



CONSUMERS INTERNATIONAL LIGNES DIRECTRICES POUR LA SÉCURITÉ DES PRODUITS EN LIGNE



**CONSUMERS
INTERNATIONAL**

TRAVAILLONS ENSEMBLE
POUR LE CHANGEMENT

CONSUMERS INTERNATIONAL LIGNES DIRECTRICES POUR LA SÉCURITÉ DES PRODUITS EN LIGNE

Les lignes directrices de Consumers International pour la sécurité des produits en ligne – élaborées par Consumers International et ses organisations membres – définissent les mesures souhaitables devant être prises en compte par les gouvernements, les marchés et les vendeurs dans le cadre de l'élaboration de politiques et de réglementations relatives à la sécurité des produits vendus sur les marchés en ligne et sur des marchés numériques plus étendus. Bien que portant principalement sur les problèmes liés à la croissance des marchés en ligne, bon nombre des présentes recommandations sont également pertinentes et applicables aux détaillants en ligne qui vendent leurs produits directement aux consommateurs.

Aux fins des présentes lignes directrices, les marchés en ligne désignent les entreprises offrant ou utilisant des canaux numériques afin de mettre en relation les fournisseurs et les consommateurs. Elles peuvent également vendre des produits directement à ces derniers. Un produit est considéré comme dangereux s'il présente un risque de dommage corporel pour le consommateur.



À PROPOS DE CONSUMERS INTERNATIONAL

Consumers International est la fédération mondiale des associations de défense des consommateurs. Nous croyons en un monde où chacun a accès à des biens et services sûrs et durables.

Nous rassemblons plus de 200 associations membres réparties dans plus de 100 pays afin de renforcer et défendre les droits des consommateurs partout dans le monde. Nous représentons leur voix dans les forums internationaux destinés à l'élaboration de politiques publiques ainsi que sur le marché mondial, en vue de leur garantir un traitement sûr, équitable et honnête.

Nous sommes résolument indépendants, n'étant soumis à aucune contrainte émanant d'entreprises ou de partis politiques. Nous travaillons en partenariat et exerçons notre influence avec intégrité, ténacité et passion afin d'obtenir des résultats tangibles.



LE MARCHÉ NUMÉRIQUE – UN NOUVEAU DÉFI POUR LA PROTECTION DES CONSOMMATEURS

Il est probable que dans de nombreux pays, la majorité des biens achetés par les consommateurs seront bientôt achetés en ligne. Le marché numérique a le potentiel de bénéficier considérablement aux consommateurs: dans le cadre des restrictions de mouvement et d'échange imposées au titre de la pandémie, le commerce électronique a aidé les consommateurs dans leurs recherches, comparaisons et achats. L'ère de la vente au détail «phymerique» (physique et numérique) apporte son lot de commodité et de variété à ces derniers et accroît la portée des entreprises.

Les transactions commerciales en ligne devraient s'élever à 4 100 milliards de livres sterling d'ici 2023, contre 1 500 milliards en 2016¹. À l'échelle internationale, 1 480 milliards de personnes ont effectué des achats en ligne en 2019², les acheteurs en ligne représentant 53 % de la population des pays à revenu élevé, 16 % des pays à revenu moyen supérieur, 5 % des pays à revenu intermédiaire inférieur et 2 % des pays à faible revenu³. Parallèlement à la croissance du commerce électronique, les marchés en ligne ont particulièrement bien réussi, offrant aux consommateurs une commodité et un choix accrus. Plusieurs marchés en ligne représentent désormais une part importante des ventes en ligne dans les pays du monde entier.

Cependant, les politiques relatives à la protection des consommateurs et leur application n'ont pas encore intégré les nouveaux modes de consommation ni les nouvelles pratiques commerciales. En conséquence, des lacunes réglementaires, une disparité d'application et une coopération transfrontalière insuffisante risquent de mettre les consommateurs en danger et de nuire aux entreprises qui agissent de manière responsable. Des millions de consommateurs s'exposent de façon croissante à l'achat de produits potentiellement dangereux via les marchés en ligne et auprès de vendeurs dont les normes de sécurité ne sont globalement pas réglementées.

Partout dans le monde, les membres de Consumers International rapportent les effets de ces évolutions. Les marchés en ligne représentent un défi particulier pour les régulateurs. En permettant aux consommateurs d'accéder à un éventail de vendeurs via une plateforme en ligne et en fournissant des services tels que des systèmes de paiement, d'hébergement et d'exécution de commande, les marchés en ligne ont créé un nouveau modèle de vente au détail qui échappe aux définitions conventionnelles utilisées dans la réglementation. La capacité des vendeurs étrangers à utiliser des plateformes pour vendre leurs produits sur de nouveaux marchés peut également rendre difficile l'application de toute réglementation relative à la sécurité des produits.

Cette question doit être traitée de manière urgente et globale. Consumers International a élaboré un ensemble de lignes directrices, fondées sur les travaux réalisés aux niveaux national et international mais guidées par une approche mondiale et indépendante de la protection et de l'autonomisation des consommateurs. Ces travaux fournissent un cadre pour l'élaboration de politiques internationales en matière de sécurité des produits, consistant en des lignes directrices destinées aux organismes de protection des consommateurs et aux acteurs du commerce en ligne, afin d'éviter que des mauvaises pratiques ne portent préjudice aux consommateurs.

Le marché numérique continuera d'évoluer. Nos lignes directrices servent de point de départ à la création d'une expérience d'achat en ligne juste, sûre et durable pour tous. Nous avons à cœur de collaborer avec toutes les parties prenantes au développement et à la mise en œuvre de ces lignes directrices visant à soutenir les consommateurs du monde entier.

1 VZBV et BEUC, « The challenge of protecting EU Consumers in Global Online Markets » (2018).

2 Simon Kemp, « Global digital overview » (2019), Digital 2019.

3 CNUCED, « The UNCTAD B2C e-commerce index 2020: Spotlight on Latin America and the Caribbean » (2020).

L'ÉTAT ACTUEL DE LA RÉGLEMENTATION DU MARCHÉ NUMÉRIQUE MONDIAL

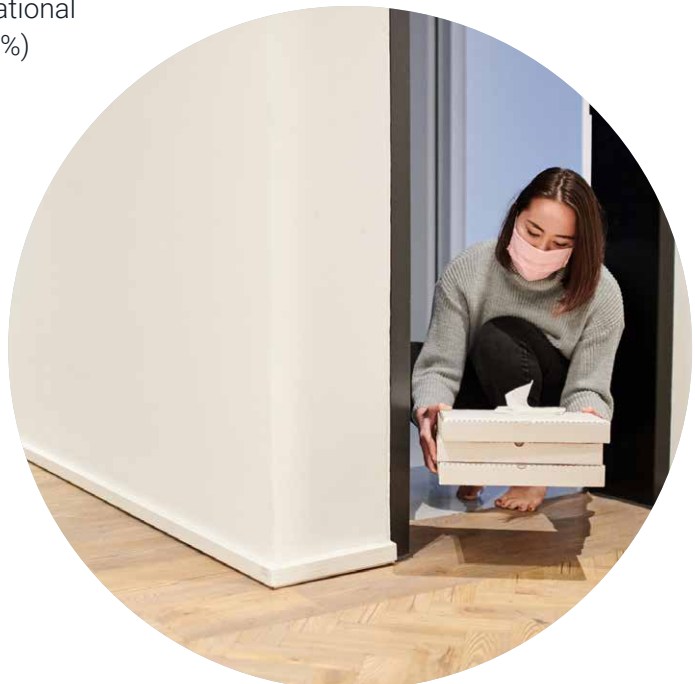
Les associations de défense des consommateurs du monde entier surveillent l'évolution des marchés en ligne et recherchent des solutions propres à susciter la confiance des consommateurs participant à l'économie numérique.

Les études de nos membres démontrent qu'il reste encore beaucoup à faire avant que tous les consommateurs puissent acheter en ligne en toute confiance. D'après une récente enquête menée par les membres de Consumers International dans 89 pays en 2019 :

- 40 % des pays ne disposent d'aucun accord relatif à la sécurité des produits entre les autorités nationales et les marchés en ligne.
- Moins de 10 % des pays ont adopté un dispositif légal ou volontaire garantissant que les plateformes en ligne procèdent au retrait effectif des produits dangereux lorsqu'elles en sont notifiées. Le pourcentage est relativement supérieur s'agissant des pays à revenu élevé.
- Seulement 12 % des plateformes en ligne ont fourni un point de contact réservé aux autorités pour le signalement de produits dangereux. Seulement 8% ont des formulaires standardisés pour partager des informations sur les produits dangereux.

Au niveau national, les réglementations interdisant la mise sur le marché de produits dangereux font défaut, au même titre que leur application, le cas échéant. Selon la même enquête de Consumers International, moins de la moitié des pays disposent d'un système pour collecter les données relatives aux incidents imputés à des produits dangereux achetés en ligne ou dans des magasins traditionnels, ce qui limite à la fois les activités de contrôle et la capacité de mesurer l'ampleur du phénomène.

Cependant, le marché numérique étant intrinsèquement mondial, des solutions et une coopération transfrontalière sont nécessaires pour gagner la confiance des consommateurs. L'enquête de Consumers International révèle également un faible niveau de coopération internationale dans l'ensemble : moins de la moitié des personnes interrogées ont déclaré que leur pays coopère au niveau international dans le cadre d'affaires liées à l'application (38 %) ou au titre de l'élaboration de réglementations relatives à la sécurité des produits (27 %). Les travaux d'organisations telles que l'OCDE, la CNUCED et l'ICPEN au sujet du commerce électronique et de la sécurité des produits sont essentiels dans ce domaine.



QUEL EST L'IMPACT ?

LES CONSOMMATEURS SUBISSENT UN VÉRITABLE PRÉJUDICE

Les dommages pourtant évitables que subissent les consommateurs et la société en raison d'incidents imputés aux produits peuvent être considérables. À titre d'exemple, ils sont estimés à environ 9,6 milliards de livres sterling par an à l'endroit des consommateurs de l'Union européenne (UE)⁴. La plupart des consommateurs estiment que les achats en ligne sont sûrs et que l'application des normes de sécurité des produits est la même que sur les marchés traditionnels. Cependant, dans la pratique, les achats en ligne comportent actuellement un risque pour ceux qui ne sont pas en mesure d'évaluer la sécurité de chaque produit.

Les consommateurs manquent souvent d'informations concernant les menaces et risques associés à des produits vendus en ligne. Cela peut les amener à sous-évaluer leur exposition, et potentiellement leur faire courir un risque accru de subir un préjudice.

Des rapports du monde entier montrent que davantage doit être fait pour améliorer la sécurité des consommateurs qui réalisent leurs achats en ligne. Selon une étude mondiale menée par l'Organisation de Coopération et de Développement Économiques (OCDE) en 2015, 33 des 60 produits vendus en ligne et sélectionnés n'étaient pas conformes aux normes de sécurité légales ou volontaires applicables. De plus, 68 % des produits interdits ou rappelés soumis à l'étude demeuraient disponibles à l'achat en ligne⁵. L'interdiction et le retrait de produits interviennent souvent pour des raisons de sécurité, mais d'autres raisons existent telles que la non-conformité de l'étiquetage.

Une étude concluante menée au Japon entre 2014 et 2016 a mis en évidence un doublement des violations relatives à la sécurité des produits achetés en ligne⁶. La part des incidents causés par des produits achetés via le commerce en ligne est passée d'environ 1 % en 2008 à près de 15 % en 2018⁷.

L'Agence indonésienne de surveillance des aliments et des médicaments (BPOM) a constaté que sur plus de 23 000 échantillons de produits alimentaires autorisés ou non autorisés et disponibles sur les plateformes de commerce électronique en 2019, la moitié des produits non autorisés n'était pas conforme aux normes de sécurité alimentaire. Parmi les produits autorisés, 14 % ne répondaient pas auxdites normes⁸.

La popularité des marchés en ligne et leur capacité à héberger les produits de vendeurs situés dans le pays et à l'étranger génèrent des problèmes particuliers. En 2020, des recherches menées par les partenaires d'International Consumer Research and Testing (ICRT), à savoir Which?, Consumentenbond, Stiftung Warentest et Forbrugerrådet Tænk⁹ - tous membres de Consumers International - ont montré que les deux tiers des 250 produits achetés sur les marchés en ligne et testés étaient dangereux et donc interdits :

- Sur 12 chargeurs USB, 12 batteries de secours et 12 adaptateurs, plus des deux tiers étaient inflammables.
- Sur 9 des 29 jouets pour enfants, des quantités illégales (jusqu'à 200 fois la limite légale) de phtalates ont été trouvées.

4 Commission européenne, document de travail des services de la Commission – Résumé du rapport d'analyse d'impact (2021).

5 OCDE, « Online Product Safety Sweep Results: Australian Competition and Consumer Commission », Documents de travail de l'OCDE sur l'économie numérique, 262 (03/11/16).

6 Takashi Wada, « Product Safety Policy in Japan » (2017).

7 Takashi Wada, « Enhancing the impact of product recalls in the digital age », Ministry of Economy, Trade and Industry (2019).

8 The Jakarta Post, « Concerns raised over safety, quality of food sold online » (15/09/20).

9 Euroconsumers, « Unsafe products on online marketplaces » (2020).

- Aucun des détecteurs de fumée et de monoxyde de carbone (11 testés) n'était conforme aux normes de sécurité applicables. Aucun d'entre eux n'a détecté la quantité mortelle de fumée ou monoxyde de carbone. Quatre des alarmes ne répondaient pas aux exigences réglementaires en matière de volume.
- 14 vêtements pour enfants sur 16 n'étaient pas conformes aux normes de sécurité européennes.
- 7 produits de blanchiment dentaire sur 10 contenaient des niveaux de peroxyde d'hydrogène entre 14 et 70 fois supérieurs à la limite légale européenne.

Il apparaît donc évident que dans une économie numérique mondialisée, assurer la sécurité des consommateurs lors de leurs achats en ligne implique un effort mondial.

LES ENTREPRISES PERDENT LA CONFIANCE DES CONSOMMATEURS

Les détaillants et plateformes en ligne agissant de manière responsable sont également en danger du fait des mauvaises pratiques de leurs concurrents en matière de sécurité des produits. Ils sont notamment désavantagés par une concurrence déloyale menée avec des produits contrefaits dangereux, et sont également impactés par la perte de confiance qui s'ensuit. Bien que ne concernant pas exclusivement le commerce en ligne, des recherches portant sur quatre segments de produits en Chine, en Allemagne, en Inde et aux États-Unis en 2017 ont révélé que deux consommateurs sur trois avaient rencontré des problèmes liés à la sécurité des produits. Le rapport a également mis en évidence une augmentation de l'intérêt que portent les consommateurs à l'égard de la sécurité des produits, possiblement en raison des expériences précitées¹⁰.

Les consommateurs s'attendent à ce que les marchés en ligne assument davantage la responsabilité de la sécurité des produits vendus en ligne. Selon une étude réalisée par « Which? » en 2019, seulement 21 % des consommateurs britanniques étaient informés que les marchés en ligne n'étaient tenus d'aucune obligation légale quant à la supervision de la sécurité des produits sur leurs sites. Lorsqu'on leur a présenté des informations sur les risques, 70 % des acheteurs en ligne ont estimé que la loi devait être modifiée afin de soumettre les marchés en ligne à l'obligation légale¹¹, confirmant ainsi les résultats d'une étude menée par la Fédération allemande des associations de consommateurs (VZBV), selon laquelle 93 % des consommateurs allemands interrogés estiment qu'il est de la responsabilité des marchés en ligne de s'assurer que les commerçants de la plateforme agissent en conformité avec la législation de l'UE¹².

La confiance diminue encore lorsque des incidents signalés ne sont pas traités par les marchés en ligne. Il apparaît notamment que certains desdits marchés ne procèdent pas au retrait des produits leur étant signalés comme dangereux¹³.

Alors que l'introduction de normes afférentes à la sécurité des produits requiert un effort concerté de la part de tous les acteurs (consommateurs, entreprises, agences gouvernementales et organisations internationales), les marchés en ligne constituent un acteur clé, étant les mieux placés pour s'assurer que les produits vendus sur leurs sites sont sûrs et ne portent pas préjudice aux consommateurs.

¹⁰ TÜV SÜD, « Making the case for product safety », « TÜV SÜD Safety Gauge: Tracking business and consumer sentiment » (2017).

¹¹ Which?, « Online marketplaces and product safety » (20/11/2019).

¹² VZBV, « Grenzenloser Ärger statt bequemer Online-Kauf » (2020).

¹³ Which?, « Online marketplaces and product safety » (20/11/2019).

NOUS ENDOMMAGEONS LA PLANÈTE

La gestion de la sécurité des produits en ligne permettra non seulement d'assurer la prospérité des consommateurs et des marchés, mais aussi celle de l'environnement. Ceci pour plusieurs raisons, notamment :

- Les ressources utilisées dans la production de produits dangereux sont en fin de compte gaspillées, ces derniers n'étant pas conformes et devant être remplacés.
- Le transport et la mise au rebut des produits rappelés créent davantage de déchets et de pollution.
- Les produits dangereux sont souvent toxiques par nature.

De plus, les pays recevant des marchandises non désirées supportent la charge de la mise au rebut des produits potentiellement toxiques.

À titre d'exemple sectoriel, les jouets sont des produits ayant dans l'ensemble une teneur élevée en plastique¹⁴. Les jouets sont également les produits présentant le taux de rappel le plus élevé au monde (selon le portail Global Recalls de l'OCDE¹⁵) et près de 50 % de tous les jouets sont désormais achetés en ligne. Ces produits – et tous ceux devant être éliminés – ne pourront être recyclés que si les autorités nationales sont sûres qu'ils ne contiennent aucun élément toxique.

TRAVAILLER EN COLLABORATION À L'ÉLABORATION D'UNE SOLUTION

La sécurité des produits en ligne est devenue un problème urgent, nécessitant des solutions concrètes, convenues à l'échelle mondiale. En particulier, la croissance des marchés en ligne et les difficultés y afférentes en matière de réglementation des ventes en ligne exigent une réaction immédiate.

L'élaboration de solutions destinées à assurer la sécurité des produits en ligne requiert la participation de multiples autorités et régulateurs, tels que les organismes de santé publique et de protection des consommateurs, les régulateurs de l'industrie alimentaire, les autorités douanières, ainsi que les contributions du secteur privé et de la société civile. Des organisations internationales telles que l'OCDE, la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED), l'International Consumer Protection Enforcement Network (ICPEN), l'Association des nations de l'Asie du Sud-Est (ASEAN), l'Organisation des États américains (OEA), le Forum ibéro-américain des agences gouvernementales de protection des consommateurs (FIAGC) et le Marché commun de l'Afrique orientale et australe (COMESA), jouent également un rôle clé dans la résolution des problèmes transfrontaliers.

Afin de contribuer à l'élaboration de solutions et proposer des changements, nous présentons ici un ensemble de lignes directrices élaborées par Consumers International et ses organisations membres dans une perspective de protection et d'autonomisation des consommateurs. Elles servent à définir les principaux problèmes et mesures que les gouvernements, les marchés et les vendeurs doivent prendre en compte et envisager lors de l'élaboration de politiques et de réglementations afin de garantir la sécurité des produits vendus en ligne.

14 PNUE, Évaluation du plastique : Pourquoi mesurer, gérer et rendre publique l'utilisation du plastique par l'industrie des biens de consommation ? (2014).

15 OCDE, Tableau de bord des rappels de produits, <https://globalrecalls.oecd.org/#/dashboard>.

EN QUOI CES LIGNES DIRECTRICES SONT-ELLES DIFFÉRENTES ?

Les lignes directrices de Consumers International en faveur de la sécurité des produits en ligne ont été élaborées par des organisations indépendantes représentant la voix des consommateurs. Elles ont été conçues par le biais d'interventions du monde entier, à l'écoute des membres de Consumers International dans 100 pays à travers le monde. Destinées aux décideurs politiques et aux entreprises, elles consistent en des recommandations de mesures spécifiques à mettre en œuvre aux fins d'instaurer des normes de sécurité plus élevées sur les produits et de protéger les consommateurs contre les dommages.

LES LIGNES DIRECTRICES :

- S'appuient sur d'autres recommandations et programmes volontaires mais vont plus loin en matière de protection des consommateurs.
- Encouragent les initiatives visant à collecter des informations et traiter les signalements d'incidents mettant en cause des produits dangereux aux niveaux international et régional, tels que les portails développés par l'OCDE, l'UE ou l'OEA.
- Fournissent un support à tous les défenseurs s'impliquant activement dans la réponse apportée à l'appel mondial visant à garantir la sécurité des biens échangés en ligne.



LIGNES DIRECTRICES



1. PRINCIPES GÉNÉRAUX

- 1.1. Des mécanismes doivent être instaurés afin de garantir que les produits vendus sur les marchés en ligne ne portent pas atteinte à la sécurité et à la santé des consommateurs.
- 1.2. Le niveau de sécurité des produits achetés par les consommateurs en ligne ne doit pas être inférieur aux niveaux de sécurité appliqués à d'autres formes de commerce.
- 1.3. Les produits vendus sur les marchés en ligne doivent être conformes aux réglementations applicables en matière de sécurité dans le pays ou la région où le produit est vendu.
- 1.4. Il est de la responsabilité de ceux qui sont les mieux placés pour protéger les consommateurs d'assurer la sécurité des produits vendus sur les marchés en ligne. Ces derniers doivent assumer une plus grande responsabilité à l'égard de la sécurité des produits vendus sur leurs sites, tandis que les régulateurs doivent en contrôler l'application.
- 1.5. Les marchés en ligne doivent adopter les mêmes normes élevées de sécurité des produits dans tous les pays dans lesquels ils opèrent. Les consommateurs ne doivent pas être confrontés à des risques accrus d'insécurité en raison des produits selon le pays où ils se situent.

2. ACTIONS GOUVERNEMENTALES VISANT À GARANTIR LA SÉCURITÉ DES PRODUITS VENDUS EN LIGNE



MARCHÉS NATIONAUX – RÉGLEMENTATION NATIONALE

- 2.1. Les gouvernements doivent réglementer la sécurité des produits vendus sur les marchés en ligne, en établissant clairement les responsabilités desdits marchés relatives à la sécurité des produits vendus sur leurs plateformes, ainsi que les responsabilités incombant aux autres parties impliquées dans ces transactions.
- 2.2. Les gouvernements doivent faire appliquer la législation en cas d'infractions liées à la sécurité des produits vendus sur les marchés en ligne.
- 2.3. Les gouvernements doivent constituer des bases de données nationales consacrées à la sécurité des produits et publier des informations sur tous ceux qui sont identifiés comme dangereux ou rappelés. Les gouvernements doivent permettre aux marchés en ligne et aux autres parties concernées d'accéder facilement auxdites bases de données.
- 2.4. Les gouvernements doivent appliquer une réglementation propre à empêcher les produits dangereux d'entrer dans le pays.

- 2.5. Les gouvernements doivent veiller à ce que tous les ministères ou départements concernés soient consultés et impliqués afin d'assurer une approche politique efficace et coordonnée propre à améliorer la sécurité des produits vendus sur les marchés en ligne (protection des consommateurs, concurrence, commerce, santé, environnement, douanes, etc.)
- 2.6. Les entreprises doivent être encouragées à certifier leurs produits selon des normes nationales et internationales.

COOPÉRATION TRANSFRONTALIÈRE

- 2.7. Les gouvernements doivent passer des accords internationaux afin d'améliorer la sécurité des produits en ligne grâce à une coopération en matière de réglementation et d'application.
- 2.8. Les gouvernements doivent partager les informations relatives aux produits rappelés ou identifiés comme dangereux dans des bases de données régionales ou internationales consacrées à la sécurité des produits.
- 2.9. Les gouvernements doivent suivre et se conformer à toute réglementation ou directive internationale relative à la sécurité des produits vendus sur les marchés en ligne.
- 2.10. Les gouvernements identifiant un produit dangereux en provenance d'un pays tiers doivent en informer les autorités dudit pays et exiger l'interdiction de son exportation.

3. LES RESPONSABILITÉS DES MARCHÉS EN LIGNE



CONFORMITÉ ET RESPONSABILITÉ

- 3.1. Les marchés en ligne doivent se conformer à toutes exigences légales, systèmes et procédures obligatoires ou d'autorégulation, et normes obligatoires ou volontaires afin d'assurer la sécurité des produits mis en vente.
- 3.2. Les marchés en ligne doivent collaborer avec les autorités aux fins de supprimer les produits dangereux vendus sur leur site internet respectif, se conformant à toute demande de suppression de produits et donnant suite à toute demande d'information dans les plus brefs délais.
- 3.3. Les systèmes et processus adoptés par les marchés en vue de garantir la sécurité des produits vendus en ligne doivent être soumis à l'examen des régulateurs et des groupes de consommateurs, et certifiés par des tiers indépendants.

EMPÊCHER LA MISE SUR LE MARCHÉ DE PRODUITS DANGEREUX

- 3.4. Les marchés en ligne et les autres entreprises pratiquant la vente de produits en ligne, que ce soit par le biais du commerce électronique ou de plateformes, doivent prendre toutes les mesures nécessaires aux fins de garantir la sécurité de tous les produits commercialisés.

- 3.5.** Les marchés en ligne doivent utiliser des outils numériques et non numériques afin de détecter toute tentative de mise en vente électronique de produits dangereux, notamment en vérifiant la conformité des vendeurs opérant sur leur site respectif et en effectuant des contrôles aléatoires sur les produits offerts à la vente.
- 3.6.** Les marchés en ligne doivent exiger des vendeurs la prise de connaissance d'un kit d'information dans le cadre de leur inscription, afin de s'assurer que toutes les exigences applicables en matière de sécurité leur sont connues.
- 3.7.** Lorsque des certificats de sécurité sont requis, les marchés en ligne doivent procéder à des contrôles et interdire la vente des produits non certifiés sur leurs plateformes.

IDENTIFICATION ET SUPPRESSION DES PRODUITS DANGEREUX DES MARCHÉS EN LIGNE

- 3.8.** Les marchés en ligne doivent régulièrement mettre à jour leurs bases de données en vue d'identifier et de supprimer tout produit dangereux vendu sur leur plateforme respective.
- 3.9.** Les marchés en ligne doivent surveiller en permanence les bases de données nationales, régionales et internationales destinées aux rappels de produits, et supprimer de leur plateforme respective tous les produits identifiés comme dangereux.
- 3.10.** Les marchés doivent disposer d'un canal numérique ouvert afin de recevoir des informations des régulateurs, des entreprises et des consommateurs sur les produits dangereux vendus via leur plateforme respective.
- 3.11.** Les marchés en ligne doivent supprimer sans délai tout produit signalé comme dangereux et s'assurer du retrait effectif de toute inscription dudit produit et de toute communication commerciale ou information y afférente, jusqu'à confirmation ultérieure de la sécurité du produit.
- 3.12.** Les marchés en ligne doivent développer des systèmes efficaces, propres à empêcher la réapparition de produits dangereux ayant préalablement été retirés de leur site internet respectif.
- 3.13.** Les marchés en ligne doivent alerter les autorités nationales et les réseaux régionaux et internationaux lorsqu'un produit dangereux est identifié afin que les bases de données sur la sécurité des produits puissent être mises à jour.
- 3.14.** Lorsqu'un produit dangereux a été identifié, les marchés en ligne et les vendeurs doivent contacter les acheteurs et prendre des mesures appropriées pour s'assurer qu'aucun dommage en résulte. Les mesures doivent inclure l'émission d'avertissements et le rappel des produits concernés, suivi d'une offre de remplacement ou de remboursement.

FOURNITURE D'INFORMATIONS RELATIVES AU PRODUIT

- 3.15.** Les marchés en ligne et les vendeurs doivent fournir aux consommateurs des informations sur la sécurité de tout produit avant la fin de la transaction, et mettre à leur disposition un support au moyen duquel ils peuvent poser des questions ou demander des précisions sur la sécurité du produit post-transaction.

- 3.16.** Les informations sur le produit doivent inclure toute certification afférente à la sécurité ainsi que les avertissements de sécurité nécessaires quant à son utilisation, la présence d'allergènes, l'âge minimum légal ou recommandé de l'utilisateur, etc.
- 3.17.** Les informations doivent être présentées de manière claire, être facilement lisibles (avec une taille de police et un format d'affichage appropriés eu égard au type de support en ligne), et accessibles sans aucun obstacle significatif pour le consommateur.
- 3.18.** Les informations doivent être présentes sur le produit ainsi que dans le registre permettant d'identifier ledit produit (comprenant notamment le modèle et le numéro de lot, le cas échéant) et son fabricant afin de garantir des rappels efficaces.

FOURNITURE D'INFORMATIONS RELATIVES AU VENDEUR/IMPORTATEUR/MARCHÉ

- 3.19.** Les marchés en ligne doivent publier leur raison sociale, leur adresse postale et leurs coordonnées sur leur site internet, et faire de même s'agissant de leur représentant légal respectif dans tout pays ou région où le produit est vendu, lorsque la domiciliation fiscale de ce dernier diffère de la leur et qu'une obligation légale l'exige.
- 3.20.** Les marchés en ligne doivent, lors de l'achat sur leur plateforme respective, fournir aux consommateurs des informations concernant le partenaire contractuel qu'il s'agisse du vendeur, de l'importateur ou du détaillant du produit.
- 3.21.** Les marchés en ligne doivent s'assurer que les informations concernant le partenaire contractuel incluent ses coordonnées, notamment une adresse postale valide dans son pays de domiciliation fiscale, ainsi que les coordonnées de tout représentant légal dans tout pays ou région où le produit est vendu, lorsque lesdites coordonnées diffèrent de celles du pays d'achat dudit produit et qu'une obligation légale l'exige.
- 3.22.** Les marchés et les vendeurs doivent indiquer le pays d'origine, le nom et l'adresse du fabricant du produit vendu en ligne.
- 3.23.** Les marchés en ligne doivent vérifier que les informations fournies par le vendeur sont fiables et complètes. À défaut, le compte du vendeur doit être suspendu.
- 3.24.** Les marchés en ligne doivent divulguer toutes les informations et conditions générales relatives à tout système d'autorégulation ou de corégulation employé aux fins de garantir la sécurité des produits vendus en ligne.
- 3.25.** Les marchés en ligne doivent fournir aux consommateurs toute information utile concernant leurs obligations et responsabilités ainsi que toute exclusion légale de responsabilité en matière de sécurité des produits, à tout moment avant, pendant et après la conclusion de la transaction. Les informations doivent être consultables dans un format accessible, en évitant les textes volumineux ou trop juridiques.
- 3.26.** Les informations doivent être présentées de manière claire, être facilement lisibles (avec une taille de police et un format d'affichage appropriés eu égard au type de support en ligne), et accessibles sans aucun obstacle significatif pour le consommateur.

4. DISPOSITIFS DE SIGNALEMENT ET DE RÉCLAMATION



FOURNIS PAR LES ENTREPRISES

- 4.1. Les marchés en ligne doivent offrir réparation en cas d'atteinte à l'intégrité physique d'un consommateur imputée à un produit vendu sur leur site.
- 4.2. Les marchés en ligne doivent instaurer un dispositif interne de traitement des réclamations et adhérer à des dispositifs externes consacrés aux modes alternatifs de règlement des conflits (MARC) ou au règlement en ligne des litiges (RLL) aux fins de résoudre les réclamations et les différends résultant de tout problème lié à la sécurité des produits vendus via leur plateforme.
- 4.3. Les marchés en ligne doivent rendre les dispositifs de signalement et de réclamation accessibles depuis la plateforme au moyen de laquelle la vente s'est faite. Les consommateurs doivent être en mesure d'y accéder facilement.
- 4.4. Les dispositifs internes de traitement des réclamations mis en place par les marchés en ligne doivent être gratuits pour les consommateurs, et les systèmes MARC et RLL doivent être disponibles gratuitement ou à un prix abordable ne limitant pas l'accès des consommateurs au service.
- 4.5. Les marchés en ligne doivent informer les consommateurs de tout système de signalement et de réclamation disponible, avant et après la vente.

FOURNIS OU MANDATÉS PAR LE GOUVERNEMENT OU PAR LE BIAIS D'UNE CORÉGULATION

- 4.6. Les gouvernements doivent instaurer des dispositifs de règlement des différends accessibles et efficaces, propres à résoudre les problèmes des consommateurs imputés à des produits dangereux, et veiller au traitement effectif de toute réclamation y afférente.
- 4.7. Les gouvernements doivent s'assurer que les programmes MARC et RLL sont disponibles gratuitement ou à un prix abordable ne limitant pas l'accès des consommateurs au service.

5. INFORMATION ET SENSIBILISATION DES CONSOMMATEURS



- 5.1.** Les entreprises et les gouvernements doivent assurer aux consommateurs un flux constant d'informations relatives à la sécurité des produits vendus sur les marchés en ligne.
- 5.2.** Les vendeurs, les marchés, les gouvernements et les associations de défense des consommateurs doivent encourager l'information et la sensibilisation des consommateurs à l'égard des menaces et des risques que peuvent présenter des produits, ainsi que sur l'importance de la sécurité y afférente, et une formation doit être proposée, tirant pleinement parti des outils numériques.
- 5.3.** Un indice de conformité relatif à la sécurité des produits doit être instauré par les gouvernements et les marchés en ligne, indiquant la capacité des vendeurs et des marchés à fournir des produits sûrs.

CRÉER UN PAYSAGE NUMÉRIQUE PLUS SÛR

Bien que la tâche soit complexe et difficile, il ne fait aucun doute que l'union de toutes les parties prenantes est la voie à suivre pour s'assurer que les droits des consommateurs durement acquis ne soient pas rendus caduques à l'approche d'une nouvelle ère caractérisée par un bouleversement des comportements des consommateurs et des pratiques commerciales. Consumers International et ses membres sont déterminés à susciter l'appui des agences gouvernementales et internationales pour l'adoption de mesures et de méthodes d'application cohérentes et efficaces, ainsi que l'adhésion des entreprises et des consommateurs.

À cette fin, nous appelons les innovateurs et les leaders impliqués dans ce domaine - technologues, chefs d'entreprise, décideurs, défenseurs des consommateurs et stratèges - à s'engager à nos côtés aux fins de collaborer à la création d'un meilleur paysage commercial, d'un environnement physique plus sain et d'un avenir plus sûr pour les consommateurs.

LECTURES COMPLÉMENTAIRES

1. VZBV et BEUC, « The challenge of protecting EU Consumers in Global Online Markets » (2018).
2. Yang Zhao, Stephan von Delft, AnnaMorgan-Thomas, Trevor Buck, « The evolution of platform business models: Exploring competitive battles in the world of platforms » (2020), <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0024630118306368>.
3. Martin Kenney et John Zysman, « The Rise of the Platform Economy » (2016), https://www.nbp.pl/badania/seminaria/25x2016_2.pdf.
4. Which?, « Online marketplaces and product safety » (novembre 2019), <https://www.which.co.uk/policy/consumers/5234/onlinemarketplaces>.
5. Euroconsumers, « Unsafe products on online marketplace » (2020), <https://www.euroconsumers.org/activities/unsafe-products-on-online-marketplaces>.
6. VZBV, « Safe products strengthen consumer confidence » (octobre 2020), <https://www.vzbv.de/en/policy-work/topics/product-safety>.
7. VZBV, « Responsibility and Liability of Transaction Platforms » (novembre 2020), https://www.vzbv.de/sites/default/files/downloads/2020/06/08/20-05-28_vzbv_position_paper_responsibility_online_platforms.pdf.
8. Service de recherche du Parlement européen, « Liability of online platforms » (février 2021), [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/656318/EPRS_STU\(2021\)656318_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/656318/EPRS_STU(2021)656318_EN.pdf).
9. OCDE, « An Introduction to Online Platforms and Their Role in the Digital Transformation » (2019), https://read.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/an-introduction-to-online-platformsand-their-role-in-the-digital-transformation_53e5f593-en#page1.
10. Carlo Reggiani, Andrea Mantovani, Leonardo Madio, « What are the social responsibilities of the dominant digital platforms? », Economics Observatory (2021), <https://www.economicsobservatory.com/what-are-the-social-responsibilities-of-the-dominant-digital-platforms>.
11. Giancarlo Frosio et Martin Husovec, « Accountability and Responsibility of Online Intermediaries », The Oxford Handbook of Online Intermediary Liability, Giancarlo Frosio (ed), Oxford University Press (2019).
12. BEUC, « Unsafe and illegal activities online » (novembre 2021), https://www.beuc.eu/publications/unsafe_and_illegal_activities_online.pdf.
13. OCDE, « Consumer product safety in the Internet of Things » (2018), <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/7c45fa66-en>.



**CONSUMERS
INTERNATIONAL**

TRAVAILLONS ENSEMBLE
POUR LE CHANGEMENT

Consumers International rassemble plus de 200 organisations membres réparties dans plus de 100 pays aux fins de renforcer et défendre les droits des consommateurs partout dans le monde. Nous représentons leurs voix dans les forums internationaux destinés à l'élaboration de politiques et sur le marché mondial afin de leur garantir un traitement sûr, équitable et honnête.

Consumers International est une organisation caritative (n° 1122155) et une société à but non lucratif à responsabilité limitée par garantie (n° 04337865) immatriculée en Angleterre et au Pays de Galles.

consumersinternational.org

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

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