



BÂTIR UN MONDE NUMÉRIQUE QUI INSPIRE LA CONFIANCE AUX CONSOMMATEURS

Recommandations proposées du mouvement des
consommateurs aux États membres du G20

Consumers International
and The Federation of German
Consumer Organisations
Mars 2017



**CONSUMERS
INTERNATIONAL**
TRAVAILLONS ENSEMBLE
POUR LE CHANGEMENT

verbraucherzentrale
Bundesverband

BÂTIR UN MONDE NUMÉRIQUE QUI INSPIRE LA CONFIANCE AUX CONSOMMATEURS

Recommandations proposées du mouvement des consommateurs aux États membres du G20

Consumers International et Verbraucherzentrale Bundesverband, au nom du mouvement international des consommateurs, appellent le G20 à reconnaître l'importance de la confiance et de la responsabilisation des consommateurs dans la concrétisation des avantages de l'économie numérique. Ils demandent à ce que l'OCDE soit saisie afin de développer conjointement avec Consumers International et les principaux acteurs un ensemble de politiques, d'actions et de critères de mesure visant à aider le consommateur dans les domaines décrits ci-après, qui sera présenté aux ministres du G20 en 2018.

La confiance du consommateur est essentielle au succès de l'économie numérique. Le développement rapide des technologies numériques a été une source d'améliorations sociales et économiques pour des millions de consommateurs à travers le monde. Il a permis de connecter les personnes aussi bien à l'intérieur des pays que d'un pays à l'autre, leur a permis d'accéder facilement à l'information, et a multiplié et facilité les choix d'une manière que nous n'aurions jamais pu imaginer une génération auparavant.

Cependant, le succès continu de l'économie numérique ne sera possible que si d'autres développements sont non seulement disponibles pour tous, mais aussi suffisamment fiables pour être intégrés dans la vie quotidienne des consommateurs. Un pays ne peut pas à lui seul assumer la responsabilité de garantir que les droits des consommateurs seront protégés en ligne, ni que leur autonomie et leurs libertés personnelles seront préservées. Une telle responsabilité exige une collaboration internationale entre les gouvernements, les associations et les sociétés.

1 CADRE RÉGLEMENTAIRE

La protection et la responsabilisation du consommateur numérique doivent faire partie intégrante du cadre réglementaire, de façon à pouvoir traiter efficacement la complexité du marché numérique et l'expérience en ligne du consommateur. La réglementation doit être proportionnée aux caractéristiques, au type et à la variété des produits et services numériques ainsi qu'aux droits et responsabilités du consommateur.

Ce cadre de protection du consommateur doit satisfaire aux exigences énoncées dans les lignes directrices, recommandations et réglementations internationales, telles que les Principes directeurs des Nations Unies sur la protection des consommateurs, et fournir un niveau de protection égal, que les activités du consommateur soient effectuées en ligne ou hors ligne, et indépendamment de l'endroit où il se trouve. Ce cadre doit être à même de relever les défis issus de l'utilisation par le consommateur de la technologie numérique, tels que la sécurité, la responsabilité, la complexité des conditions de vente, l'incompatibilité et l'abordabilité. Les interventions doivent être basées sur des preuves et axées sur les résultats, et reconnaître lorsque des solutions non réglementaires peuvent avoir davantage d'impact sur le consommateur.

Les pays doivent s'accorder pour progresser vers le développement de normes libres et complémentaires. Une mesure efficace des effets de l'économie numérique sur la confiance du consommateur est essentielle.

Des mécanismes juridiques ou de surveillance forts, efficaces, proportionnés et facilement accessibles doivent exister afin de protéger le consommateur contre la fraude et le traitement inéquitable en ligne, ainsi que pour prévoir des sanctions contre les abus, les pannes techniques et les erreurs.

2 CONDUITE RESPONSABLE DES SOCIÉTÉS ET RÔLE DES ORGANES DE CONTRÔLE

Le traitement équitable des consommateurs doit faire partie intégrante des objectifs, de la bonne gouvernance et de la culture organisationnelle de tous les fournisseurs numériques, lesquels doivent porter la responsabilité du respect de la protection du consommateur numérique. Les entreprises doivent respecter les Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur qui établissent que tous les consommateurs de produits ou services numériques doivent être traités équitablement, honnêtement et de façon juste à toutes les étapes de leur relation avec les fournisseurs de produits et services. Toute pratique augmentant le risque de préjudice pour le consommateur doit être évitée, en accordant une attention particulière aux besoins des groupes défavorisés ou des consommateurs en situation de vulnérabilité.

Les pays doivent disposer d'organismes de surveillance responsables de tous les aspects de la protection du consommateur numérique. Ces organismes devront disposer de l'autorité et de l'indépendance nécessaires pour s'acquitter de leur mandat, ainsi que des ressources techniques et des compétences leur permettant de véritablement appréhender les développements du secteur. Compte tenu de l'importance centrale des données au sein de l'économie numérique, il est essentiel de disposer d'organismes de protection indépendants à même de remplir leur fonction et de protéger les données des consommateurs.

3 ACCÈS ET INTÉGRATION

Les consommateurs doivent pouvoir disposer d'un accès abordable, régulier et de bonne qualité à Internet afin de pouvoir profiter des opportunités de l'économie numérique. Les gouvernements, organismes de réglementation et sociétés doivent mener un effort concerté et coordonné afin de permettre aux populations encore hors-ligne d'être connectées à un Internet ouvert grâce à une connexion abordable et de bonne qualité. Les services d'accès doivent respecter le principe de la neutralité du Net.

Une attention particulière doit être portée à l'accès des groupes de consommateurs marginalisés ou défavorisés ainsi qu'à ceux se trouvant dans des zones géographiques éloignées ou coûteuses à connecter, et des mesures d'accès doivent prendre en compte les groupes à faible revenu et l'égalité démographique. Les pays doivent s'attaquer à tous les aspects de l'abordabilité, comme le coût des appareils et les plafonds de données injustifiés qui maintiennent le prix de la connectivité à un niveau artificiellement élevé.



4 DIVULGATION ET TRANSPARENCE

Des informations claires sur les produits, fournisseurs, processus et droits des consommateurs numériques doivent être facilement utilisables par les consommateurs. L'accès doit être facile afin de permettre aux consommateurs de comprendre ce qu'impliquent leurs activités en ligne, et de faciliter une prise de décision en toute confiance et en pleine connaissance de cause.

L'information doit être conçue de manière à permettre au consommateur moyen de comprendre et de repérer les informations cruciales, rapidement et suffisamment en amont du moment de la vente. Les informations critiques peuvent être mieux fournies : en signalant tous les éléments qui pourraient aller au-delà des attentes raisonnables du consommateur, par une présentation claire et conviviale, une capacité à comparer facilement les tarifs et caractéristiques, une synthèse des principales modalités, en réduisant la longueur des déclarations de divulgation et en simplifiant le langage. Les dispositions doivent suivre les meilleures pratiques en matière de communication efficace dans les environnements numériques. La vérification de l'exactitude et de la crédibilité des informations en ligne doivent relever de la responsabilité du fournisseur et répondre aux normes internationales. Les instruments réglementaires doivent veiller à ce que la numérisation des services permette une meilleure information du consommateur et ne soit pas une source d'obstacles inutiles au marché, de complexité ni de confusion.

5 UTILISATION ÉQUITABLE ET PROPRIÉTÉ CLAIRE

La technologie numérique a changé la nature de nombreux produits et services, car des logiciels connectés sont désormais intégrés dans un nombre croissant de produits de grande consommation. Les éléments clés qui permettent à ces produits de fonctionner sont fournis sous licence aux consommateurs et couverts par les conditions générales, de sorte que les fournisseurs ont un plus grand contrôle sur leurs produits et leurs caractéristiques. Ces innovations doivent respecter les droits du consommateur et lui être communiqué clairement afin de lui permettre de prendre des décisions éclairées concernant l'achat et l'utilisation des produits connectés.

L'entité responsable de l'exécution et de la sécurité doit être clairement définie à chaque étape de la fourniture du produit et sur toute sa durée de vie. Les organismes de réglementation doivent envisager un cadre permettant de remédier aux éventuels nouveaux préjudices.

Les consommateurs ont besoin que leurs droits à une utilisation équitable soient garantis. Le contrôle exercé par les producteurs sur l'utilisation d'un produit et de ses données connexes doit être légitime, équitable et proportionné. Les sociétés doivent respecter des procédures établies dans l'exercice des sanctions.



6 ÉDUCATION ET SENSIBILISATION AU NUMÉRIQUE

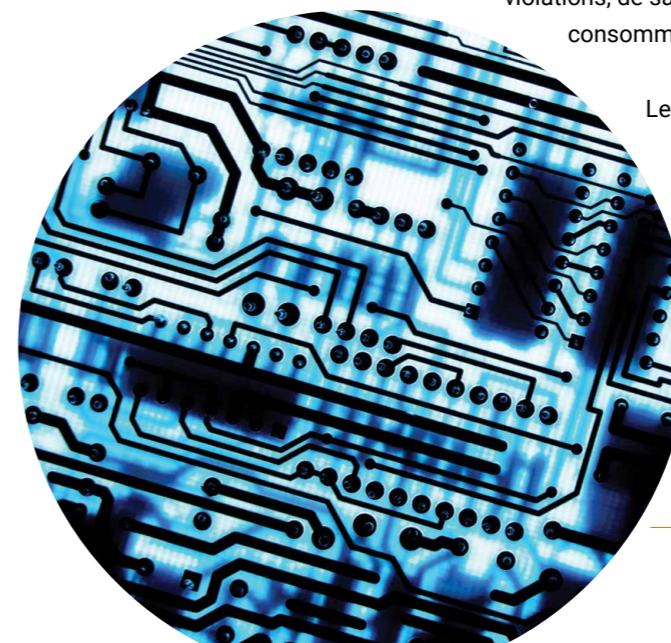
L'éducation et la sensibilisation doivent renforcer plutôt que remplacer la protection réglementaire et législative. Cette activité doit être effectuée par les voies les plus efficaces, et être ciblée et évaluée afin de s'assurer qu'elle répond aux besoins spécifiques du consommateur et des groupes marginalisés ou défavorisés. L'éducation et la sensibilisation au numérique doivent aider les consommateurs à développer la confiance et les compétences nécessaires pour gérer les risques et les opportunités, faire des choix éclairés, savoir comment obtenir de l'aide et des conseils ainsi que prendre des mesures à même de protéger et d'améliorer leur bien-être et leur identité en ligne.

Les sociétés doivent développer des systèmes facilitant la compréhension par le consommateur des risques et opportunités associés à leurs produits et services en ligne.

7 SÉCURITÉ ET SÛRETÉ

Des environnements numériques sûrs et sécurisés, où tous les consommateurs peuvent participer à un ensemble d'activités, sont essentiels pour bâtir la confiance. Des mesures de sécurité et de sûreté numérique sont nécessaires afin de protéger les informations de paiement, les données financières et l'identité personnelle du consommateur contre la fraude ou les abus, ainsi que pour gérer les produits défectueux et protéger la sécurité personnelle du consommateur. Des normes internationales doivent être élaborées afin d'assurer que les sociétés fournissent les mises à jour de sécurité critiques pour tous les produits numériques pendant une durée raisonnable et spécifiée après la vente. Des règles de responsabilité claires doivent garantir la pleine compensation du consommateur en cas de préjudice résultant de problèmes de sécurité et de sûreté.

Les gouvernements doivent légiférer afin de garantir que les données financières, personnelles et toutes les autres informations identifiables soient enregistrées et transmises selon les normes de sécurité les plus raisonnablement élevées, en se plaçant du point de vue du risque pour le consommateur. Afin d'améliorer la protection des données, les sociétés doivent être encouragées à adopter des normes de meilleure pratique telles que la protection de la vie privée et la sécurité dès la conception, ainsi qu'une évaluation indépendante de la sécurité des données par l'intermédiaire de la notification en temps opportun des violations, de sanctions et de limites de responsabilité pour le consommateur ainsi que d'exigences de compensation.



Les organismes de réglementation doivent coordonner les initiatives de sensibilisation à la sécurité en ligne. Les sociétés doivent développer des systèmes facilitant l'adoption de pratiques sûres par le consommateur.

8 PROTECTION DES DONNÉES ET VIE PRIVÉE EN LIGNE

Les flux de données sont au cœur de l'économie numérique. Le consommateur doit être en mesure de contrôler ses préférences en matière de données personnelles et de vie privée de façon à pouvoir profiter des opportunités au sein d'un système sûr et de confiance. Des organismes de réglementation doivent prendre en compte l'impact que la multitude de produits, de services et d'organisations collectant des données sur les personnes peut avoir sur les droits de ces dernières en tant que consommateurs et citoyens. Les sociétés et les organismes de réglementation doivent revoir et réévaluer régulièrement le périmètre de la collecte des données personnelles et s'assurer que cette collecte est proportionnée au service fourni. Les aspects de la vie privée importants pour le consommateur doivent être pris en compte dès l'étape de conception des produits numériques.

Les droits du consommateur à la protection de ses données et de sa vie privée doivent être préservés de façon adéquate afin de répondre à ses inquiétudes et aux préjudices qui en découlent, tels que les pratiques discriminatoires, le marketing invasif, la perte de vie privée et l'exposition aux risques de sécurité. Le consommateur doit être informé de ce qu'implique l'utilisation de ses données dans l'économie numérique, et disposer de moyens simples et efficaces d'en prendre le contrôle ou d'atténuer les risques. Les sociétés doivent fournir au consommateur des moyens simples et sûrs pour accéder à ses données et les contrôler, ainsi que pour profiter de l'échange de ses données conformément à ses préférences, ses attentes et ses droits juridiques.

Le consommateur doit avoir une vision claire sur quelles données sont collectées et à quelles fins elles seront utilisées tout au long de la relation de produit ou de service. La manière dont les algorithmes prennent des décisions affectant la qualité, le prix ou l'accès à un service pour le consommateur doit être claire. Les organismes de réglementation doivent garantir que l'utilisation d'algorithmes est légale et ne génère pas de discrimination en prenant des décisions préjudiciables sur la base d'informations sensibles telles que la race, le genre ou la religion, qu'ils prennent en compte les cadres appropriés pour résoudre les problèmes éventuels et intègrent des droits à contester les décisions automatisées.

Des politiques nationales en matière de protection des données doivent être mises en place. Les lois sur la protection des données doivent être pleinement appliquées et renforcées si nécessaire lorsqu'un préjudice pour le consommateur est identifié. En cas de violation de sécurité, le consommateur doit pouvoir disposer d'une procédure de recours.

Les politiques internationales en matière de flux de données transfrontaliers doivent être coordonnées de façon à ce que les pays impliqués disposent de normes strictes en matière de protection dans leurs lois nationales à la fois fondamentales et procédurales.

9 TRAITEMENT DES PLAINTES ET RECOURS

Les droits de recours dans l'univers numérique ne doivent pas être inférieurs à ceux disponibles dans d'autres formes de commerce. Les sociétés proposant des transactions en ligne doivent disposer de mécanismes internes solides en matière de règlement des différends, de façon à ne pas imposer des coûts, des retards ou des charges déraisonnables sur le consommateur. Il doit être possible de faire appel à des

services de recours indépendants pour traiter les plaintes qui ne sont pas résolues de façon satisfaisante par les mécanismes internes. Ces mécanismes de recours doivent intégrer les nouvelles problématiques du consommateur issues des produits et services numériques, telles que les transactions intersectorielles ou transfrontalières, la perte de service, l'échec des mises à jour critiques ou les autres frustrations ou désagréments provoqués par une défaillance du produit. Dans le cas où des plaintes ou problèmes impliquent plusieurs fournisseurs et/ou secteurs, le consommateur doit pouvoir savoir clairement à qui s'adresser pour obtenir de l'aide. Les organismes de réglementation doivent travailler à travers toutes les juridictions afin d'assister à la résolution des différends transfrontaliers.

La gestion des plaintes et les mécanismes de recours doivent être accessibles, abordables, indépendants, équitables, responsables, réactifs et efficaces. Les informations globales relatives aux plaintes et leur résolution doivent être rendues publiques.

Concernant le nombre important de consommateurs potentiellement touchés, des mécanismes appropriés de résolution collective des plaintes doivent être mis en place. Des méthodes de recours en ligne doivent exister, mais ne pas exclure les autres voies.

10 CONCURRENCE ET CHOIX

Il est nécessaire de promouvoir des marchés concurrentiels à l'échelle nationale et internationale afin d'offrir au consommateur une véritable liberté de choix en matière de fournisseurs, de produits et de services numériques ainsi que de promouvoir de meilleurs prix, une innovation améliorée et des services de qualité. Des mesures ex ante doivent être mises en place pour permettre l'entrée sur le marché d'autres fournisseurs de services, sans porter atteinte à la protection des consommateurs.

Les pays doivent prendre en compte la nature de la concurrence et le potentiel de préjudice à l'ère numérique, en particulier les caractéristiques ayant un impact sur le choix et la protection du consommateur telles que : la nature essentielle de la présence en ligne et la dépendance à un petit nombre de grandes sociétés, l'influence disproportionnée liée à la détention de grandes quantités de données de consommateurs par certains fournisseurs, l'effet de réseau pouvant rendre le consommateur captif d'un fournisseur spécifique ou limitant sa capacité à en changer. Afin d'améliorer la capacité du consommateur à comparer les fournisseurs et en changer facilement, l'interopérabilité et la compatibilité des périphériques, les droits et normes en matière de logiciels, ainsi que l'accès et le transfert des données entre services doivent être placés en priorité. Il convient également d'établir les meilleures pratiques dans ce domaine à l'échelle mondiale.

Consumers International et Verbraucherzentrale Bundesverband appellent l'ensemble des gouvernements, organisations internationales, sociétés, associations de consommateurs et consommateurs du monde entier à appuyer ces recommandations et invitent l'OCDE à travailler avec Consumers International et les principaux acteurs sur l'élaboration d'outils à même de contribuer à bâtir un monde numérique qui inspire la confiance aux consommateurs.



**CONSUMERS
INTERNATIONAL**

TRAVAILLONS ENSEMBLE
POUR LE CHANGEMENT

verbraucherzentrale


Bundesverband

Verbraucherzentrale Bundesverband est la fédération allemande des associations de consommateurs et un membre actif du Bureau européen des unions de consommateurs (BEUC) et de l'association mondiale de protection des consommateurs (Consumers International).

Consumers International rassemble plus de 200 organisations membres dans plus de 100 pays afin de responsabiliser et défendre les droits des consommateurs partout dans le monde. Nous sommes leur voix dans les forums internationaux où sont élaborés les politiques et le marché mondial afin de s'assurer qu'elles soient entendues de façon sûre, équitable et honnête.

Consumers International est une association caritative (No 1122155) et une société à but non lucratif et à responsabilité limitée par garantie (No 04337865) enregistrée en Angleterre et au Pays de Galles.

consumersinternational.org

 [@consumers_int](https://twitter.com/consumers_int)

 [/consumersinternational](https://facebook.com/consumersinternational)