



LES AFFAIRES ÉLECTRONIQUES ET LES QUESTIONS DE DROIT ET DE PROTECTION DES RENSEIGNEMENTS PERSONNELS

Quelles lois s'appliquent aux affaires électroniques?

De façon générale, toutes les lois qui s'appliquent au commerce traditionnel s'appliquent également aux affaires menées sur Internet. Les lois qui régissent notamment la constitution en personne morale, l'enregistrement de la dénomination commerciale, le régime fiscal, la protection du consommateur, la publicité, l'importation et l'exportation, la sécurité des produits, les normes applicables aux produits, la propriété intellectuelle et la responsabilité s'appliquent également aux affaires électroniques.

« Si vous faites des affaires dans différents territoires, vous devez observer les lois de tous les territoires où vous êtes réputés « exercer une activité commerciale ».

Source : *Affaires électroniques – Info-guide – Centre de services aux entreprises Canada-Ontario* (www.canadabusiness.ca).

Protection de la vie privée

Presque tous les sites Web recueillent des renseignements sur les utilisateurs. Cette information permet d'améliorer l'entreprise et de mieux combler les besoins des clients. Ceux-ci peuvent fournir des renseignements de leur plein gré, p. ex. leur nom, leurs coordonnées et des renseignements sur leur carte de crédit. Si vous adoptez et suivez une politique de confidentialité raisonnable, et si vous mettez au point des pratiques rigoureuses pour protéger les renseignements personnels, vous pouvez réduire le risque de poursuites en responsabilité et accroître la confiance de votre clientèle.

suite à la page 2...

À L'INTÉRIEUR

Quelles lois s'appliquent aux affaires électroniques?	1
Protection de la vie privée	1
La Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques	2
Que puis-je faire pour protéger les renseignements personnels?	2
Propriété intellectuelle	3
Droit d'auteur	3
Marques de commerce	4
Noms de domaine	6
Considérations juridiques : la vente en ligne	6
Lois et codes applicables	6
Protection des consommateurs	8
Passation de contrats en ligne	8
Vente en ligne dans d'autres territoires	10
Fiscalité	10
Publicité sur Internet	11
Loi anti-pourriel du Canada	11
Pratiques publicitaires saines sur Internet	12
Accords de développement d'hébergement et d'utilisation de site Web	12
Accord de développement de site Web	13
Accord d'hébergement de site Web ...	14
Modalités d'utilisation d'un site Web ...	14
Tendances à venir	15
Sujets connexes traités dans d'autres brochures	15

Exonération de responsabilité : La présente brochure est fournie à titre d'information seulement et ne constitue d'aucune façon un avis juridique, technique, commercial ou d'autre nature et son contenu ne doit pas être interprété en ce sens. Veuillez consulter un avocat ou un autre conseiller professionnel si vous désirez poser des questions sur les sujets traités dans la brochure. Le gouvernement de l'Ontario n'endosse aucun produit commercial, processus ou service auquel la présente brochure fait référence, ni aucun producteur ou fournisseur. Le gouvernement de l'Ontario ne formule aucune garantie implicite ou explicite, ni ne se porte garant de l'exactitude, de l'intégralité, de l'utilité ou de la communication en temps opportun de l'information contenue dans la présente brochure, y compris celle provenant d'autres serveurs auxquels renvoient les hyperliens. Toutes les adresses URL figurant dans la présente brochure renvoient à un site Web externe.



...suite de la page 1

Assurez-vous de bien comprendre vos obligations en matière de protection des renseignements personnels. La *Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques* (LPRPDE) définit ces obligations.

QU'EST-CE QU'UN TÉMOIN (« COOKIE »)?

Le témoin (ou « cookie ») est un message que le serveur Web envoie au navigateur. La fonction principale du témoin est de reconnaître les utilisateurs et de consigner des renseignements sur leur mode d'utilisation du site, ce qui permet en retour de l'améliorer afin de mieux servir les clients. Certains témoins (dits « volatils ») s'effacent quand on ferme le navigateur Web. Les témoins permanents sont stockés sur le disque dur de l'utilisateur jusqu'à leur expiration ou jusqu'à ce qu'il les efface. Si vous avez recours à des témoins pour votre site Web, vous devriez expliquer aux internautes comment et pourquoi vous utilisez ces renseignements.

La Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques

La LPRPDE s'applique aux entreprises, ce qui signifie que vous devez obtenir le consentement du client pour recueillir, utiliser ou divulguer des renseignements personnels. Si vous recueillez, utilisez ou divulguez des renseignements personnels dans le cadre de vos activités commerciales, cette loi du gouvernement du Canada s'applique à votre entreprise.

Plus précisément, la LPRPDE prévoit que les entreprises doivent obtenir le consentement des consommateurs pour pouvoir utiliser leurs renseignements personnels. Elle prévoit également que les entreprises donnent aux consommateurs l'accès aux renseignements personnels qui les concernent et aux renseignements portant sur le processus de recours. La LPRPDE vise l'équilibre entre le droit de la personne de maintenir la confidentialité des renseignements personnels et le besoin des organismes de recueillir, d'utiliser ou de divulguer les renseignements personnels à des fins commerciales légitimes.

LOI SUR LA PROTECTION DES RENSEIGNEMENTS PERSONNELS ET LES DOCUMENTS ÉLECTRONIQUES

En application de la LPRPDE, les renseignements personnels doivent être :

- Recueillis à des fins précises et avec le consentement du client.
- Utilisés et divulgués seulement aux fins prévues.
- Exacts.
- Accessibles à des fins de révision et de correction.
- Stockés de façon sûre.

Que puis-je faire pour protéger les renseignements personnels?

La liste suivante présente des moyens de protéger les renseignements personnels.

- Avez-vous une politique de confidentialité? Cette politique devrait indiquer comment l'information est recueillie et utilisée, ainsi que les procédures de sécurité utilisées pour protéger les renseignements contre la perte, le vol ou la falsification. Vous devriez afficher cette politique sur votre site Web.

- Les ordinateurs de votre entreprise sont-ils dotés de mots de passe pour les protéger contre tout accès non autorisé?
- Avez-vous recours à des coupe-feu régulièrement mis à jour pour prévenir l'accès non autorisé à l'ordinateur et au serveur?
- Protégez-vous adéquatement vos ordinateurs portables ou de bureau contre le vol?
- Avez-vous clairement expliqué vos politiques et procédures concernant le respect de la sécurité et de la confidentialité sur votre site Web et dans vos autres documents de communication?
- Restreignez-vous l'accès aux renseignements personnels au personnel autorisé?
- Recueillez-vous et stockez-vous seulement les renseignements personnels dont vous avez besoin?
- Avez-vous stocké les renseignements personnels dans un environnement sûr? Évitez autant que possible de stocker des renseignements concernant les cartes de crédit dans vos systèmes. Prenez note que plus l'information est confidentielle, plus les mesures de sécurité doivent être rigoureuses. Si vous consignez des renseignements sur vos clients dans vos systèmes informatiques, assurez-vous d'empêcher les employés et les pirates d'y avoir accès.
- Si vous envoyez des messages électroniques ou des annonces de masse, avez-vous recours à une méthode d'adhésion afin de vous assurer que vous avez l'autorisation de communiquer avec les destinataires?
- Si vous vendez des produits en ligne, avez-vous envisagé de recourir à un sceau de garantie? L'icône du sceau de garantie s'affiche sur le site Web et peut accroître la confiance du consommateur. Voici trois exemples de programmes de sceau de garantie : TRUSTe, BBBOnline et WebTrust.
- Si vous vendez en ligne, avez-vous recours à un serveur sécurisé et au protocole SSL (Secure Sockets Layer)? La technologie SSL assure le cryptage de tous les renseignements confidentiels au cours du processus de transmission et d'autorisation des opérations.
- Si vous vendez en ligne, disposez-vous des fonctions de sécurité appropriées pour le stockage des renseignements liés aux opérations? Si vous acceptez les cartes de crédit, vous devrez observer les normes de sécurité de l'industrie des cartes de paiement. Cette industrie a adopté des règles de sécurité strictes pour que les entreprises qui offrent des services de paiement en ligne protègent les données des cartes de crédit de leurs clients. On peut aussi recourir au protocole SET (Secure Electronic Transaction) mis au point par Visa et MasterCard. Grâce à cette méthode, le personnel ne voit pas les renseignements confidentiels, lesquels ne sont pas stockés sur le site Web de l'entreprise.
- Votre accord d'hébergement Web définit-il vos droits quant aux données de l'utilisateur recueillies par le service d'hébergement? L'accord devrait vous accorder la propriété exclusive de ces données et comprendre une disposition sur la non-divulgaration.

Propriété intellectuelle

La propriété intellectuelle (PI) est un domaine du droit qui protège les concepts. En ce qui a trait à Internet, on fait en général référence à quatre types de propriété intellectuelle : le droit d'auteur, les marques de commerce, les noms de domaine et les brevets. La présente brochure traite des trois premiers.

OÙ PEUT-ON ENREGISTRER LE DROIT D'AUTEUR, LES MARQUES DE COMMERCE ET LES BREVETS AUPRÈS DU GOUVERNEMENT DU CANADA?

- Office de la propriété intellectuelle du Canada : www.cipo.ic.gc.ca

Droit d'auteur

Le droit d'auteur est le droit de reproduction et s'applique aux images et aux documents écrits affichés sur votre site Web. Il peut également s'appliquer aux codes informatiques utilisés dans la création des programmes informatiques.

Au Canada, on confère automatiquement une protection en vertu du droit d'auteur aux personnes qui créent des originaux.

La nouvelle *Loi sur la modernisation du droit d'auteur* entrée en vigueur en novembre 2012 modifie les lois du Canada en matière de droit d'auteur pour les adapter à l'économie numérique. La nouvelle loi contient des dispositions plus strictes sur la protection des droits des créateurs et légalise certaines activités courantes des utilisateurs. Il faut comprendre, toutefois, que bon nombre des nouvelles dispositions visant les utilisateurs s'appliquent aux fins non commerciales. Voici certaines des dispositions clés de la Loi :

- Les utilisateurs ont plus de liberté pour intégrer du contenu assujéti à un droit d'auteur à leurs propres œuvres, pourvu que ce ne soit pas à une fin de gain commercial et que cela ne touche pas la réputation de l'artiste ni son marché.
- Les utilisateurs peuvent intégrer du contenu assujéti à un droit d'auteur à leurs propres produits et activités s'il se rapporte aux domaines de l'éducation, de la satire ou de la parodie.
- Les utilisateurs peuvent faire une copie de sauvegarde du contenu, pourvu qu'elle ne soit pas protégée par un verrou numérique et qu'elle ne fasse pas partie d'un service sur demande.
- Les utilisateurs ne doivent pas briser de verrous numériques (les mesures technologiques que les titulaires de droits d'auteur ont mises en œuvre pour empêcher les utilisateurs de copier le contenu).

Il est interdit aux fournisseurs de services d'offrir des services en ligne qui contribuent à la violation des lois sur les droits d'auteur.

Sources : www.balancedcopyright.gc.ca/eic/site/crp-prda.nsf/fra/accueil, www.thestar.com/business/2012/11/10/what_the_new_copyright_law_means_for_you_geist.html

Considérations sur la propriété intellectuelle – le droit d'auteur

La liste qui suit indique certaines mesures que vous pouvez prendre pour protéger le droit d'auteur sur Internet et minimiser le risque de violer les droits d'autres personnes :

- Avez-vous le droit d'utiliser ou de reproduire tous les documents (textes et images) que vous utilisez sur votre site Web? Vous devez prendre conscience que la plupart des documents disponibles sur Internet sont protégés par le droit d'auteur, y compris les messages électroniques et les documents téléchargés.

- Avez-vous obtenu l'autorisation d'utiliser du matériel, quel qu'il soit, protégé par le droit d'auteur (y compris les renseignements trouvés sur le Web)?
- Est-ce que vos accords liés à Internet (p. ex., les accords conclus avec des services d'hébergement Web ou des développeurs Web, les accords d'utilisation de sites) déterminent de façon précise l'usage permis et l'usage interdit du contenu du site Web? Comprennent-ils les procédures de réponse aux plaintes liées aux infractions au droit d'auteur et à d'autres manquements?
- Avez-vous vérifié si votre développeur Web a un droit d'auteur sur certains documents (données et images)? Si vous souhaitez posséder le droit d'auteur sur les éléments contenus dans votre site Web, vous devrez obtenir un accord écrit selon lequel ce droit vous est transféré.
- Si vous êtes le titulaire du droit d'auteur, avez-vous fait enregistrer ce droit?
- Si vous êtes le titulaire du droit d'auteur, avez-vous intégré à votre matériel l'avis sur le droit d'auteur?

Marques de commerce

Les marques de commerce sont des noms ou des marques associés aux produits et services. Bien que les droits afférents à une marque de commerce s'acquiert par l'usage, le fait d'enregistrer votre marque de commerce auprès de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada (www.cipo.gc.ca) renforce vos droits. En général, une marque de commerce consiste en un nom, un mot, une expression, un logo, un symbole, un concept graphique, une image ou une combinaison de ces éléments. Gardez à l'esprit qu'un site Web peut enfreindre les droits afférents à une marque de commerce. La similarité des marques et celle des produits et services constituent des facteurs importants dans l'évaluation du risque de contrefaçon d'une marque de commerce. Si votre entreprise ou votre produit a un nom unique, vous devriez vous renseigner auprès d'un avocat d'expérience spécialisé en marques de commerce. L'utilisation de marques de commerce sur Internet peut être légale dans le territoire de compétence du titulaire du site Web, mais constituer une infraction dans d'autres territoires. Les tribunaux canadiens ont eu tendance à appliquer le droit local aux titulaires étrangers de sites Web seulement dans les cas où l'on utilisait les sites Web détenus à l'étranger pour communiquer avec des résidents canadiens et pour mener des activités commerciales auprès d'eux.

CONTREFAÇON DE MARQUE DE COMMERCE – AU-DELÀ DU CONTENU DU SITE WEB

Pour déterminer si votre site Web est exposé à une contrefaçon de marque de commerce, il faut considérer plus que son contenu. Par exemple, les métabalises et les liens qui pointent vers d'autres sites peuvent constituer une contrefaçon.

Les **métabalises** renseignent sur le contenu de votre site Web. Elles sont constituées de codes (invisibles pour l'utilisateur) qui cernent et décrivent le contenu du site. L'inclusion des marques de commerce d'une autre entreprise dans une métabalise constitue une contrefaçon de marque de commerce.

Soyez attentifs à l'utilisation des **liens** dans votre site Web. Par exemple, l'utilisation du logo, de la marque de commerce ou du texte descriptif de l'entreprise vers laquelle le lien pointe pourrait constituer une contrefaçon de marque de commerce.

Voici certaines mesures que l'on peut appliquer pour protéger les marques de commerce sur Internet.

- Avez-vous effectué des recherches sur Internet en ce qui a trait à la marque de commerce que vous souhaitez utiliser? Il est sage de faire cette recherche avant d'enregistrer et d'utiliser des noms de domaine.

- Avez-vous envisagé d'utiliser et d'enregistrer votre nom de domaine en tant que marque de commerce? De cette façon, vous pourrez mieux faire valoir votre position concernant les droits afférents à une marque de commerce si quelqu'un conteste votre utilisation d'une marque particulière. Il est préférable d'enregistrer le nom dans le plus grand nombre possible de domaines courants (p. ex., .com, .ca, .org, .net).
- Avez-vous déclaré le droit afférent à votre marque de commerce directement sur vos sites Web? Avez-vous déclaré vos droits afférents à votre marque de commerce dans les accords d'utilisation de sites Web? Toute marque de commerce devrait être assortie d'une désignation (p. ex. MC, ou marque de commerce déposée).
- Si vous utilisez la marque de commerce d'une autre entreprise ou d'une autre personne, avez-vous obtenu son autorisation au moyen d'une licence d'utilisation de marque? Dans le même ordre d'idées, vous ne devriez pas permettre à d'autres personnes d'utiliser votre marque de commerce sans une licence d'utilisation de marque.
- Avez-vous enregistré vos noms de domaine auprès des registraires locaux? Cela réduit le risque d'infractions liées aux marques de commerce étrangères.
- Effectuez-vous (vous-même ou votre fournisseur de services) régulièrement des recherches sur Internet ayant trait à l'utilisation non autorisée de votre nom de domaine?



Noms de domaine

Les noms de domaine sont les adresses des sites sur Internet. Ils peuvent inclure des marques de commerce clés et peuvent constituer des atouts précieux pour faire connaître votre entreprise ou vos produits. L'enregistrement et l'utilisation des noms de domaine de sites Web sont soumis aux lois sur les marques de commerce. Vous pouvez enregistrer votre nom de domaine en tant que marque de commerce. Consultez un avocat si vous croyez que vous enfreignez peut-être les droits afférents à la marque de commerce d'une autre entreprise. Votre nom de domaine ne doit pas inclure le nom d'une autre entreprise ou d'un autre produit.

Il faut choisir avec soin les noms de domaine afin de ne pas enfreindre les droits liés à la marque de commerce d'une autre entreprise. Vous pouvez laisser à un fournisseur de services d'hébergement Web le soin de

choisir et d'enregistrer votre nom de domaine. Si vous décidez d'enregistrer un nom de domaine « .ca », vous devez procéder par l'intermédiaire d'un registraire accrédité. Vous pouvez visiter un site d'inscription de domaines afin de vérifier si les noms de domaine que vous avez choisis sont toujours disponibles et pour les enregistrer. Voici des exemples de registraires où vous pouvez inscrire un nom de domaine « .ca » :

- Autorité canadienne pour les enregistrements Internet – www.cira.ca/home-fr
- Internic.ca – www.InterNIC.ca
- ICANN – www.icann.org

Vous pouvez acheter plus d'un nom de domaine afin de protéger votre marque et d'encourager un plus grand nombre d'internautes à visiter votre site Web (p. ex. vous pourriez recourir à deux noms de domaine – l'un se terminant par .ca, et l'autre, par .com).

Considérations juridiques : la vente en ligne

Lois et codes applicables

La *Loi sur le commerce électronique* et la *Loi sur la protection du consommateur* (Ontario) régissent notamment la vente en ligne. De plus, le *Code canadien de pratiques pour la protection des consommateurs dans le commerce électronique* définit les pratiques commerciales saines pour les entreprises qui mènent des activités commerciales électroniques auprès des consommateurs. Le tableau suivant décrit brièvement chacune de ces pratiques.

Lois et codes applicables – Vente électronique

Où se trouve-t-elle?	De quoi est-il question?
Loi sur le commerce électronique (Ontario) consultable en ligne à : www.lois-en-ligne.gouv.on.ca	Cette loi établit les règles concernant les questions telles que : <ul style="list-style-type: none"> • Les opérations commerciales menées au moyen d'Internet, du téléphone et du télécopieur. • Les opérations bancaires et les systèmes de paiement électronique. • Le commerce de biens et services numérisés. • Les systèmes d'achat et de réapprovisionnement électroniques. • L'échange de données entre entreprises. • La livraison de produits ou de services achetés (traitement d'une commande). • Le service à la clientèle.

suite à la page suivante



Où se trouve-t-elle?	De quoi est-il question?
<p>Loi sur la protection du consommateur (Ontario) On trouve un résumé des droits des consommateurs (applicables aux services en ligne) en ligne à : www.sse.gov.on.ca/mcs/documents/275072.pdf</p> <p>On peut consulter la Loi sur la protection du consommateur (Ontario) en ligne à : www.lois-en-ligne.gouv.on.ca</p>	<p>La Loi définit les droits des consommateurs et les obligations des fournisseurs. En application de cette loi, une des obligations clés des fournisseurs a trait à la transmission de renseignements exacts et clairs sur les produits et services. On précise dans la Loi que les consommateurs ont :</p> <ul style="list-style-type: none"> • le droit de refuser de payer des marchandises ou des services qu'ils n'ont pas demandés (facturation par défaut); • le droit à la même protection lorsqu'ils achètent ou louent des services que lorsqu'ils achètent ou louent des marchandises; • le droit de recevoir les marchandises ou les services dans les 30 jours suivant la date promise à la convention ou d'obtenir un remboursement; • le droit de résilier une convention dans l'année qui suit pour motif de pratiques d'affaires déloyales; • le droit de recevoir un contrat écrit pour l'achat de marchandises ou de services d'une valeur de plus de 50 \$ qui seront livrés ou payés plus tard; • le droit de résilier les conventions d'adhésion à un centre de culture physique ou à un club de danse ainsi que la plupart des ventes « porte-à-porte » d'une valeur de plus de 50 \$ dans les 10 jours suivant la signature de la convention; • le droit à une divulgation pleine et entière dans les conventions du coût de la location à long terme et des intérêts portés sur les achats; • le droit à la même protection pour une convention conclue en ligne que pour tout autre type de convention; • le droit à ce que le coût final de rénovations domiciliaires ou de services de déménagement ne dépasse pas le prix estimatif original convenu de plus de 10 pour cent; • le droit de résilier les conventions de multipropriété et de club de vacances, pour quelque raison que ce soit, dans les 10 jours suivant la réception d'une copie écrite de la convention.
<p>On peut consulter le Code canadien de pratiques pour la protection des consommateurs dans le commerce électronique sur le site Web d'Industrie Canada à l'adresse suivante : www.ic.gc.ca</p>	<p>Le ministre fédéral et les ministres des provinces et des territoires responsables des affaires liées à la protection du consommateur ont adopté le <i>Code canadien de pratiques pour la protection des consommateurs dans le commerce électronique</i> en janvier 2004. Le Code vise à établir les critères de référence des pratiques commerciales saines pour les commerçants qui mènent des activités commerciales en ligne auprès de leurs clients. Il comprend des renseignements sur les aspects suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fourniture d'information. • Langue de communication. • Conclusion et exécution des contrats. • Protection des renseignements personnels en ligne. • Sécurité des paiements et des renseignements personnels. • Traitement des plaintes et règlement des différends. • Courriel non sollicité. • Communications destinées aux enfants.

Protection des consommateurs

Les lois sur la protection des consommateurs s'appliquent aux affaires électroniques et aux formes de commerce plus traditionnelles. La plupart des territoires de compétence disposent de lois pour protéger les consommateurs contre des pratiques commerciales douteuses. Vous devez connaître les règles si vous vendez vos produits et services ailleurs. Si votre entreprise est basée en Ontario, vous devez également savoir que la *Loi sur la protection du consommateur* s'applique à tout accord conclu en ligne avec un consommateur, que ce dernier se trouve en Ontario ou ailleurs.

En règle générale, afin de respecter les exigences juridiques en matière de protection des consommateurs en ce qui a trait au commerce électronique, vous devez fournir des renseignements exacts sur les conditions et les coûts liés à l'opération, dans le but d'aider les consommateurs à prendre une décision éclairée concernant l'achat d'un produit ou service.

Le fournisseur qui fait des affaires électroniques devrait afficher sur son site Web des renseignements concernant ce qui suit :

- Le plein prix du produit ou service, la monnaie, tous les frais d'expédition, les taxes, les droits de douane et tous les autres frais.
- Des renseignements exacts et clairs sur les produits et services.
- Les clauses contractuelles.
- Les modes de paiement.
- Les conditions de livraison, notamment les délais, le coût et la méthode.
- Toute limite géographique ou temporelle à la vente de produits et services.
- Les conditions de vente.
- Les détails et conditions concernant le retrait, la résiliation du contrat, le retour et l'échange des marchandises, l'annulation de la commande et les remboursements.
- En ce qui a trait aux produits, toutes les garanties, y compris les limites et les conditions.
- En ce qui a trait aux services, toutes les normes matérielles, les barèmes et les frais, ou toute autre clause, y compris les limites et conditions.

PROTECTION DES CONSOMMATEURS ET PROCESSUS DE COMMANDE EN LIGNE

Afin de se conformer aux lois canadiennes sur la protection des consommateurs sur Internet, les entreprises de commerce électronique de détail devraient recourir à un processus de commande étiqué au moyen duquel le client clique : a) dans un écran de vérification qui lui permet de corriger les erreurs qu'il a pu commettre durant le processus de commande; b) dans un écran qui comporte tous les renseignements prescrits concernant l'opération proposée et la possibilité de télécharger et d'imprimer les renseignements avant de procéder à l'étape finale de la transaction.

Source : http://www.blg.com/en/NewsAndPublications/Documents/publication49_EN.pdf

Passation de contrats en ligne

En règle générale, il faut respecter pour les contrats en ligne les principes applicables à tout autre type de marché. Il est à noter que les règles et les exigences à cet égard varient d'un territoire à l'autre. Vous devez tenir compte des règles de passation des contrats en ligne qui sont en vigueur dans la province ou le pays où vous vendez vos produits et services.

Éléments de passation de contrats

Les contrats sont simplement des ententes conclues entre des parties. Ils créent des obligations applicables en vertu de la loi. Pour pouvoir créer un contrat exécutoire en Ontario, il faut d'abord réunir les trois éléments principaux suivants :

1. Il faut présenter de façon claire, avec exactitude, les conditions et les modalités du marché proposé (l'offre).
2. La personne qui accepte l'offre doit transmettre sans équivoque possible son acceptation à l'autre partie.
3. La passation du contrat doit se faire moyennant rétribution (monétaire ou autre).

Source : Percival, *Creating Enforceable Contracts on the Net*, www.itlaw.com/e-commerce_law_update.htm

Contrats par affichage sur le site Web et par clic

On parle de contrat « par affichage sur le site Web » quand un internaute est redirigé au moyen d'un hyperlien vers une page Web séparée qui contient le contrat, et où l'on ne demande pas à l'internaute de cliquer sur une icône pour indiquer son accord avec les conditions.

Quant au contrat « par clic », l'utilisateur a recours à un processus étagé d'étapes cliquables qui constituent le contrat. Quand l'internaute clique sur une fenêtre dans un écran, un signe s'affiche pour indiquer l'acceptation des conditions. Pour refuser l'offre, l'utilisateur clique sur « annuler » ou ferme la fenêtre. Si vous avez déjà installé un nouveau logiciel, vous avez sans doute eu recours à ce type de contrat « par clic ».

On a émis certaines réserves sur le caractère exécutoire des contrats « par affichage sur le site Web » parce qu'il n'est pas toujours évident que l'utilisateur a bel et bien accepté les conditions.

Dans une cause récente aux États-Unis, le tribunal a statué que le consommateur n'était pas lié par une clause d'arbitrage obligatoire dans un contrat « par affichage sur le site Web ». Cette clause d'arbitrage n'a pas été confirmée et la personne a pu tenter une poursuite.

Source : <http://podcasts.mcgill.ca/tags/mini-law/intellectual-property>

Gestion des risques liés à la passation de contrats en ligne

Quand il s'agit d'un contrat électronique, il est plus difficile pour l'internaute de démontrer qu'il en accepte les conditions. Il est également plus difficile d'établir l'identité de la personne qui participe au processus contractuel.

Voici une liste ayant trait à la gestion des risques liés à la passation de contrats en ligne :

- Énonce-t-on, dans l'offre, les circonstances, le cas échéant, qui peuvent mener à la résiliation de l'offre?
- Le bon de commande comprend-il un énoncé des conditions?
- Avez-vous pris toutes les mesures raisonnables pour vous assurer que le client accepte les conditions du marché de son plein gré et en pleine connaissance de cause? Vous devez mettre à la disposition des consommateurs un moyen explicite de corriger une erreur ou d'annuler la commande avant son acceptation et son traitement.
- S'il vous est impossible de remplir la commande dans les délais prescrits, en informez-vous votre client sans tarder?
- Avez-vous envisagé de recourir à la technologie appropriée pour réduire le risque de fraude (mots de passe, numéros d'identification personnels, signatures électroniques authentiques et sécurisées, etc.)?
- Si le contrat porte sur la fourniture à long terme de biens et services, informez-vous sans tarder vos clients des changements qui ont pu se produire? Offrez-vous à vos clients la possibilité de refuser toute fourniture supplémentaire de biens et de services?
- Conservez-vous les dossiers électroniques adéquats relativement au processus de passation de contrat?



Vente en ligne dans d'autres territoires

Les lois de tout territoire où vous souhaitez vendre vos produits et services s'appliqueront potentiellement à votre entreprise. Les règles d'établissement des contrats peuvent différer d'un territoire à l'autre, et il peut exister certaines règles particulières concernant les contrats en ligne. Il est important de tenir compte de ces exigences au moment de décider où faire des affaires en ligne, et avec qui. Voici quelques considérations relatives à la compétence territoriale à prendre en compte lorsque vous voulez vendre en ligne :

- Avez-vous défini sur votre site Web la région géographique qui constitue votre territoire de vente?
- Connaissez-vous les lois dans le territoire où vous souhaitez vendre vos produits et services? Par exemple, dans certaines régions, quand on utilise une carte de crédit, l'acheteur peut résilier l'entente parce que la carte de crédit n'est pas physiquement présente au moment de la vente. Il peut en résulter davantage de rejets de débit. Il y a rejet de débit quand un client demande à la société émettrice de la carte de crédit d'annuler le montant facturé.

- Devez-vous obtenir un permis d'exportation? Les règles d'exportation s'appliquent de la même façon quand le marché a lieu sur Internet. S'il vous faut un permis d'exportation pour vendre vos produits à l'étranger, vous en aurez également besoin pour vendre vos produits et services dans d'autres pays par l'intermédiaire d'Internet.
- Connaissez-vous les règles d'établissement des contrats en ligne dans les territoires de compétence où vous souhaitez vendre vos produits et services?
- Avez-vous obtenu des conseils appropriés en matière de comptabilité, de fiscalité et de droit?

OÙ PEUT-ON SE RENSEIGNER SUR DES QUESTIONS TOUCHANT L'EXPORTATION?

Consultez le site Web du gouvernement du Canada sur l'exportation pour en savoir plus à ce sujet : www.entreprisescanada.ca/fra/page/2839.

La Direction des contrôles à l'exportation de Commerce international Canada (CICan) administre l'émission de permis d'exportation. Consultez le site Web à : www.international.gc.ca/controls-controles/index.aspx?lang=fr.



Fiscalité

Vous devez connaître les taxes applicables aux différents produits et services que vous voulez vendre. En général, les règles fiscales existantes s'appliquent également dans l'environnement électronique. Obtenez des conseils fiscaux ayant trait aux taxes qui s'appliquent à la vente de vos différents produits et services, pour vous assurer que vous respectez vos obligations juridiques.

OÙ PEUT-ON SE RENSEIGNER SUR LES QUESTIONS FISCALES?

Pour toute question à cet égard, consultez l'Agence du revenu du Canada, à www.cra-arc.gc.ca/tx/bsnss/tpcs/cmm/menu-fra.html ou Le ministère des finances de l'Ontario à www.fin.gov.on.ca/fr.

Publicité sur Internet

Au Canada, certaines dispositions du *Code criminel* et de la *Loi sur la concurrence*, en plus des lois et règlements provinciaux sur les pratiques commerciales et la protection des consommateurs, régissent la publicité. Ces lois s'appliquent également à la publicité sur Internet. Si vous faites de la publicité sur votre site Web, vous devriez indiquer clairement aux clients, dans votre déclaration sur la protection de la vie privée, lesquels parmi leurs renseignements vous avez l'intention de communiquer à des agences de publicité.

En général, ces lois exigent que la publicité soit sincère, honnête, juste et exacte. Selon la *Loi sur la concurrence*, le fait de participer à certaines formes de publicité mensongère et à des pratiques commerciales trompeuses constitue une infraction criminelle. Les gens de tous les pays peuvent avoir accès à la publicité sur Internet. Par conséquent, vos annonces doivent respecter les lois d'autres pays. Vous devriez demander des conseils juridiques concernant le respect des lois étrangères.

VOTRE ENTREPRISE ENVOIE-T-ELLE DES COURRIELS DE MASSE (À DES FINS DE PUBLICITÉ COMMERCIALE) VERS LES ÉTATS-UNIS?

La loi américaine concernant les pourriels (*United States Federal Trade Commission Can Spam Act*) régit les courriels de masse non sollicités comme une forme de publicité commerciale. Il est essentiel de définir clairement, comme telles, toutes les annonces commerciales, dans le texte du message ou dans la mention de l'objet. La ligne de mention de l'objet ne doit pas contenir de renseignements trompeurs ou tendancieux. Assurez-vous de connaître les particularités de cette loi si vous envoyez des courriels de masse (à des fins de publicité commerciale) aux États-Unis.

Source : *Federal Trade Commission*

Loi anti-pourriel du Canada

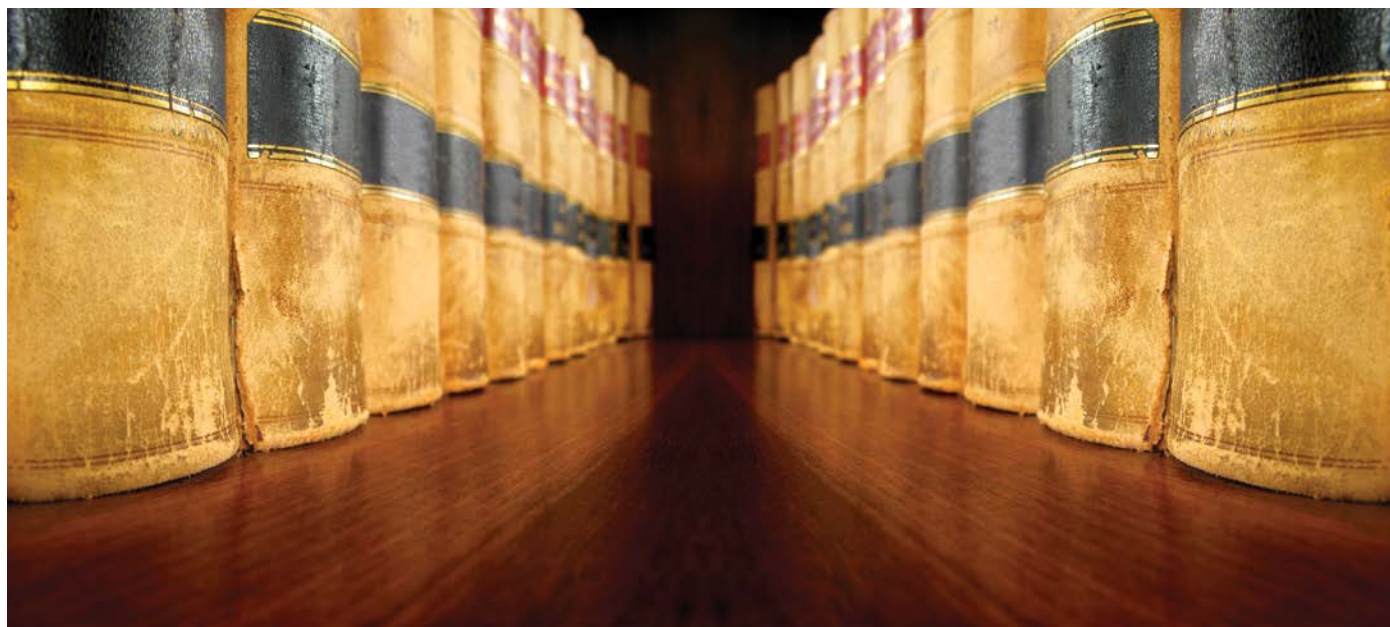
La nouvelle loi anti-pourriel du Canada a été adoptée en décembre 2010 et devrait entrer en vigueur bientôt. Cette nouvelle loi régit toutes les communications commerciales électroniques et autorise des enquêtes sur les violations alléguées de la loi.

La législation prévoit notamment ce qui suit :

- L'entreprise doit obtenir le consentement du client avant de lui envoyer des messages électroniques. Cela s'applique à son courriel, à ses comptes de médias sociaux et à son téléphone cellulaire.
- Dans le message, l'expéditeur doit s'identifier ou identifier l'agence au nom de laquelle il envoie le message.
- Tous les messages envoyés aux destinataires doivent comporter une fonction de désabonnement ayant un effet immédiat.
- La fausse représentation et les assertions trompeuses sont interdites dans les promotions en ligne concernant les produits ou les services.
- La collecte d'adresses électroniques au moyen de programmes informatiques est interdite.

Une période de transition qui sera fixée lorsque la loi entrera en vigueur permettra aux entreprises de rajuster leurs pratiques. Par exemple, les entreprises pourront fonctionner pendant trois ans en vertu des règles antérieures sur le consentement en ce qui concerne leurs listes de clients actuelles.

Sources : www.fightspam.gc.ca, www.michaelgeist.ca, www.nnovation.com/practice-expertise/canadas-anti-spam-legislation



Pratiques publicitaires saines sur Internet

Afin de vous aider à respecter les lois et règlements existants, envisagez certaines pratiques employées sur Internet :

- Examinez vos publicités en ligne du point de vue du consommateur moyen. Lui offrez-vous suffisamment de renseignements pour qu'il puisse prendre une décision éclairée? Les renseignements sont-ils clairs? Sont-ils faciles à trouver?
- Si vous avez recours à la divulgation d'information, assurez-vous que le contenu des communications est clair et qu'on peut les trouver facilement (il peut s'avérer nécessaire de recourir à ces renseignements pour empêcher une publicité d'induire le client en erreur et pour s'assurer qu'il est suffisamment renseigné – p. ex. quant aux conditions contractuelles). Vous devriez aussi afficher ces renseignements avant l'achat.
- Si vous avez recours à une clause de dénégalion de responsabilité, assurez-vous qu'elle est claire et facile à trouver.

- Identifiez clairement l'entreprise associée au produit ou au service qui fait l'objet de l'annonce. Les annonces ne devraient pas induire les consommateurs en erreur quant au type d'organisation ou à l'objectif des assertions. Le lieu de provenance de l'annonceur doit être clair.

Accords de développement d'hébergement et d'utilisation de site Web

Voici les trois principaux aspects à considérer au moment de signer des accords avec les développeurs de sites Web et les fournisseurs de services d'hébergement Web :

- Est-ce que votre accord de développement de site Web prévoit que vous êtes propriétaire du contenu de votre site Web et du logiciel sous-jacent?
- Est-ce que votre accord d'hébergement de site Web vous confère des droits adéquats et des recours par rapport au rendement de votre site Web?
- Est-ce que votre accord d'utilisation de site Web protège adéquatement vos intérêts, et a-t-on procédé efficacement à son exécution?

Accord de développement de site Web

Un accord écrit clair entre le développeur de site Web et votre entreprise peut vous aider à éviter les malentendus et les conflits. En général, des accords efficaces comprennent les éléments ci-dessous :

- L'énoncé clair, dans les spécifications liées à la conception et au développement du site Web, de ce qui suit : a) le mode de conception, le contenu et les fonctions du site Web; b) l'échéancier de développement; c) les résultats attendus.
 - L'identité des membres de l'équipe du développeur, y compris le gestionnaire de projet et les autres membres du personnel, et l'assurance que ces personnes seront disponibles au besoin pour que le projet puisse être fonctionnel au moment prévu. L'accord devrait comprendre une clause stipulant que votre autorisation est nécessaire en ce qui a trait au changement de personnel, et prévoir en plus que le développeur fournisse une solution de rechange si l'équipe de projet n'est pas disponible comme prévu. L'accord devrait également indiquer si le développeur a l'autorisation d'engager des sous-traitants.
 - Un échéancier précis concernant chaque phase du projet et comportant les étapes décisives et les résultats prévus.
 - Les coûts totaux du projet et une ventilation des coûts pour chaque phase du projet, ainsi que les sommes payables au terme de chaque étape décisive.
 - Le nom de la personne qui se charge du contenu du site Web. Dans cet accord, il doit être stipulé que si le développeur a recours à des éléments de contenu provenant de tiers, il doit également obtenir les permis et les renonciations pour que vous puissiez utiliser ce contenu sur votre propre site Web. Vous devriez disposer du contrôle complet sur le contenu de votre site Web.
 - Les procédures à suivre concernant la mise à l'essai de votre site et son acceptation, et l'obligation du développeur d'effectuer les corrections qui s'imposent.
- Les responsabilités du développeur : corriger les défauts du site Web découverts au cours d'un laps de temps défini, après son acceptation; les obligations ayant trait au déploiement du site Web sur le serveur hôte; les obligations du développeur concernant le soutien technique et les mises à jour ultérieures du site Web.
 - Tous les services supplémentaires (p. ex. la formation, les mises à niveau et les ajouts de contenu au site Web) que le développeur doit fournir, et les coûts de ces services.
 - Les droits de propriété et les droits d'utilisation clairement définis, dans le site Web et ses composantes.
 - Le développeur peut exiger que l'accord comporte des avis de non-responsabilité, des exclusions et des restrictions qui limitent sa responsabilité pour ce qui est de dédommager le titulaire du site Web en cas de dommages et de pertes résultant du non-respect de l'accord par le développeur.
 - Les droits particuliers relatifs à la résiliation et aux recours, et les conséquences liées à la résiliation.
 - De quelle façon, le cas échéant, le développeur peut utiliser le site Web comme outil de promotion, et si l'on compte indiquer sur le site Web le rôle du développeur dans la mise sur pied de ce site.
 - Toutes les restrictions relatives à la capacité du développeur de créer des sites Web pour les concurrents du titulaire de site Web.
 - Les dispositions exigeant du développeur, de son personnel et de ses sous-traitants un engagement de confidentialité concernant tous les renseignements obtenus ayant trait au site Web, aux activités commerciales du propriétaire du site et à ses clients. On devrait exiger dans l'accord qu'à la fin du projet, le développeur rende au titulaire du site Web tous les documents de projet et les données recueillies auprès de celui-ci au cours du projet.

Source : http://www.blg.com/en/NewsAndPublications/Documents/publication49_EN.pdf

Accord d'hébergement de site Web

Si vous vous apprêtez à conclure un marché d'hébergement d'un site Web, votre accord formel devrait comporter certains des éléments ci-dessous.

- **Niveau de service** : Que prévoit-on dans l'accord en ce qui a trait au temps de disponibilité? Le temps de disponibilité représente la période durant laquelle votre site est opérationnel et accessible par Internet. Quelles garanties fournit-on en ce qui a trait au temps de réaction, en cas de problème?
- **Entretien et soutien technique** : Indique-t-on clairement dans l'accord les niveaux et le type d'entretien ainsi que les services de soutien technique au client? Précise-t-on dans l'entente la fréquence à laquelle le site Web fera l'objet d'une sauvegarde?
- **Demandes d'information de l'utilisateur** : Si l'accord comprend des services de soutien à l'utilisateur, y indique-t-on comment le serveur hôte répondra aux demandes, et dans quels délais?
- **Statistiques sur le site Web** : L'accord prévoit-il des exigences visant à maintenir et à fournir des journaux de serveur (contenant les renseignements sur la fréquentation du site et sur les utilisateurs, et d'autres statistiques nécessaires) sur une base régulière?
- **Confidentialité des données** : Précise-t-on, dans l'accord, qui possède les droits relatifs aux données liées aux utilisateurs? Votre entreprise devrait conserver la propriété exclusive de ces renseignements.
- **Logiciels, matériel informatique, capacité** : L'accord comprend-il des détails sur les exigences relatives au matériel informatique et aux logiciels ayant trait au site Web? A-t-on déterminé les exigences minimales relatives à la largeur de bande?
- **Résiliation du contrat de service** : Précise-t-on dans l'entente les conditions de résiliation du contrat de service? Les obligations du serveur hôte en cas de résiliation (p. ex. la remise des renseignements sur les utilisateurs).



Modalités d'utilisation d'un site Web

Dans les modalités d'utilisation du site, on précise les conditions que doivent respecter les personnes qui utilisent votre site Web. Si vous avez un site Web, il est important d'y afficher les modalités d'utilisation. Un accord sur les modalités d'utilisation peut vous protéger, surtout si vous y vendez des produits et services, si vous offrez des conseils ou si vous proposez des tribunes de discussion ou de communication. Les éléments sur lesquels portera votre accord relatif aux modalités d'utilisation dépendront de la nature de vos activités. Veuillez consulter les conditions des autres sites Web pour obtenir des variantes. Vous devriez demander les conseils d'un avocat afin de préparer votre accord sur les modalités d'utilisation, qui protégera votre entreprise en ce qui a trait à l'utilisation non autorisée de votre matériel, à son usage abusif ou au vol.

Tendances à venir

Bientôt, les organisations seront particulièrement touchées par la nouvelle loi anti-pourriel du Canada. Lorsque cette loi entrera en vigueur, les entreprises devront adapter leurs stratégies de marketing et de communication électronique pour se conformer aux nouveaux règlements. Bien que le gouvernement accorde une longue période de transition après l'entrée en vigueur de la loi, vous devriez envisager de planifier la façon dont votre entreprise satisfera à ces nouvelles exigences.

On constate une augmentation des cyberattaques utilisant les maliciels, le piratage et l'hameçonnage. Les entreprises devront prendre des mesures efficaces pour acquérir les pratiques et la technologie nécessaires pour empêcher les atteintes à la sécurité, ainsi que la capacité de détecter rapidement toute atteinte à la sécurité, de déterminer comment elle s'est produite et ce qui a été volé. Même des entreprises bien connues comme Sony ont subi en 2011 des atteintes à la sécurité qui ont mené à la divulgation de millions de dossiers.

Les professionnels de la cyber-sécurité nous avertissent : aucune entreprise n'est totalement immunisée contre les attaques. Les entreprises devraient donc adopter des stratégies de prévention et de détection, ainsi que des plans de gestion des conséquences d'une attaque. Si votre

entreprise gère un site Web relié à une base de données contenant tout type de renseignements confidentiels ou précieux, vous feriez bien d'investir des ressources dans la protection de l'application.

En outre, les entreprises devraient adopter des plans concernant le traitement des risques de sécurité posés par leurs appareils mobiles perdus ou volés. Par exemple, elles peuvent protéger ces appareils au moyen d'un système de surveillance ou de fonctions de suppression à distance. Mieux les entreprises seront préparées en vue de la probabilité croissante qu'elles subissent une atteinte à la sécurité, plus elles seront en mesure de minimiser les dommages.

Sources : www.informationweek.com/security/vulnerabilities/10-security-trends-to-watch-in-2012/232400392 et www.michaelgeist.ca.

Sujets connexes traités dans d'autres brochures

- *Création d'une présence dynamique sur le web*
- *Sources de renseignements en ligne sur le commerce électronique*

Pour consulter ou télécharger ces brochures, visitez ontario.ca/affaireselectroniques.



Pour de plus amples renseignements :

Téléphone : (416) 314-2526

Télécopieur : (416) 325-6538

Courriel : E-Business@ontario.ca

Cette publication fait partie de la **Trousse d'outils sur les affaires électroniques**, qui comprend une série de brochures portant sur des notions avancées d'affaires électroniques et un guide d'initiation intitulé *Comment profiter des affaires électroniques*. Vous trouverez cette trousse à ontario.ca/affaireselectroniques.