

**For Consumer
in the Context
of Electronic Commerce**

**Les directives
assurant la protection
des consommateurs dans
le contexte du commerce
électronique**

INFORMATION SOCIETY/SOCIÉTÉ DE L'INFORMATION

© OECD, 2000.

© Software: 1987-1996, Acrobat is a trademark of ADOBE.

All rights reserved. OECD grants you the right to use one copy of this Program for your personal use only. Unauthorised reproduction, lending, hiring, transmission or distribution of any data or software is prohibited. You must treat the Program and associated materials and any elements thereof like any other copyrighted material.

All requests should be made to:

Head of Publications Service,
OECD Publications Service,
2, rue André-Pascal, 75775 Paris
Cedex 16, France.

© OCDE, 2000

© Logiciel, 1987-1996, Acrobat, marque déposée d'ADOBE.

Tous droits du producteur et du propriétaire de ce produit sont réservés. L'OCDE autorise la reproduction d'un seul exemplaire de ce programme pour usage personnel et non commercial uniquement. Sauf autorisation, la duplication, la location, le prêt, l'utilisation de ce produit pour exécution publique sont interdits. Ce programme, les données y afférentes et d'autres éléments doivent donc être traités comme toute autre documentation sur laquelle s'exerce la protection par le droit d'auteur.

Les demandes sont à adresser au :

Chef du Service des Publications,
Service des Publications de l'OCDE,
2, rue André-Pascal,
75775 Paris Cedex 16, France.

Guidelines for Consumer Protection in the Context of Electronic Commerce



Lignes directrices régissant la protection des consommateurs dans le contexte du commerce électronique



ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT
ORGANISATION DE COOPÉRATION ET DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUES

ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT

Pursuant to Article 1 of the Convention signed in Paris on 14th December 1960, and which came into force on 30th September 1961, the Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) shall promote policies designed:

- to achieve the highest sustainable economic growth and employment and a rising standard of living in Member countries, while maintaining financial stability, and thus to contribute to the development of the world economy;

AVANT-PROPOS

Les *Lignes directrices régissant la protection des consommateurs dans le contexte du commerce électronique* (approuvées le 9 décembre 1999 par le Conseil de l'OCDE) visent à assurer aux consommateurs qui effectuent des achats en ligne une protection au moins équivalente à celle dont ils peuvent bénéficier quand ils font des achats dans des magasins près de chez eux ou lorsqu'ils commandent des articles par correspondance. En définissant les caracté

Les *Lignes directrices* ont été rédigées et soumises au Conseil par le Comité de la politique à l'égard des consommateurs, présidé par Mme Jytte Ølgaard (Danemark). Le texte a été préparé avec l'aide d'un Groupe de travail qui s'est réuni à de nombreuses reprises sous la présidence de M. J. ...

TABLE DES MATIÈRES

Lignes directrices régissant la protection des consommateurs dans le contexte du commerce électronique.....	23
LIGNES DIRECTRICES.....	29
<i>PREMIÈRE PARTIE : CHAMP D'APPLICATION</i>	29
<i>DEUXIÈME PARTIE : PRINCIPES GÉNÉRAUX</i>	29
I. PROTECTION TRANSPARENTE ET EFFICACE	29
II. LOYAUTÉ DES PRATIQUES EN MATIÈRE DE COMMERCE, DE PUBLICITÉ ET DE MARKETING	30
III. INFORMATIONS EN LIGNE.....	31
<i>A. INFORMATIONS RELATIVES A L'ENTREPRISE</i>	31
<i>B. INFORMATIONS SUR LES BIENS OU SERVICES</i>	32
<i>C. INFORMATIONS SUR LA TRANSACTION</i>	32
IV. PROCESSUS DE CONFIRMATION.....	33
V. PAIEMENT	34
VI. RÈGLEMENT DES LITIGES ET RECOURS	34
<i>A. DROIT APPLICABLE ET COMPÉTENCE JURIDICTIONNELLE</i> ...	34
<i>B. VOIES ALTERNATIVES DE RÈGLEMENT DES LITIGES ET DE RECOURS</i>	35
VII. PROTECTION DE LA VIE PRIVÉE.....	36
VIII. ÉDUCATION ET SENSIBILISATION.....	36
<i>TROISIÈME PARTIE : MISE EN ŒUVRE</i>	37
<i>QUATRIÈME PARTIE : COOPÉRATION MONDIALE</i>	38

GUIDELINES FOR CONSUMER PROTECTION IN THE CONTEXT OF ELECTRONIC COMMERCE

Consumer laws, policies and practices limit fraudulent, misleading and unfair commercial conduct. Such protections are indispensable in building consumer confidence and establishing a more balanced relationship between businesses and consumers in commercial transactions.

The inherently international nature of the digital networks and computer technologies that comprise the electronic marketplace requires a global approach to consumer protection as part of a transparent and predictable legal and self-regulatory framework for electronic commerce. The global network environment challenges the abilities of each country or jurisdiction to adequately address issues related to consumer protection in the context of electronic commerce. Disparate national policies may impede the growth of electronic commerce, and as such, these consumer protection issues may be addressed most effectively through international consultation and co-operation. OECD Member governments have recognised that internationally co-ordinated approaches may be needed to exchange information and establish a general understanding about how to address these issues.

Governments are challenged to help facilitate social development and economic growth based on emerging network technologies, and to provide their citizens with effective and transparent consumer protection for electronic commerce. A variety of consumer protection laws exist that govern business practices. Many OECD Member countries have begun to review existing consumer protection laws and practices to determine whether or not changes need to be made to accommodate the unique aspects of electronic commerce. Member countries are also examining ways in which self-regulatory efforts can assist in providing effective and fair protection for consumers in that context. Reaching these objectives requires insight and input from throughout civil society, and all of these initiatives should be undertaken as part of a global co-operative effort among governments, businesses, consumers and their representatives.

RECOMMENDS THAT MEMBER COUNTRIES:

Take the necessary steps to implement the relevant sections of the Guidelines contained in the Annex attached to this Recommendation;

Widely disseminate the Guidelines to all relevant governmental departments and agencies, to business sectors involved in electronic commerce, to consumer representatives, to the media, to educational institutions, and to other relevant public interest groups;

Encourage businesses, consumers and their representatives to take an active role in promoting the implementation of the Guidelines at the international, national and local levels;

Encourage governments, businesses, consumers and their representatives to participate in and consider the recommendations of ongoing examinations of rules regarding applicable law and jurisdiction;

Invite non-member countries to take account of the terms of this Recommendation in reviewing their consumer policies, initiatives and regulations;

Consult, co-operate and facilitate information sharing among themselves and non-member countries, businesses, consumers and their representatives, at both national and international levels, in providing effective consumer protection in the context of electronic commerce in accordance with the Guidelines;

Implement the Guidelines in a manner that encourages the development of new business models and technology applications that benefit consumers; and encourage consumers to take advantage of all tools available to strengthen their position as buyers; and

INSTRUCTS the Committee on Consumer Policy to exchange information on progress and experiences with respect to the implementation of this Recommendation, review that information and report to the Council in 2002, or sooner, and, as appropriate, thereafter.

II. FAIR BUSINESS, ADVERTISING AND MARKETING PRACTICES

Businesses engaged in electronic commerce should pay due regard to the interests of consumers and act in accordance with fair business, advertising and marketing practices.

Businesses should not make any representation, or omission, or engage in any practice that is likely to be deceptive, misleading, fraudulent or unfair.

Businesses selling, promoting or marketing goods or services to consumers should not engage in practices that are likely to cause unreasonable risk of harm to consumers.

Whenever businesses make information available about themselves or the goods or services they provide, they should present such information in a clear, conspicuous, accurate and easily accessible manner.

Businesses should comply with any representations they make regarding policies or practices relating to their transactions with consumers.

Businesses should take into account the global nature of electronic commerce and, wherever possible, should consider the various regulatory characteristics of the markets they target.

Businesses should not exploit the special characteristics of electronic commerce to hide their true identity or loca(th3 Tc0cm.2(to.7(27 de)10.(r)-1.8(

Where consumers have indicated that they do not want to receive unsolicited commercial e-mail messages, such choice should be respected.

In a number of countries, unsolicited commercial e-mail is subject to specific legal or self-regulatory requirements.

Businesses should take special care in advertising or marketing that is targeted to children, the elderly, the seriously ill, and others who may not have the capacity to fully understand the information with which they are presented.

III. ONLINE DISCLOSURES

A. INFORMATION ABOUT THE BUSINESS

Businesses engaged in electronic commerce with consumers should provide accurate, clear and easily accessible information about themselves sufficient to allow, at a minimum:

- i) Identification of the business – including the legal name of the business and the name under which the business trades; the principal geographic address for the business; e-mail address or other electronic means of contact, or telephone number; and, where applicable, an address for registration purposes and any relevant government registration or licence numbers.*
- ii) Prompt, easy and effective consumer communication with the business.*
- iii) Appropriate and effective resolution of disputes.*
- iv) Service of legal process.*
- v) Location of the business and its principals by law enforcement and regulatory officials.*

Where a business publicises its membership in any relevant self-regulatory scheme, business association, dispute resolution organisation or other certification body, the business should provide consumers with appropriate contact details and an easy method of verifying that membership and of accessing the relevant codes and practices of the certification body.

B. INFORMATION ABOUT THE GOODS OR SERVICES

Businesses engaged in electronic commerce with consumers should provide accurate and easily accessible information describing the goods or services offered; sufficient to enable consumers to make an informed decision about whether to enter into the transaction and in a manner that makes it possible for consumers to maintain an adequate record of such information.

C. INFORMATION ABOUT THE TRANSACTION

Businesses engaged in electronic commerce should provide sufficient information about the terms, conditions and costs associated with a transaction to enable consumers to make an informed decision about whether to enter into the transaction.

Such information should be clear, accurate, easily accessible, and provided in a manner that gives consumers an adequate opportunity for review before entering into the transaction.

Where more than one language is available to conduct a transaction, businesses should make available in those same languages all information necessary for consumers to make an informed decision about the transaction.

Businesses should provide consumers with a clear and full text of the relevant terms and conditions of the transaction in a manner that makes it possible for consumers to access and maintain an adequate record of such information.

Where applicable and appropriate given the transaction, such information should include the following:

- i) An itemisation of total costs collected and/or imposed by the business.*
- ii) Notice of the existence of other routinely applicable costs to the consumer that are not collected and/or imposed by the business.*
- iii) Terms of delivery or performance.*
- iv) Terms, conditions and methods of payment.*

- v) Restrictions, limitations or conditions of purchase, such as parental/guardian approval requirements, geographic or time restrictions.
- vi) Instructions for proper use including safety and health-care warnings.
- vii) Information relating to available after-sales service.
- viii) Details of and conditions related to withdrawal, termination, return, exchange, cancellation and/or refund policy information.
- ix) Available warranties and guarantees.

All information that refers to costs should indicate the applicable currency.

IV. CONFIRMATION PROCESS

To avoid ambiguity concerning the consumer's intent to make a purchase, the consumer should be able, before concluding the purchase, to identify precisely the goods or services he or she wishes to purchase; identify and correct any errors or modify the order; express an informed and deliberate consent to the purchase; and retain a complete and accurate record of the transaction.

The consumer should be able to cancel the transaction before concluding the purchase.

V. PAYMENT

Consumers should be provided with easy-to-use, secure payment mechanisms and information on the level of security such mechanisms afford.

Limitations of liability for unauthorised or fraudulent use of payment systems, and chargeback mechanisms offer powerful tools to enhance consumer confidence and their development and use should be encouraged in the context of electronic commerce.

VI. DISPUTE RESOLUTION AND REDRESS

A. APPLICABLE LAW AND JURISDICTION

Business-to-consumer cross-border transactions, whether carried out electronically or otherwise, are subject to the existing framework on applicable law and jurisdiction.

Electronic commerce poses challenges to this existing framework. Therefore, consideration should be given to whether the existing framework for applicable law and jurisdiction should be modified, or applied differently, to ensure effective and transparent consumer protection in the context of the continued growth of electronic commerce.

In considering whether to modify the existing framework, governments should seek to ensure that the framework provides fairness to consumers and businesses, facilitates electronic commerce, results in consumers having a level of protection not less than that afforded in other forms of commerce, and provides consumers with meaningful access to fair and timely dispute resolution and redress without undue cost or burden.

B. ALTERNATIVE DISPUTE RESOLUTION AND REDRESS

Consumers should be provided meaningful access to fair and timely alternative dispute resolution and redress without undue cost or burden.

Businesses, consumer representatives and governments should work together to continue to use and develop fair, effective and transparent self-

complaints and to assist consumers in resolving disputes arising from business-to-consumer electronic commerce.

- iii)* Businesses, consumer representatives and governments should work together to continue to provide consumers with the option of alternative dispute resolution mechanisms that provide effective

PART THREE

IMPLEMENTATION

To achieve the purpose of this Recommendation, Member countries should at the national and international level, and in co-operation with businesses, consumers and their representatives:

- i) Review and, if necessary, promote self-regulatory practices and/or adopt and adapt laws and practices to make such laws and practices applicable to electronic commerce, having in mind the principles of technology and media neutrality.*
- ii) Encourage continued private sector leadership that includes the participation of consumer representatives in the development of effective self-regulatory mechanisms that contain specific, substantive*

PART FOUR
GLOBAL CO-OPERATION

In order to provide effective consumer protection in the context of global electronic commerce, Member countries should:

i)

LIGNES DIRECTRICES RÉGISSANT LA PROTECTION DES CONSOMMATEURS DANS LE CONTEXTE DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE

Les lois, politiques et pratiques concernant les consommateurs limitent les comportements frauduleux, trompeurs et déloyaux. Ces protections sont indispensables pour susciter la confiance des consommateurs et établir une relation plus équilibrée entre entreprises et consommateurs dans les transactions commerciales.

Étant donné

Les pays Membres examinent également les moyens par lesquels les efforts d'autorégulation peuvent contribuer à assurer une protection efficace et équitable des consommateurs dans ce contexte. La réalisation de ces objectifs nécessite les éclairages et les contributions de l'ensemble de la société civile et toutes ces initiatives devraient s'inscrire dans une action globale de coopération, associant les gouvernements, les entreprises, les consommateurs et leurs représentants.

En avril 1998, le Comité de la politique à l'égard des consommateurs de l'OCDE a entrepris d'élaborer un ensemble de lignes directrices générales e de 10.1288

de compétence juridictionnelle dans d'autres contextes pourraient avoir des incidences sur la protection du consommateur ;

Reconnaissant que la confiance des consommateurs dans le commerce électronique est renforcée par le développement constant de mécanismes efficaces et transparents de protection des consommateurs, qui limitent la présence en ligne de comportements commerciaux frauduleux, trompeurs ou déloyaux ; et

Considérant que les réseaux mondiaux devraient être ouverts et accessibles à tous les consommateurs ;

Considérant que les gouvernements, les entreprises, les consommateurs et leurs représentants devraient consacrer une attention particulière à la mise en place de systèmes de recours transfrontières efficaces.

RECOMMANDE QUE LES PAYS MEMBRES :

Prendent les mesures nécessaires pour mettre en œuvre les sections pertinentes des Lignes directrices contenues dans l'Annexe à la présente Recommandation ;

Diffusent largement les Lignes directrices à tous les ministères et organismes gouvernementaux concernés, aux entreprises participant au commerce électronique, aux représentants des consommateurs, aux médias, aux institutions du secteur de l'enseignement et aux autres groupes d'intérêt général concernés ;

Encouragent les entreprises, les consommateurs et leurs représentants à contribuer activement à promouvoir la mise en œuvre des Lignes directrices, aux niveaux international, national et local ;

Encouragent les gouvernements, les entreprises, les consommateurs et leurs représentants à participer à l'élaboration et à l'examen des recommandations qui résulteront des examens en cours des règles en matière de droit applicable et de compétence juridictionnelle ;

Invitent les pays non membres à prendre en compte les dispositions de la présente Recommandation lorsqu'ils répr

Tiennent des consultations, coopèrent et facilitent l'échange d'informations entre eux-mêmes et avec les pays non membres, les entreprises, les consommateurs et leurs représentants, au niveau tant national qu'international, pour protéger efficacement les consommateurs dans le contexte du commerce électronique conformément aux Lignes directrices ;

Mettent en œuvre les Lignes directrices de façon à

ANNEXE

LIGNES DIRECTRICES

PREMIÈRE PARTIE

CHAMP D'APPLICATION

Les présentes Lignes directrices ne s'appliquent qu'au commerce électronique entre entreprises et consommateurs et non aux transactions d'entreprise à entreprise.

DEUXIÈME PARTIE

PRINCIPES GÉNÉRAUX

I. PROTECTION TRANSPARENTE ET EFFICACE

Les consommateurs qui prennent part au commerce électronique devraient bénéficier d'une protection transparente et efficace d'un niveau au moins équivalent à celui de la protection assurée dans d'autres formes de commerce.

Les gouvernements, les entreprises, les consommateurs et leurs représentants devraient collaborer pour assurer une telle protection et déterminer quels sont les éventuels changements nécessaires pour prendre en compte les particularités du commerce électronique.

II. LOYAUTÉ DES PRATIQUES EN MATIÈRE DE COMMERCE, DE PUBLICITÉ ET DE MARKETING

Les entreprises qui prennent part au commerce électronique devraient 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.

Les entreprises ne devraient pas faire de déclarations ou d'omissions, ni s'engager dans des pratiques quelconques, susceptibles d'être mensongères, trompeuses, frauduleuses ou déloyales.

Les entreprises qui assurent la vente, la promotion ou le marketing de biens ou de services auprès des consommateurs ne devraient pas s'engager dans des pratiques de nature à entraîner un risque excessif de préjudice pour les consommateurs.

Lorsque des entreprises rendent disponibles des informations les concernant ou concernant des biens et services qu'elles offrent, celles-ci devraient présenter ces informations de façon claire, visible, exacte et facilement accessible.

Les entreprises devraient agir conformément aux éventuelles déclarations qu'elles font au regard des politiques ou pratiques relatives à leurs transactions avec les consommateurs.

Les entreprises devraient tenir compte du caractè

Dans la publicité et le marketing, l'identit

ii)

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 les éléments suivants :

- i)* Le détail de l'ensemble des coûts perçus et/ou imposés par l'entreprise.
- ii)* L'

Le consommateur devrait pouvoir interrompre la transaction avant de conclure l'achat.

V. PAIEMENT

Les consommateurs devraient pouvoir disposer de mécanismes de paiement sûrs et faciles à utiliser, ainsi que d'informations sur le niveau de sécurité assuré par ces mécanismes.

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.

VI. RÈGLEMENT DES LITIGES ET RECOURS

A. DROIT APPLICABLE ET COMPÉTENCE JURIDICTIONNELLE

Les transactions transfrontières entre entreprises et consommateurs, qu'elles soient menées par voie électronique ou autres, sont soumises au cadre existant en matière de droit applicable et de compétence juridictionnelle.

Le commerce électronique pose des défis au cadre existant. Il conviendrait donc d'examiner si le cadre existant régissant le droit applicable et la compétence juridictionnelle devrait être modifié, ou appliqué différemment, pour assurer une protection efficace et transparente des consommateurs dans le contexte de la poursuite de l'expansion du commerce électronique.

En examinant s'il convient de modifier le cadre existant, les gouvernements devraient s'efforcer de faire en sorte que le cadre soit équitable pour les consommateurs et les entreprises, qu'il facilite le commerce électronique, qu'il conduise à assurer aux consommateurs un niveau de protection au moins équivalent à celui que procurent d'autres formes de commerce, et qu'il donne aux consommateurs un accès effectif à des voies de règlement des litiges et de recours justes et rapides, sans charge ni coût indu.

B. VOIES ALTERNATIVES DE RÈGLEMENT DES LITIGES ET DE RECOURS

Les consommateurs devraient disposer d'un accès effectif à des voies alternatives de règlement des litiges et de recours, sans charge ni coût indu.

Les entreprises, les représentants des consommateurs et les gouvernements devraient

VII. PROTECTION DE LA VIE PRIVÉE

*Les activités de commerce électronique entre entreprises et consommateurs devraient être menées en conformité avec les principes reconnus de protection de la vie privée énoncés dans les **Lignes directrices de l'OCDE régissant la protection de la vie privée et les flux transfrontières de données de caractère personnel** (1980) et en tenant compte de la **Déclaration des Ministres relative à la protection de la vie privée sur les réseaux mondiaux** (1998), de manière à garantir une protection appropriée et efficace des consommateurs.*

VIII. ÉDUCATION ET SENSIBILISATION

Les gouvernements, les entreprises et les représentants des consommateurs devraient collaborer en vue d'assurer l'éducation des consommateurs en matière de commerce é

TROISIEME PARTIE

MISE EN ŒUVRE

Pour concrétiser les finalités de la pré

QUATRIÈME PARTIE

COOPÉRATION MONDIALE

Afin d'assurer une protection efficace des consommateurs dans le contexte du commerce électronique mondial, les pays Membres devraient :

- i) Faciliter la communication, la coopération et, le cas échéant, l'élaboration et la mise à exécution d'*

OECD PUBLICATIONS, 2, rue André-Pascal, 75775 PARIS CEDEX 16
PRINTED IN FRANCE
(93 2000 02 3 P) ISBN 92-64-07636-0 – No. 51164 2000