurs, elles font valoir que les limitations de responsabilité en cas d'utilisation non autorisée ou frauduleuse des systèmes de paiement, et les mécanismes de remboursement, sont des outils puissants pour renforcer la confiance des consommateurs, et il conviendrait d'encourager leur élaboration et leur utilisation dans le contexte du commerce électronique. (OCDE, 1999, Partie II, Section V). De plus, elles proposent une série de principes de base

sur la loyauté des pratiques en matière de commerce, de publicité et de marketing, sur l'obligation d'information, sur le processus de confirmation et sur le règlement des litiges et la réparation.

La conclusion du Comité a été qu'outre les principes précités figurant dans les instruments de l'OCDE, il serait bon d'élaborer de nouvelles orientations sur un certain nombre de problématiques concernant sept domaines : *a)* information sur les modalités, conditions et coûts des transactions ; *b)* vie privée ; *c)* sécurité ; *d)* processus de confirmation ; *e)* enfants ; *f)* variabilité des niveaux de protection des consommateurs selon les prestataires de services de paiement et les véhicules employés pour effectuer le paiement, *g)* protection contre les pratiques commerciales frauduleuses et trompeuses, et *h)* règlement des litiges et réparation. Les questions concernant l'interopérabilité des systèmes de paiement ne sont pas abordées dans les orientations ci-jointes car elles sont traitées dans d'autres contextes à l'OCDE.

## **A. Information sur les modalités, conditions et coûts des transactions**

### ***Aperçu***

Les Lignes directrices de 1999 (OCDE, 1999, Partie II, Section III) invitent les entreprises pratiquant le commerce électronique à communiquer des informations suffisantes sur les modalités, conditions et coûts associés à une transaction pour permettre au consommateur de décider en connaissance de cause s'il conclut la transaction (OCDE, 1999, Partie II, Section III). Leurs préconisations sont que :

- Ces informations devraient être claires, exactes, facilement accessibles, et fournies de façon à offrir au consommateur une possibilité adéquate de les examiner avant de s'engager dans la transaction.
- Les entreprises devraient fournir aux consommateurs un texte clair et complet des modalités et conditions de la transaction de façon à permettre aux consommateurs d'accéder à ces informations et d'en garder une trace appropriée.
- Selon les besoins et si cela est approprié compte tenu de la transaction, ces informations devraient comprendre :
  - le détail de l'ensemble des coûts perçus et/ou imposés par l'entreprise ;
  - l'indication de l'existence d'autres coûts normalement dus par le consommateur, non perçus par l'entreprise et/ou non imposés par celle-ci ;
  - les modalités, conditions et modes de paiement ;
  - le détail et les modalités en matière de rétractation, dénonciation, renvoi, échange, annulation et/ou remboursement ;

Les problématiques relatives à la clarté, la transparence, l'exhaustivité et la diligence de communication de l'information sur les modalités, conditions et coûts des transactions sont abordées ci-dessous. Celles concernant d'autres aspects des transactions sont traitées séparément, dans les sections qui suivent.

### ***Problématique 1 : Accessibilité et lisibilité de l'information relative aux paiements***

Les modalités et conditions régissant les paiements par mobile et en ligne peuvent ne pas toujours être aisées à consulter et à lire, et ne pas être disponibles suffisamment tôt dans le processus de transaction. De

plus, il peut ne pas toujours être aisé pour le consommateur d'en garder trace. Elles sont souvent présentées en petits caractères et/ou dans des fenêtres de texte déroulantes. L'information clé sur le paiement est aussi parfois enfouie dans des notes de bas de page ou nécessite d'ouvrir une série de nouvelles fenêtres.

Les difficultés d'information que cela soulève pour les consommateurs peuvent être encore accentuées en cas d'utilisation d'un terminal mobile doté d'un écran de petite taille ou, indépendamment de la taille de l'écran, ne disposant que d'une capacité de stockage ou d'une autonomie de batterie limitée. De surcroît, les transactions et paiements qui s'y rattachent effectués au moyen de terminaux mobiles sont souvent conclus dans un contexte de « mobilité » dans lequel les consommateurs prennent des décisions rapides d'achat alors qu'ils sont en déplacement. Dans un tel contexte, la capacité du consommateur à consulter et/ou relire les termes d'une transaction suffisamment en avance du paiement peut être limitée.

Le fait de ne pas communiquer les informations clés suffisamment tôt dans la transaction, et sous une forme claire, visible et facile à lire, pourrait contraindre le consommateur à investir un temps considérable pour rassembler l'information nécessaire à une décision en connaissance de cause. À cela s'ajoute la possibilité qu'il ne puisse rassembler ou évaluer une information suffisamment complète, faute de pouvoir la localiser, la consulter et/ou l'interpréter. Ce peut être notamment le cas avec les programmes de fidélité et de récompenses, qui pourraient être des facteurs importants dans la décision du consommateur d'utiliser tel mécanisme de paiement plutôt qu'un autre.

La situation peut en outre devenir encore plus complexe quand les commerçants affichent des prix destinés à attirer les consommateurs, excluant des frais additionnels incontournables, tels que les frais de réservation, de traitement de carte de crédit ou de manutention, de même que les taxes, dans certaines juridictions ; peuvent aussi ne pas être mentionnés les frais de douane et autres redevances s'appliquant aux transactions transfrontières. L'étude de la pratique dite des « majorations furtives » donne à penser que le risque est grand d'induire en erreur les consommateurs, et que la tendance de beaucoup d'entre eux à se focaliser dans leur décision d'achat sur le prix affiché peut les conduire à acquérir des produits auprès de sources plus couteuses. Dans certaines juridictions, cette pratique n'est pas autorisée.

Dans de telles circonstances, il peut arriver que le consommateur ne cherche pas à s'informer de façon complète ou partielle, ou qu'il n'en comprenne pas les conséquences. Comme le note le *Guide pour le développement des politiques de consommation* (OCDE, 2010) les chercheurs travaillant sur le comportement des consommateurs ont montré que lorsque ceux-ci sont pressés par le temps ou confrontés à des informations inadéquates, ils peuvent finir par adopter des règles pragmatiques basées sur « l'heuristique » pour se déterminer, ce qui peut les conduire à des choix non satisfaisants. Le temps nécessaire pour évaluer les offres et la frustration ou confusion que peuvent susciter les problèmes de paiement et les questions qui s'y rattachent peuvent amener les consommateurs à restreindre leurs recherches et, au bout du compte, à payer un produit plus cher qu'ils ne l'escomptaient, à acquérir un produit qui ne répond pas à leurs attentes, voire à renoncer à tout achat.

### *Orientations*

Pour aider à faire en sorte que l'information sur les paiements soit aisément accessible, et lisible :

- i. *L'information clé sur le paiement et la transaction correspondante devrait être fournie au consommateur dans les premiers temps de la transaction sous une forme claire, visible et aisément accessible. Elle devrait être présentée dans des formats pouvant aisément être lus sur les différents types d'équipements utilisés pour la pratique du commerce électronique, notamment les terminaux mobiles dotés de petits écrans souvent utilisés en situation « nomade ».*

- ii. *Les prix affichés devraient inclure les frais obligatoires fixes. L'information sur l'existence de frais obligatoires variables et de frais optionnels devrait être communiquée au consommateur de façon claire et visible sur la même page ou le même écran que celui des prix affichés, assortis d'une visibilité adéquate. Le montant de ces frais devrait être communiqué de façon claire et visible au consommateur dès que ceux-ci sont connus par l'entreprise concernée, et bien avant que le consommateur soit obligé de conclure la transaction.*
- iii. *Les difficultés que pourraient rencontrer le consommateur pour avoir accès aux informations sur les détails d'une transaction de paiement en situation « nomade » devraient être aplanies par l'optimisation des déclarations de telle manière que le consommateur puisse aisément accéder à ce type d'information, et par la rationalisation, la simplification et s'il y a lieu la standardisation de la présentation de l'information sur le paiement. Il conviendrait d'explorer l'utilisation de mécanismes, tels que graphiques et icônes, susceptibles de rendre l'information claire, visible et aisément accessible. Ces mécanismes devraient eux-mêmes être visibles et aisément compréhensibles, et ne pas être de nature à induire en erreur.*
- iv. *Les consommateurs devraient disposer de diverses possibilités de préserver l'information sur le paiement et la transaction correspondante, par exemple pouvoir l'imprimer, la faire suivre par courrier électronique ou de toute autre manière la mémoriser sous forme électronique. Dans toute la mesure du possible, ces possibilités devraient être offertes pour tous les types d'équipements qui sont utilisés dans le commerce électronique.*

### **Problématique 2 : Complexité des modalités et conditions des paiements**

Les modalités et conditions relatives aux paiements par mobile et en ligne sont souvent rédigées dans un jargon juridique technique et verbeux qui les rend difficiles à comprendre. Des enquêtes réalisées dans un certain nombre de pays donnent à penser qu'une majorité de consommateurs effectuant des achats via le commerce électronique ne lisent pas ou ne comprennent pas intégralement ces modalités et conditions, notamment en ce qui concerne les programmes de fidélité et de récompenses, du fait de la complexité de l'information et du temps qu'ils devraient lui consacrer. De ce fait, les consommateurs peuvent ne pas être conscients de l'importance d'éventuels coûts « cachés » additionnels. Pour certaines transactions, cela peut se traduire par des factures étonnamment élevées (« le choc de la facture »), une insatisfaction à l'égard d'un bien ou service qui ne répond pas aux attentes et une frustration induite par les procédures et le coût que pourrait impliquer la résiliation d'un service non satisfaisant.

#### *Orientations*

Pour aider à faire en sorte que les consommateurs comprennent les modalités et conditions de paiement :

- i. *Outre les présentations traditionnelles de l'ensemble des modalités et conditions, les entreprises devraient fournir aux consommateurs des synthèses de leurs aspects clés. Celles-ci devraient comprendre des informations sur les coûts totaux d'une transaction, la disponibilité des produits, les délais de livraison, la politique de retour et de remboursement, les droits de rétractation, les frais récurrents (notamment les achats périodiques et renouvellements d'abonnement automatiques et les moyens de se désengager de ces mécanismes automatiques) et les options en matière de règlement des litiges (notamment les coordonnées des points de contact).*
- ii. *L'information récapitulative sur les modalités et conditions des paiements devrait être claire, visible et concise. Elle devrait être présentée dans une langue simple facilement intelligible par le grand public.*



### ***Problématique 3 : Clarté et transparence des relevés de facturation***

Les relevés de facturation, notamment ceux fournis par les opérateurs de téléphonie mobile, ne sont parfois pas suffisamment détaillés pour permettre aux consommateurs de déterminer la nature des produits achetés et les éventuels frais associés. De plus, certains intermédiaires de paiement n'identifient pas suffisamment les tiers intervenant dans une transaction. De ce fait, les consommateurs peuvent avoir des difficultés à déterminer l'exactitude de leurs relevés de facturation.

#### *Orientations*

Pour aider à assurer la transparence dans les relevés de facturation :

- i. Les entités de facturation devraient clairement :*
  - *Distinguer dans les relevés de facturation leurs frais de ceux associés à des tiers*
  - *Décrire la nature des frais sur leurs relevés de facturation sous une forme qui permette au consommateur d'aisément identifier les biens et services achetés et l'identité du prestataire de paiement ou du commerçant qui a facturé les frais sur le relevé.*
- ii. Les relevés de facturation devraient fournir des informations qui : a) confirment les prix et autres informations clés de la transaction ; et b) permettent au consommateur d'identifier et de contacter toutes les parties qui ont un lien avec la transaction de paiement, notamment l'entité de facturation et, dans le cas de la facturation pour un tiers, cette tierce partie.*

## **B. Vie privée**

### ***Aperçu***

L'environnement mobile et en ligne pose pour les paiements un certain nombre de difficultés qui peuvent avoir des implications sur la vie privée. Il s'agit notamment *i)* de déterminer quelle est la partie responsable de l'utilisation et de la gestion de l'information sur le paiement par le consommateur ; *ii)* d'identifier la ou les partie(s) qui conserve(nt) cette information et de savoir pendant combien de temps ; *iii)* de l'éventuel transfert à des tiers ou la possible utilisation par ces derniers de l'information sur le paiement ; et *iv)* de savoir comment cette information sur le paiement est protégée. Ces questions prennent une acuité particulière dans le cas des paiements par mobile en raison du grand nombre d'entreprises pouvant être associées au traitement des transactions. La façon dont ces questions sont prises en compte peut influencer sur la confiance des consommateurs à l'égard du commerce électronique, ce qui par voie de conséquence peut décourager la poursuite de l'innovation et de l'adoption de mécanismes de paiement par mobile.

Les Lignes directrices de 1999 sur le commerce électronique indiquent que le commerce électronique devrait être mené en conformité avec les Lignes directrices de 1980 de l'OCDE sur la vie privée (OCDE, 1980), qui énoncent les huit principes fondamentaux suivants d'application au plan intérieur :

- *Principe de la limitation en matière de collecte.* Il conviendrait d'assigner des limites à la collecte des données de caractère personnel et toute donnée de ce type devrait être obtenue par des moyens licites et loyaux et, le cas échéant, après en avoir informé la personne concernée ou avec son consentement.

- *Principe de la qualité des données.* Les données de caractère personnel devraient être pertinentes par rapport aux finalités en vue desquelles elles doivent être utilisées et, dans la mesure où ces finalités l'exigent, elles devraient être exactes, complètes et tenues à jour.
- *Principe de la spécification des finalités.* Les finalités en vue desquelles les données de caractère personnel sont collectées devraient être déterminées au plus tard au moment de la collecte des données, et lesdites données ne devraient être utilisées par la suite que pour atteindre ces finalités ou d'autres qui ne soient pas incompatibles avec les précédentes et qui seraient déterminées dès lors qu'elles seraient modifiées.
- *Principe de la limitation de l'utilisation.* Les données de caractère personnel ne devraient pas être divulguées, ni fournies, ni utilisées à des fins autres que celles spécifiées conformément au paragraphe précédent, si ce n'est a) avec le consentement de la personne concernée ou b) lorsqu'une règle de droit le permet.
- *Principe des garanties de sécurité.* Il conviendrait de protéger les données de caractère personnel, grâce à des garanties de sécurité raisonnables, contre des risques tels que la perte des données ou leur accès, destruction, utilisation, modification ou divulgation non autorisés.
- *Principe de la transparence.* Il conviendrait d'assurer, d'une façon générale, la transparence des progrès, pratiques et politiques, ayant trait aux données de caractère personnel. Il devrait être possible de se procurer aisément les moyens de déterminer l'existence et la nature des données de caractère personnel, et les finalités principales de leur utilisation, de même que l'identité du maître du fichier et le siège habituel de ses activités.
- *Principe de la participation individuelle.* Toute personne physique devrait avoir le droit : a) d'obtenir du maître d'un fichier, ou par d'autres voies, confirmation du fait que le maître du fichier détient ou non des données la concernant ; b) de se faire communiquer les données la concernant ; dans un délai raisonnable ; moyennant, éventuellement, une redevance modérée ; selon des modalités raisonnables ; et sous une forme qui lui soit aisément intelligible ; c) d'être informée des raisons pour lesquelles une demande qu'elle aurait présentée conformément aux alinéas a) et b) est rejetée et de pouvoir contester un tel rejet ; et d) de contester les données la concernant et, si la contestation est fondée, de les faire effacer, rectifier, compléter ou corriger.
- *Principe de la responsabilité.* Tout maître de fichier devrait être responsable du respect des mesures donnant effet aux principes énoncés ci-dessus.

Les principes précités ont été conservés dans les Lignes directrices de l'OCDE révisées sur la vie privée (OCDE, 2013), dans lesquelles ont été ajoutées de nouvelles dispositions sur la mise en oeuvre et l'interopérabilité au plan international. De nouvelles dispositions stipulent que tout maître de fichier devrait (OCDE, 2013, Partie III, alinéas a *iii* et c respectivement du paragraphe 15) :

- Avoir mis en place un programme de gestion de la vie privée qui prévoit des mesures de protection appropriées basées sur une évaluation des risques pour la vie privée.
- Aviser, selon les besoins, les autorités chargées de protéger la vie privée ou autres autorités compétentes des cas d'atteintes significatives à la sécurité qui affectent des données de caractère personnel. Lorsque l'atteinte à la sécurité est susceptible de faire tort à des personnes concernées, le maître du fichier devrait informer ces dernières.

Outre les Lignes directrices de 1999 sur le commerce électronique, les orientations de 2008 sur les politiques en matière de commerce mobile (OCDE, 2008) aborde les questions liées à la vie privée en mettant l'accent sur le suivi à travers l'information géolocalisée.

***Problématique : Collecte et utilisation des données sur les paiements***

Un grand nombre d'entités différentes peuvent avoir accès aux informations liées aux paiements par mobile ou en ligne qui sont fournies par les consommateurs lorsqu'ils effectuent des achats via le commerce électronique. Ainsi, des banques et autres institutions de paiement, des commerçants, des fournisseurs de plateformes de systèmes d'exploitation, des fabricants d'équipement, des opérateurs de téléphonie mobile, des développeurs d'application, des entreprises d'analytique de données, des annonceurs et des administrateurs de programmes de fidélité et de coupons peuvent avoir accès à des données de paiement dans certaines transactions. Ce peut être notamment des adresses, des numéros de téléphone et des données de localisation utilisées pour authentifier la transaction de paiement et permettre que le paiement puisse être autorisé en donnant, par exemple, la localisation ou le lieu de résidence habituel de l'acheteur. Cette information est davantage accessible s'agissant des paiements par mobile, car beaucoup de consommateurs gardent leur terminal allumé en permanence. Cette information a de la valeur, car elle peut être partagée avec d'autres parties à des fins commerciales.

L'accès aux données sur les paiements et leur utilisation par les entreprises peuvent être bénéfiques pour les consommateurs ; leur exploitation pour du marketing ciblé peut aider les consommateurs à identifier les produits qui les intéressent. Elle peut aussi permettre aux entreprises de proposer certains produits à prix réduit, ou gratuitement. Elle peut aussi aider à réduire la fraude, en donnant aux entreprises une meilleure base pour authentifier leurs clients.

En revanche, les données sur les paiements effectués par les consommateurs peuvent aussi être exploitées à des fins posant problème. Les consommateurs, par exemple, peuvent ne pas pleinement comprendre la façon dont les données qu'ils ont communiquées peuvent être utilisées à des fins allant au-delà de la conclusion d'une transaction, ou la valeur que ces données peuvent avoir pour des entreprises. Les raisons pour lesquelles des données de caractère personnel sans lien avec le paiement sont collectées durant la procédure de paiement peuvent ne pas être expliquées aux consommateurs. La collecte de ces données et le manque de transparence à ce propos peuvent inquiéter les consommateurs, et les faire hésiter à acheter des produits, notamment auprès d'entreprises qu'ils connaissent relativement mal. De plus, les consommateurs peuvent ne pas consentir à ce que leurs activités soient pistées et à ce que leurs données soient utilisées par des tiers ou partagées avec eux à des fins commerciales ou autres. De plus, une fois que leurs données pour le paiement ont été communiquées, les consommateurs peuvent n'avoir qu'une capacité limitée à maîtriser leur utilisation. Ainsi, lorsqu'ils achètent des applications mobiles, ils accordent parfois des permissions sans être clairement informés de ce qu'ils font vraiment ; ils peuvent même parfois ne pas pouvoir vérifier quelles sont les permissions qui ont été accordées. Enfin, les entreprises qui recueillent trop de données augmentent les risques, pour elles-mêmes et pour les consommateurs, si les données venaient à être volées, perdues ou utilisées de façon abusive ; risques qui pourraient être financiers, porter atteinte à la réputation ou engager une responsabilité civile, et saper la confiance des consommateurs dans les systèmes de paiement par mobile et en ligne.

*Orientations*

Pour aider à faire en sorte que les données liées aux paiements ne soient pas utilisées de manière contraire aux intérêts des consommateurs :

- i. *Les entreprises devraient prévoir des mesures de protection de la vie privée quand elles conçoivent et développent leurs systèmes de paiement par mobile et en ligne. Les mesures de*

*protection déjà en place dans les systèmes de paiement existants devraient être passées en revue, et s'il y a lieu intégrées dans les systèmes nouveaux ou actualisés.*

- ii. Les entreprises devraient de façon générale limiter la collecte de données de caractère personnel recueillies dans le cadre de transactions de paiement par mobile ou en ligne aux informations qui : i) sont directement liées à la transaction de paiement ; ii) sont requises par le prestataire de paiement ; iii) sont légalement exigées ; ou iv) sont utilisées à des fins de gestion des comptes et des risques, d'authentification, de prévention de la fraude ou de conformité avec la législation. Ces informations peuvent comprendre, sans que la liste soit limitative, le nom du consommateur, un code postal, un numéro de téléphone, un numéro de carte de paiement, des numéros de compte et codes guichet de comptes auprès de banques ou autres institutions financières ainsi que des données d'authentification.*
- iii. Si durant l'opération de paiement, l'entreprise collecte et utilise des données autres que celles spécifiées à l'alinéa ii) qui ne sont pas légalement exigées ou nécessaires pour mener à bien le paiement, elle devrait informer de façon claire et visible et en temps utile le consommateur de ce recueil d'information et lui proposer des mécanismes de choix appropriés lui permettant de limiter ou interdire le recueil et l'utilisation de telles données. L'entreprise devrait obtenir le consentement exprès avant de recueillir des données « sensibles », telles que des données géolocalisées individualisées, des informations sur la santé, des informations financières ou des informations sur les enfants.*
- iv. Les entreprises devraient être transparentes sur leurs pratiques de collecte et d'utilisation de données dans le cadre de paiements par mobile ou en ligne. Elles devraient expliquer : i) les raisons pour lesquelles des données sur les consommateurs sont recueillies et mémorisées ; ii) les façons dont ce type d'information peut être utilisé et/ou partagé ; et iii) les éventuels moyens de contrôle à la disposition des consommateurs.*
- v. Des explications normalisées concernant la vie privée et les mécanismes de choix, intelligibles et aisément accessibles sur les différents types d'équipement, devraient être élaborées par les parties prenantes. Ces explications devraient être présentées de façon claire et uniforme aux étapes appropriées de la transaction de paiement.*

## **C. Sécurité**

### ***Aperçu***

Les Lignes directrices de 2002 sur la sécurité (OCDE, 2002, Partie III) contiennent neuf principes complémentaires pertinents pour la sécurité des transactions de paiement par mobile ou en ligne :

- *Principe de sensibilisation.* Les parties prenantes doivent être sensibilisées au besoin d'assurer la sécurité des systèmes et réseaux d'information et aux actions qu'elles peuvent entreprendre pour renforcer la sécurité.
- *Principe de responsabilité.* Les parties prenantes sont responsables de la sécurité des systèmes et réseaux d'information.
- *Principe de réaction.* Les parties prenantes doivent agir avec promptitude et dans un esprit de coopération pour prévenir, détecter et répondre aux incidents de sécurité.

- *Principe d'éthique.* Les parties prenantes doivent respecter les intérêts légitimes des autres parties prenantes.
- *Principe de démocratie.* La sécurité des systèmes et réseaux d'information doit être compatible avec les valeurs fondamentales d'une société démocratique.
- *Principe d'évaluation des risques.* Les parties prenantes doivent procéder à des évaluations des risques.
- *Principe de conception et mise en œuvre de la sécurité.* Les parties prenantes doivent intégrer la sécurité en tant qu'un élément essentiel des systèmes et réseaux d'information.
- *Principe de gestion de la sécurité.* Les parties prenantes doivent adopter une approche globale de la gestion de la sécurité.
- *Principe de réévaluation.* Les parties prenantes doivent examiner et réévaluer la sécurité des systèmes et réseaux d'information et introduire les modifications appropriées dans leurs politiques, pratiques, mesures et procédures de sécurité.

La Recommandation de 2007 sur l'authentification électronique indique que les pays membres de l'OCDE devraient favoriser la mise au point, la fourniture et l'utilisation de produits et services d'authentification qui intègrent de solides pratiques commerciales, notamment des garanties techniques et non techniques répondant aux besoins des participants, s'agissant particulièrement de la sécurité et de la confidentialité de leurs informations et identités (OCDE, 2007b).

Les orientations de 2008 sur les politiques en matière de commerce mobile indiquent qu'il pourrait être utile pour les participants au commerce mobile que soient proposés aux consommateurs des moyens rapides et efficaces de recours quand leurs données sont compromises et/ou ils subissent un préjudice financier (OCDE, 2008, Section IV).

### ***Problématique : Sécurité des paiements***

Sans sécurité adéquate, les données de transaction communiquées dans le cadre de paiements de commerce électronique pourraient être perdues, volées ou de toute autre manière utilisées de façon abusive. La situation est particulièrement préoccupante s'agissant des paiements effectués au moyen de terminaux mobiles, en raison des risques plus élevés de perte, de vol ou de compromission de ces équipements. Dans un tel contexte, les risques de sécurité, et les préjudices potentiels pour le consommateur, augmentent avec le volume des données de caractère personnel recueillies. Bien que les progrès de la technologie soient susceptibles de renforcer la sécurité des données, les consommateurs conservent certaines inquiétudes quant à leur niveau de protection, qui pourraient freiner l'usage des systèmes de paiement par mobile. Des terminaux mobiles dotés de possibilités de chiffrement « de bout en bout » et d'authentification dynamique, si celles-ci étaient utilisées, pourraient apporter un début de réponse à ces préoccupations, et ainsi renforcer la confiance des consommateurs dans les paiements par mobile.

### *Orientations*

Afin de protéger les données de paiement des consommateurs recueillies et utilisées dans le contexte des paiements par mobile ou en ligne :

- i. Les prestataires de paiement devraient mettre en place des mesures de sécurité appropriées pour protéger leurs systèmes, et ils devraient encourager l'adoption de telles mesures par toutes les entités ayant accès aux données des consommateurs en relation avec des paiements.*
- ii. Outre le fait d'informer les consommateurs, les prestataires de paiement devraient proposer à ces derniers des mécanismes de recours diligents et efficaces quand leurs données sont compromises et/ou ils subissent des préjudices financiers causés par des atteintes à la sécurité.*
- iii. Les parties prenantes devraient travailler de concert pour mieux sensibiliser les consommateurs aux questions de sécurité des paiements, et aux actions que ceux-ci pourraient prendre pour se protéger dans ce type de transactions.*

## **D. Processus de confirmation**

### ***Aperçu***

Les paiements de commerce électronique s'inscrivent dans un processus général de transaction qui se subdivise en un certain nombre d'étapes, à savoir :

- Une phase précontractuelle, dans laquelle des informations sont communiquées sur le produit, la transaction et l'entreprise. Le consommateur s'appuie sur cette information pour décider de conclure ou non la transaction.
- Une phase contractuelle, dans laquelle le consentement du consommateur à la transaction conduit à une opération de paiement.
- Une phase postcontractuelle dans laquelle le consommateur peut vouloir corriger des erreurs éventuelles dans sa commande ou exercer son droit de rétractation, s'il existe.

Pour éviter toute ambiguïté concernant les intentions d'achat du consommateur, les Lignes directrices de 1999 sur le commerce électronique indiquent que celui-ci devrait pouvoir, avant de conclure l'achat, *a)* identifier précisément les biens et services qu'il souhaite acheter ; *b)* identifier et rectifier toute erreur éventuelle ou modifier la commande ; *c)* exprimer son consentement éclairé et avisé à l'achat et *d)* conserver une trace complète et exacte de la transaction. De plus, les Lignes directrices précisent que le consommateur devrait pouvoir interrompre la transaction avant de conclure l'achat (OCDE, 1999, Partie II, Section IV).

Les orientations de 2008 sur le commerce mobile notent les difficultés que les consommateurs peuvent parfois rencontrer pour accéder à l'ensemble de l'information contractuelle avant une décision lorsqu'ils utilisent un équipement mobile. Elles indiquent que les consommateurs utilisant des téléphones mobiles devraient avoir la faculté de recevoir des informations claires et complètes sur la transaction proposée afin de pouvoir, avant la conclusion du contrat, confirmer la commande des biens ou services en question, corriger toute erreur et, par ailleurs, conserver ou imprimer des traces adéquates de la transaction, notamment les conditions contractuelles.

### ***Problématique : Incertitude concernant la transaction***

Il peut arriver que les consommateurs achetant des produits dans le cadre du commerce électronique n'aient pas conscience qu'ils confirment une transaction. Ainsi, en situation de mobilité, lorsqu'ils effectuent des achats via une « appli » mobile, ils peuvent ne pas réaliser qu'en cliquant simplement sur

une icône ils ont consenti à l'achat et que le paiement est dû. Ils peuvent ainsi se voir facturer des produits qu'ils n'avaient pas l'intention d'acheter. À l'inverse, ils peuvent par inadvertance fournir pour le paiement des informations erronées, ce qui provoquera une annulation ou un rejet de la transaction, dont ils pourront ne pas avoir conscience. De même, la prise en compte d'une transaction peut être incertaine quand par exemple la connexion sur un équipement mobile est perdue pendant le processus de confirmation.

### *Orientations*

Pour aider à faire en sorte que le consommateur comprenne quand une transaction a été conclue et le paiement est dû, ou qu'une transaction n'a pas été traitée jusqu'à sa conclusion :

- i. *Le point auquel le consommateur est invité à s'engager dans une transaction, et au-delà duquel le paiement est dû, devrait être clair et non ambiguë, tout comme les étapes que le consommateur devrait suivre pour compléter la transaction. Le consommateur devrait également se voir offrir une possibilité de confirmer les informations qu'il a fournies pour le paiement, ou d'annuler l'ensemble de la transaction, avant de la conclure.*
- ii. *Le consommateur devrait être clairement informé quand une transaction pour laquelle des informations destinées au paiement ont été fournies n'a pas été traitée jusqu'à sa conclusion.*

## **E. Enfants**

### *Aperçu*

Les Lignes directrices de 1999 sur le commerce électronique précisent que les entreprises devraient prendre un soin tout particulier dans la publicité ou le marketing destiné aux enfants, qui peuvent ne pas être en mesure de comprendre pleinement les informations qui leur sont présentées (OCDE, 1999, Section II, Partie II).

Les orientations de 2008 sur les politiques en matière de commerce mobile donnent des exemples de situations dans lesquelles des problèmes peuvent se poser quand des enfants qui ont accès à des équipements mobiles les utilisent pour effectuer des achats à l'insu ou sans le consentement de leurs tuteurs (OCDE, 2008, Section III). Ces problèmes prennent une acuité particulière avec les terminaux mobiles, car des achats peuvent être effectués par l'enfant sans que celui-ci ait à fournir d'authentification appropriée avant de conclure la transaction. Face à ce problème, les orientations de 2008 sur le commerce mobile suggèrent que les parties prenantes pourraient :

- Donner aux parents la possibilité de plafonner le montant des factures que les enfants peuvent accumuler via leur téléphone portable, par exemple en restreignant le nombre de messages textuels ou en plafonnant le montant des achats par téléchargement.
- Encourager une conception des terminaux mobiles permettant aux utilisateurs d'interdire certains types de transaction.
- Encourager les opérateurs mobiles à adresser des mises en garde ou avis aux parents quand les dépenses dépassent un plafond prédéterminé.

Les recommandations de 2009 du Comité au sujet de l'éducation des consommateurs indiquent en outre qu'il est important d'éduquer les parents et les enfants sur leurs responsabilités respectives en ligne, de même que sur les techniques fréquemment utilisées en ligne pour commercialiser les produits (OCDE, 2009a, Annexe II).

***Problématique : frais encourus par les enfants pour accéder à des biens et services***

Le développement des usages de l'Internet et des équipements mobiles pour l'achat de produits dans le cadre du commerce électronique sans avoir à fournir d'information financière à chaque achat a exposé les enfants à un certain nombre de risques, notamment des frais dans les jeux en ligne, ou à des « applis mobiles » leur permettant d'effectuer de multiples achats sans avoir à saisir un mot de passe à chaque fois. Bien que dans la plupart des pays les enfants n'aient pas la capacité juridique de prendre des engagements de paiement, une fois connecté sur un compte mobile, ils peuvent être en mesure d'encourir des frais à l'insu ou sans le consentement du titulaire du compte, auquel cas il peut être envisagé de rendre l'achat invalide. De telles situations se produisent le plus souvent quand les enfants se voient confier des équipements par leurs parents ou tuteurs. Dans le même ordre d'idées, des inquiétudes s'expriment dans un certain nombre de pays concernant l'utilisation par les enfants de produits qui, bien qu'annoncés comme « gratuits », peuvent nécessiter un paiement pour avoir accès à des fonctions ou contenus spécifiques.

*Orientations*

Pour permettre aux parents ou tuteurs de surveiller et limiter les paiements de biens ou services effectués par mobile ou en ligne par des enfants, les entreprises, les pouvoirs publics et les autres parties prenantes devraient :

- i. Conformément aux orientations contenues dans la Problématique I de la Section A, sur l'« Accessibilité et la lisibilité de l'information relative aux paiements », travailler ensemble pour donner aux parents et tuteurs, avant que l'enfant n'ait accès à ou achète des biens et service susceptibles de générer des frais encourus par lui, des informations claires, visibles et aisément accessibles sur les coûts qui peuvent être encourus lors de l'achat, de l'accès ou de l'utilisation de biens et services, et des informations sur la façon d'éviter ces coûts.*
- ii. Développer des mécanismes efficaces qui permettent aux parents et tuteurs de s'assurer que les paiements engagés par l'enfant soient soumis à leur autorisation.*
- iii. Développer des outils qui permettent aux parents et tuteurs d'exercer différents types de contrôle sur les achats qu'ils autorisent à leurs enfants ; il s'agirait notamment d'outils empêchant les enfants d'effectuer des achats sans l'accord exprès de leurs parents ou d'outils permettant aux parents ou tuteurs de fixer des plafonds sur les montants pouvant être facturés sur un compte sur des périodes déterminées.*
- iv. Informer les parents ou tuteurs de l'existence de tels outils de façon claire et visible.*

**F. Variabilité des niveaux de protection des consommateurs selon les prestataires de services de paiement et les véhicules employés pour effectuer le paiement**

***Aperçu***

Les Lignes directrices de 1999 sur le commerce électronique indiquent que les limitations de responsabilité en cas d'utilisation non autorisée ou frauduleuse des systèmes de paiement, et les mécanismes de remboursement sont des outils puissants pour renforcer la confiance des consommateurs, et il conviendrait d'encourager leur élaboration et leur utilisation dans le contexte du commerce électronique (OCDE, 1999, Partie II, Section V).

Des progrès considérables ont été réalisés dans la mise en oeuvre de ce principe dans les juridictions, par le biais d'initiatives prises par les pouvoirs publics et les entreprises. Dans de nombreux cas, la protection est allée au-delà de l'utilisation non autorisée ou frauduleuse des systèmes de paiement, pour



couvrir les problèmes liés aux produits non conformes et non livrés. Le niveau de protection, toutefois, varie, à l'intérieur des juridictions et entre elles, suivant :

- *Le moyen de paiement utilisé.* Dans la plupart des pays de l'OCDE, le consommateur bénéficie d'une solide protection juridique, de même que d'une protection complémentaire pour les paiements, assurée par les intermédiaires financiers quand le paiement est effectué par carte de paiement. Ils peuvent également bénéficier d'une certaine protection juridique pour les débits bancaires. Il faut noter que cette protection s'applique quel que soit l'équipement utilisé pour effectuer le paiement, et notamment en cas d'utilisation d'une technologie sans contact pour un paiement par carte. Les protections couvrent les problèmes de frais non autorisés (qui peuvent résulter d'erreurs de facturation ou de traitement ou de transactions frauduleuses suite à la perte ou au vol de la carte ou au vol ou l'utilisation frauduleuse d'identifiants de la carte), de même que les problèmes de conformité et de livraison des produits. Les protections attachées à la carte de paiement dépendent de l'entreprise qui a émis la carte, et/ou de la juridiction dans laquelle la carte a été délivrée. Le niveau de protection du consommateur peut également varier selon le type de carte au sein d'une même entreprise. De façon générale, la protection est plus grande pour les cartes de crédit que pour les cartes de débit ou les débits bancaires. Pour ces derniers, le consommateur bénéficie en général d'une limitation de responsabilité variable en cas de frais non autorisés, mais d'aucune protection en cas de problèmes de conformité ou de livraison. Une certaine incertitude quant au niveau de protection associé à l'utilisation de cartes de débit peut aussi exister du fait de facteurs comme : *i)* une connaissance limitée de ses droits et obligations par le consommateur ; *ii)* une transparence limitée sur ces droits et obligations par l'institution financière émettrice ; et *iii)* la diversité des règles des systèmes de cartes à ce propos. De plus, dans un certain nombre de pays de l'OCDE, la protection statutaire est faible ou inexistante s'agissant de l'utilisation de crédits sur des cartes préchargées et des cartes cadeaux, ou de paiements effectués par débit sur la facture d'abonnement de téléphonie mobile.
- *Les intervenants.* Dans certains pays, les mécanismes de paiement proposés par des institutions qui ne sont généralement pas traitées comme des institutions financières (opérateurs mobiles par exemple) ne sont pas tenus d'offrir aux consommateurs les mêmes protections que les banques ou autres prestataires de crédit. Dans d'autres juridictions, tous les prestataires de services de paiement, y compris les opérateurs mobiles, sont soumis aux mêmes règles lorsqu'ils servent d'intermédiaires dans le processus de paiement.

### ***Problématique 1 : Information sur la protection du consommateur***

L'information sur l'éventail des droits et protections que les prestataires de paiement offrent aux consommateurs n'est souvent pas disponible au moment de l'achat, ce qui peut compliquer la situation en rendant difficile pour le consommateur de comprendre les différences entre les diverses sources de financement. Pour obtenir ce type d'information, les titulaires de cartes peuvent être par exemple obligés de téléphoner à l'institution émettrice, ou de demander que cette information leur soit adressée par courrier postal. Les informations connexes sur les législations et réglementations applicables peuvent être également difficiles à consulter. Les consommateurs peuvent donc avoir du mal à savoir quels sont leurs droits quand ils achètent un produit. La situation est en outre rendue plus complexe quand le paiement d'un produit fourni par une entreprise est facturé par un tiers, tel qu'un opérateur mobile.

#### *Orientations*

Pour aider à faire en sorte que les consommateurs soient informés de façon adéquate de leurs droits et obligations dans les transactions de paiement :

- i. *Les gouvernements, les prestataires de paiement, les entreprises, la société civile et les autres parties prenantes devraient oeuvrer ensemble pour fournir des mécanismes auxquels les consommateurs peuvent aisément accéder pour déterminer : a) quels sont leurs droits et protections lorsqu'ils effectuent un achat ; et b) dans quelle mesure la protection (notamment en matière de politiques et de procédures de limitation de responsabilité, de retour, d'échange, de réduction de prix et de remboursement) peut varier, en fonction de facteurs comme le mécanisme de paiement utilisé.*
- ii. *Les prestataires de paiement intervenant dans des transactions transfrontières devraient clairement indiquer dans leurs modalités et conditions la façon dont les droits et protections des consommateurs associés à l'utilisation de leurs mécanismes de paiement pourraient être affectés par le caractère transfrontière de la transaction.*
- iii. *Les prestataires de paiement, entreprises et autres parties prenantes devraient oeuvrer ensemble pour éduquer les consommateurs sur les options de paiement et les questions de protection qui s'y rattachent, et mieux les sensibiliser sur les questions clés.*

### **Problématique 2 : niveaux de protection des paiements**

Les consommateurs peuvent retirer un bénéfice considérable de l'utilisation de mécanismes de paiement offrant des niveaux élevés de protection, même s'ils doivent payer davantage pour une telle couverture. Une telle protection aide les consommateurs à éviter les préjudices dont ils seraient autrement victimes, en cas de fraude ou de paiements non autorisés. Dans de telles circonstances, les prestataires de paiement peuvent être le seul moyen efficace d'obtenir réparation. C'est un aspect particulièrement important dans le cas des transactions transfrontières, pour lesquelles les consommateurs peuvent ne disposer que de moyens limités pour défendre leurs intérêts.

#### *Orientations*

Pour que les consommateurs disposent de voies de recours adéquates en cas de problèmes lors de transactions :

- i) *Les gouvernements et les prestataires de paiement devraient oeuvrer ensemble à l'élaboration de niveaux minimaux de protection des consommateurs pour les transactions de paiement par mobile et en ligne, quel que soit le mécanisme de paiement utilisé. Cette protection devrait comprendre des limitations, fixées par la réglementation ou à l'initiative de l'industrie, de la responsabilité du consommateur en cas de frais perçus frauduleusement ou sans autorisation qui soient applicables pour tous les mécanismes de paiement par mobile et en ligne.*
- ii) *Les gouvernements et les prestataires de paiement devraient a) explorer les autres domaines dans lesquels une plus grande harmonisation entre juridictions des règles de protection couvrant les paiements serait bénéfique, et b) s'attacher à clarifier la meilleure façon dont les problèmes liés aux transactions transfrontières pourraient être pris en compte quand les niveaux de protection des paiements diffèrent.*

### **G. Pratiques frauduleuses, abusives, de nature à induire en erreur et autres pratiques commerciales déloyales**

#### **Aperçu**

Les Lignes directrices de 1999 sur le commerce électronique invitent les entreprises qui prennent part au commerce électronique à prendre dûment en considération les intérêts des consommateurs et agir de

façon loyale dans leurs pratiques en matière de commerce, de publicité et de marketing (OCDE, 1999, Partie II, Section II). Les entreprises *a)* ne devraient pas faire de déclarations ou d'omissions, ni s'engager dans des pratiques quelconques, susceptibles d'être mensongères, trompeuses, frauduleuses ou déloyales ; et *b)* sont encouragées à mettre en place des limitations de responsabilité en cas d'utilisation frauduleuse ou non autorisée de systèmes de paiement, ainsi que des mécanismes de remboursement. De plus, les gouvernements sont invités à coopérer à l'échelon international pour lutter contre les comportements commerciaux transfrontières frauduleux, trompeurs ou déloyaux, par l'échange d'informations, la coordination, la communication et l'action concertée.

Les Lignes directrices de 2003 sur la fraude transfrontière donnent des orientations complémentaires en ce qui concerne les politiques gouvernementales. Ces Lignes directrices encouragent les gouvernements à mettre en place des cadres qui aideront à limiter, prévenir et dissuader les pratiques commerciales frauduleuses et trompeuses impliquant des entreprises et des particuliers. En particulier, les Lignes directrices stipulent que les gouvernements devraient mettre en place des mécanismes efficaces pour *a)* rechercher, préserver, recueillir et échanger les informations et preuves pertinentes se rapportant à des cas de pratiques commerciales frauduleuses et trompeuses ; *b)* pour mettre un terme aux agissements des entreprises et des particuliers qui se livrent à des pratiques commerciales frauduleuses et trompeuses ; et *c)* assurer une réparation aux consommateurs victimes de pratiques commerciales frauduleuses et trompeuses (OCDE, 2003, Section II, A).

De plus, les gouvernements sont invités à :

- mettre au point des mécanismes de coopération et d'échange d'informations entre leurs propres organismes chargés du contrôle en matière de protection des consommateurs et autres autorités chargées de faire respecter la loi, afin de lutter contre les pratiques commerciales frauduleuses et trompeuses.
- réexaminer leurs propres cadres nationaux pour identifier les obstacles à une coopération transfrontière efficace dans l'application des lois destinées à protéger les consommateurs contre les pratiques commerciales frauduleuses et trompeuses, et envisager de modifier leurs cadres nationaux pour surmonter ces obstacles notamment, si cela est approprié, en adoptant ou en amendant une législation nationale.
- sensibiliser les consommateurs aux pratiques commerciales frauduleuses et trompeuses en prenant, le cas échéant, des initiatives communes.

Les orientations de 2007 sur l'authentification électronique indiquent qu'en fournissant un degré d'assurance quant à l'identité revendiquée par les parties engagées dans une relation en ligne, l'authentification réduit l'incertitude inhérente aux transactions à distance, favorisant ainsi la confiance dans les interactions électroniques, et elle participe à la lutte plus générale contre les menaces et les activités criminelles en ligne. La Recommandation stipule en outre que les pays Membres de l'OCDE devraient prendre des mesures pour mieux sensibiliser tous les participants, y compris dans les économies non membres, aux avantages de l'utilisation de l'authentification électronique aux niveaux national et international (OCDE, 2007*b*).

Le développement des systèmes de paiement depuis l'élaboration de ces Lignes directrices a beaucoup contribué à réduire les risques de pratiques frauduleuses, mensongères ou trompeuses dans le commerce électronique ; ces questions, toutefois demeurent une source de préoccupation pour les consommateurs, qui sont confrontés à certaines de ces pratiques qui empruntent de nouvelles formes sur leurs terminaux mobiles, via des « applis mobiles » par exemple.

### ***Problématique 1 : Manque de cohérence des informations liées au paiement***

Il arrive que l'information communiquée au consommateur sur les prix et autres aspects liés au paiement soit trompeuse, non concordante ou contradictoire.

#### *Orientations*

Pour éviter les sources de confusion :

*Les entreprises ne devraient pas donner aux consommateurs des informations sur les prix et autres aspects liés au paiement qui soient trompeuses ou mensongères. Les informations sur les prix et autres aspects liés au paiement devraient être uniformes sur l'ensemble de la transaction de paiement. La pratique consistant à présenter aux consommateurs une information liée au paiement qui est fautive ou mensongère, pour ensuite donner l'information exacte à un stade ultérieur de la transaction ne devrait pas être tolérée.*

### ***Problématique 2 : Contrats renouvelables, abonnements reconductibles et achats récurrents***

Les consommateurs ne sont parfois pas clairement informés, au moment de l'achat, que des clauses dans les modalités et conditions prévoient des achats récurrents automatiques de produits ou la reconduction automatique de contrats ou abonnements. Il y a eu des cas de consommateurs achetant en ligne des logiciels, qui étaient informés dans leur contrat de licence d'utilisateur qu'ils auraient la possibilité de renouveler le contrat à son expiration, alors qu'en pratique le contrat était reconduit automatiquement entraînant la facturation d'un produit que le consommateur pouvait ne plus vouloir. De la même manière, des acquéreurs de sonnerie via leur téléphone portable ne réalisaient pas qu'ils s'étaient dans le même temps abonnés à un service.

#### *Orientations*

Pour aider à faire en sorte que les consommateurs soient informés de façon adéquate sur les achats récurrents automatiques et les reconductions automatiques de contrats et d'abonnements :

- i. Les entreprises devraient dès les premiers stades de la transaction informer de façon claire et visible les consommateurs quand leurs offres de biens ou services :
  - a. Impliquent un renouvellement d'achat ou d'abonnement pour le produit offert ou sont couplées avec des renouvellements d'achat ou d'abonnement pour d'autres produits.*
  - b. Impliquent la reconduction d'un contrat ou d'un abonnement, à moins que le consommateur n'entreprenne des démarches pour l'annuler (facturation par défaut). L'information communiquée devrait comprendre le montant et la périodicité de tout frais récurrent.**
- ii. Les consommateurs devraient se voir proposer des procédures claires et d'emploi aisé pour prévenir la reconduction automatique de contrats et pour l'interruption des frais récurrents ; ces procédures devraient être communiquées aux consommateurs à la confirmation de la transaction.*
- iii. À moins qu'ils ne renoncent à cette option, les consommateurs devraient être notifiés par avance quand un achat récurrent va être automatiquement effectué ou un abonnement va être automatiquement renouvelé. La notification devrait être faite suffisamment en avance pour*

*permettre aux consommateurs d'annuler l'achat, et être accompagnée d'une explication claire sur la façon dont cette annulation peut être effectuée*

- iv. *Les prestataires de paiement devraient oeuvrer avec les entreprises pour faire en sorte que les consommateurs reçoivent des alertes et notifications adéquates sur les achats récurrents et les renouvellements automatiques d'abonnements et de contrats.*

### **Problématique 3 : Frais imprévus**

Des consommateurs se plaignent parfois de se voir facturer des produits qu'ils pensaient être gratuits, pour lesquels ils n'ont pas donné leur accord ou qu'ils n'ont pas sciemment achetés. Il y a eu ainsi des cas de plaintes concernant la facturation automatique, sans notification suffisante, de frais à l'issue d'une période d'essai gratuit. En outre, certains déplorent les frais associés à des applications mobiles achetées ou téléchargées gratuitement (« applis gratuites »). Très souvent le consommateur ignorait que des frais additionnels seraient perçus pour des produits ou services plus élaborés ou liés à l'application (« achats dans l'application » ou *in-app*). Dans le contexte des paiements débités par l'opérateur sur la facture téléphonique, des consommateurs ont fait état de problèmes liés à une pratique dénommée « bourrage de facture » (ou *cramming*), qui consiste à percevoir sur leur facture de téléphonie mobile des commissions ou des frais pour a) des achats qu'ils n'ont pas autorisés, b) des produits qu'ils n'ont pas reçus et c) des produits dont les coûts étaient bien supérieurs à ce qu'ils avaient été amenés à penser. Ces frais sont souvent perçus par des tiers.

#### *Orientations*

Pour aider à protéger les consommateurs contre la perception de frais additionnels imprévus à l'issue d'une période d'essai gratuit ou liés à l'utilisation d'un produit, tel qu'une application mobile :

- i. *Quand des produits sont proposés aux consommateurs à des conditions favorables sur une période limitée (période d'essai), la durée de cette période d'essai et les frais qui seront encourus une fois celle-ci achevée devraient être clairement et visiblement indiqués aux consommateurs, en même temps que les démarches à effectuer pour mettre fin à l'achat du produit ou du service.*
- ii. *Le consentement du consommateur à poursuivre une relation commerciale au-delà d'une période d'essai devrait être obtenu avant que celui-ci ne paie ou n'encoure des frais financiers additionnels.*
- iii. *Si l'utilisation d'un produit entraîne des frais additionnels, le consommateur devrait en être informé et son consentement à l'égard de ces frais devrait être exigé.*

Pour aider à protéger les consommateurs contre les frais imprévus perçus par des tiers, s'agissant notamment de ceux perçus sur les factures de téléphonie mobile :

- i. *Les entreprises devraient offrir aux consommateurs des possibilités de limiter ou bloquer la capacité de tiers à leur facturer des biens et services. Ils devraient notamment pouvoir bloquer les frais sur des comptes subsidiaires, tels que les comptes individuels gérés par des enfants.*
- ii. *Les entreprises devraient clairement et visiblement informer leurs clients quand des frais perçus par des tiers peuvent être débités de leur compte sans leur autorisation expresse, et leur expliquer comment limiter ou bloquer de tels frais.*
- iii. *Les entreprises devraient mettre en place un processus clair et uniforme pour permettre aux consommateurs de contester des frais perçus sur leur compte et d'obtenir un remboursement.*

Pour aider à protéger les consommateurs des frais imprévus associés à des achats à l'intérieur d'« applis » mobiles, les entreprises et autres parties prenantes devraient oeuvrer ensemble pour :

- i. *Donner aux consommateurs une information claire, visible, uniforme et aisément accessible sur les possibilités d'utiliser une « appli » mobile pour effectuer des achats, et sur les coûts qui pourraient être associés à l'utilisation de l'« appli », afin que les consommateurs puissent en connaissance de cause décider ou non d'utiliser une telle « appli » ou, lorsque cela est possible, d'en restreindre son utilisation.*
- ii. *Obtenir des consommateurs leur consentement exprès pour tout achat à l'intérieur d'une application mobile.*

#### **Problématique 4 : Confiance du consommateur**

Les transactions de commerce électronique qui ne correspondent pas à des paiements de proximité présentent un certain nombre de risques qui sont absents dans la vente de détail traditionnelle : a) les consommateurs ne peuvent souvent pas confirmer l'identité ou l'intégrité des commerçants et b) ils ne peuvent évaluer les produits avant l'achat comme dans un commerce de détail traditionnel. Les achats et frais non autorisés, liés souvent à des usurpations d'identité, demeurent à cet égard un problème significatif pour les consommateurs. Bien que les prestataires de paiement et les entreprises aient mis au point des méthodes pour remédier à ces risques, beaucoup de consommateurs continuent de considérer les risques associés à ce type d'achat comme sensiblement plus élevés que pour les achats plus traditionnels auprès de détaillants locaux, ce qui pourrait les faire hésiter à adopter les nouveaux mécanismes de paiement.

#### *Orientations*

Pour renforcer la confiance des consommateurs, les prestataires de paiement, les entreprises et les autres parties prenantes devraient :

- i. *Ouvrer ensemble à la mise au point de pratiques et d'outils réglementaires efficaces pour aider à prévenir la fraude au paiement.*
- ii. *Élaborer des outils pour aider les consommateurs à déceler les pratiques mensongères, trompeuses ou frauduleuses et à s'en protéger. Il s'agirait notamment de donner aux consommateurs des moyens de « geler » un compte à distance en cas de suspicion d'utilisation non autorisée, ou encore la capacité de rendre inopérant leur téléphone portable et les « applis » dont l'utilisation pourrait aboutir à des paiements.*
- iii. *Ouvrer ensemble pour améliorer l'efficacité des systèmes d'authentification électronique.*
- iv. *Travailler à l'élaboration et la mise en oeuvre de programmes anti-fraude complets conçus pour protéger les consommateurs, préconisant notamment de s'abstenir d'entrer en affaire avec des entreprises et fournisseurs d'applications en ligne qui semblent être associés à des pratiques commerciales frauduleuses, trompeuses ou mensongères ou en être complices.*

## **H. Règlement des litiges et réparation**

### ***Aperçu***

Les Lignes directrices de 1999 sur le commerce électronique invitent les entreprises, les représentants des consommateurs et les gouvernements à oeuvrer ensemble pour continuer d'utiliser et mettre au point des politiques et procédures d'autorégulation et autres, qui soient équitables, efficaces et transparentes,

notamment des mécanismes alternatifs de règlement des litiges, pour traiter les réclamations des consommateurs et résoudre les litiges de consommation, en prêtant une attention particulière aux transactions transfrontières (OCDE, 1999, Partie II, Section VI, B). Ces procédures d'autorégulation vont au-delà des voies de droit qui existent dans les juridictions. Les Lignes directrices de 2007 sur le règlement des litiges de consommation et leur réparation élargissent ce principe, en fixant un cadre pour le règlement des litiges et les systèmes de recours. Ces dernières Lignes directrices encouragent les émetteurs de cartes de paiement à fournir volontairement aux consommateurs des recours en cas de litige résultant de transactions sur la vente de biens ou services ; elles laissent entendre qu'une telle protection pourrait comporter des limitations de l'obligation de paiement en cas de non livraison ou de non-conformité de biens ou services ou de livraison de biens ou services non conformes (OCDE, 2007, Annexe, Section IV, 2.c).

Les orientations de 2008 sur le commerce mobile recommandent que les opérateurs de téléphonie mobile, les entreprises de commerce mobile, les opérateurs de sites Internet, les agrégateurs mobiles et les pouvoirs publics oeuvrent ensemble pour la mise en place de mécanismes, politiques et procédures d'autorégulation équitables, efficaces et transparents pour le traitement des plaintes de consommateurs et le règlement des litiges de consommation découlant de transactions complexes de commerce mobile. Elles recommandent en outre que les acteurs de ce marché envisagent la mise en place de mécanismes de règlement des litiges et de réparation tels que des codes de satisfaction client, des mécanismes de remboursement et des services alternatifs de règlement des litiges, comme indiqué dans la Recommandation de l'OCDE de 2007 sur le règlement des litiges de consommation et leur réparation (OCDE, 2008, Section II et OCDE, 2007).

### ***Problématique 1 : Rôles et responsabilités des parties***

Les rôles et responsabilités des parties à une transaction dans la prise en compte et le règlement des litiges ne sont souvent pas clairs, ce qui rend difficile pour le consommateur de savoir vers qui se tourner quand des problèmes apparaissent. Cela peut aussi retarder le moment auquel le problème est réglé à la satisfaction du consommateur et même parfois priver celui-ci de réparation.

#### *Orientations*

Pour aider à faire en sorte que les consommateurs aient un accès adéquat à des mécanismes de règlement des litiges et de recours :

- i) *Les gouvernements, les prestataires de paiement, les opérateurs de plateformes et les autres parties prenantes devraient oeuvrer ensemble pour expliciter les options à la disposition des consommateurs pour la prise en compte et le règlement des litiges de paiement et litiges apparentés, ainsi que les procédures qui devraient être suivies quand survient un problème. Devraient notamment être fournies :*
  - *Une information claire sur la partie à contacter pour la prise en compte du problème lié au paiement, et la façon dont cette partie devrait être contactée.*
  - *Une information sur les recours pouvant être soumis à des organismes réglementaires, agences chargées de l'application des lois ou organismes d'autorégulation, dans l'éventualité où le problème ne pourrait être réglé de façon satisfaisante avec les entreprises et prestataires de paiement.*

- ii) *Les intermédiaires de paiement intervenant dans les transactions de commerce électronique devraient être encouragés à fournir aux consommateurs des systèmes de règlement des litiges et de réparation adéquats, peu coûteux et d'emploi aisé.*
- iii) *Quand un consommateur a droit à un remboursement, celui-ci devrait être effectué sans retard déraisonnable.*
- iv) *Les intermédiaires de paiement intervenant dans les transactions de commerce électronique devraient envisager d'exiger des tiers, agrégateurs par exemple, qu'ils tiennent des archives suffisantes et accessibles de chaque autorisation de frais donnée par le consommateur, afin de faciliter le règlement des litiges.*

### **Problématique 2 : Coût à engager pour demander réparation**

Le règlement de litiges de commerce électronique peut nécessiter beaucoup de temps, d'efforts et d'argent, ce qui pourrait dissuader des consommateurs de chercher à obtenir réparation, notamment en cas de transactions de faible montant. Quand un problème se pose lors d'une transaction de commerce électronique de faible montant et le litige ne peut être réglé directement avec les entreprises, l'utilisation des voies légales traditionnelles peut se révéler trop longue et trop coûteuse pour le consommateur. Il se peut donc qu'il renonce à s'engager dans une procédure de règlement du litige, et qu'il subisse de ce fait un préjudice financier.

#### *Orientations*

Pour proposer aux consommateurs des mécanismes significatifs de règlement des litiges et de réparation :

*Les gouvernements, les prestataires de paiement, les commerçants et les autres parties prenantes devraient élaborer des mécanismes alternatifs de règlement des litiges et de réparation de faible coût et d'emploi aisé, qui notamment faciliteraient le règlement des plaintes portant sur des transactions de faible montant. De tels mécanismes pourraient prévoir la mise au point de systèmes efficaces de règlement des litiges en ligne. Les mécanismes alternatifs de règlement des litiges et de réparation ne devraient pas empêcher les parties de poursuivre d'autres voies de réparation, selon ce que permet le droit applicable.*



## RÉFÉRENCES

- OCDE (Organisation de coopération et de développement économiques) (1980), *Lignes directrices régissant la protection de la vie privée et les flux transfrontières de données de caractère personnel*, <http://www.oecd.org/fr/sti/ieconomie/lignesdirectricesregissantlaprotectiondelaviepriveeetlesfluxtransfrontieresdedonneesdecaracterepersonnel.htm>
- OCDE (1999), *Recommandation du Conseil relative aux Lignes directrices régissant la protection des consommateurs dans le contexte du commerce électronique*, OCDE, Paris, <http://www.oecd.org/dataoecd/17/59/34023530.pdf>.
- OCDE (2002), *Lignes directrices de l'OCDE régissant la sécurité des systèmes et réseaux d'information : vers une culture de la sécurité*, <http://www.oecd.org/internet/ieconomy/15582260.pdf>
- OCDE (2003), *Lignes directrices de l'OCDE régissant la protection des consommateurs contre les pratiques commerciales transfrontières frauduleuses et trompeuses*, OCDE, Paris, <http://www.oecd.org/dataoecd/51/59/40883671.pdf>.
- OCDE (2007a), *Recommandation de l'OCDE sur le règlement des litiges de consommation et leur réparation*, OCDE, Paris, <http://www.oecd.org/dataoecd/43/49/38960185.pdf>
- OCDE (2007b), *Recommandation du Conseil sur l'authentification électronique et Orientations pour l'authentification électronique*, OCDE, Paris, <http://www.oecd.org/fr/sti/recommandationdelocdesurlauthentificationelectroniqueetorientationspourlauthentificationelectronique.htm>
- OCDE (2008a), *Orientations de l'OCDE pour les politiques concernant les questions émergentes de protection et d'autonomisation des consommateurs dans le commerce mobile*, OCDE, Paris, [www.oecd.org/fr/sti/consommateurs/40883688.pdf](http://www.oecd.org/fr/sti/consommateurs/40883688.pdf).
- OCDE (2008b), *Orientations de l'OCDE pour les politiques visant à protéger et autonomiser les consommateurs dans les services de communication*, OCDE, Paris, <http://www.oecd.org/dataoecd/51/58/40883648.pdf>.
- OCDE (2009a), *Consumer Education, Policy Recommendations of the Committee on Consumer Policy*, OCDE, Paris, octobre, [www.oecd.org/dataoecd/32/61/44110333.pdf](http://www.oecd.org/dataoecd/32/61/44110333.pdf).
- OCDE (2009b), *Orientations de l'OCDE pour les politiques sur le vol d'identité en ligne*, dans OCDE, *Online Identity Theft*, Editions de l'OCDE, doi : 10.1787/9789264056596-en.
- OCDE (2010), *Guide pour le développement des politiques de consommation*, Editions de l'OCDE, doi : 10.1787/9789264079687-3-fr.

DSTI/CP(2011)24/FINAL

OCDE (2012), *Rapport sur la protection des consommateurs dans les paiements en ligne et mobiles*, OECD Digital Economy Papers n° 204, Editions de l'OCDE, doi : 10.1787/5k948kg5ftq5-fr

OCDE (2013), Recommandation révisée du Conseil concernant les Lignes directrices régissant la protection de la vie privée et les flux transfrontières de données de caractère personnel, OCDE, Paris, [www.oecd.org/sti/ieconomy/2013-oecd-privacy-guidelines.pdf](http://www.oecd.org/sti/ieconomy/2013-oecd-privacy-guidelines.pdf).