



**CONSUMERS
INTERNATIONAL**

TRAVAILLONS ENSEMBLE
POUR LE CHANGEMENT

BRIEFING JOURNÉE MONDIALE DES DROITS DES CONSOMMATEURS 2018: ACCÈS AU E-COMMERCE

RENDRE LES MARCHÉS DIGITAUX
PLUS JUSTES POUR LES
CONSOMMATEURS



POURQUOI EST-CE QUE L'ACCÈS AU E-COMMERCE EST SI IMPORTANT ?

La moitié de la population mondiale étant hors ligne, l'obstacle le plus important à l'engagement du consommateur sur les marchés numériques est un manque d'accès à Internet.

Le degré de pénétration d'Internet varie grandement entre les régions, le plus important étant en Amérique du Nord et le plus faible en Afrique. L'adoption de la bande large dans de nombreux pays africains reste particulièrement faible en raison de la mauvaise infrastructure des télécommunications et du manque d'électricité.

« Si vous n'avez pas d'électricité, vous ne pouvez pas générer de développement industriel... L'électricité est à la base de tout, de sorte que jusqu'à la résolution de ce problème, l'Afrique affronte d'énormes challenges. »¹

Akinwumi Adesina, Président de la Banque africaine pour le développement

UTILISATION MONDIALE DE L'INTERNET ET STATISTIQUES DE POPULATION, 25 MARS 2017

Régions du monde	Population (% du monde)	Taux de pénétration (% Pop.)	Croissance (2000-2017)
Afrique	16.6%	27.7%	7,557.2%
Asie	55.2%	45.2%	1,539.4%
Europe	10.9%	77.4%	506.1%
Amérique Latine / Caraïbes	8.6%	59.6%	2,035.8%
Moyen Orient	3.3%	56.7%	4,220.9%
Amérique du Nord	4.8%	88.1%	196.1%
Océanie / Australie	0.5%	68.1%	261.5%
TOTAL MONDE	100.0%	49.6%	933.8%

¹ «¿Podría Internet reiniciar a África?» The Guardian, 25/07/16, citado en el Foro de debate de la OMC sobre comercio electrónico, South Centre, 2017.

QUALITÉ ET COÛT

La qualité et le coût de l'accès à Internet peut aussi exclure des personnes du e-commerce. Par exemple, un membre de l'Internationale des consommateurs, l'IDEC, a été impliqué dans une campagne au Brésil contre l'utilisation non équitable des plafonds de données par les fournisseurs d'accès Internet (FAI). La pratique implique le ralentissement ou l'arrêt de la connexion à bande large d'un consommateur une fois que le plafond des données mensuel a été atteint. Utilisée de manière non équitable, la pratique peut gravement limiter la capacité des groupes à faible revenu d'utiliser Internet à son plein potentiel, en les empêchant de s'engager totalement sur les marchés numériques en tant que consommateurs ou producteurs. Les plafonds de données peuvent aussi impliquer des interruptions de connexion avant que les achats ne soient terminés et peuvent interférer avec des services de streaming payant comme Netflix.² Les plafonds peuvent aussi avoir un impact négatif sur le développement économique en limitant la concurrence et l'innovation.³

UN CHOIX LIMITÉ

Dans certains cas, l'étendue de l'accès des consommateurs aux marchés numériques peut être limitée dans les termes auxquels ils y ont accès, comme avec l'initiative Facebook « Free Basics ». Lancée en 2014 sous le nom Internet.org, l'initiative a offert une manière pour les gens de se connecter gratuitement à Internet via leurs téléphones portables. Free Basics arrive aux consommateurs sous la forme d'une appli mobile qui donne aux utilisateurs un accès à une petite sélection seulement de sites et services web, choisis par Facebook. Outre le fait de limiter les consommateurs dans leur engagement avec plus d'une poignée de sociétés, celle-ci a un impact évident sur la concurrence. Free Basics est active dans 63 pays en Afrique, Asie et aux Amériques, ainsi qu'en Irak et en Jordanie. La tentative de Facebook d'introduire l'appli en Inde a échoué. En 2016, le régulateur indien s'est déclaré en faveur du maintien de la neutralité du net et a déclaré Free Basics illégale.⁴ Parmi les critiques de Free Basics, outre le fait de violer les principes de la neutralité du net, on trouve : les besoins linguistiques des utilisateurs cibles insatisfaits ; un déséquilibre des sites et du contenu dans lesquels des services tiers de sociétés privées aux États Unis sont dominants ; et la collecte de méta données de toute l'activité des utilisateurs via Free Basics.⁵

2 '[Brazil Has To Pause Adoption Of Broadband Usage Caps After Consumers Revolt](#)', (Le Brésil doit interrompre l'adoption des plafonds d'utilisation de bande large après la révolte des consommateurs) Techdirt.com, May 2016

3 '[Capping the Nation's Broadband Future](#)' (Plafonner le futur de la bande large de la nation), NewAmerica.org, 17/12/12

4 '[The inside story of Facebook's biggest setback](#)' (L'histoire du plus grand revers de Facebook vue de l'intérieur, The Guardian, 12/05/16

5 '[Free Basics in Real Life](#)', (Free Basics dans la vie réelle) Advox Global Voices, July 2017

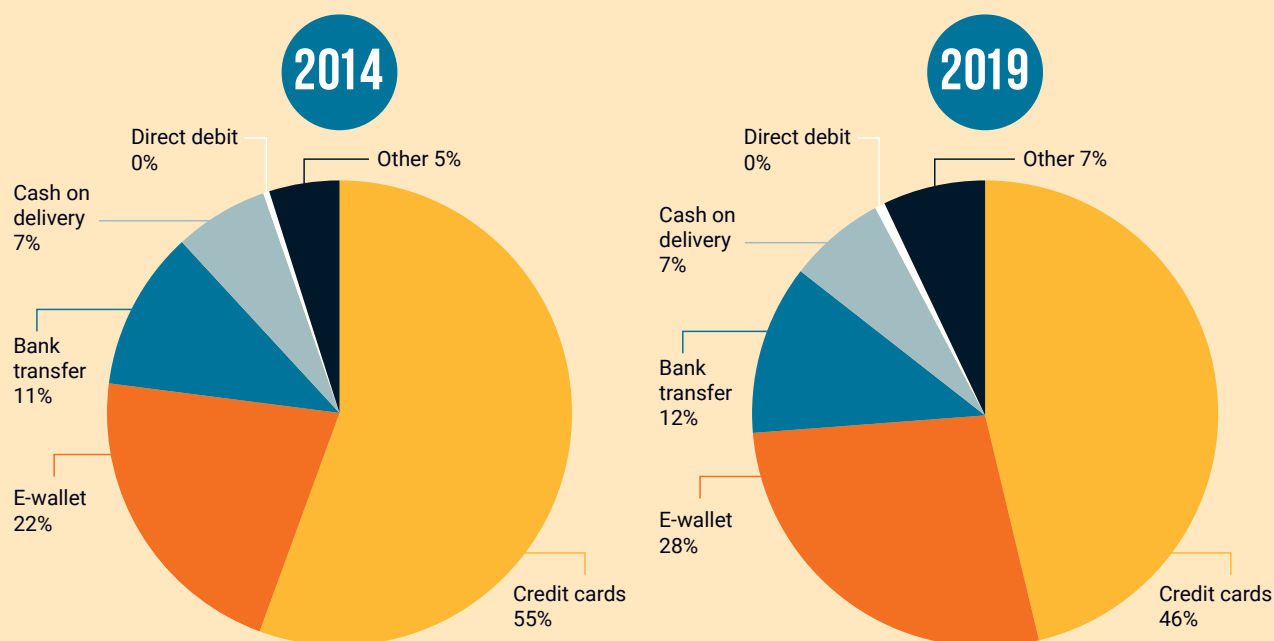
PAIEMENTS ET LIVRAISON

Le manque d'accès aux méthodes de paiement ou une livraison insuffisante affecte des millions de personnes. L'indice e-commerce de la CNUCED⁶ mesure « le degré de préparation au e-commerce » des pays, il comprend l'accès à Internet, les paiements et l'infrastructure requis pour la livraison. L'indicateur de paiement utilisé dans l'indice est le niveau de pénétration des cartes de crédit. Ceci reste la méthode la plus commune de paiement et il est prévu que cela le reste en 2019. Les transactions par carte de crédit perdent cependant du terrain face à d'autres types de paiement. En Chine, seulement 16 % de la population adulte possède une carte de crédit. Le service de dépôt fiduciaire e-money Alipay proposé par Alibaba est la méthode de paiement la plus populaire pour les achats en ligne en Chine et est utilisé par 68 % des acheteurs là-bas. Il a été invoqué⁷ que le manque d'infrastructure bancaire extensive pour les consommateurs en Chine a entraîné l'apparition de solutions de paiement innovantes qui ont contribué à la croissance rapide et étendue du e-commerce en Chine au cours des dix dernières années. Les pays africains ont le plus faible classement dans tous les indicateurs de degré de préparation au e-commerce de la CNUCED, bien que le développement de solutions bancaires mobiles innovantes ait permis un accès accru à la finance pour de nombreuses personnes. Les consommateurs sans compte bancaire peuvent avoir accès à des transferts d'argent par SMS. M-PESA par exemple a permis au Kenya d'être leader mondial en matière de services bancaires mobiles. Lancé en 2007 par Safaricom, le plus important opérateur de réseau mobile du pays, il est maintenant utilisé par plus de 17 millions de kényens, ce qui est équivalent à plus des deux tiers de la population adulte ; environ 25 % du produit national brut du pays passe par son intermédiaire.⁸ Bien que les services bancaires mobiles aient permis à plus de consommateurs de s'engager sur les marchés numériques en Afrique, les processus logistiques et de transaction sous-jacents ont encore besoin de s'améliorer, autrement, les achats en ligne risquent de rester limités aux populations riches dans les zones urbaines. Le Kenya est encore classé 86ème dans le monde dans [UNCTAD's B2C e-commerce readiness index](#) (l'indice de degré de préparation au e-commerce B2C de la CNUCED).

6 '[UNCTAD B2C e-Commerce Index 2016](#)', (Indice e-commerce B2C CUNCED) CNUCED, 22/04/16

7 '[Lead Leapfrogger: Chinese O2O Commerce and The Nature Of Cultural Innovation](#)', (La progression leader : le commerce O2O chinois et la nature de l'innovation culturelle) Digital Hub Asia, 29/04/17

8 '[Why does Kenya lead the world in mobile money?](#)', (Pourquoi le Kenya est leader mondial en argent mobile ?) The Economist, 02/03/2015

FIGURE 3. MÉTHODES DE PAIEMENT EN LIGNE PAR VALEUR, 2014 ET PRÉVISION POUR 2019

Note : La rubrique Autres comprend les e-factures, post-payé, pré-payé, facturation téléphonie mobile, crypto monnaies (par ex. Bitcoin) et autres technologies émergentes. Les porte-monnaies électroniques permettent aux consommateurs d'utiliser des valeurs monétaires stockées électroniquement ou de prendre des fonds d'un autre type de paiement liés à leur porte-monnaie électronique : par exemple, Alipay, Tenpay, Paypal, Qiwi, Yandex.Money. Les cartes de crédit comprennent toutes les solutions de paiement par carte (carte de crédit, carte de débit, carte accréditive et carte pré-payée).

LIVRAISON

Dans l'indice de degré de préparation au e-commerce de la CNUCED, la fiabilité postale pour la livraison de produits physiques a reçu un score sur 100 noté par l'Universal Postal Union (UPU) basé sur la rapidité avec laquelle les éléments sont livrés (à partir des données de suivi) et la prévisibilité du service postal. Deux des trois économies d'Asie-Pacifique dans les dix premiers de l'indice sont réputées pour avoir les réseaux postaux les plus fiables ; la République de Corée et le Japon sont classés respectivement 1er et 2ème avec respectivement 100 et 99. Le Guatemala et le Venezuela ont les classements les plus faibles de fiabilité postale, avec zéro chacun.

UN APPEL À L'ACTION

Les membres peuvent utiliser la Journée mondiale des droits des consommateurs 2018 pour faire un appel à l'action sur l'accès à Internet et les opportunités pour le e-commerce. Les recommandations 2017 de l'Internationale des consommateurs, [Building a Digital World Consumers can trust](#) (Construire un monde numérique en lequel les consommateurs peuvent avoir confiance) demandent :

- *Que les consommateurs aient accès à une connexion Internet de bonne qualité, cohérente et abordable pour leur permettre de relever les opportunités de l'économie numérique.*
- *Un effort concerté et coordonné par les gouvernements, les régulateurs et les sociétés doit être fait pour assurer que la population encore hors ligne soit connectée à un Internet ouvert par le biais d'une connectivité abordable de haute qualité.*
- *Les services d'accès doivent respecter le principe de la neutralité du net.*
- *Une attention particulière devrait être donnée pour assurer un accès aux groupes marginalisés ou désavantagés de consommateurs et ceux dans les zones géographiques éloignées ou « onéreuses à connecter » et les mesures d'accès doivent refléter les groupes à bas salaire et l'égalité démographique.*
- *Les pays doivent s'intéresser à tous les pilotes de l'accessibilité comme les coûts d'appareil et l'application de plafonds de données non équitables qui peuvent contribuer au prix artificiellement élevé de la connectivité.⁹*

⁹ Consumers International, '[Building a digital world Consumers can trust: Proposed recommendations from the consumer movement to the G20 member states](#)', (Construire un monde numérique en lequel les consommateurs peuvent avoir confiance : recommandations issues du mouvement des consommateurs proposées aux états membres du G20) 2017

En partageant les informations avec l'Internationale des consommateurs sur ce que vous faites pour la Journée mondiale des droits des consommateurs et en utilisant le hashtag #betterdigitalworld, vos activités contribueront à une journée mondiale d'action.

ÉTUDE DE CAS : EXEMPLES D'INITIATIVES POUR PROMOUVOIR L'ACCÈS

eWater Pay, une œuvre de charité britannique opérant en Gambie et Tanzanie, a développé une appli qui permet aux consommateurs d'acheter et de vendre du crédit pour accéder à de l'eau propre abordable. Les consommateurs ayant l'appli peuvent utiliser la plateforme d'argent mobile intégrée pour acheter et vendre du crédit eWater. Les consommateurs sans smartphone peuvent toujours acheter du crédit eWater en utilisant les tags fournis. Les pompes eWater sont connectées à Internet et quand elles tombent en panne, les services de maintenance locaux sont notifiés pour qu'elles puissent être réparées aussi vite que possible¹⁰.

Au Maroc, les plateformes en ligne comme Anao permettent aux utilisateurs de vendre des produits directement aux clients dans le monde entier. Les coopératives comme Women Weavers of Morocco (Femmes tisseuses du Maroc) éliminent le besoin d'intermédiaire et augmentent ainsi les profits pour les tisseuses. L'appli aide aussi les artisans à organiser l'expédition de leurs produits quand ils gèrent des demandes de livraison à l'étranger¹¹.

En République de Corée, le gouvernement a travaillé étroitement avec les opérateurs de télécommunications pour aider les consommateurs dans les zones rurales à bénéficier du e-commerce et encourage le négoce C2C de produits et services. Des programmes de formation ont été organisés pour aider les consommateurs à en savoir plus sur la manière de vendre des produits en ligne. Le secteur privé a aussi aidé l'initiative du gouvernement en développant des portails de e-commerce sophistiqués pour améliorer l'accès au e-commerce dans le pays¹².

ACTIVIDADES DE LOS MIEMBROS PARA PROMOVER EL ACCESO A INTERNET



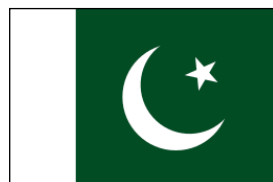
Surinam

En Surinam, [Consumentenkring](#) organizó una serie de actividades entre las que se incluyen conferencias sobre una conexión a Internet de banda ancha mejor y más barata para los consumidores y artículos sobre la toma de conciencia sobre la privacidad en Internet con la ayuda de las autoridades de telecomunicaciones de Surinam.



Costa de Marfil

La Federación [FAC – Cote d'Ivoire](#) dedicó su campaña del Día Mundial de los Derechos del Consumidor de 2017 a los estudiantes y a la población académica. El personal organizó una mesa redonda con expertos para tratar temas relacionados con un acceso a Internet rápido y accesible para todos.



Pakistán

Entre las actividades del Día Mundial de los Derechos del Consumidor de 2017, [la red para la protección al consumidor](#) hizo un llamamiento a los legisladores y autoridades reguladoras de telecomunicaciones para que ofrezcan medidas concretas para mejorar la calidad y el acceso a Internet en Pakistán.

10 Page d'accueil eWater Pay, <http://www.ewaterpay.com/>

11 ['Anou Connects Moroccan Weavers to World Market'](#), (Anou connecte les tisseuses marocaines au marché mondial) Fair Observer, 09/10/2015

12 CNUCED, ['Information Economy Report 2015: Unlocking the Potential of e-commerce for developing countries'](#), (Rapport sur l'économie d'information 2015 : débloquer le potentiel du e-commerce pour les pays en voie de développement 2015)