

AVANT-PROPOS

Le présent rapport examine un certain nombre de problèmes de sécurité des produits rencontrés par les consommateurs lorsqu'ils achètent des biens matériels par voie électronique. Après avoir étudié l'ampleur et la portée des problèmes de sécurité des produits vendus en ligne, le document donne un aperçu des initiatives publiques et privées mises en œuvre par les pays pour protéger les consommateurs contre les produits dangereux commercialisés sur le web. Le rapport rend également compte des résultats de l'investigation surprise sur la sécurité des produits vendus en ligne menée en avril 2015 par l'OCDE pour le compte du Groupe de travail sur la sécurité des produits de consommation, et coordonnée par l'*Australian Competition and Consumer Commission* (ACCC). Au total, 25 pays ont participé à cette investigation, au cours de laquelle 1 709 produits vendus en ligne ont été inspectés. Les résultats de cette investigation sont décrits plus en détail dans le rapport y afférent élaboré par l'ACCC.

Le présent rapport a été rédigé par Rieko Tamefuji, du Secrétariat de l'OCDE. Il a été approuvé par le Groupe de travail sur la sécurité des produits de consommation le 9 septembre 2016, puis déclassifié par le Comité de la politique à l'égard des consommateurs le 7 octobre 2016. Il a été préparé pour publication par le Secrétariat de l'OCDE.

Note aux délégations :

Ce document est également disponible sur OLIS sous la référence suivante :

[DSTI/CP/CPS\(2015\)7/FINAL](#)

Ce document, ainsi que les données et cartes qu'il peut comprendre, sont sans préjudice du statut de tout territoire, de la souveraineté s'exerçant sur ce dernier, du tracé des frontières et limites internationales, et du nom de tout territoire, ville ou région.

© OCDE 2017

La copie, le téléchargement ou l'impression du contenu OCDE pour une utilisation personnelle sont autorisés. Il est possible d'inclure des extraits de publications, de bases de données et de produits multimédia de l'OCDE dans des documents, présentations, blogs, sites internet et matériel pédagogique, sous réserve de faire mention de la source et du copyright. Toute demande en vue d'un usage public ou commercial ou concernant les droits de traduction devra être adressée à rights@oecd.org.

TABLE DES MATIÈRES

AVANT-PROPOS.....	2
SYNTHÈSE.....	4
Ampleur et portée des problèmes de sécurité des produits vendus en ligne.....	4
Produits interdits ou ayant fait l'objet d'un rappel.....	4
Produits comportant un étiquetage et des mises en garde de sécurité insuffisants.....	5
Produits ne répondant pas aux normes de sécurité facultatives ou obligatoires.....	5
Pourcentages de non-conformité aux niveaux national et transfrontière.....	6
Pourcentages de non-conformité sur les plateformes de commerce électronique et les sites web de distributeurs.....	6
Initiatives en faveur de la protection de la sécurité des produits et de l'autonomisation des consommateurs.....	7
SÉCURITÉ DES PRODUITS VENDUS EN LIGNE : TENDANCES ET DÉFIS.....	9
1. Contexte.....	9
2. Ampleur et portée des problèmes de sécurité des produits vendus en ligne.....	9
2.1. Les tendances du commerce électronique.....	9
2.2. Les problèmes de sécurité des produits vendus en ligne par catégorie de produits.....	10
3. Initiatives en faveur de la protection de la sécurité des produits et de l'émancipation des consommateurs.....	21
3.1. Actions de surveillance du marché et de contrôle par les autorités.....	22
3.2. Actions engagées par les entreprises.....	31
3.3. Amélioration de la sensibilisation des entreprises aux problèmes liés à la sécurité des produits vendus en ligne.....	32
3.4. Éducation des consommateurs sur les problèmes liés à la sécurité des produits vendus en ligne.....	33
ANNEXE 1 MÉTHODOLOGIE EMPLOYÉE POUR L'INVESTIGATION SURPRISE DE L'OCDE.....	37
NOTES.....	41
REFERENCES.....	43

SYNTHÈSE

Le présent rapport examine un certain nombre de problèmes de sécurité des produits rencontrés par les consommateurs lorsqu'ils achètent des biens matériels par voie électronique, que ce soit au niveau national ou transfrontière. Constitué de deux parties, ce rapport étudie dans un premier temps l'ampleur et la portée des problèmes de sécurité des produits vendus en ligne, puis donne un aperçu des initiatives publiques et privées mises en œuvre dans un certain nombre de pays pour protéger les consommateurs contre les produits dangereux commercialisés sur le web. Le rapport rend également compte des résultats de l'investigation surprise sur la sécurité des produits vendus en ligne (« l'investigation surprise ») menée du 27 au 30 avril 2015 par l'OCDE pour le compte du Groupe de travail sur la sécurité des produits de consommation, et coordonnée par l'*Australian Competition and Consumer Commission* (ACCC). Cette initiative, à laquelle ont participé 25 pays, a permis d'inspecter 1 709 produits appartenant à l'une des trois catégories suivantes : i) produits interdits ou ayant fait l'objet d'un rappel ; ii) produits à l'étiquetage insuffisant ; et iii) produits ne répondant pas aux normes de sécurité.

Ampleur et portée des problèmes de sécurité des produits vendus en ligne

Comme l'ont montré les travaux effectués par le Comité de la politique à l'égard des consommateurs dans le cadre de la révision de la *Recommandation de l'OCDE sur la protection du consommateur dans le contexte du commerce électronique* (OCDE, 2016) (ci-après dénommée « recommandation de l'OCDE sur le commerce électronique de 2016 »), la vente électronique aux consommateurs est devenue un marché dynamique, sous l'influence d'un certain nombre de facteurs : plus grande facilité d'accès du consommateur à un plus large éventail de produits à des prix compétitifs, abondance des informations disponibles au sujet des produits sur des sites variés, et utilisation croissante par le consommateur d'appareils mobiles pour effectuer les transactions.

Toutefois, qu'il s'agisse de ces travaux ou de l'investigation surprise effectuée par le Groupe de travail en 2015, tous ont mis en évidence un certain nombre de problèmes de sécurité avec les produits vendus en ligne. Les trois catégories de produits suivantes, disponibles à la vente en ligne dans un certain nombre de pays, ont été identifiées comme pouvant être sources de dangers pour le consommateur :

- Les produits interdits ou ayant fait l'objet d'un rappel – Cela inclut les produits : i) interdits à la vente, à la fois en ligne et hors ligne ; et/ou ii) ayant fait l'objet d'un rappel, que ce soit volontaire ou imposé. Il convient de noter que les produits interdits ou ayant fait l'objet d'un rappel, considérés parfois comme deux catégories de produits distinctes, sont traités ici comme faisant partie d'une seule et même catégorie.
- Les produits comportant un étiquetage et des mises en garde de sécurité insuffisants ; et
- Les produits ne répondant pas aux normes de sécurité facultatives ou obligatoires.

Produits interdits ou ayant fait l'objet d'un rappel

Les entreprises qui utilisent le commerce électronique pour vendre leurs produits dans un pays donné sont censées vérifier que ces produits ne sont pas interdits dans le pays en question. Il est pourtant arrivé,

dans plusieurs pays, que des produits non autorisés à la vente dans le commerce de détail traditionnel aient pu être achetés en ligne. Dans certains cas, ces achats avaient été effectués sur un site marchand étranger.

Certains pays ont également signalé des cas dans lesquels des produits ayant été retirés du marché physique (comme par exemple de l'électronique grand public) étaient toujours disponibles à la vente sur le web ; cela concernait notamment des articles d'occasion proposés par exemple sur des sites de vente aux enchères. La disponibilité de ces produits sur le web peut s'expliquer par le fait qu'il existe un éventail toujours plus large de circuits et de plateformes de vente en ligne aux niveaux national et transfrontière, et que les fabricants ont de plus en plus de mal à retirer du marché leurs produits ayant fait l'objet d'un rappel.

Lors de l'investigation surprise de l'OCDE, 693 produits ont été inspectés dans le but de détecter parmi eux des produits interdits ou ayant fait l'objet d'un rappel (catégorie 1). Le constat est que 68 % des produits examinés étaient interdits ou avaient fait l'objet d'un rappel.

Produits comportant un étiquetage et des mises en garde de sécurité insuffisants

Lorsqu'ils effectuent leurs achats sur le web et avant de les confirmer, les consommateurs n'ont pas toujours accès à l'étiquetage ou aux mises en garde de sécurité des produits, comme par exemple l'âge recommandé pour les articles destinés aux enfants. Sur les sites marchands transfrontières, la compréhension par le consommateur des étiquettes et des mises en garde rédigées dans une langue étrangère apparaît comme une difficulté bien particulière.

Les solutions adoptées par les pouvoirs publics pour résoudre le problème varient d'un pays à l'autre. Si beaucoup de pays imposent l'étiquetage des produits et la mise en garde du consommateur dans le commerce de détail traditionnel, tel est rarement le cas dans le contexte du commerce électronique. Cette différence pourrait donc expliquer que les participants à l'investigation surprise de l'OCDE aient détecté une grande proportion de produits présentant un étiquetage inadapté ou insuffisant.

Lors de l'investigation surprise de l'OCDE, 880 produits ont été inspectés dans le but de détecter parmi eux des produits comportant un étiquetage et des mises en garde de sécurité insuffisants (catégorie 2). Il a ainsi été constaté que 57 % manquaient d'un étiquetage adapté sur les sites marchands, et 21 % présentaient des informations incomplètes. Il convient toutefois de préciser que les problèmes d'étiquetage sur le web n'impliquent pas toujours que l'étiquette apposée sur le produit soit inadaptée. Parmi les 77 produits achetés par les participants à l'investigation surprise, 68 % présentaient un étiquetage adapté.

Produits ne répondant pas aux normes de sécurité facultatives ou obligatoires

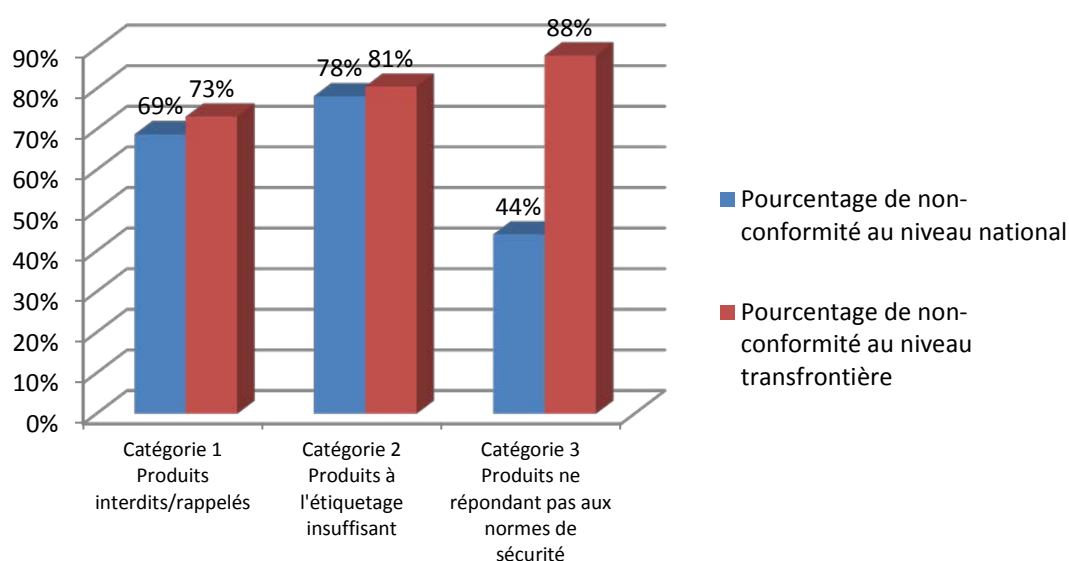
Des produits ne répondant pas aux normes de sécurité facultatives ou obligatoires ont été repérés aussi bien dans le commerce électronique national que transfrontière, mais leur occurrence semble plus fréquente sur les sites transfrontières. Cela inclut des produits de contrefaçon (par exemple des produits de soin pour bébé), qui peuvent entraîner des risques pour la santé et la sécurité.

Lors de l'investigation surprise de l'OCDE, 136 produits ont été inspectés dans le but de détecter des produits ne répondant pas aux normes de sécurité. Une majorité d'entre eux (54 %) n'étaient pas conformes. Sur les 60 produits achetés et testés par les participants, plus de la moitié (55 %) ont été évalués comme non conformes aux normes de sécurité applicables.

Pourcentages de non-conformité aux niveaux national et transfrontière

Comme l'illustre le graphique 1, l'investigation surprise de l'OCDE a montré que les problèmes liés aux produits interdits ou ayant fait l'objet d'un rappel étaient d'une ampleur relativement similaire aux niveaux national et transfrontière (environ 70 % des produits inspectés). Des problèmes d'étiquetage ont également été constatés sur quelque 80 % des produits inspectés, que ce soit au niveau national ou transfrontière. En revanche, pour ce qui concerne les normes de sécurité facultatives ou obligatoires, l'absence de conformité était deux fois plus importante sur les sites transfrontières (88 % des produits inspectés) que nationaux (44 %).

Graphique 1. Résultats de l'investigation surprise de l'OCDE : pourcentages de non-conformité sur les sites de vente en ligne nationaux et transfrontières

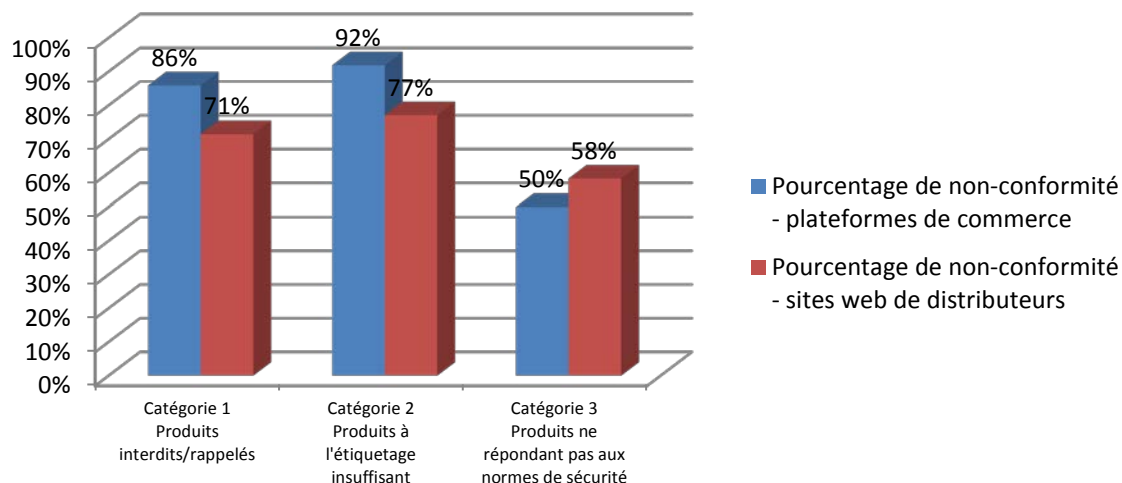


Pourcentages de non-conformité sur les plateformes de commerce électronique et les sites web de distributeurs

Comme le stipule la recommandation de l'OCDE sur le commerce électronique de 2016 (OCDE, 2016, première partie, section B), les entreprises ne devraient pas proposer, promouvoir ou vendre des biens ou des services qui présentent un risque inacceptable pour la santé ou la sécurité des consommateurs. Les entreprises devraient coopérer avec les autorités compétentes lorsqu'un bien ou service qu'elles offrent s'avère présenter un tel risque.

En ce qui concerne le degré de non-conformité des produits selon le type de site (c'est-à-dire : les plateformes de commerce électronique ou les sites web de distributeurs), le graphique 2 montre que les problèmes liés aux produits interdits ou ayant fait l'objet d'un rappel, ainsi qu'aux produits mal étiquetés, semblaient plus courants sur les plateformes de commerce électronique¹ (86 % pour les premiers et 92 % pour les seconds) que sur les sites web de distributeurs² (71 % pour les premiers et 77 % pour les seconds). S'agissant des produits ne répondant pas aux normes de sécurité facultatives ou obligatoires, il est plus fréquent de les trouver sur les sites web de distributeurs (58 %) que sur les plateformes de commerce électronique (50 %).

Graphique 2. Résultats de l'investigation surprise de l'OCDE : pourcentages de non-conformité sur les plateformes de commerce électronique et les sites web de distributeurs



Initiatives en faveur de la protection de la sécurité des produits et de l'autonomisation des consommateurs

Depuis une vingtaine d'années, un certain nombre d'initiatives ont été mises sur pied par les autorités chargées de la sécurité des produits et les entreprises dans le but de protéger les consommateurs contre les produits dangereux vendus en ligne, notamment :

- *Actions de surveillance du marché et de contrôle.* Dans certains pays, des organismes de surveillance du marché spécialisés dans le commerce électronique ont été mis en place et des lignes directrices ont été élaborées pour améliorer la détection des produits dangereux vendus en ligne. Dans le domaine du contrôle, outre les dispositions prises par les autorités chargées de la sécurité des produits, la coopération avec d'autres administrations (telles que les douanes) et/ou d'autres parties prenantes (comme les plateformes de commerce électronique) a permis d'améliorer la détection des produits dangereux et d'empêcher leur commercialisation. La coopération internationale a elle aussi été améliorée grâce à l'échange d'informations, à l'organisation d'investigations surprises et aux activités de surveillance du marché conjointes.
- *Actions individuelles et conjointes engagées par les entreprises.* Les plateformes de commerce électronique et les cybermarchands peuvent faciliter et améliorer l'efficacité des rappels de produits effectués par les pouvoirs publics ou les fabricants grâce aux informations relatives au consommateur collectées pour les besoins de la livraison des produits. En luttant contre les produits de contrefaçon – qui présentent des risques pour la santé et la sécurité des utilisateurs –, les entreprises peuvent contribuer à accroître la sécurité des produits de consommation. Les fabricants comme les plateformes de commerce électronique ont pris des dispositions pour retirer du marché les produits de contrefaçon, parfois en menant des actions conjointes ou en coopérant.

- *Initiatives de sensibilisation à l'intention des entreprises et des consommateurs.* Certains organismes publics ont conçu des programmes d'éducation dans le but de fournir aux cybermarchands et aux plateformes de commerce électronique des informations et des conseils sur les réglementations qui doivent être respectées pour garantir la sécurité des produits vendus en ligne. Certaines initiatives ont également pour but d'alerter les consommateurs sur les produits dangereux que l'on trouve dans le commerce électronique ; elles prennent notamment les formes suivantes : *i)* listes récapitulatives des problèmes de sécurité liés aux produits vendus en ligne ; *ii)* informations sur le rappel des produits ; *iii)* informations sur les sites web soupçonnés de vendre des produits dangereux ; et *iv)* informations, par l'intermédiaire des médias en ligne et traditionnels, sur les préjudices et les risques que peuvent présenter les produits dangereux.

SÉCURITÉ DES PRODUITS VENDUS EN LIGNE : TENDANCES ET DÉFIS

1. Contexte

En 2013, le Groupe de travail de l'OCDE sur la sécurité des produits de consommation (le « Groupe de travail ») a décidé d'engager de nouveaux travaux sur la sécurité des produits vendus en ligne, en tenant compte des informations sur le sujet communiquées par l'*Australian Competition and Consumer Commission* (ACCC) lors d'un colloque virtuel organisé par le Groupe de travail. Lors de sa réunion d'octobre 2014, le Groupe de travail a convenu que les travaux précités s'articuleraient en trois parties : 1) étude et analyse de l'action publique (réalisée par le Secrétariat) en vue d'examiner l'ampleur et la portée de certains des problèmes de sécurité des produits vendus en ligne, ainsi que les réponses apportées par les pouvoirs publics et les parties prenantes ; 2) investigation surprise de l'OCDE sur la sécurité des produits vendus en ligne (« l'investigation surprise de l'OCDE »), coordonnée par l'Australie pour le compte du Groupe de travail, et menée du 27 au 30 avril 2015 ; et 3) élaboration par le Groupe de travail d'un guide de surveillance en ligne à l'intention des autorités de contrôle, qui tiendrait compte des travaux du Groupe d'experts de la Commission européenne sur la sécurité des produits vendus en ligne.

Le présent rapport, qui rend compte des travaux 1) et 2), examine un certain nombre de problèmes de sécurité des produits rencontrés par les consommateurs lorsqu'ils achètent des biens matériels par voie électronique, que ce soit au niveau national ou transfrontière. Constitué de deux parties, ce document étudie dans un premier temps l'ampleur et la portée d'une sélection des problèmes de sécurité des produits vendus en ligne, puis donne un aperçu des initiatives publiques et privées ayant été mises en œuvre dans un certain nombre de pays pour les régler. Le rapport rend également compte des résultats de l'investigation surprise de l'OCDE, à laquelle ont participé 25 pays³ et qui a permis d'inspecter 1 709 produits vendus sur des plateformes de commerce électronique⁴ et des sites web de distributeurs⁵, au niveau national et transfrontière. Les participants à cette investigation ont inspecté des produits appartenant aux catégories suivantes : i) produits interdits ou ayant fait l'objet d'un rappel (catégorie 1) ; ii) produits comportant un étiquetage et des mises en garde de sécurité insuffisants (catégorie 2) ; et iii) produits ne répondant pas aux normes de sécurité facultatives ou obligatoires (catégorie 3). Il convient de préciser que les participants ont pu choisir le nombre et les types de produits et de sites web qu'ils allaient inspecter pour chaque catégorie⁶, et que le nombre et les types de produits examinés diffèrent d'un pays à l'autre.

2. Ampleur et portée des problèmes de sécurité des produits vendus en ligne

2.1. Les tendances du commerce électronique

Ces cinq dernières années, la vente électronique aux consommateurs s'est accrue de façon régulière à l'échelle mondiale. Dans la zone OCDE, un particulier sur deux environ a acheté des produits sur le web en 2014, contre 31 % en 2007 (OCDE, 2015). Cette augmentation a été rendue possible par un certain nombre de facteurs, dont la plus grande facilité d'accès du consommateur : i) à des informations relatives aux produits sur des plateformes diverses (par exemple : médias sociaux, sites de comparaison de prix et sites de plaintes en ligne) ; et ii) à un plus large éventail de produits vendus à des prix compétitifs. Des produits comme les vêtements, les articles de sport, le matériel électronique et les jouets sont aujourd'hui couramment achetés sur les sites de commerce électronique (CE, 2015a ; METI, 2014 ; Nielsen, 2014).

Cette croissance et les avantages retirés par le consommateur se sont cependant accompagnés d'un certain nombre de risques et de problèmes liés à la sécurité des produits, auxquels les consommateurs sont de plus en plus confrontés dans le cybercommerce aujourd'hui. Cette situation a été mise en évidence par le Groupe de travail dans sa contribution à la révision de la Recommandation de l'OCDE sur la protection du consommateur dans le contexte du commerce électronique (OCDE, 2016) (ci-après dénommée « Recommandation de l'OCDE sur le commerce électronique de 2016 »). Il y est ainsi noté que dans le commerce électronique, les consommateurs n'ont généralement pas la possibilité d'inspecter les produits avant de les acheter, et leur accès aux informations et mises en garde en matière de sécurité est plus limité que dans le commerce traditionnel, notamment lorsqu'ils utilisent des appareils portables possédant un écran de petite taille. Par ailleurs, dans le commerce traditionnel, les fabricants vendent leurs produits en gros à des magasins traditionnels ; en revanche, dans le commerce électronique, les produits peuvent être distribués par l'entremise de toutes sortes d'intermédiaires (plateformes de commerce électronique, sites web de distributeurs, sites web de vente aux enchères et médias sociaux), où il n'est pas toujours facile pour le consommateur d'identifier le fabricant et le fournisseur du produit ou, pour les autorités de surveillance du marché, de détecter et de repérer les produits dangereux. Les problèmes de sécurité rencontrés par les consommateurs dans le contexte du cybercommerce concernent non seulement les produits neufs, mais aussi les articles d'occasion (ACCC, sans date *b* ; *Queensland Government*, Australie, sans date *a*).

2.2. Les problèmes de sécurité des produits vendus en ligne par catégorie de produits

Comme le montrent l'étude menée par le Groupe de travail en 2015 et les résultats de l'investigation surprise de l'OCDE, les trois catégories de produits suivantes, disponibles à la vente sur le web dans un certain nombre de pays, ont été identifiées comme pouvant être sources de dangers pour le consommateur (blessure, décès ou effet préjudiciable sur la santé) :

- Les produits interdits à la vente, à la fois sur le web et dans les magasins traditionnels, ainsi que les produits ayant fait l'objet d'un rappel, que ce soit volontaire ou imposé (catégorie 1) ;
- Les produits comportant un étiquetage et des mises en garde de sécurité insuffisants (catégorie 2) ; et
- Les produits ne répondant pas aux normes de sécurité facultatives ou obligatoires (catégorie 3).

Produits interdits et ayant fait l'objet d'un rappel

Produits interdits

Les produits interdits sont généralement des produits dangereux qui ont été interdits de vente dans un ou plusieurs pays. L'interdiction peut être limitée dans le temps, ou au contraire permanente. En Australie, par exemple, les interdictions provisoires ont une durée de 60 jours et peuvent être étendues à 60 jours supplémentaires par les autorités compétentes du Commonwealth, des États et des territoires australiens ; les interdictions permanentes sont décidées par les autorités du Commonwealth (ACCC, sans date *d*).

Dans certains pays, les consommateurs ont réussi à acheter sur le web des produits qui étaient pourtant interdits. Un exemple est celui de petits aimants superpuissants qui étaient frappés d'une interdiction dans des pays comme l'Australie, la Nouvelle-Zélande, le Canada et les États-Unis, respectivement depuis 2012, 2013, 2013 et 2014 (ACCC, Australie, sans date *a* ; *Ministry of Consumer Affairs*, Nouvelle-Zélande, sans date *a* ; Santé Canada, 2013 ; US CPSC, sans date). En 2013, l'*Australian Competition and Consumer Commission* (ACCC) a découvert que certains cybermarchands continuaient de vendre ces produits à des consommateurs en Australie, malgré l'interdiction. L'ACCC a donc demandé à

ces marchands de retirer les produits du web, ce qui a été fait (ACCC, Australie, 2014a). Aux États-Unis, la *Consumer Product Safety Commission* (US CPSC) a également constaté que les aimants précités pouvaient être achetés depuis des plateformes de commerce électronique installées dans la République populaire de Chine (ci-après « la Chine ») (*The New York Times*, 2015).

Des plateformes de commerce électronique d'un nouveau genre (par exemple, de financement participatif) – de plus en plus utilisées pour mettre sur le marché des inventions et des produits innovants avant leur commercialisation dans des magasins traditionnels – peuvent aussi servir pour distribuer des produits dangereux. Certaines associations de défense des consommateurs indiquent par exemple que les sites de financement participatif avec contrepartie⁷ peuvent, faute d'un contrôle en bonne et due forme de la part des autorités compétentes, permettre à des produits dangereux de pénétrer sur le marché (CE, 2014). Au Canada, Santé Canada a mis un terme à un projet de financement participatif dont l'objectif était de vendre des stylos incluant de petits aimants qui avaient été interdits au Canada pour des raisons de sécurité (Mertl, 2013).

Il est bon de préciser que c'est généralement à l'entreprise marchande qu'il incombe de vérifier que le produit qu'elle commercialise ne fait pas l'objet d'une interdiction dans le pays où il est proposé aux consommateurs. Le guide de l'ACCC sur la sécurité des produits vendus en ligne stipule à cet égard que « toutes les entreprises qui fournissent des produits aux consommateurs australiens doivent respecter la législation australienne sur la sécurité des produits », et cette disposition s'applique également aux entreprises qui vendent des produits en ligne, à la fois aux niveaux national et transfrontière (ACCC, Australie, 2014a). Aux États-Unis, l'agence *Customs and Border Protection* (CBP) indique sur son site web⁸ que les individus achetant sur le web des produits provenant de l'étranger sont considérés comme des importateurs et donc, à ce titre, chargés de s'assurer que les produits en question sont conformes aux réglementations de l'Administration fédérale et des États fédérés des États-Unis en matière d'importations, y compris celles ayant trait à la sécurité des produits (US CBP, sans date a). Au sein de l'Union européenne (UE), la directive relative à la sécurité générale des produits (CE, 2001) prévoit que tous les produits mis sur le marché de l'UE doivent être sûrs, qu'ils soient vendus en ligne ou dans des commerces traditionnels.

Produits ayant fait l'objet d'un rappel

Les rappels de produits, volontaires ou imposés, concernent des produits présentant des vices de fabrication pouvant être dangereux pour les consommateurs. Dans le contexte du commerce électronique, les fabricants – qui sont souvent ceux qui rappellent les produits – peuvent avoir du mal à suivre la commercialisation des produits ayant fait l'objet d'un rappel, car ces derniers peuvent être mis en vente via un large éventail de canaux de distribution à travers le monde (Tan, 2008). Dans certains cas, des produits ayant été retirés du marché hors ligne étaient toujours disponibles à la vente sur le web, parfois plusieurs années après la décision de rappel (Chicago Tribune, 2014). Aux États-Unis, par exemple, la CPSC et une grande entreprise d'électronique grand public ont annoncé en 2014 que 10 produits de consommation ayant fait l'objet d'un rappel en 2012 et 2013 étaient toujours proposés à la vente sur le web. Il s'agissait d'appareils-photos, de télévisions, de lave-vaisselle, de cuisinières électriques et de fauteuils de bureau présentant des risques d'incendie et de détachement de pièces, et pouvant provoquer brûlure ou irritation cutanée (US CPSC, 2014).

Une étude publiée aux États-Unis en 2007 a révélé que les problèmes liés à la vente sur le web de produits ayant fait l'objet d'un rappel concernent également les articles d'occasion (notamment des produits destinés aux enfants) proposés sur des sites de vente aux enchères. L'étude a mis en évidence que 190 sites d'enchères proposaient à la vente – ou étaient susceptibles de le faire – des articles pour enfants figurant dans une liste de rappel de 141 produits, publiée par l'US CPSC. En moyenne, six offres d'achat avaient été déposées pour chacun des produits faisant l'objet d'un rappel, et 70 % des enchères s'étaient

terminées par la vente des produits concernés (Kirschman et Smith, 2007). Toujours aux États-Unis, un célèbre site de petites annonces a été montré du doigt car il autorisait ses utilisateurs à y mettre en vente des produits pour bébé ayant fait l'objet d'un rappel (KVUE, 2014).

Résultats de l'investigation surprise de l'OCDE pour les produits de la catégorie 1

Lors de l'investigation surprise de l'OCDE, 17 pays⁹ ont inspecté 693 produits dans le but de détecter les produits interdits et ayant fait l'objet d'un rappel. Dans chaque pays, une grande variété de produits répondant à ces caractéristiques ont été repérés, notamment de petits aimants superpuissants, des lanternes volantes et des briquets fantaisie. Plus des deux tiers (68 %) des produits en question étaient disponibles à la vente dans ces pays (graphique 3). Comme on le voit sur le tableau 1, qui montre le nombre de produits interdits et rappelés qui sont commercialisés en ligne par type de produit, le pourcentage de non-conformité est, pour certaines catégories de produits, d'un niveau élevé. Cela concerne par exemple les articles de sport/loisirs (88 %) et le matériel de sécurité (85 %).

Graphique 3. Des produits interdits et rappelés étaient disponibles à la vente dans les pays participants

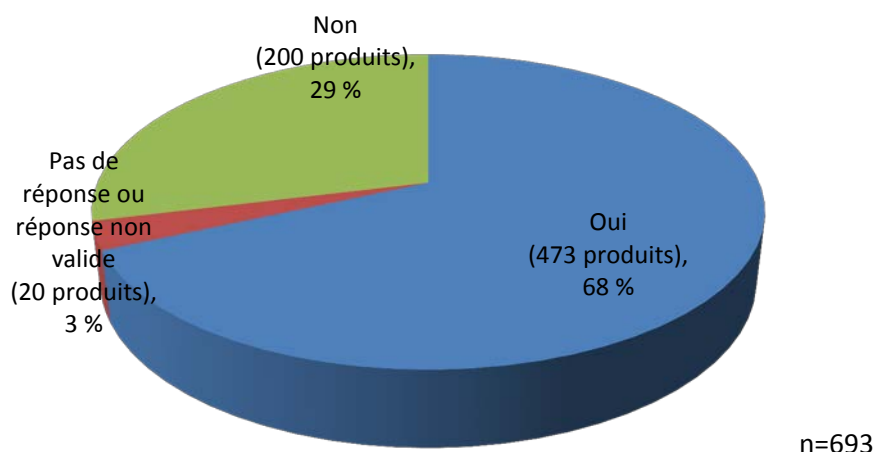


Tableau 1. Produits interdits et rappelés qui sont commercialisés en ligne, par type de produit

	Le produit était-il disponible à la vente dans votre pays?				Total
	Oui (nbre)	Oui (%)	Non (nbre)	Non (%)	
Vêtements	28	80%	7	20%	35
Automobiles	12	71%	5	29%	17
Produits chimiques	1	100%	0	0%	1
Cosmétiques	0	0%	4	100%	4
Denrées alimentaires	0	0%	11	100%	11
Appareils électroménagers	24	47%	27	53%	51
Appareils ménagers (non électriques)	59	84%	11	16%	70
Articles pour enfants/bébés	54	76%	17	24%	71
Produits de soin	8	89%	1	11%	9
Technologie mobile	9	100%	0	0%	9
Matériel de sécurité	11	85%	2	15%	13
Articles de sport/loisirs	128	88%	18	12%	146
Outils/machines	3	50%	3	50%	6
Jouets/jeux	132	59%	93	41%	225
Sans classification	4	80%	1	20%	5
Total	473		200		673

Produits comportant un étiquetage et des mises en garde de sécurité insuffisants

Il est indispensable, pour permettre aux consommateurs de prendre une décision éclairée dans le contexte du commerce électronique, de leur fournir des informations claires, précises et facilement accessibles sur les biens proposés (OCDE, 2010). Comme indiqué dans la recommandation de l'OCDE sur le commerce électronique de 2016, ces informations doivent inclure les mises en garde relatives à la sécurité et à la santé, ainsi que les éventuelles restrictions liées à l'âge (OCDE, 2016, première partie, section C).

L'étude réalisée par le Groupe de travail révèle que les adeptes du commerce électronique n'ont pas toujours accès à l'étiquetage ou aux mises en garde de sécurité des produits avant d'effectuer leurs achats, d'où le risque de blessure et de dommage pour les consommateurs. En 2014, l'ACCC a formulé des inquiétudes à ce sujet, la confiance du consommateur étant mise à mal par les problèmes suivants (ACCC, Australie, 2014b) :

- Absence d'indications sur l'âge pour les articles destinés aux enfants ;
- Descriptions insuffisantes des produits ;
- Images des produits de mauvaise qualité sur les sites web ; et
- Absence de liste des ingrédients sur les sites web.

L'adoption de réglementations, de lois ou de règles sectorielles pour améliorer l'accès des internautes à l'étiquetage et aux mises en garde des produits vendus en ligne varie d'un pays à l'autre. Les dispositions qui sont prises concernent souvent l'obligation d'information sur les ingrédients entrant dans la composition des produits cosmétiques, ou la publication de mises en garde alertant les consommateurs sur les restrictions d'utilisation des produits (comme par exemple les jouets). La directive européenne de 2009 relative à la sécurité des jouets (CE, 2009) stipule que les avertissements qui déterminent la décision d'achat du jouet, par exemple ceux spécifiant l'âge minimum et l'âge maximum des utilisateurs, figurent sur l'emballage de vente ou figurent de manière clairement visible pour le consommateur avant l'achat, y

compris lorsque l'achat est effectué en ligne (CE, 2015*d*). Aux États-Unis, la loi de 2008 sur l'amélioration de la sécurité des produits de consommation (US CPSC, 2008a) exige que la publicité d'un produit mis en vente sur le web inclue des informations sur les précautions d'utilisation à respecter (US CPSC, 2008b).

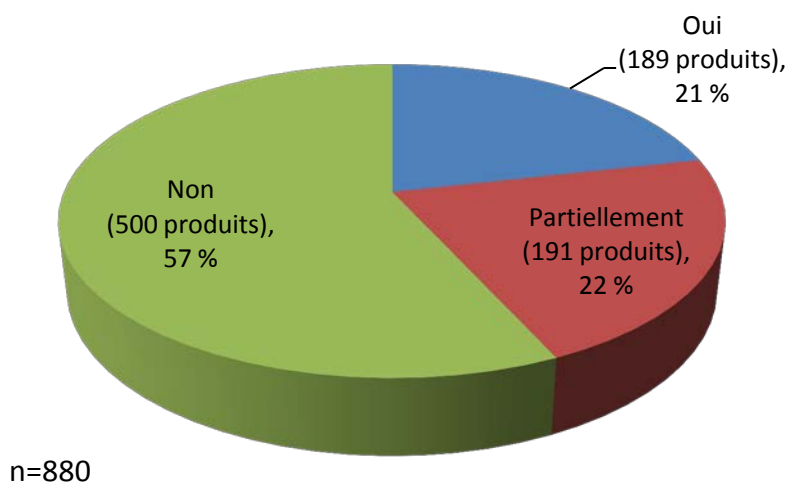
Il convient toutefois de noter que même dans les pays où des règles établissant des obligations d'étiquetage et d'avertissement ont été adoptées, leur mise en œuvre peut :

- Ne pas être obligatoire dans le contexte du commerce électronique. C'est le cas par exemple au Japon, où la communication de la composition des produits cosmétiques n'est pas obligatoire pour les ventes en ligne (NCAC, 2015) ; et/ou
- Être insuffisante. En 2013, l'ACCC a publié un guide sur l'étiquetage des cosmétiques (ACCC, Australie, 2013) qui demande aux sites web marchands de fournir aux consommateurs, avant qu'ils ne confirment leur commande et ne soient liés contractuellement, des informations sur la composition des produits cosmétiques qui sont proposés à la vente. En 2014, l'ACCC a relevé qu'il y avait toujours un manque d'informations sur les ingrédients entrant dans la composition des cosmétiques vendus en ligne (ACCC, Australie, 2014*b*).

Un autre point important concerne le commerce électronique transfrontière, où les consommateurs peuvent rencontrer des difficultés particulières pour comprendre les étiquettes et les avertissements en matière de sécurité rédigés dans une langue étrangère. Au niveau de l'UE, ce problème a été réglé par exemple par la directive de 2009 relative à la sécurité des jouets, qui établit que les instructions d'utilisation et les informations de sécurité doivent être libellées dans une ou plusieurs langues aisément compréhensibles pour les consommateurs, déterminées par l'État membre concerné par la transaction en ligne. Cette directive exige par ailleurs que lorsqu'un consommateur achète un jouet sur un site web libellé dans une ou plusieurs langues, les avertissements soient rédigés dans la/les même(s) langue(s) (CE, 2015*d*).

Résultats de l'investigation surprise de l'OCDE

Lors de l'investigation surprise de l'OCDE, 15 pays¹⁰ ont inspecté 880 produits dans le but de détecter des problèmes liés à l'étiquetage des produits. Les produits inspectés étaient notamment des pyjamas pour enfants, des réfrigérateurs incorporés et des téléphones portables. Les participants à l'investigation ont tout d'abord vérifié si les étiquettes étaient suffisamment visibles sur le site web avant que le consommateur ne procède à l'achat. Les résultats de l'investigation ont révélé que pour 57 % des produits inspectés, aucun descriptif approprié n'était fourni sur les sites inspectés, et que pour 22 % des produits, seule une partie du descriptif était accessible. Globalement, le pourcentage de conformité (c'est-à-dire la proportion de produits pour lesquels un étiquetage complet était fourni sur les sites marchands) n'était donc que de 21 % (graphique 4). Le tableau 2 indique, pour chaque type de produit, si un étiquetage était visible sur le site web avant la réalisation de l'achat. Pour certaines catégories de produits, une grande majorité de l'offre en ligne ne s'accompagnait d'aucun descriptif lisible avant l'achat, comme par exemple pour les articles de sport/loisirs (87 %), les appareils ménagers non électriques (84 %) et les vêtements (83 %).

Graphique 4. L'étiquetage des produits était visible sur le site marchand avant l'achat**Tableau 2. Visibilité de l'étiquetage des produits sur le site marchand avant l'achat, par type de produit**

	L'étiquetage des produits était-il visible sur le site avant l'achat ?						Total
	Oui (nbre)	Oui (%)	Partiellement (nbre)	Partiellement (%)	Non (nbre)	Non (%)	
Vêtements	20	14%	3	2%	116	83%	139
Automobiles	1	100%	0	0%	0	0%	1
Produits chimiques	27	36%	0	0%	48	64%	75
Cosmétiques	20	47%	1	2%	22	51%	43
Appareils électroménagers	45	21%	155	73%	13	6%	213
Appareils ménagers (non électriques)	8	8%	7	7%	80	84%	95
Articles pour enfants/bébés	0	0%	6	55%	5	45%	11
Technologie mobile	16	36%	0	0%	29	64%	45
Matériel de sécurité	7	70%	0	0%	3	30%	10
Articles de sport/loisirs	8	11%	1	1%	62	87%	71
Outils/machines	23	26%	0	0%	67	74%	90
Jouets/jeux	12	18%	18	27%	37	55%	67
Sans classification	2	10%	0	0%	18	90%	20
Total	189		191		500		880

Le faible taux de visibilité de l'étiquetage mentionné ci-dessus (21 %) ne veut toutefois pas dire que l'étiquette apposée sur le produit lui-même est absente ou inappropriée. Parmi les 77 produits qui ont été achetés par les participants à l'investigation, 68 % avait un étiquetage adapté.

Produits ne répondant pas aux normes de sécurité facultatives ou obligatoires

Selon une enquête menée en 2013 au Japon, en Chine et aux États-Unis au sujet de l'utilisation par les consommateurs des sites marchands nationaux, un nombre relativement faible de consommateurs se sont plaints dans ces pays de problèmes liés à la non-conformité des produits avec les normes de sécurité facultatives ou obligatoires en vigueur au niveau national. Ce fut le cas pour 4.7 % des individus aux États-Unis, et 8.4 % en Chine (graphique 6) (METI, Japon, 2014). Cela dit, un faible taux de plaintes ne signifie pas qu'il n'y a pas de problèmes de conformité avec les produits vendus en ligne. Une explication possible est que les consommateurs n'ont pas conscience de ces problèmes. Une étude réalisée en 2015 aux Pays-Bas par l'agence chargée de la sécurité des aliments et des produits de consommation (NVWA) a

montré en effet que 28 % seulement des consommateurs néerlandais qui effectuent des achats en ligne au moins une fois tous les trois mois sont conscients qu'un produit acheté en dehors de l'UE peut ne pas être conforme aux réglementations européennes (NVWA, Pays-Bas, 2016).

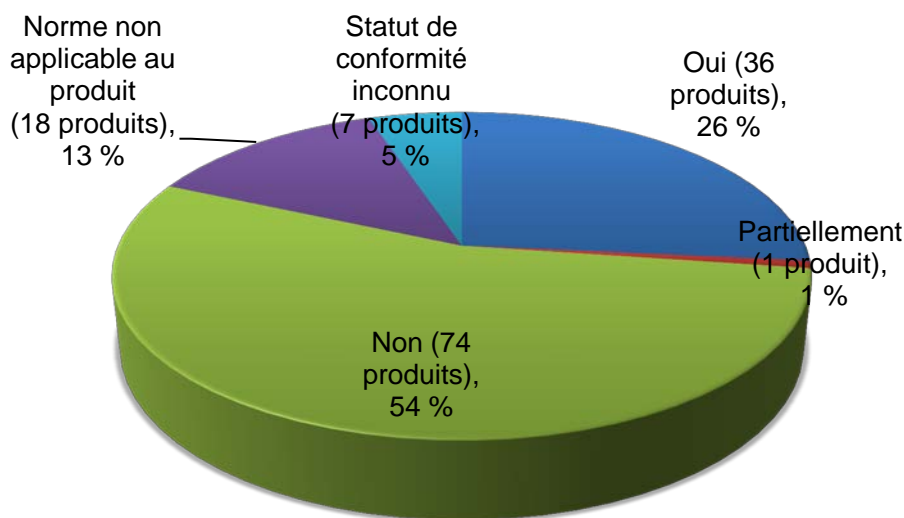
En 2010, des produits de blanchiment des dents illicites et potentiellement dangereux ont été découverts sur des sites marchands au Royaume-Uni, alors que la réglementation de l'UE limite la teneur en peroxyde d'urée dans ces produits en raison des brûlures pouvant être causées aux gencives. Une association de défense des consommateurs a appelé l'attention sur le fait que ces produits se trouvaient encore en vente sur le web même après que les plateformes de commerce électronique concernées ont accepté de les retirer. Dans cette affaire, le *Trading Standards Institute* britannique a pris acte de la difficulté à protéger les consommateurs dans un contexte où les ressources disponibles pour détecter les produits dangereux sur les plateformes de commerce électronique et les en retirer ne sont pas adaptées à la croissance rapide du nombre de cybermarchands (Which, 2010 ; The Guardian, 2010).

En 2011, des entreprises implantées en Australie ont également fait part de leurs inquiétudes concernant un certain nombre de produits vendus en ligne aux consommateurs australiens par des cybermarchands installés à l'étranger, à savoir des jouets, des casques à vélo, des cosmétiques et des appareils électriques (*Productivity Commission*, Australie, 2011). Ces entreprises appelaient l'attention sur les sujets de préoccupation suivants :

- Les préjudices pouvant être subis par les consommateurs du fait de l'incapacité des autorités de réglementation australiennes à faire respecter les normes en matière de sécurité des produits qui sont en vigueur en Australie.
- L'absence de service après-vente disponible pour les consommateurs (d'où la difficulté à faire réparer un article vendu par un distributeur étranger qui ne respecte pas les exigences australiennes en matière de sécurité), et les problèmes de garantie (pouvant entraîner des risques pour la sécurité des consommateurs).
- Le désavantage concurrentiel subi par les cybermarchands nationaux par rapport aux distributeurs implantés dans d'autres pays, qui n'ont pas à assumer les mêmes coûts pour se mettre en conformité avec les normes applicables au niveau national en matière de sécurité des produits.

Résultats de l'investigation surprise de l'OCDE

Lors de l'investigation surprise de l'OCDE, 136 produits ont été inspectés par 7 pays¹¹ dans le but de repérer les produits ne répondant pas aux normes de sécurité facultatives ou obligatoires. Parmi ces produits, 76 ont été examinés en ligne, alors que 60 ont été achetés et testés. Il s'agissait de lits de camp et de briquets. Parmi les 136 produits inspectés, environ un quart (26 %) ont été jugés conformes aux normes – facultatives ou obligatoires – applicables en matière de sécurité des produits, tandis que plus de la moitié (54 %) ont été jugés non conformes (graphique 5).

Graphique 5. Les produits ont été jugés conformes aux normes de sécurité facultatives ou obligatoires

Comme on le voit sur le tableau 3, parmi les 60 produits ayant été achetés et testés par les participants à l'investigation, 42 % ont été jugés conformes, contre 14 % pour les produits ayant été examinés en ligne uniquement. Toutefois, plus de la moitié des produits achetés (55 %) ont été considérés comme non conformes. Comme le montre le tableau 4 – qui indique le nombre de produits vendus en ligne qui ont été achetés et ne répondaient pas aux normes de sécurité –, ce sont les appareils électroménagers (71 %) et la technologie mobile (100 %) qui présentaient le taux de non-conformité le plus élevé.

Tableau 3. Les produits ont été jugés conformes aux normes de sécurité facultatives ou obligatoires (examinés en ligne uniquement/achetés et testés)

	Examinés en ligne uniquement (nbre)	Examinés en ligne uniquement (%)	Achetés et testés (nbre)	Achetés et testés (%)	Total
Oui	11	14%	25	42%	36
Partiellement	0	0%	1	2%	1
Non	41	54%	33	55%	74
Norme non applicable au produit	17	22%	1	2%	18
Statut de conformité inconnu	7	9%	0	0%	7
Total des produits inspectés	76	100%	60	100%	136

Tableau 4. Conformité des produits achetés avec les normes de sécurité facultatives ou obligatoires, par type de produit

	Le produit était-il conforme à la norme ?							Total
	Oui (nbre)	Oui (%)	Partiellement (nbre)	Partiellement (%)	Non (nbre)	Non (%)	Norme non applicable au produit	
Appareils électroménagers	2	29%	0	0%	5	71%	0	7
Appareils ménagers (non électriques)	16	57%	1	4%	10	36%	1	28
Articles pour enfants/bébés	2	67%	0	0%	1	33%	0	3
Technologie mobile	0	0%	0	0%	17	100%	0	17
Articles de sport/loisirs	3	100%	0	0%	0	0%	0	3
Jouets/jeux	2	100%	0	0%	0	0%	0	2
Total	25		1		33		1	60

Il convient de noter que certains produits de contrefaçon – qui sont des biens constituant une infraction aux marques, aux droits d’auteur, aux brevets et aux droits liés aux modèles, et ne répondant pas forcément aux normes de sécurité – sont de plus en plus commercialisés sur le web, et ce à l’échelle mondiale (OCDE, 2008 et 2013a ; OCDE/EUIPO, 2016). Ces dernières années, l’éventail des produits de contrefaçon concernés s’est sensiblement accru et ne concerne plus uniquement les articles de luxe mais également les médicaments, les pièces automobiles, les appareils électroniques, les articles de sport, les jouets et les batteries (Heinonen et al., 2012). Certains produits de contrefaçon ont fait courir aux consommateurs de sérieux risques en matière de sécurité (OCDE, 2008 ; Heinonen et al., 2012; Chaudhry et Zimmerman, 2013; CE, 2013; OCDE/EUIPO, 2016). Selon une étude de la Commission européenne, les produits de contrefaçon pouvant s’avérer dangereux pour la santé et la sécurité des consommateurs représentaient presque un tiers de l’ensemble des biens saisis par les douanes des pays de l’UE en 2011 (CE, 2013). Ces produits, non conformes aux normes, peuvent en fait présenter des risques pour la santé et la sécurité allant de simples désagréments à des situations de mise en danger de la vie des utilisateurs (OCDE/EUIPO, 2016). Cela est souvent le cas lorsque, par exemple, ces produits : *i*) se cassent facilement ; *ii*) contiennent des substances chimiques pouvant être nocives pour les consommateurs ; ou *iii*) sont utilisés dans des produits authentiques.

S’agissant du point *i*), en 2015, une entreprise japonaise commercialisant à l’échelle nationale toute une gamme de produits de soin pour bébé fabriqués par une célèbre marque américaine a découvert que 14 des 25 porte-bébé vendus sous cette marque par certains cybermarchands au Japon étaient en fait des contrefaçons, qui risquaient de se casser facilement et de blesser les bébés (Nikkei, 2015).

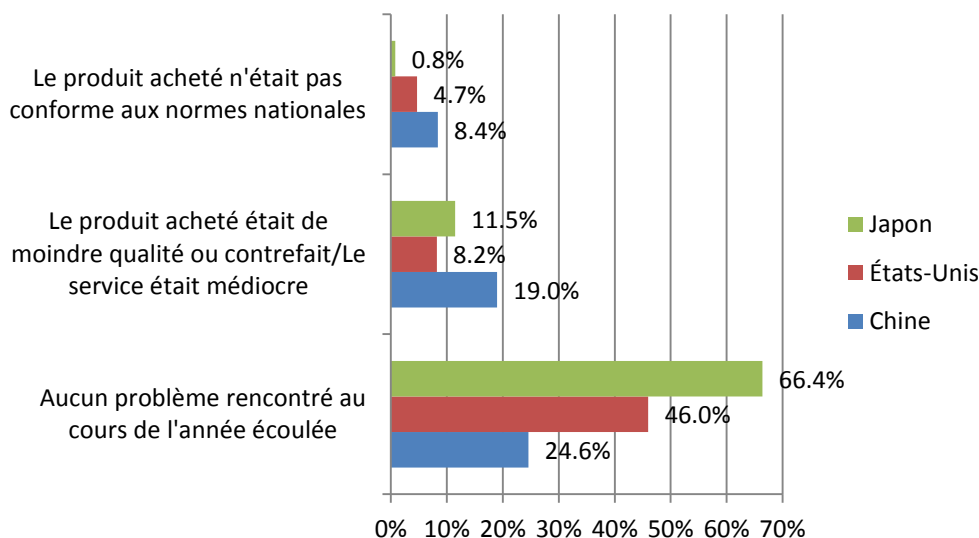
En ce qui concerne le point *ii*), la CE a averti que les vêtements de contrefaçon pouvaient contenir des produits chimiques interdits, susceptibles de causer des problèmes de santé chez les consommateurs, tels que des allergies et des irritations (CE, 2013).

Quant au point *iii*), l’utilisation de produits de contrefaçon pour fabriquer des produits authentiques peut entraîner un dysfonctionnement des seconds et provoquer des blessures, parfois mortelles. Ainsi, des batteries de contrefaçon achetées sur le web et utilisées dans des appareils électroniques ont exposé les consommateurs à un certain nombre de risques et de problèmes, comme par exemple des risques d’explosion (OCDE, 2013).

Dans un environnement aussi complexe, la capacité des douanes et des autorités chargées de la surveillance du marché à détecter des produits de contrefaçon est devenue plus difficile ; les consommateurs ont eux-mêmes de plus en plus de mal à déterminer si les produits vendus en ligne sont authentiques et si les informations sur le vendeur ou le produit sont exactes et complètes (OCDE, 2013).

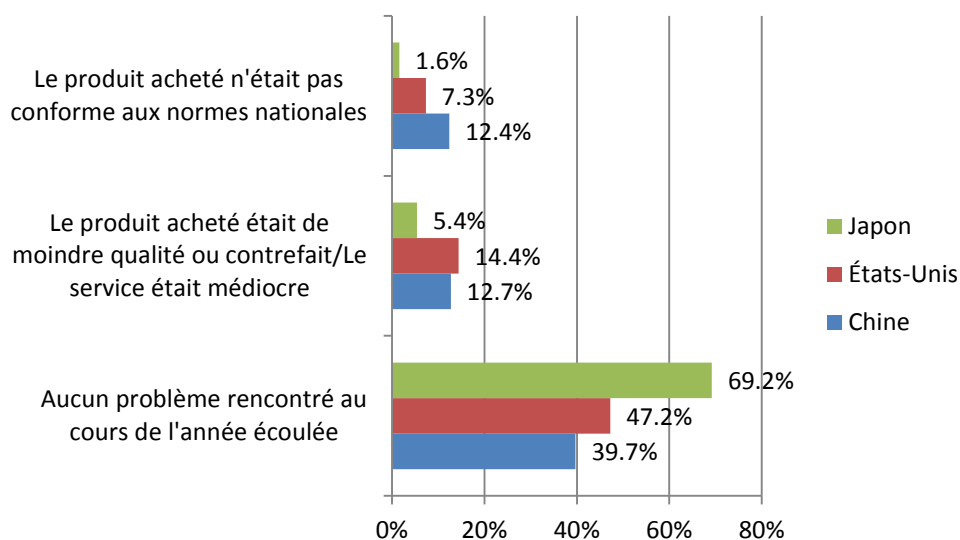
Pourcentages de non-conformité aux niveaux national et transfrontière

Des produits ne répondant pas aux normes de sécurité facultatives ou obligatoires ont été repérés aussi bien dans le commerce électronique national que transfrontière, mais leur occurrence semble être plus fréquente sur les sites transfrontières. Aux États-Unis, parmi les consommateurs ayant acheté en ligne des produits ne répondant pas aux normes de sécurité, 4.7 % ont déclaré être passés par des sites nationaux, alors que 7.3 % avaient utilisé des sites transfrontières (graphiques 6 et 7) (METI, Japon, 2014). Les produits ne satisfaisant pas aux normes de sécurité semblent être plus souvent commercialisés par des distributeurs implantés dans d’autres pays. Cela est souvent dû au manque de connaissance, par les revendeurs étrangers, des réglementations de sécurité qui sont en vigueur dans le pays où habite le consommateur, ainsi qu’aux difficultés rencontrées par les autorités de contrôle pour entreprendre des actions au-delà des frontières.

Graphique 6. Problèmes de sécurité des produits dans le commerce électronique national : pourcentage de consommateurs concernés

Note : Nombre de personnes interrogées : au Japon, 1 796 ; aux États-Unis, 1 727 ; en Chine, 1 927.

Source : METI (2014), Market Survey on E-commerce Transactions (Fiscal year 2014).

Graphique 7. Problèmes de sécurité des produits dans le commerce électronique transfrontière : pourcentage de consommateurs concernés

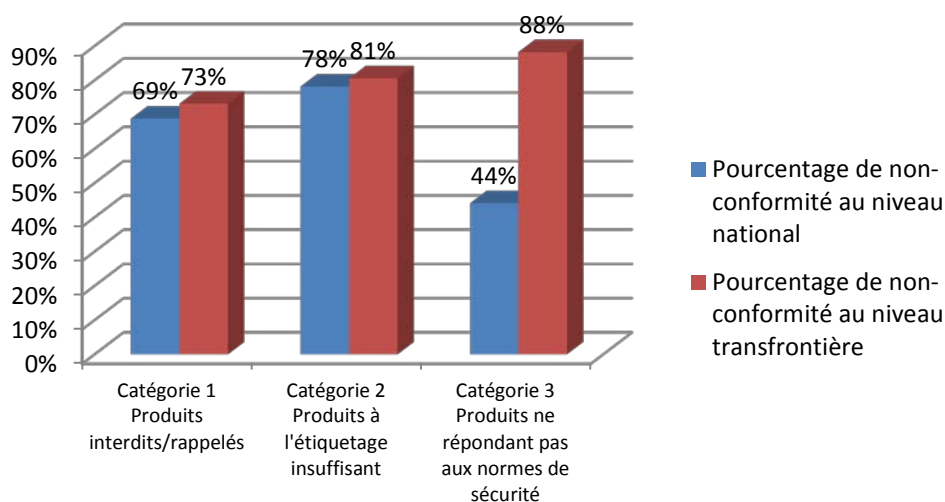
Note : Nombre de personnes interrogées : au Japon, 185 ; aux États-Unis, 466 ; en Chine, 707.

Source : METI (2014), Market Survey on E-commerce Transactions (Fiscal year 2014).

Les résultats de l'investigation surprise de l'OCDE montrent que le pourcentage de non-conformité aux normes de sécurité est nettement plus élevé sur les sites transfrontières (88 %) que sur les sites nationaux (44 %). S'agissant des produits interdits ou ayant fait l'objet d'un rappel, les problèmes étaient

d'une ampleur relativement similaire aux niveaux national et transfrontière (environ 70 % des produits inspectés). De même, pour ce qui est des problèmes d'étiquetage, ils concernaient quelque 80 % des produits inspectés, que ce soit au niveau national ou transfrontière (graphique 8).

Graphique 8. Pourcentages de non-conformité dans le commerce électronique national et transfrontière



	Catégorie 1 Produits interdits/rappelés	Catégorie 2 Produits à l'étiquetage insuffisant	Catégorie 3 Produits ne répondant pas aux normes de sécurité
Nbre total de produits nationaux inspectés	266	802	102
Nbre de produits nationaux non conformes	183	627	45
Pourcentage de produits nationaux non conformes	69%	78%	44%
Nbre total de produits étrangers inspectés	380	72	34
Nbre de produits étrangers non conformes	278	58	30
Pourcentage de produits étrangers non conformes	73%	81%	88%

Note : Les produits dont on ne connaît pas les pays des distributeurs ne sont pas pris en compte dans le graphique ni le tableau.

Notes : Le pourcentage de non-conformité des produits de la catégorie 1 est mesuré en calculant le nombre de distributeurs ayant fourni aux participants des produits interdits ou ayant fait l'objet d'un rappel.

Le pourcentage de non-conformité des produits de la catégorie 2 est mesuré en calculant le nombre de produits inspectés qui ne présentaient aucun étiquetage – ou seulement un étiquetage partiel – sur le site marchand.

Le pourcentage de non-conformité des produits de la catégorie 3 est mesuré en calculant le nombre de produits inspectés ayant été jugés pas du tout ou partiellement conformes. Sont exclus du pourcentage total de cette catégorie 18 produits pour lesquels les réglementations en matière de sécurité n'étaient pas applicables.

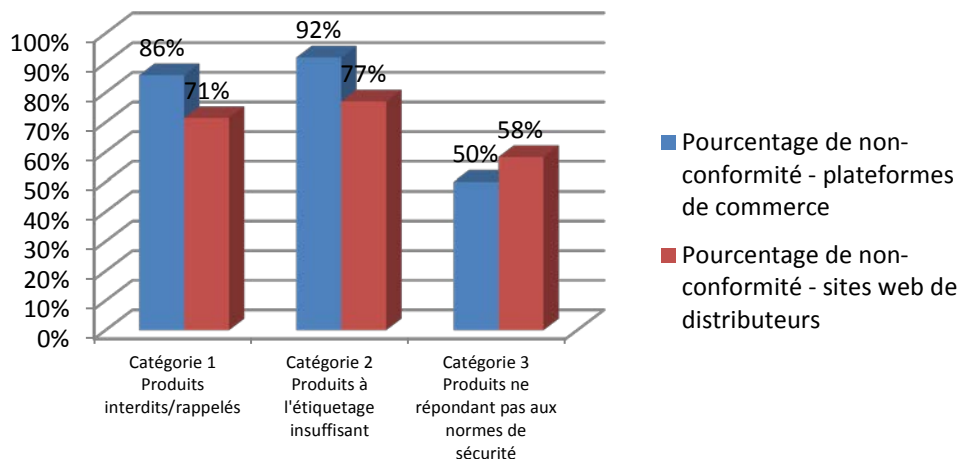
Pourcentages de non-conformité sur les plateformes de commerce électronique et les sites web de distributeurs

Comme l'illustre le graphique 9, les résultats de l'investigation surprise de l'OCDE montrent que :

- D'une part, il est plus fréquent de trouver des produits interdits et ayant fait l'objet d'un rappel, ainsi que des produits présentant un étiquetage insuffisant, sur les plateformes de commerce électronique que sur les sites web de distributeurs.

- D'autre part, les produits ne répondant pas aux normes de sécurité facultatives ou obligatoires présentent des pourcentages de non-conformité plus élevés lorsqu'ils sont vendus sur des sites web de distributeurs.

Graphique 9. Pourcentages de non-conformité sur les plateformes de commerce électronique et les sites web de distributeurs



	Catégorie 1 Produits interdits/rappelés	Catégorie 2 Produits à l'étiquetage insuffisant	Catégorie 3 Produits ne répondant pas aux normes de sécurité
Nbre total de produits inspectés sur plateformes de commerce électronique	291	86	62
Nbre de produits non conformes sur plateformes de commerce électronique	250	79	31
% de produits non conformes sur plateformes de commerce électronique	86%	92%	50%
Nbre total de produits inspectés sur sites web de distributeurs	312	794	72
Nbre de produits non conformes sur sites web de distributeurs	223	612	42
% de produits non conformes sur sites web de distributeurs	71%	77%	58%

Note : Les produits dont on ne sait pas de quel type de site ils provenaient ne sont pas pris en compte dans le graphique ni le tableau.

Notes : Le pourcentage de non-conformité des produits de la catégorie 1 est mesuré en calculant le nombre de distributeurs ayant fourni aux participants des produits interdits ou ayant fait l'objet d'un rappel.

Le pourcentage de non-conformité des produits de la catégorie 2 est mesuré en calculant le nombre de produits inspectés qui ne présentaient aucun étiquetage – ou seulement un étiquetage partiel – sur le site marchand.

Le pourcentage de non-conformité des produits de la catégorie 3 est mesuré en calculant le nombre de produits inspectés ayant été jugés pas du tout ou partiellement conformes. Sont exclus du pourcentage total de cette catégorie 18 produits pour lesquels les réglementations en matière de sécurité n'étaient pas applicables.

3. Initiatives en faveur de la protection de la sécurité des produits et de l'émancipation des consommateurs

Comme le stipule la recommandation de l'OCDE sur le commerce électronique de 2016 (OCDE, 2016, première partie, section B), les entreprises ne devraient pas proposer, promouvoir ou vendre des biens ou des services qui présentent un risque inacceptable pour la santé ou la sécurité des consommateurs.

Les entreprises devraient coopérer avec les autorités compétentes lorsqu'un bien ou service qu'elles offrent s'avère présenter un tel risque.

Les sections qui suivent fournissent un aperçu des diverses initiatives mises en œuvre ces dernières années par les autorités et les entreprises de différents pays pour régler les problèmes liés à la sécurité des produits vendus en ligne. Ces initiatives sont notamment les suivantes : *i*) Actions de surveillance du marché et de contrôle par les autorités ; *ii*) Coopération avec les autorités douanières ; *iii*) Coopération entre les autorités et les plateformes web ; *iv*) Coopération internationale entre les autorités ; *v*) Actions engagées par les entreprises ; *vi*) Amélioration de la sensibilisation des entreprises aux problèmes liés à la sécurité des produits vendus en ligne ; et *vii*) Éducation des consommateurs sur les problèmes liés à la sécurité des produits vendus en ligne.

3.1. Actions de surveillance du marché et de contrôle par les autorités

Un certain nombre d'actions de surveillance du marché et de contrôle ont été engagées ces dernières années par les autorités (notamment celles chargées de la sécurité des produits de consommation) dans le but de détecter les produits dangereux commercialisés en ligne et d'empêcher leur vente. Ce fut le cas par exemple en Australie en 2012, lorsque l'ACCC a ciblé son action sur 1 442 sites (magasins traditionnels et plateformes web). L'ACCC a ainsi inspecté ou testé plus de 16 000 produits de consommation, une opération qui a abouti au retrait du marché de plus de 100 lignes de produits (ACCC, Australie, 2014a ; encadré 1).

Encadré 1. Actions entreprises en Australie par l'ACCC et les tribunaux pour retirer des produits dangereux des sites de vente en ligne

Demande aux distributeurs en ligne de retirer des produits dangereux

- En juin 2013, deux cybermarchands ont été repérés alors qu'ils commercialisaient de petits aimants superpuissants qui étaient interdits de la vente en ligne en Australie. L'ACCC a donc demandé aux intéressés de rappeler les produits (ACCC, 2014a).

Demande aux plateformes de commerce électronique de retirer des produits dangereux

- En 2013, une entreprise étrangère a été repérée alors qu'elle commercialisait en Australie, par l'intermédiaire d'une plateforme de commerce électronique, des lanternes volantes, pourtant frappées d'une interdiction de vente permanente dans le pays. L'ACCC et la plateforme de commerce électronique ont œuvré conjointement pour retirer les lanternes de la vente (ACCC, 2014a).

Condamnation à des amendes

- En décembre 2012, un distributeur commercialisant des produits en ligne et dans des magasins traditionnels a été condamné par le tribunal fédéral australien à payer une amende de 1 million AUD (environ 780 000 USD) pour avoir vendu des pyjamas pour enfant qui *i*) étaient inflammables, et ne respectaient donc pas les normes de sécurité obligatoires ; et *ii*) comportaient un étiquetage insuffisant et trompeur car n'incluant pas d'avertissement concernant le danger d'inflammabilité, mais décrivant au contraire le produit comme présentant un « faible risque inflammable » (ACCC, 2014a).

Injonctions de faire¹²

- En octobre 2007, un cybermarchand a rappelé ses VTT avec cadre en acier et a proposé à l'ACCC – suite au test indépendant demandé par l'agence, ayant révélé que les vélos en question ne freinaient pas à la distance requise et ne comportaient pas les avertissements requis en matière de sécurité –, de se

soumettre à des injonctions de faire. Ces injonctions incluaient le rappel du produit – afin que les publicités reflètent avec exactitude les caractéristiques des vélos proposés – et l’engagement de ne pas commercialiser de vélos ne répondant pas aux normes de sécurité obligatoires en vigueur à l’époque (ACCC, 2007).

- En août 2014, deux sites de vente en ligne commercialisant des lits d’enfant ne répondant pas aux normes de sécurité obligatoires ont proposé à l’ACCC de se soumettre à des injonctions de faire. Les tests réalisés par l’ACCC ont révélé que les enfants en bas âge risquaient de tomber du lit, de s’étouffer ou de rester bloqués et de trouver la mort ; les lits en question ont donc fait l’objet d’un rappel. Les injonctions de faire incluaient l’obligation de tenter à nouveau d’informer les consommateurs concernés du rappel du produit, de continuer à proposer la reprise gratuite des lits et le remboursement des clients, et de mettre en œuvre des programmes axés sur le respect de la législation de protection du consommateur (ACCC, 2014c).

Les plaintes des consommateurs ont également été à l’origine d’actions lancées par les pouvoirs publics pour détecter des produits dangereux sur les sites de vente en ligne et empêcher leur vente. En 2012, le ministère de la consommation de Nouvelle-Zélande a, suite à la plainte d’un consommateur, acheté et testé une échelle qui lui avait été présentée comme s’étant cassée dès la première utilisation. Le test réalisé par le ministère a confirmé que le produit, qui ne répondait pas aux exigences techniques applicables, présentaient de graves défauts en matière de sécurité. Le ministère a alors collaboré avec la plateforme de commerce électronique pour identifier les autres acquéreurs de l’échelle et les informer des risques. Au final, le site de vente en ligne a remboursé les consommateurs concernés (*Ministry of Consumer Affairs, Nouvelle-Zélande, 2012 et sans date b*).

Organismes spécialisés dans la surveillance du commerce électronique

La surveillance du marché destinée à garantir la sécurité des produits vendus en ligne est assurée, selon les pays, par des entités différentes. Dans certains pays, cette activité est exécutée par les sociétés chargées de la surveillance dans les magasins traditionnels, qui utilisent fréquemment le web pour vendre leurs produits aux consommateurs. Dans d’autres, des organismes spécialisés ont été créés pour détecter les produits dangereux vendus en ligne.

Aux États-Unis, la CPSC a lancé en 1999 l’opération *S.O.S (Safe Online Shopping)*, dont l’objectif est d’inspecter les produits vendus en ligne et de détecter ceux qui sont interdits ou ont fait l’objet d’un rappel. La même année, la CPSC a mis en place une « cellule de crise » pour permettre à ses enquêteurs de surveiller le web et de détecter les produits dangereux qui y sont mis en vente en procédant à des achats mystères, où les produits susceptibles de poser des problèmes de sécurité sont achetés et testés pour vérifier s’ils satisfont aux normes fédérales des États-Unis en matière de sécurité (US CPSC, 1999). Peu après le lancement de l’opération, quelque 4 000 briquets fantaisie, non équipés des systèmes de protection à l’intention des enfants imposés par la loi américaine sur la sécurité des produits de consommation, ont été rappelés avant qu’ils ne provoquent des accidents ou des blessures (US CPSC, 2000).

En Allemagne, une unité centralisée – baptisée *G@ZIELT™* – chargée du « contrôle officiel de la vente en ligne des denrées alimentaires et des aliments pour animaux, des cosmétiques, des produits de base et du tabac », a été créée en juillet 2013 par le Bureau fédéral pour la protection des consommateurs et la sécurité des produits (BVL) ainsi que les 16 *Länder* allemands (ou États fédérés) qui financent l’unité et contrôlent sa mission et ses activités. Tandis que *G@ZIELT™* mène des enquêtes centralisées concernant les entreprises présentes sur le web et les produits non conformes vendus en ligne, les autorités compétentes des 16 *Länder* procèdent à des contrôles des risques dans les entreprises en question et font respecter la législation nationale et européenne. *G@ZIELT™* se procure des renseignements auprès de sources diverses, comme par exemple les alertes de l’UE sur la sécurité des denrées alimentaires et des

aliments pour animaux¹³ et le système d'alerte rapide sur les produits dangereux non alimentaires¹⁴, les autorités compétentes des *Länder* et les plaintes des consommateurs. Les principales caractéristiques de ce dispositif sont les suivantes (CE, 2015e) :

- Les enquêtes sont limitées aux sites web libellés en langue allemande et n'excluant pas les livraisons en Allemagne.
- Des évaluations des risques sont réalisées lorsque des produits dangereux ou non conformes ont été repérés.
- Les autorités compétentes des *Länder* sont informées lorsque des cybermarchands opèrent depuis le territoire placé sous leur responsabilité.
- L'autorité compétente du *Länder* où est établi un cybermarchand est informée lorsque ce dernier commercialise des produits dangereux ou non conformes. Les mesures de contrôle qui s'imposent sont prises au niveau local.
- Les plateformes de commerce électronique (par exemple : eBay, Amazon ou Alibaba), les organismes bancaires de paiement en ligne et les fournisseurs de domaines sont mis à contribution en cas de vente de produits non conformes ou de coordonnées incorrectes.
- Si le cybermarchand est établi dans un autre État membre de l'UE ou dans un pays tiers, G@ZIELT™ informe l'autorité compétente du pays en question.
- G@ZIELT™ vérifie périodiquement les produits ayant été détectés préalablement comme non conformes.

Lors de l'année qui a suivi la création de l'unité (soit de juillet 2013 à juin 2014), un millier de produits – dont un quart de produits de consommation non alimentaires – ont été vérifiés ; 500 étaient commercialisés sur des sites web établis en Allemagne, 440 dans d'autres États membres de l'UE et le reste dans des pays tiers (CE, 2015b ; Federal Office of Consumer Protection and Food Safety, Allemagne, sans date).

La France a, elle aussi, mis en place une structure spécialisée dans la surveillance des sites de vente en ligne, à savoir le Centre de Surveillance du Commerce Electronique (CSCE), qui est opérationnel depuis 2001. Le CSCE, placé sous la responsabilité de la Direction Générale de la Concurrence de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF), surveille tous les aspects du commerce électronique, y compris les produits dangereux ou non conformes vendus sur le web en France. Les activités du CSCE peuvent conduire à des actions de contrôle menées par l'une des 122 antennes locales et régionales de la DGCCRF. Les cyberinspecteurs du CSCE sont formés à l'utilisation des technologies de l'information et de la communication, afin de pouvoir détecter et suivre les produits et opérateurs en ligne. En 2013, les inspecteurs ont vérifié 10 200 sites, dont 27 % présentaient des anomalies ou des cas de non-conformité (CE, 2015b).

En 2014, la France a adopté une nouvelle législation visant à améliorer la surveillance du marché et à permettre aux autorités : *i*) d'effectuer des achats mystères en autorisant les inspecteurs à utiliser une fausse identité pour contrôler les ventes de produits sur le web ; et *ii*) de demander au pouvoir judiciaire de délivrer une ordonnance enjoignant le fournisseur d'accès à l'internet, et les plateformes de commerce électronique, de fermer un site web qui ne respecte pas la réglementation relative à la sécurité des produits, ou demandant à un opérateur économique de réaliser des tests sur ses produits dans le cas où ces derniers sont soupçonnés de n'être pas conformes et/ou présentent un risque de sécurité pour les consommateurs.

Selon la nouvelle législation, le montant des amendes infligées dans les cas de produits dangereux ou non conformes a en outre été majoré.

Lignes directrices et stratégies en matière de surveillance du marché

Certains pays ont élaboré des lignes directrices sur la surveillance du marché, qui incluent des dispositions axées sur le commerce électronique.

En Finlande, l'agence chargée de la sécurité et des produits chimiques (Tukes) a publié en 2013 un ensemble précis d'instructions à l'intention de ses experts concernant la surveillance du commerce électronique. Ces lignes directrices expliquent comment entamer une démarche, comment évaluer la conformité des produits aux réglementations, et quelles dispositions peuvent être prises par les autorités de surveillance pour que le problème soit résolu. Elles ont été rédigées avec la collaboration d'experts de l'agence Tukes intervenant dans un certain nombre de domaines de la surveillance du marché concernant diverses catégories de produits (cosmétiques, produits chimiques et électronique) ainsi que la sécurité des produits ; cela a ainsi permis de mettre en évidence les différentes étapes de la surveillance des sites de vente en ligne qui sont communes à toutes les catégories de produits (CE, 2015b).

Aux Pays-Bas, la NVWA a affiné sa stratégie de surveillance des sites de vente en ligne en limitant le nombre d'inspections sur la base des critères suivants (NVWA, 2015) :

- Les sites web qui sont gérés par des magasins traditionnels et qui vendent les mêmes produits en ligne et hors ligne ne doivent pas être inspectés. Les magasins en question font en effet l'objet de contrôles dans leurs locaux. Une majorité de sites de vente en ligne se trouvent dans ce cas de figure : 80 à 90 % environ des biens achetés sur le web par les consommateurs néerlandais sont aussi disponibles dans des magasins traditionnels.
- De la même manière, les sites web labellisés « Waarborg Thuiswerk » – qui est aux Pays-Bas le principal label privé de garantie de la qualité – qui vendent aussi leurs produits dans des magasins traditionnels ne doivent pas non plus être inspectés. Ce label recouvre 85 % de l'ensemble des biens achetés en ligne aux Pays-Bas auprès de cybermarchands établis dans le pays. Un grand nombre de ces cybermarchands possèdent toutefois un magasin traditionnel qui, comme indiqué précédemment, ne fait pas l'objet d'inspections.
- Les sites de vente en ligne qui souvent ne respectent pas les exigences en matière de sécurité, ne possèdent pas de points de vente hors ligne et commercialisent des produits suspects doivent être inspectés. Les modalités de ces inspections sont en cours d'élaboration par la NVWA. Des pistes possibles sont de cibler en priorité les articles à bas prix, ou les marques inconnues.

Cette stratégie devrait contribuer à mieux sensibiliser les consommateurs aux risques de sécurité qu'ils peuvent encourir lorsqu'ils achètent sur le web, en particulier si les sites marchands ne sont pas établis dans des pays de l'UE. En 2016, la NVWA devait lancer une campagne en commandant un large éventail de produits sur des sites de vente en ligne installés dans des pays de l'UE et dans des pays tiers et proposant leurs produits aux consommateurs européens. L'initiative devait permettre de mettre en évidence d'éventuelles différences de conformité notables entre les produits commercialisés par des cybermarchands établis au sein ou en dehors de l'UE. Ces informations devaient servir de base à l'instauration d'une coopération à l'échelle internationale et à la mise au point du programme de communication/d'éducation que la NVWA est en train d'élaborer à l'intention des cyberconsommateurs. En accompagnement de ce programme, un rapport diffusé en mars 2016 rend compte des résultats d'une étude de grande ampleur (un questionnaire en ligne) ayant été réalisée en novembre-décembre 2015 pour en savoir plus sur le

comportement des consommateurs dans le contexte du commerce électronique (NVWA, Pays-Bas, 2015 et 2016).

La Turquie élabore actuellement un projet de cadre pour la surveillance du marché, qui contient des dispositions sur la traçabilité et la surveillance des sites de vente en ligne. L'objectif de ce nouveau cadre est d'améliorer l'inspection d'un échantillon de produits commercialisés sur des plateformes de commerce électronique, ainsi que la coopération entre les intermédiaires et les plateformes précitées (Ministère de l'économie de Turquie, 2015).

La Commission européenne est en train de préparer un guide de surveillance du marché visant à garantir la sécurité des produits vendus en ligne. Ce guide sera conçu à partir des informations recueillies auprès d'un groupe d'experts des États membres de l'UE, d'une étude sur les bonnes pratiques en matière de surveillance du commerce électronique, ainsi que des éléments émanant d'autres parties prenantes (CE, 2015c).

Coopération entre les autorités de surveillance du marché et les autorités douanières

Dans le contexte du commerce électronique transfrontière, la saisie à la frontière des produits ne satisfaisant pas aux réglementations nationales en matière de sécurité est l'une des méthodes les plus efficaces pour empêcher la mise sur le marché de produits dangereux. Dans la plupart des pays, la vérification de la conformité des produits avec les réglementations applicables en matière de sécurité est généralement de la responsabilité des autorités douanières. Pour empêcher que les consommateurs n'aient accès à des produits dangereux via des sites de commerce électronique transfrontières, la coopération entre l'administration des douanes et les autorités de surveillance du marché a été intensifiée dans un certain nombre de pays.

Au sein de l'UE, le règlement 765/2008 relatif à l'accréditation et à la surveillance du marché préconise l'instauration d'une coopération entre les autorités de surveillance du marché et les autorités douanières afin de repérer les produits dangereux avant qu'ils ne soient mis sur le marché. Ce texte demande aux États membres de l'UE d'échanger des informations avec leurs autorités douanières afin que les produits en cours d'importation soient soumis aux contrôles appropriés. Ces informations concernent par exemple les catégories de produits présentant des risques graves, les opérateurs économiques ou les fabricants à haut risque, ainsi que tout renseignement utile concernant un risque grave ou un cas de non-conformité déjà repéré (CE, 2011).

Les méthodes utilisées pour développer la coopération entre les autorités de surveillance du marché et les autorités douanières sont décidées par chaque État membre de l'UE. En France, la DGCCRF et les douanes ont conclu un accord de coopération afin de mieux coordonner leurs plans de contrôle annuels. Cet accord concerne par exemple les types de produits à inspecter. Dans la mesure où les deux autorités possèdent un certain nombre d'unités locales et régionales, l'échange d'informations pour connaître les services locaux et centraux responsables de telle zone géographique et de tel produit est indispensable pour assurer une collaboration efficace. La DGCCRF et les douanes françaises se réunissent régulièrement, élaborent des plans de surveillance pour certains domaines prioritaires, et définissent des activités de surveillance du marché pouvant être menées de concert. Ces deux autorités échangent en outre des données provenant de leurs systèmes d'information et de leurs laboratoires d'essai (CE, 2015b ; DGCCRF, France, 2016).

Un exemple manifeste de l'importance des échanges d'informations entre les autorités est la collaboration étroite entre Santé Canada et l'Agence des services frontaliers du Canada (ASFC) concernant la surveillance des importations à la frontière. Cette coopération est particulièrement importante dans ce

pays, où un grand nombre des produits de consommation proviennent de l'étranger. L'ASFC a conclu un protocole d'entente avec plusieurs ministères fédéraux du Canada, dont Santé Canada. Conformément au protocole conclu avec ce ministère, l'ASFC peut échanger avec lui des données sur les importations. Dans le cas où Santé Canada repère un produit ou un importateur à risque, il peut demander à l'ASFC de l'alerter lorsqu'un chargement de ce produit ou de cet importateur arrive sur le territoire canadien. Selon la loi sur les douanes, l'ASFC peut intercepter le chargement ou refuser son entrée au Canada. Le cas échéant, l'ASFC peut aussi autoriser l'importation du chargement, sachant que les inspecteurs de Santé Canada entreront en contact avec l'importateur pour tirer l'affaire au clair (ASFC, Canada, 2014).

Aux États-Unis, le *Commercial Targeting and Analysis Center* (CTAC) a été créé en 2009 au sein de l'agence *Customs and Border Protection* (US CBP), dans le but d'accroître la coopération entre les organismes officiels qui protègent les consommateurs américains contre les produits importés dangereux, notamment ceux qui sont vendus en ligne. Le CTAC permet à ces organismes d'échanger des ressources, des analyses et des compétences. Dix organismes travaillent en partenariat avec ce centre, parmi lesquels l'US CPSC, la *Food and Drug Administration* (US FDA), le *Food Safety and Inspection Service* (US FSIS) et l'*Environmental Protection Agency* (US EPA) (US CBP, sans date b). En 2010, l'US CBP et l'US CPSC ont signé un protocole d'accord autorisant l'US CPSC à consulter et utiliser, par l'intermédiaire du CTAC, le système de l'US CBP permettant de détecter des produits dangereux dans les ports (US CBP, 2010). Du personnel de l'US CPSC travaille au sein du CTAC, et des enquêteurs de l'US CPSC sont détachés dans plusieurs grands ports des États-Unis pour inspecter les chargements pouvant contenir des produits importés dangereux (US CBP, 2013a). L'US CPSC analyse les données fournies par l'US CBP à l'aide de son système d'évaluation des risques (appelé RAM), afin de déterminer quels chargements de produits de consommation inspecter en fonction des risques. Cette façon de procéder a permis de mettre au jour quelque 8.2 millions de produits de consommation qui n'étaient pas conformes aux réglementations en matière de sécurité ou qui étaient défectueux (US CPSC, 2014).

Cette collaboration a abouti à la saisie d'un certain nombre de chargements provenant de l'étranger. En 2013, l'US CBP, en étroite concertation avec l'US CPSC, a saisi un chargement provenant de Chine qui contenait 70 000 produits de consommation contrefaits, dont des lames de rasoir, des jouets, des lunettes de soleil, des marqueurs et des batteries, d'une valeur totale estimée à 3.9 millions USD. Le CTAC a ciblé le chargement en s'appuyant sur les réglementations en matière de santé et de sécurité définies par l'US CPSC et a repéré, en collaboration avec la CPSC, le chargement à inspecter dès son arrivée dans un port des États-Unis (US CBP, 2013b). En 2013 également, plus de 200 000 poupées provenant de Chine et contenant des niveaux élevés de substances chimiques interdites ont été saisies par les fonctionnaires de l'US CBP et les enquêteurs de l'US CPSC. Cette saisie concernait au total 10 chargements arrivés dans différents ports des États-Unis et ayant une valeur d'environ 500 000 USD (US CBP, 2013a).

Coopération entre les autorités et les plateformes de commerce électronique

Bien que les plateformes de commerce électronique ne soient généralement pas responsables légalement de la sécurité des biens mis en vente sur leurs sites par des distributeurs tiers, elles ont, dans un certain nombre de pays, coopéré avec les autorités pour protéger les consommateurs contre les produits dangereux (voir l'encadré 1).

Au Royaume-Uni, le service *Trading Standards* du Hampshire County Council a noué une coopération avec deux grandes plateformes de commerce électronique. Dans le comté du Hampshire, lorsque les fonctionnaires du *Trading Standards* reçoivent via le système d'alerte rapide pour les produits dangereux non alimentaires – ou tout autre système d'alerte – des plaintes concernant des produits dangereux ou non conformes vendus en ligne, ils peuvent informer les plateformes de commerce électronique concernées des problèmes de sécurité liés aux produits qui y sont mis en vente, et leur demander de retirer les produits en question. Lorsque l'on s'aperçoit qu'un distributeur commercialisant

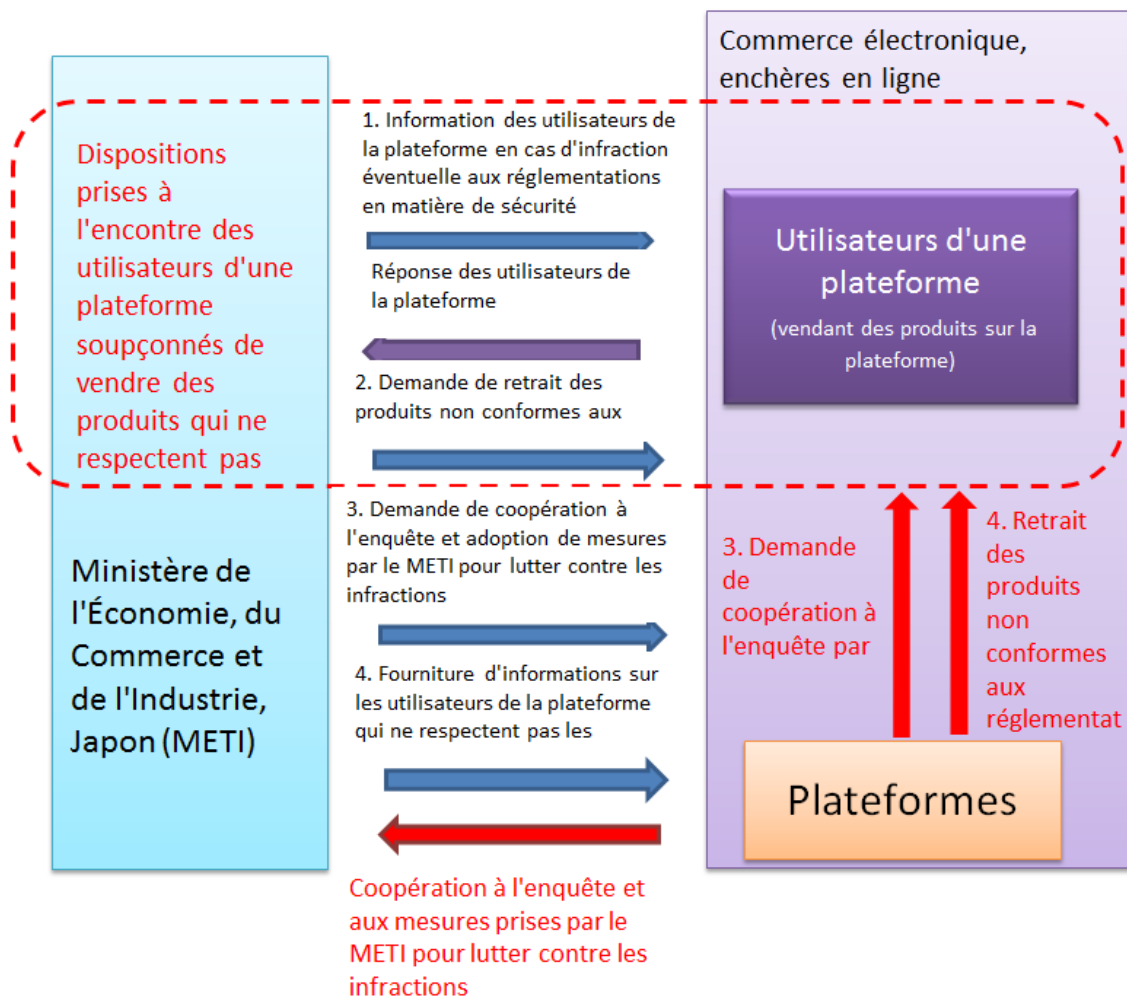
ses produits sur une plateforme sait pertinemment qu'il vend un grand nombre de produits dangereux ou non conformes, y compris de manière récurrente, ce distributeur peut lui aussi être retiré de la plateforme. Ces dispositifs de coopération entre les secteurs public et privé se sont avérés efficaces car les plateformes de commerce électronique sont souvent mieux placées que les autorités de réglementation pour identifier et localiser les distributeurs vendant des produits dangereux sur le web (CE, 2015b).

Au Japon, le ministère de l'Économie, du Commerce et de l'Industrie (METI) a, en 2012, mis en place un cadre de coopération avec trois grandes plateformes de commerce électronique et de vente aux enchères sur le web, en vue d'améliorer le respect de la législation japonaise sur la sécurité des produits et de restreindre les ventes de produits de consommation ne répondant pas aux normes techniques. Ce cadre inclut les dispositions suivantes (METI, Japon, 2012) (graphique 10) :

- Diffusion, sur les plateformes précitées, d'informations concernant les réglementations relatives à la sécurité des produits, afin de mieux sensibiliser les consommateurs à l'existence de ces dispositions.
- Collaboration des plateformes aux enquêtes du METI, afin de prendre des mesures contre les utilisateurs de ces plateformes qui ne respectent pas les réglementations en matière de sécurité.
- Désignation de points de contact permettant l'échange d'informations entre le METI et les plateformes, et organisation de réunions de liaison régulières.

Ce cadre a été étendu en 2013 et inclut désormais *Amazonco.co.jp*. Cette plateforme transmet à ses utilisateurs et aux consommateurs les informations sur le rappel des produits qui lui sont fournies par le METI (METI, Japon, 2013a).

Graphique 10. Cadre de coopération entre le METI (Japon) et les plateformes web



Source : METI, Japon (2013b), *Measures taken against products sold online that violate safety regulations*

La coopération entre les autorités et les plateformes de commerce électronique implantées à l'étranger a également été renforcée dans certains pays, afin de s'adapter à la croissance des transactions transfrontières. En janvier 2015, l'US CPSC a annoncé une collaboration avec *Alibaba*, la plus grande entreprise mondiale du commerce en ligne et mobile – dont le siège est en Chine –, pour ce qui concerne la sécurité des produits de consommation. Bien que la majorité des consommateurs achetant des produits sur la plateforme *Alibaba* habitent en Chine, un nombre croissant d'acheteurs résident dans d'autres pays, notamment aux États-Unis (The Wall Street Journal, 2015). Cette croissance est allée de pair avec une augmentation de la vente de produits de consommation interdits aux États-Unis.

Pour résoudre le problème, le cadre de coopération nouvellement créé inclut les dispositions suivantes (US CPSC, 2015 ; Consumer Product Matters, 2015 ; The New York Times, 2015) :

- Établissement d'une ligne de contact directe entre l'US CPSC et *Alibaba*.
- Communication à *Alibaba*, par l'US CPSC, d'une liste de produits faisant l'objet d'un rappel, afin de permettre à la plateforme de bloquer les ventes de produits rappelés et illicites à des consommateurs américains. Des filtres sont en outre créés à l'aide de mots clés, afin d'empêcher

que la plateforme ne soit utilisée par des tierces parties pour y commercialiser des produits illicites et ayant fait l'objet d'un rappel.

- Mise en place, sur les sites interentreprises d'*Alibaba*, de points d'accès dirigeant les importateurs de produits vers les réglementations américaines relatives à la sécurité des produits de consommation à haut risque.

Coopération internationale entre les autorités

Le rapport sur la surveillance du marché établi en 2014 par le Groupe de travail de l'OCDE a mis en évidence la nécessité, pour résoudre les problèmes liés à la sécurité des produits vendus en ligne, de renforcer la collaboration internationale entre les autorités (OCDE, 2014). L'une des difficultés auxquelles se heurtent souvent les autorités de surveillance du marché concerne l'identification de la chaîne d'approvisionnement et de l'opérateur économique concerné, comme par exemple un fabricant, un distributeur ou une plateforme de commerce électronique (OCDE, 2014 ; CE, 2015b). Une difficulté encore plus grande est celle qui consiste à faire retirer de la vente des produits dangereux lorsque les distributeurs ou les plateformes de commerce électronique installés à l'étranger ne veulent pas s'exécuter. Au sein de l'UE, les autorités d'un État membre peuvent identifier un opérateur économique implanté dans un autre État membre et enquêter à son sujet en collaboration avec l'autorité de surveillance de l'État en question ; en revanche, lorsque l'opérateur économique se trouve dans un pays tiers, il n'est pas facile d'échanger des informations et de mener des actions coercitives (CE, 2015b). La coopération entre les autorités de surveillance du marché et les autorités douanières des différents pays concernés est considérée à cet égard comme une méthode efficace pour empêcher que des produits dangereux ne soient importés par l'intermédiaire du commerce électronique. Il convient toutefois de noter que la plupart des dispositifs de coopération qui existent dans les pays ne sont généralement pas spécifiques à la vente en ligne et concernent tous les types de transactions transfrontières.

Au sein de l'UE, l'application RAPEX-Chine permet la transmission de données sur les produits dangereux entre la Commission européenne et les autorités chinoises. La Commission européenne informe ainsi les autorités chinoises des produits dangereux en provenance de Chine qui ont été signalés via le système européen d'alerte rapide pour les produits dangereux non alimentaires. Les autorités chinoises enquêtent alors sur les produits en question et prennent les mesures nécessaires pour empêcher de nouvelles exportations de ces produits vers les États membres de l'UE (Délégation de l'Union européenne en Chine, sans date).

En Amérique du Nord, le cadre d'engagement de coopération convenu entre l'US CPSC, Santé Canada et l'Agence fédérale mexicaine de protection des consommateurs (PROFECO) définit les modalités de la coopération entre ces trois organismes, en encourageant un échange d'informations sur les produits dangereux et sur les expériences en matière de vérification. Cette coopération a donné lieu à plusieurs actions conjointes et rappels trilatéraux de produits. En juin 2015, l'US CPSC et Santé Canada ont demandé conjointement le rappel d'enceintes portatives vendues en ligne, qui risquaient d'entrer en surchauffe et de s'embraser. En communiquant avec l'US CPSC, la PROFECO a pris note du rappel qui avait été émis et a diffusé une alerte à l'attention des consommateurs mexicains (*Procuraduría Federal del Consumidor*, Mexique, 2015).

Outre les échanges d'informations, les investigations surprises en ligne et les activités de surveillance du marché conjointes sont elles aussi considérées comme des méthodes efficaces pour accroître la coopération internationale en ce qui concerne les problèmes liés à la sécurité des produits vendus en ligne, comme l'a montré l'investigation surprise de l'OCDE. En Europe, le forum PROSAFE (*Product Safety Forum of Europe*) coordonne les activités de surveillance du marché avec les différents organismes officiels en Europe. Même si le principal objectif de cette initiative n'était pas de s'attaquer spécifiquement

aux plateformes de commerce électronique, lors d'une action conjointe menée entre 2010 et 2012 concernant des briquets munis d'une sécurité enfants et des briquets fantaisie, certains pays se sont penchés sur les problèmes liés aux ventes en ligne. Au cours de cette action, l'autorité suédoise a découvert que plusieurs cybermarchands proposaient à la vente des briquets fantaisie qui avaient été interdits au sein de l'UE. Ayant eu vent de cette information, les autorités islandaises et tchèques, qui avaient participé à l'action conjointe, ont en 2011 diligenté une enquête concernant un certain nombre de sites de vente en ligne installés dans leurs pays ; l'enquête a permis de mettre au jour plusieurs affaires dans lesquelles des briquets fantaisie interdits au sein de l'UE étaient accessibles à la vente en ligne (PROSAFE, 2013).

Les autorités douanières de certains pays ont en outre coopéré avec celles d'autres pays et entrepris des actions conjointes. En 2013, l'US CBP et l'administration générale des douanes de Chine (GACC) ont mené une opération douanière conjointe sur des produits de contrefaçon. Plus de 243 000 appareils électroniques grand public qui avaient été contrefaits, ainsi que des produits comportant de faux logos de marques bien connues, ont été saisis à l'issue de cette opération d'une durée d'un mois. L'opération a également abouti à l'arrestation aux États-Unis, par les services chargés de l'application de la loi locaux, des responsables des entreprises qui avaient importé les produits dans le pays dans le but de les vendre en ligne (US CBP, 2013c).

3.2. Actions engagées par les entreprises

Les entreprises peuvent faciliter le processus de rappel des produits auprès des consommateurs grâce aux données qu'elles possèdent concernant ces individus, notamment leurs noms et leurs coordonnées recueillis pour les besoins de la livraison de leurs commandes. La société *Amazon*, par exemple, se tient informée des rappels de produits : lorsqu'elle constate qu'un produit fait l'objet d'un rappel, non seulement elle suspend la vente du produit concerné, mais elle contacte aussi les personnes qui l'ont acheté ainsi que les éventuels vendeurs, afin de les informer du rappel (Amazon, sans date).

Au Japon, la *Japan Direct Marketing Association* (JDMA), qui regroupe des professionnels de la vente à distance (à la fois par correspondance et en ligne), a publié en 2014 un guide sur la façon dont les sociétés de vente à distance doivent réagir en cas d'incident lié aux produits, comme par exemple un rappel. Ce guide préconise que les sociétés en question utilisent les données relatives aux consommateurs pour accroître la sécurité des produits qu'elles mettent en vente. Il encourage également ces sociétés à actualiser les données précitées et à créer un système leur permettant de contacter et d'informer les consommateurs concernés aussitôt après qu'un produit acheté par leurs soins a fait l'objet d'un rappel. Le guide recommande, à cet effet, que l'on enregistre non seulement le nom du produit, mais aussi les références du modèle (JDMA, 2014).

Les autres actions engagées par les entreprises concernent principalement la lutte contre la vente en ligne de produits de contrefaçon. Si ces actions n'ont pas explicitement pour but de garantir la sécurité des produits, dans la mesure où certains produits de contrefaçon suscitent des inquiétudes au regard de la sécurité, ces actions peuvent, dans les faits, accroître la sécurité des produits vendus en ligne.

Certaines entreprises ont mis en place des systèmes de suivi pour repérer les produits de contrefaçon vendus sur le web. Pour citer un exemple, aux États-Unis, un important fabricant et distributeur d'outils à main et de matériel de diagnostic automobile de grande qualité a utilisé un système de suivi et de détection capable de repérer et de retrouver automatiquement les produits de contrefaçon vendus en ligne ; l'initiative a permis de mettre fin à la vente de ces produits. Six mois après le lancement du dispositif, des produits de contrefaçon d'une valeur de 1.2 million USD ont été retirés des sites marchands, et 4 900 enchères illégales ont été stoppées grâce à la coopération des sites de vente aux enchères (MarkMonitor, sans date a). Un système de suivi et de détection similaire a été mis en place par une entreprise japonaise d'électronique, qui est également l'un des plus grands fabricants d'imprimantes de

bureau. L'un des problèmes rencontrés par cette entreprise était le manque de visibilité concernant les activités de contrefaçon menées à l'échelle mondiale. Dans les trois ans qui ont suivi la mise en œuvre du système, l'entreprise a enregistré une division par trois du nombre de produits de contrefaçon commercialisés sur les plateformes de commerce électronique et les sites d'échanges interentreprises (MarkMonitor, sans date b).

Les entreprises ont également engagé des actions conjointes pour protéger les consommateurs contre les produits dangereux vendus en ligne. En 2013, l'*Anti-Counterfeiting Group* (ACG), une association professionnelle à but non lucratif regroupant quelque 160 membres du monde entier (notamment des fabricants, distributeurs et détaillants de renom) ont mis au point l'opération *WATCH*, dont le but est de lutter contre les produits de contrefaçon vendus par l'intermédiaire des médias sociaux. Lors d'une action ciblant les cosmétiques, appareils électriques, vêtements et chaussures de marque, l'ACG et 17 de ses membres ont surveillé le site d'un grand média social qui est utilisé par des personnes isolées et des groupes d'individus pour vendre des produits de contrefaçon. Une opération de démantèlement visant à retirer de la plateforme concernée les photos et les profils des contrevenants a abouti au retrait de 600 vendeurs proposant plus de 1 300 références (ACG, 2013). L'opération *WATCH* a également été menée en 2014 avec 24 membres ; elle s'est soldée par la suppression de plus de 250 vendeurs proposant plus de 5 000 références (ACG, 2014).

En ce qui concerne les publicités en ligne, *Google* a fermé les comptes *AdWords*¹⁵ qui étaient utilisés par leurs titulaires pour faire la publicité de produits de contrefaçon. En 2011, la société a amélioré son action en prenant les nouvelles dispositions suivantes : *i*) réponse dans les 24 heures aux plaintes fiables concernant la promotion de produits de contrefaçon par l'intermédiaire d'*AdWords* ; *ii*) collaboration plus étroite avec les détenteurs de marques, afin d'identifier les utilisateurs d'*AdSense*¹⁶ ayant des liens avec les ventes de produits de contrefaçon et, le cas échéant, les expulser du programme *AdSense* ; et *iii*) création d'une nouvelle page d'aide concernant le signalement des produits de contrefaçon (Google, 2011). Le nombre d'individus identifiés comme faisant la publicité de produits de contrefaçon est passé de 14 000 en 2013 – et 82 000 en 2012 – à 7 000 en 2014 (Google, 2015).

3.3. Amélioration de la sensibilisation des entreprises aux problèmes liés à la sécurité des produits vendus en ligne

Une autre approche pour empêcher la commercialisation en ligne de produits dangereux est de faire connaître aux entreprises le cadre légal applicable en matière de sécurité des produits.

En 2014, l'ACCC a publié le guide « *Consumer product safety online* », destiné aux entreprises implantées en Australie et à l'étranger qui ont l'intention de proposer leurs produits aux consommateurs australiens sur le web. Le but de ce guide est que les entreprises situées à tous les niveaux de la chaîne d'approvisionnement s'assurent que leurs produits respectent la législation australienne sur la sécurité des produits ; il fournit donc des sources d'information sur cette législation. Le guide délivre également des conseils en matière de respect des réglementations, et invite les cybermarchands à (ACCC, Australie, 2014a) :

- Toujours demander au fabricant et aux fournisseurs de fournir des informations claires prouvant que leurs produits sont conformes à la législation australienne sur la sécurité des produits, par exemple des résultats de tests en cours de validité.
- Prendre des dispositions pour être sûrs de ne pas proposer des produits interdits ou non conformes. Ces dispositions sont par exemple : *i*) vérifier les exigences fixées par les éventuelles normes de sécurité ; *ii*) organiser régulièrement des contrôles du processus de conception et de fabrication des produits ; *iii*) enregistrer et traiter les plaintes des consommateurs ; *iv*) se tenir au

courant des nouveautés concernant la sécurité des produits en Australie ; et v) prendre des mesures pour empêcher la vente de produits interdits et non conformes aux consommateurs australiens, et informer ces derniers sur les raisons pour lesquelles ces produits ne peuvent être commercialisés.

- Fournir aux consommateurs des informations utiles (par exemple un descriptif clair du produit et des instructions d'utilisation) afin qu'ils soient en mesure de déterminer, avant d'effectuer l'achat, si un produit est sûr.

Un aspect important du guide de l'ACCC est qu'il donne aux plateformes de commerce électronique des conseils concernant la conformité des produits, afin de les aider à empêcher que des produits dangereux ne soient commercialisés en ligne. Ces conseils sont notamment les suivants (ACCC, Australie, 2014a) :

- Procéder à un examen minutieux des cybermarchands utilisant la plateforme, afin de vérifier qu'ils ne vendent pas des produits interdits ou non conformes.
- Encourager les nouveaux cybermarchands à se rendre sur les sites web gouvernementaux qui décrivent les réglementations relatives à la sécurité des produits, et à s'abonner à des alertes automatiques.
- Inciter les cybermarchands à fournir des descriptifs clairs des produits, des photos des produits de bonne qualité, et des listes d'ingrédients.
- Fournir aux cybermarchands et aux consommateurs les coordonnées de la plateforme de commerce électronique, et encourager les cybermarchands à en faire de même.

Aux Pays-Bas, la NWWA a mis sur pied en 2010, en collaboration avec des groupements professionnels, des associations d'importateurs et des groupements d'entreprises et de commerces, un portail web – www.traderouteasia.nl – visant à sensibiliser les entreprises aux importations de produits non alimentaires en provenance d'Asie (notamment de Chine) et à améliorer les connaissances des importateurs en ce qui concerne les lois et les obligations légales, souvent fragmentées et difficiles à trouver. Ce portail fournit également des listes de points à vérifier, des tests d'apprentissage en ligne et des formations sur ces questions (CE, 2015b).

3.4. Éducation des consommateurs sur les problèmes liés à la sécurité des produits vendus en ligne

Malgré les actions précitées de contrôle et de surveillance du marché menées par les entreprises et les organismes de défense des consommateurs, il n'est pas garanti que les produits dangereux aient complètement disparu des sites de vente en ligne. L'une des méthodes pour mieux sensibiliser les consommateurs à ces questions et aux risques encourus est de leur fournir des informations utiles en ligne, notamment des listes de points à vérifier concernant la sécurité des produits vendus sur le web (encadré 2).

Un autre point très important pour accroître la protection du consommateur et sa confiance dans le commerce électronique est de faciliter l'accès des consommateurs aux informations sur les rappels de produits. Dans un certain nombre de pays, les pouvoirs publics ont créé à cet effet des portails web. On citera par exemple le site SafeProduct.Gov (www.saferproducts.gov/) aux États-Unis, le système d'alerte rapide sur les produits dangereux non alimentaires de l'UE (<http://ec.europa.eu/consumers/safety/rapex/alerts/main/index.cfm?event=main.search>), le site Canadiens en santé (<http://canadiensensante.gc.ca/recall-alert-rappel-avis/index-fra.php>) au Canada, ainsi que le site consacré au rappel des produits de la Consumer Affairs Agency (www.recall.go.jp/) au Japon. Le Portail

global sur les rappels de produits de l'OCDE (<http://globalrecalls.oecd.org/Search.aspx?lang=fr>) fournit également, à l'intention des consommateurs et des entreprises, des informations sur les rappels de produits publiés dans le monde entier.

Ces informations doivent être présentées de façon à être facilement compréhensibles par les consommateurs. Aux États-Unis, le procureur général de l'Illinois publie chaque année depuis 2007 le guide *Safe Shopping Guide*, afin d'éviter que les consommateurs n'achètent pour Noël des jouets ou des articles pour enfants présentant un danger. Ce guide contient les photos et les descriptions des produits rappelés par l'US CPSC, en les présentant sous une forme facilement accessible par les consommateurs (Illinois Attorney General, 2014).

Encadré 2. Exemples de sites web fournissant des conseils aux consommateurs

Questions générales sur la sécurité des produits

ACCC (Australie) : Produits dangereux vendus en ligne

- Le site web de l'ACCC (www.productsafety.gov.au/content/index.phtml/itemId/975165) décrit les risques éventuels (blessure ou décès) associés à l'achat de produits dangereux sur le web, et donne une liste des points qui doivent être vérifiés par le consommateur avant d'acheter.
- Ce site fournit également des liens vers des listes de produits interdits, de normes obligatoires et de produits rappelés, mises à jour par l'ACCC.

Gouvernement du Queensland (Australie) : Conseils pour acheter en ligne

- Le site (www.qld.gov.au/law/your-rights/consumer-rights-complaints-and-scams/consumer-advice-rights-and-responsibilities/tips-to-become-a-smarter-shopper/tips-for-buying-online/) fournit une liste complète des aspects auxquels le consommateur doit être attentif lorsqu'il effectue des achats en ligne (notamment en ce qui concerne la sécurité du paiement, la confidentialité et le contrat).
- S'agissant des questions de sécurité, le site suggère au consommateur de vérifier si le produit est licite, s'il va fonctionner en Australie, s'il s'accompagne de garanties, et si un service après-vente est disponible à proximité.

CBP : Obligations et responsabilités inhérentes aux achats en ligne

- Le site (www.cbp.gov/trade/basic-import-export/internet-purchases) explique qu'un achat effectué auprès d'un cybermarchand installé à l'étranger est considéré comme une importation, ce qui implique l'obligation de vérifier que les produits concernés respectent les règles et réglementations spécifiques en matière d'importations. Il avertit également les consommateurs qu'en tant qu'acheteurs, ils sont responsables de la conformité des produits à ces réglementations.
- Le site fournit en outre une liste des points à vérifier en ce qui concerne les douanes et la protection des frontières.

Conseils relatifs à certains types de produits

Electrical Safety First (association sans but lucratif, Royaume-Uni) : Comment acheter des appareils électriques sur le web, ou le guide des achats en toute sécurité

- Le dépliant *Electrical Safety First*, qui est disponible sur le site web de l'organisme du même nom (www.electricalsafetyfirst.org.uk/guides-and-advice/electrical-items/safe-shopping/), délivre dix conseils pour acheter sur le web des appareils électriques sûrs. Outre les conseils à caractère général sur le commerce électronique (par exemple : rechercher les coordonnées du vendeur, conserver un historique), ce dépliant fournit également des recommandations spécifiques pour les appareils électriques (par exemple : vérifier le voltage des produits et lire les garanties).
- En plus de ces conseils, le dépliant fournit des informations diverses, notamment sur ce que doivent faire les consommateurs avant d'utiliser pour la première fois un produit qui paraît peu sûr, et comment les acheteurs peuvent retourner des produits défectueux.

Sources : ACCC, Australie (sans date b) ; Queensland Government, Australie (sans date b) ; US CBP (sans date a) ; Electrical Safety First (2014).

Les pouvoirs publics peuvent aussi informer les consommateurs sur les sites web qui commercialisent des produits dangereux ou sont soupçonnés de le faire. Les consommateurs peuvent ainsi vérifier la légitimité du cybermarchand auquel ils ont l'intention d'acheter des produits. S'agissant des produits de contrefaçon, au Japon par exemple, la *Consumer Affairs Agency* publie sur son site web une liste de sites étrangers malveillants, en précisant leurs noms, adresses URL et types de produits proposés. En juillet 2016, cette liste incluait 352 sites (CAA, Japon, 2016).

Il n'est pas facile de déterminer si la sécurité est l'un des facteurs prioritaires des consommateurs lorsqu'ils effectuent leurs achats. Les consommateurs sont généralement « trop confiants » ; ils ont tendance à penser qu'ils ont fait la recherche qui convient, et à négliger les autres possibilités qui existent (OCDE, 2006). Ces comportements biaisés des consommateurs peuvent nuire à leur perception du risque et les conduire à sous-estimer ce risque (Venkatesan, 1981). Une étude réalisée par la NVWA en 2015 a révélé que seuls 5 % des consommateurs néerlandais qui effectuent des achats en ligne au moins une fois tous les trois mois se sont déjà inquiétés de la sécurité des produits au moment de l'achat ; c'est un pourcentage nettement plus faible que celui des consommateurs craignant de ne pas recevoir leur commande (29 %) ou d'être victimes d'une escroquerie (21 %). La même étude a montré que 79 % du même échantillon de consommateurs néerlandais prêtent toujours (32 %) ou parfois (47 %) attention à la sécurité du produit lorsqu'ils achètent sur le web. Ces résultats révèlent donc que les consommateurs sont conscients qu'il peut exister sur l'internet des produits dangereux, mais qu'ils ne s'attendent pas à en acheter ou ne réalisent pas les risques qu'ils encourent (NVWA, Pays-Bas, 2016). De surcroît, les consommateurs considèrent généralement que les risques liés aux produits sont gérés par les organisations concernées (notamment les entreprises et les pouvoirs publics), de sorte qu'ils n'ont pas besoin de s'en préoccuper (Venkatesan, 1981). Par conséquent, appeler l'attention du consommateur sur les conséquences graves des produits dangereux pourrait aider à mieux sensibiliser celui-ci sur les problèmes liés à la sécurité des produits lors des achats en ligne.

L'utilisation des médias traditionnels (comme les programmes télévisés) peut être un procédé avantageux pour alerter les consommateurs sur les dommages pouvant être causés par les produits dangereux commercialisés sur le web. Au Royaume-Uni, le service *Trading Standards* du Suffolk County Council (TSSCC), qui est chargé de la protection du consommateur et de la sécurité des produits, travaille en collaboration avec une émission bien connue de la télévision britannique sur la consommation pour accroître la sensibilisation des consommateurs sur ces questions. L'émission assure le lien avec le site web du TSSCC et aide ce dernier à informer les consommateurs au sujet de la surveillance du marché et des mesures coercitives, des contrôles douaniers et des produits défectueux (CE, 2015b).

ANNEXE 1

MÉTHODOLOGIE EMPLOYÉE POUR L'INVESTIGATION SURPRISE DE L'OCDE

Dans la mesure où les normes et les réglementations de sécurité ne sont pas les mêmes selon les pays, les participants à l'investigation surprise ont vérifié la conformité des produits par rapport aux normes et aux réglementations applicables dans leur propre pays. La méthodologie employée pour réaliser l'investigation surprise est présentée dans l'encadré 3.

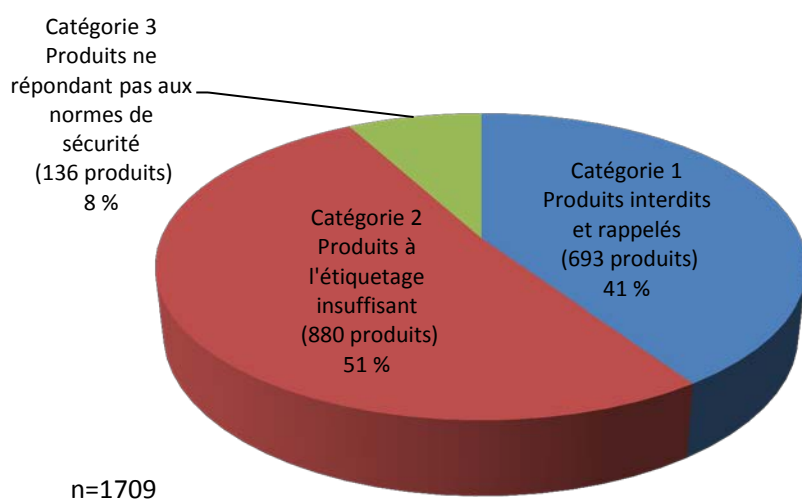
Encadré 3. Méthodologie employée pour l'investigation surprise de l'OCDE

- Les participants à l'investigation surprise ont choisi la durée de l'opération et les ressources qu'ils voulaient y consacrer.
- Les participants ont été invités à décider du type de produit dangereux qu'ils souhaitaient étudier parmi une ou plusieurs des trois catégories suivantes : catégorie 1 (produits interdits/ayant fait l'objet d'un rappel) ; catégorie 2 (produits comportant un étiquetage insuffisant) ; catégorie 3 (produits ne répondant pas aux normes de sécurité facultatives ou obligatoires). Les participants avaient la possibilité de choisir un produit considéré comme prioritaire dans leur pays.
- Catégorie 1 : produits interdits/ayant fait l'objet d'un rappel
 - Les participants à l'investigation surprise ont choisi un ou plusieurs produits interdits ou ayant fait l'objet d'un rappel dans leur pays, et ont recherché les sites web – à la fois nationaux et transfrontières – proposant ce(s) produit(s) à la vente.
 - Les participants ont dû vérifier si les produits étaient commercialisés dans leur pays : *i)* en procédant à toutes les étapes d'une transaction en ligne et en examinant si le fournisseur expédie les produits dans le pays en question ; *ii)* en achetant un produit interdit sur un site web ; ou *iii)* en contactant directement la plateforme de commerce électronique pour confirmer que les produits peuvent être expédiés vers le pays en question.
- Catégorie 2 : produits comportant un étiquetage et des mises en garde de sécurité insuffisants
 - Les participants à l'investigation surprise ont choisi un ou plusieurs produits soumis à des exigences en matière d'étiquetage, et ont recherché les sites web – à la fois nationaux et transfrontières – proposant ces produits à la vente.
 - Les participants ont vérifié l'étiquetage des produits : *i)* en recherchant le contenu de l'étiquette ou une photo de l'étiquette sur le point de vente en ligne (autrement dit, sur le site web) ; et *ii)* si possible, en achetant les produits pour déterminer s'ils comportent les étiquettes appropriées.
- Catégorie 3 : produits ne répondant pas aux normes de sécurité facultatives ou obligatoires (produits de contrefaçon non inclus)
 - Les participants à l'investigation surprise ont choisi un ou plusieurs produits soumis à des normes de sécurité et/ou à des exigences réglementaires en matière de conception, et ont recherché les sites web – à la fois nationaux et transfrontières – proposant ces produits à la vente.

- Les participants ont vérifié si la conception des produits est sûre : *i)* en recherchant les informations disponibles sur le web ; ou *ii)* en achetant un échantillon sur les sites de vente en ligne et en vérifiant par des tests que les exigences sont respectées.

Au total, les participants à l'investigation surprise ont inspecté 1 709 produits. Parmi les trois catégories de produits précitées, un peu plus de la moitié (51 %) des produits inspectés appartenaient à la catégorie 2, 693 produits (41 %) faisaient partie de la catégorie 1, et 136 (8 %) appartenaient à la catégorie 3 (graphique 11).

Graphique 11. Nombre de produits inspectés dans chaque catégorie



Les deux types de produits les plus couramment inspectés étaient des jeux et des jouets (18 % des produits inspectés), ainsi que des appareils électroménagers (16 % des produits inspectés) (tableau 5).

Tableau 5. Produits inspectés lors de l'investigation surprise sur le web

	Catégorie 1 Produits interdits/rappelés	Catégorie 2 Produits à l'étiquetage insuffisant	Catégorie 3 Produits ne répondant pas aux normes de sécurité	Total
Vêtements	35	139	0	174
Automobiles	21	1	0	22
Produits chimiques	1	75	0	76
Cosmétiques	4	43	0	47
Denrées alimentaires	11	0	0	11
Appareils électroménagers	54	213	12	279
Appareils ménagers (non électriques)	71	95	80	246
Articles pour enfants/bébés	79	11	4	94
Produits de soin	9	0	0	9
Technologie mobile	9	45	17	71
Matériel de sécurité	13	10	0	23
Articles de sport/loisirs	146	71	3	220
Outils/machines	6	90	0	96
Jouets/jeux	229	67	14	310
Sans classification	5	20	6	31
Total	693	880	136	1709

Pour chaque catégorie, les participants pouvaient choisir d'acheter (ou non) les produits inspectés. Le nombre de produits achetés pour chaque catégorie était le suivant : 4 pour la catégorie 1 (1 % des 693 produits inspectés), 77 pour la catégorie 2 (9 % des 880 produits inspectés) et 60 pour la catégorie 3 (44 % des 136 produits inspectés).

En ce qui concerne l'origine des fournisseurs, les participants ont pu choisir le nombre de fournisseurs nationaux et étrangers qu'ils souhaitent inspecter. Il en résulte que le pourcentage de fournisseurs nationaux inspectés diffère considérablement selon les catégories de produits. Globalement, près des trois quarts (73 %) des sites web inspectés qui commercialisaient le produit examiné vers le pays concerné étaient implantés dans le même pays (tableau 6).

Tableau 6. Origine des fournisseurs (nationaux ou étrangers)

	Catégorie 1 Produits interdits/rappelés	Catégorie 2 Produits à l'étiquetage insuffisant	Catégorie 3 Produits ne répondant pas aux normes de sécurité	Total
Nbre total de produits inspectés	473	880	136	1489
Nbre de produits provenant d'un fournisseur national	183	802	102	1087
% de produits provenant d'un fournisseur national	39%	91%	75%	73%
Nbre de produits provenant d'un fournisseur étranger	278	72	34	384
% de produits provenant d'un fournisseur étranger	59%	8%	25%	26%
Nbre de fournisseurs dont on ne connaît pas le pays	12	6	0	18
% de fournisseurs dont on ne connaît pas le pays	3%	1%	0%	1%

Note : Pour les produits de la catégorie 1, l'analyse n'inclut pas les produits qui ne sont pas distribués dans le pays participant, ou dont on ne sait pas s'ils le sont.

Les types de sites web inspectés étaient des plateformes de commerce électronique et des sites web de distributeurs. Le nombre de produits commercialisés sur chaque type de site est présenté dans le tableau 7. Globalement, 73 % des produits étaient mis en vente sur des sites web de distributeurs et 27 % sur des plateformes de commerce électronique.

Tableau 7. Répartition de la commercialisation des produits par type de site web

	Catégorie 1 Produits interdits/rappelés	Catégorie 2 Produits à l'étiquetage insuffisant	Catégorie 3 Produits ne répondant pas aux normes de sécurité	Total
Nbre total de produits inspectés	473	880	136	1489
Nbre de produits vendus sur plateformes de commerce électronique	250	86	62	398
% de produits vendus sur plateformes de commerce électronique	53%	10%	46%	27%
Nbre de produits vendus sur sites web de distributeurs	223	794	72	1089
% de produits vendus sur sites web de distributeurs	47%	90%	53%	73%
Nbre de sites web de type inconnu	0	0	2	2
% de sites web de type inconnu	0%	0%	1%	0%

Note : Pour les produits de la catégorie 1, l'analyse n'inclut pas les produits qui ne sont pas distribués dans le pays participant, ou dont on ne sait pas s'ils le sont.

NOTES

¹ Dans le cadre du présent rapport, une plateforme de commerce électronique est une plateforme web sur laquelle les commerçants peuvent commercialiser et vendre leurs produits aux consommateurs, ou qui peut elle-même vendre ses propres produits. Des exemples de plateformes bien connues sont notamment eBay, Amazon et Rakuten.

² Dans le cadre du présent rapport, le site web d'un distributeur est un site créé par un détaillant pour commercialiser et vendre ses propres produits en ligne.

³ Ces pays étaient les suivants : Australie, Brésil, Canada, Chili, Colombie, Corée, Islande, Japon, Nouvelle-Zélande, Turquie et 15 États membres de l'UE (Allemagne, Autriche, Danemark, Espagne, Estonie, Finlande, France, Hongrie, Lettonie, Malte, Pologne, Portugal, République tchèque, Slovaquie et Suède).

⁴ Dans le cadre du présent rapport, une plateforme de commerce électronique est une plateforme web sur laquelle les commerçants peuvent commercialiser et vendre leurs produits aux consommateurs, ou qui peut elle-même vendre ses propres produits. Des exemples de plateformes bien connues sont notamment eBay, Amazon et Rakuten.

⁵ Dans le cadre du présent rapport, le site web d'un distributeur est un site créé par un détaillant pour commercialiser et vendre ses propres produits en ligne.

⁶ La méthodologie employée pour réaliser l'investigation surprise est décrite à l'annexe au présent rapport. Les résultats de l'étude sont présentés plus en détail dans le rapport intitulé « OECD Online Product Safety Sweep Results » [[DSTI/CP/CPS\(2016\)3](#)].

⁷ Le financement participatif est de différents types : *i*) prêts ; *ii*) dons et financement participatif avec contrepartie ; et *iii*) investissement participatif en capital (OCDE, 2015). Dans le financement participatif avec contrepartie, un accord préalable d'achat est sous-entendu, ce qui signifie que le financement du développement du produit est lié à l'acquisition ultérieure du produit.

⁸ Voir www.cbp.gov/trade/basic-import-export/internet-purchases.

⁹ Ces pays étaient les suivants : Australie, Brésil, Canada, Chili, Colombie, Corée, Nouvelle-Zélande, Turquie et 9 États membres de l'UE (Allemagne, Autriche, Danemark, Espagne, Hongrie, Lettonie, Portugal, République tchèque et Slovaquie).

¹⁰ Ces pays étaient les suivants : Australie, Islande, Japon, Turquie et 11 États membres de l'UE (Allemagne, Autriche, Espagne, Estonie, Finlande, France, Lettonie, Malte, Pologne, Portugal et Suède).

¹¹ Ces pays étaient les suivants : Australie, Chili et 5 États membres de l'UE (Allemagne, Autriche, France, Lettonie et Slovaquie). Les produits de contrefaçon ne rentraient pas dans le cadre de l'investigation.

¹² Une « injonction de faire » est un processus par lequel l'ACCC peut choisir de régler une affaire par la voie administrative. Ces injonctions peuvent être les suivantes : *i*) dédommagement des consommateurs ayant

subi des préjudices ; *ii*) lancement de campagnes publicitaires correctives de la même fréquence et intensité que celles ayant trompé les consommateurs ; *iii*) financement d'un programme de mise en conformité des pratiques commerciales au sein d'une entreprise ou d'un secteur ; et *iv*) réaménagements administratifs au sein de l'entreprise pour réduire le risque de pratique mensongère future (ACCC, Australie, sans date *c*).

¹³ Les alertes de l'UE sur la sécurité des denrées alimentaires et des aliments pour animaux fournissent des informations sur les risques sanitaires ayant été détectés dans la chaîne alimentaire. Ces informations doivent être communiquées aux autorités de sécurité des aliments des 28 États membres de l'UE, à la Commission européenne, à l'Autorité européenne de sécurité des aliments (EFSA), à l'Autorité de surveillance AELE, à la Norvège, au Liechtenstein, à l'Islande et à la Suisse.

¹⁴ Le système d'alerte rapide sur les produits dangereux non alimentaires (RAPEX) permet à ses 31 pays participants (membres de l'UE, Norvège, Islande et Liechtenstein) et à la Commission européenne d'échanger des informations sur les produits présentant un risque pour la santé et la sécurité des consommateurs, et sur les mesures prises par les pays en question pour gérer ce risque. Voir http://ec.europa.eu/consumers/consumers_safety/safety_products/rapex/index_en.htm.

¹⁵ *AdWords* est un service de publicité en ligne fourni par *Google*. Le principe est que les annonces s'affichent sur l'écran où apparaissent les résultats des recherches effectuées avec *Google*, ou sur d'autres sites web ayant un partenariat avec *Google*.

¹⁶ *AdSense* est un service gratuit fourni par *Google*, qui permet aux utilisateurs de diffuser des publicités ciblées à côté du contenu consulté par les internautes, et de gagner de l'argent lorsque les internautes cliquent dessus.

REFERENCES

- Agence des services frontaliers du Canada (ASFC) (2014), *Importation de produits de consommation, de cosmétiques et de dispositifs émettant des radiations*, avril 2014, <http://www.cbsa-asfc.gc.ca/publications/dm-md/d19/d19-5-1-fra.html>.
- Amazon (sans date), *About Product Safety at Amazon*, www.amazon.com/gp/help/customer/display.html?nodeId=565166, dernière consultation le 28 février 2016.
- Australian Competition and Consumer Commission (ACCC) (2014a), *Consumer product safety online*, mars 2014, www.accc.gov.au/system/files/Consumer%20product%20safety%20online.pdf.
- ACCC (Australie) (2014b), exposé présenté lors du séminaire PROSAFE sur les activités internationales conjointes de surveillance du marché, tenu le 19 juin 2014 à Bruxelles, Belgique, http://ec.europa.eu/consumers/events/ipsw_2014/docs/pres_20140619_online-sales_accc.pdf.
- ACCC (Australie) (2014c), *ACCC takes action against online suppliers of unsafe household cots*, août 2014, www.productsafety.gov.au/content/index.phtml/itemId/1008666.
- ACCC (Australie) (2013), *Supplier guide: Product Safety; Ingredients labelling on cosmetics*, juin 2013, www.productsafety.gov.au/content/index.phtml/itemId/991380.
- ACCC (Australie) (2007), *Online retailer Overstockoutlet recalls freestyle bicycles after ACCC action*, octobre 2007, www.accc.gov.au/media-release/online-retailer-overstockoutlet-recalls-freestyle-bicycles-after-accc-action.
- ACCC (Australie) (sans date, a), *Bans: Magnets – small, high powered*, www.productsafety.gov.au/content/index.phtml/itemId/997517, dernière consultation le 17 février 2015.
- ACCC (Australie) (sans date, b), *Unsafe online products*, www.productsafety.gov.au/content/index.phtml/itemId/975165, dernière consultation le 17 février 2015.
- ACCC (Australie) (sans date c), *Enforceable undertakings*, www.accc.gov.au/publications/country-of-origin-claims-the-australian-consumer-law/country-of-origin-claims-and-the-australian-consumer-law/penalties-and-consequences/enforceable-undertakings, dernière consultation le 3 mars 2015.
- ACCC (sans date, d), *Bans*, www.productsafety.gov.au/content/index.phtml/tag/bans#toc1, dernière consultation le 8 avril 2015.
- Chaudhry, P.E. et A. Zimmerman (2013), « The Global Growth of Counterfeit Trade », *Protecting Your Intellectual Property Rights; Understanding the Role of Management, Governments, Consumers and Pirates*, Springer, pp. 7-32, www.springer.com/economics/book/978-1-4614-5567-7.
- Commission Européenne (CE) (2015a), *The Consumer Conditions Scoreboard – Consumers at home in the single market; 2015 edition*, Septembre 2015, http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/consumer_scoreboards/11_edition/docs/ccs2015_scoreboard_en.pdf.

- CE (2015b), *Good Practice in Market Surveillance Activities related to Non-Food Consumer Products sold Online*, janvier 2015, <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/8723/attachments/1/translations/en/renditions/native> (Report), <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/8724/attachments/1/translations/en/renditions/native> (Annex).
- CE (2015c), exposé présenté lors de la conférence sur la protection des consommateurs européens intitulée « Priorités futures de la politique des consommateurs à l'ère numérique », tenue le 24 avril 2015.
- CE (2015d), *Toy Safety Directive 2009/48/EC; An explanatory guidance document (rev. 1.8)*, février 2015, <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/8710/attachments/1/translations/en/renditions/native>.
- CE (2015e), *Communication avec le Secrétariat de l'OCDE*, non publié.
- CE (2014), *Understanding Crowdfunding and its Regulations*, <http://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC92482/lbna26992enn.pdf>.
- CE (2013), *Too good to be true: the real price of fake products*, avril 2013, http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-13-346_de.htm.
- CE (2011), *Guidelines for import controls in the area of product safety and compliance*, décembre 2011, http://ec.europa.eu/taxation_customs/resources/documents/common/publications/info_docs/customs/product_safety/guidelines_en.pdf.
- CE (2009), *The Toy Safety Directive 2009/48/EC*, juin 2009, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32009L0048&from=FR>.
- CE (2001), *Directive 2001/95/CE du Parlement européen et du Conseil du 3 décembre 2001 relative à la sécurité générale des produits*, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2002:011:0004:0017:fr:PDF>.
- Consumer Affairs Agency (Japon) (2016), *List of malicious overseas websites (as of 15 July 2016)*, juillet 2016, http://www.caa.go.jp/adjustments/pdf/160715adjustments_1.pdf.
- Consumer Product Matters (2015), *CPSC and E-Commerce Giant Alibaba Ink Deal to Block Sale of Recalled Products to U.S. Consumers*, 14 janvier 2015, www.consumerproductmatters.com/2015/01/cpsc-and-e-commerce-giant-alibaba-ink-deal-to-block-sale-of-recalled-products-to-us-consumers/.
- Consumer Product Safety Commission (CPSC) (États-Unis) (2015), *Online Commerce Company Alibaba Group and CPSC Working Together on Consumer Safety*, janvier 2015, www.cpsc.gov/onsafety/2015/01/online-commerce-company-alibaba-group-and-cpsc-working-together-on-consumer-safety/.
- CPSC (États-Unis) (2014), *Port Surveillance News: CPSC Stops More Than 12.5 Million Units of Violative Products from Reaching Homes in Fiscal Year 2013*, mai 2014, www.cpsc.gov/en/Newsroom/News-Releases/2014/Port-Surveillance-News-CPSC-Stops-More-Than-125-Million-Units-of-Violative-Products-from-Reaching-Homes-in-Fiscal-Year-2013/.
- CPSC (États-Unis) (2008a), *Consumer Product Safety Improvement Act of 2008 (Public Law 110–314)*, août 2008, www.cpsc.gov/PageFiles/129663/cpsia.pdf.

- CPSC (États-Unis) (2008b), *Labelling Requirement for Toy and Game Advertisements*, novembre 2008, www.cpsc.gov/en/Regulations-Laws--Standards/Rulemaking/Final-and-Proposed-Rules/Labeling-Requirement-for-Toy-and-Game-Advertisements/.
- CPSC (États-Unis) (2000), *Prometheus International Inc. Announce Recall of Novelty Lighters*, février 2000, www.cpsc.gov/en/Recalls/2000/CPSC-Prometheus-International-Inc-Announce-Recall-of-Novelty-Lighters-/.
- CPSC (États-Unis) (1999), *CPSC Announces Initiative to Monitor E-Commerce for Unsafe Products*, décembre 1999, www.cpsc.gov/en/Newsroom/News-Releases/2000/CPSC-Announces-Initiative-to-Monitor-E-Commerce-for-Unsafe-Products/.
- CPSC (États-Unis) (sans date), *CPSC Approves Strong Federal Safety Standard for High-Powered Magnet Sets to Protect Children and Teenagers*, www.cpsc.gov/en/Newsroom/News-Releases/2014/CPSC-Approves-Strong-Federal-Safety-Standard-for-High-Powered-Magnet-Sets-to-Protect-Children-and-Teenagers/, dernière consultation le 17 février 2015.
- Customs and Border Protection (CBP) (États-Unis) (2013a), *CBP, CPSC Seize 200K Toy Dolls at U.S. Ports*, novembre 2013, www.cbp.gov/newsroom/national-media-release/2013-11-19-000000/cbp-cpsc-seize-200k-toy-dolls-us-ports.
- CBP (États-Unis) (2013b), « CBP, Consumer Product Safety Commission Collaborate on Import Seizure », *CBP Access*, 6 septembre 2013, vol. 2, n° 16, www.cbp.gov/sites/default/files/documents/CBPAccessV2.16_090613.pdf.
- CBP (États-Unis) (2013c), *U.S., China Announce Results of First Joint Intellectual Property Operation*, juillet 2013, www.cbp.gov/newsroom/national-media-release/2013-07-31-040000/us-china-announce-results-first-joint-intellectual.
- CBP (États-Unis) (2010), *CBP, CPSC Sign Agreement to Promote Consumer Safety*, avril 2010, www.cbp.gov/newsroom/national-media-release/2010-04-26-040000/cbp-cpsc-sign-agreement-promote-consumer-safety.
- CBP (États-Unis) (sans date, a), *Internet Purchases: Your Responsibility and Liability*, www.cbp.gov/trade/basic-import-export/internet-purchases, dernière consultation le 16 février 2015.
- CBP (États-Unis) (sans date, b), *Commercial Targeting and Analysis Center*, www.cbp.gov/trade/priority-issues/import-safety/ctac, dernière consultation le 8 mars 2015.
- Délégation de l'Union européenne en Chine (sans date), *RAPEX-China System*, http://eeas.europa.eu/delegations/china/eu_china/food_safety_and_consumer_protection/rapex_china_system/index_en.htm, dernière consultation le 8 mars 2016.
- Direction Générale de la Concurrence de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF) (France) (2016), *Communication avec le Secrétariat de l'OCDE*, non publié.
- Electrical Safety First (2014), *Buying Electrical Goods Online? The Safe Shopper's Guide*, mars 2014, www.electricalsafetyfirst.org.uk/mediafile/100129855/Buying-Electrical-Goods-Online-A5-Leaflet-2014.pdf.

- Federal Office of Consumer Protection and Food Safety (Allemagne) (sans date), G@ZIELT: Safe Shopping on the Internet, www.bvl.bund.de/EN/01_Food/06_E-Commerce/lm_E-Commerce_node.html;jsessionid=9555D4CF88FB960ADCB24CADCF41C6B4.2_cid340#doc4189918bodyText3, dernière consultation le 4 mars 2015.
- Google (2015), *Fighting Bad Advertising Practices on the Web — 2014 Year in Review*, février 2015, <http://adwords.blogspot.fr/2015/02/fighting-bad-advertising-practices-on.html>.
- Google (2011), *Keeping counterfeits out of ads*, mars 2011, <http://googlepublicpolicy.blogspot.fr/2011/03/keeping-counterfeits-out-of-ads.html>.
- Heinonen, J., T. Holt et M. Wilson (2012), « Product Counterfeits in the Online Environment: An Empirical Assessment of Victimization and Reporting Characteristics », *International Criminal Justice Review*, vol. 22, n° 4, Georgia State University, <http://icj.sagepub.com/content/22/4/353.abstract?etoc>.
- Illinois Attorney General (2014), *2014 Safe Shopping Guide*, www.illinoisattorneygeneral.gov/consumers/2014_Safe_Shopping_Guide.pdf, dernière consultation le 16 mars 2015.
- Japan Direct Marketing Association (JDMA) (2014), *Guidebook on how to deal with product accidents for distance selling businesses* (en japonais seulement), avril 2014, www.meti.go.jp/product_safety/producer/tsushinguide.pdf.
- Kirschman, K. et G. Smith (2007), « Resale of recalled children's products online: an examination of the world's largest yard sale », *Injury Prevention* 2007, vol. 13, pp. 228-231, www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2598328/pdf/228.pdf.
- KVUE (2014), *Recall Roulette: Dangerous products sold online*, 21 novembre 2014, www.kvue.com/story/news/investigations/defenders/2014/11/20/recall-roulette-dangerous-products-sold-online/70008204/.
- MarkMonitor (sans date, a), *Snap-on Finds the Right Tool for Online Brand Protection*, www.markmonitor.com/download/cs/cs_snap_on.pdf, accessed in 13 mars 2015.
- MarkMonitor (sans date, b), *Epson Deploys Integrated MarkMonitor Solution for Global Brand Protection*, www.markmonitor.com/download/cs/cs_epson.pdf, accessed in 13 mars 2015.
- Mertl, S. (2013), *Health Canada quashes Polar Pen because of magnet threat, entrepreneur out \$100k*, novembre 2013, <https://ca.news.yahoo.com/blogs/dailybrew/health-canada-quashes-polar-pen-because-magnet-threat-211825720.html>.
- Ministère de l'Économie, de Commerce et de l'industrie (Ministry of Economy, Trade and Industry (METI)) (Japon) (2014), *Market Survey on E-commerce Transactions (Fiscal year 2014)* (en japonais seulement), août 2014, www.meti.go.jp/policy/it_policy/statistics/outlook/H25report.pdf.
- METI (Japon) (2013a), *METI to Expand Cooperation Concerning Product Safety with the Operator of an Internet Shopping Website*, août 2013, www.meti.go.jp/english/press/2013/0801_01.html.
- METI (Japon) (2013b), *Measures taken against products sold online that violate safety regulations* (en japonais seulement), décembre 2013, www.meti.go.jp/committee/sankoushin/shojo/seihin_anzen/pdf/001_10_00.pdf.

- METI (Japon) (2012), *METI will offer cooperation concerning product safety together with auction shopping site operators* (en japonais seulement), juin 2012, <http://warp.da.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/8422823/www.meti.go.jp/press/2012/06/20120611001/20120611001-1.pdf>.
- Ministère de l'Économie de Turquie (2015), exposé présenté lors de la 11^{ème} session du Groupe de travail sur la sécurité des produits de consommation, tenue le 23 octobre 2015.
- Ministère de la Consommation (Nouvelle-Zélande) (2012), *Ministry to step up ladder safety after injuries*, mai 2012, www.consumeraffairs.govt.nz/news/media-releases/ministry-to-step-up-ladder-safety-after-injuries.
- Ministère de la Consommation (Nouvelle-Zélande) (sans date, a), *Ban on sale of high powered magnet sets*, www.consumeraffairs.govt.nz/news/product-safety-alerts/ban-on-sale-of-high-powered-magnet-sets, dernière consultation le 17 février 2015.
- Ministère de la Consommation (Nouvelle-Zélande) (sans date, b), *Warning over unsafe ladders sold online*, www.consumeraffairs.govt.nz/news/product-safety-alerts/ministry-to-step-up-ladder-safety-after-injuries/?searchterm=sold%20online*%20danger, dernière consultation le 3 mars 2015.
- National Consumer Affairs Centre in Japan (NCAC) (Japon) (2015), *No ingredients list shown on the website for online shops for cosmetic products* (en japonais seulement), janvier 2015, www.kokusen.go.jp/t_box/data/t_box-faq_qa2014_36.html.
- Netherlands Food and Consumer Product Safety Authority (NVWA) (Pays-Bas) (2016), *The consumer perspective regarding product safety for online purchases*, mars 2016, document fourni au Secrétariat de l'OCDE par la NVWA.
- Nielsen (2014), *E-Commerce: Evolution or Revolution in the Fast-moving Consumer Goods World?*, août 2014, http://ir.nielsen.com/files/doc_financials/Nielsen-Global-E-commerce-Report-août-2014.pdf.
- Nikkei (2015), *Be aware of counterfeit baby carriers found to be sold on internet which may lack the strength required* (en japonais seulement), 4 février 2015, www.nikkei.com/article/DGXLASDG03H8LT00C15A2CR8000/.
- NVWA (Pays-Bas) (2015), Communication avec le Secrétariat de l'OCDE, non publié.
- OCDE (Organisation de coopération et de développement économiques) (2016), *Recommandation du conseil sur la protection du consommateur dans le commerce électronique*, mars 2016, http://www.oecd-ilibrary.org/STI/Recommandation_commerce_electronique-2016.
- OCDE (2015), *Perspectives de l'économie numérique de l'OCDE 2015*, Éditions OCDE, Paris, <http://dx.doi.org/10.1787/9789264243767-fr>.
- OCDE (2014), *Market Surveillance in the Field of Consumer Product Safety*, en cours, [DSTI/CP/CPS(2014)26].
- OCDE (2013), *The Internet Economy on the Rise: Progress since the Seoul Declaration*, Éditions OCDE, <http://dx.doi.org/10.1787/9789264201545-en>.

- OCDE (2010), *Guide pour le développement des politiques de consommation*, Éditions OCDE, Paris, <http://dx.doi.org/10.1787/9789264079687-fr>.
- OCDE (2008), *The Economic Impact of Counterfeiting and Piracy*, Éditions OCDE, www.oecd.org/industry/ind/theeconomicimpactofcounterfeitingandpiracy.htm.
- OCDE (2006), *Roundtable on Demand-side Economics for Consumer Policy: Summary Report*, www.oecd.org/internet/consumer/36581073.pdf.
- OCDE/EUIPO (Office de l'Union Européenne pour la propriété intellectuelle) (2016), *Trade in Counterfeit and Pirated Goods: Mapping the Economic Impact*, Éditions OCDE, <http://dx.doi.org/10.1787/9789264252653-en>.
- Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) (Mexique) (2015), Communication with the OECD Secretariat, non publié.
- Product Safety Forum of Europe (PROSAFE) (2013), *Lighters II; Final Implementation Report*, février 2013, www.prosafe.org/images/Documents/JA2009/Lighters2-final_report.pdf.
- Productivity Commission (Australie) (2011), « 5. Consumer Protection », *Economic Structure and Performance of the Australian Retail Industry*, novembre 2011, www.pc.gov.au/inquiries/completed/retail-industry/report/retail-industry.pdf.
- Queensland Government (Australie) (sans date, a), *Second-hand goods safety*, www.qld.gov.au/law/your-rights/consumer-rights-complaints-and-scams/product-safety-for-consumers/second-hand-goods-safety/, dernière consultation le 20 février 2015.
- Queensland Government (Australie) (sans date, b), *Tips for buying online*, www.qld.gov.au/law/your-rights/consumer-rights-complaints-and-scams/consumer-advice-rights-and-responsibilities/tips-to-become-a-smarter-shopper/tips-for-buying-online/, dernière consultation le 15 mars 2015.
- Santé Canada (2013), *Information pour les fabricants, importateurs, distributeurs et détaillants de produits contenant de petits aimants puissants*, <http://www.hc-sc.gc.ca/cps-spc/advisories-avis/info-ind/magnets-aimants-fra.php>, dernière consultation le 22 septembre 2015.
- Tan, C.S. (2008), « Making products safe: process and challenges », *International Commerce Review*, vol. 8, n° 1, pp. 48-55.
- The Anti-Counterfeiting Group (ACG) (2014), *Social Media or Criminal Enterprise*, décembre 2014, www.a-cg.org/guests/newsdesk/acg-press-releases#.VQNkKfnF91Y.
- The Anti-Counterfeiting Group (ACG) (2013), *Online Onslaught*, décembre 2013, www.a-cg.org/guests/newsdesk/acg-press-releases#.VQNkKfnF91Y.
- The Guardian (2010), *Illegal tooth-whitening products still available online despite warnings*, 20 août 2010, www.theguardian.com/money/2010/aug/20/illegal-tooth-whitening-online.
- The New York Times (2015), *Alibaba Will Help Curb Export of Recalled Items*, 13 janvier 2015, www.nytimes.com/2015/01/14/business/international/alibaba-teams-up-with-us-consumer-product-safety-commission.html.

The Wall Street Journal (2015), *Alibaba to Block Sales of Unsafe Children's Products in U.S.*, 13 janvier 2015, www.wsj.com/articles/alibaba-to-block-sales-of-unsafe-childrens-products-in-u-s-1421144168.

Venkatesan, M. (1981), *Consumer Behaviour and Acceptable Risk: Some Research Issues*, in K.B. Monroe (dir. pub.), *Advances in Consumer Research*, vol. 08, Association for Consumer Research, Ann Arbor, MI, pp. 503-505, <http://acrwebsite.org/volumes/5845/volumes/v08/NA-08>.

Which (2010), *Illegal tooth whitener sales exposed*, Août 2010, www.which.co.uk/news/2010/08/illegal-tooth-whitener-sales-exposed-225191/.