

**Le commerce électronique
et la vente de vins par Internet**

Par : Rick CULLEN - Gaden Lawyers,
Australie Occidentale

Peter SEARLE - Barreau de Victoria, Australie

AIDV

Section Australie & Asie

Conférence annuelle du 25 et 26 octobre 1998

1. Introduction à Internet

Internet est un réseau mondial d'ordinateurs reliés par des fibres optiques, par des câbles sous-marins, par des satellites, par des micro-ondes ou par les réseaux téléphonique ou RNIS. Le réseau est accessible de partout, à tout le monde, à condition de disposer d'un ordinateur, d'un modem et d'un raccordement à Internet, qui s'obtient généralement par le biais d'un fournisseur d'accès. On compte aujourd'hui plus de 30 millions d'internautes, et ce nombre est en augmentation rapide.

La toile (ou le World Wide Web), elle, date de 1991 et son but au départ était de faciliter la recherche et la communication. Son succès grandissant a donné lieu à une prolifération de sites plus commerciaux, et à la montée du commerce électronique.

Voici un aperçu de la création, de la publication et de l'accès aux pages web par Internet :

« Une page web est créée par son auteur et stockée provisoirement dans la mémoire (de l'ordinateur). Lorsqu'elle est sauvegardée sur le disque dur de l'ordinateur, elle est considérée comme étant fixée sous une forme matérielle. Ensuite, elle est téléchargée par un serveur web, qui la stocke provisoirement dans sa mémoire avant de la sauvegarder à son tour sur le disque dur. Selon la configuration, la page peut également être sauvegardée sur plusieurs disques durs, reproduite sur plusieurs ordinateurs, voire stockée sur une ou des bande(s) de sauvegarde.

Lorsque l'utilisateur formule une demande par l'intermédiaire de son navigateur¹ [par ex. Navigator de Netscape ou Internet Explorer de Microsoft] afin de récupérer la page du serveur web, la page est transmise jusqu'au navigateur à travers le réseau, par toute une combinaison de supports de communication (fibres optiques, câbles sous-marins, micro-ondes, réseau RNIS ou téléphone).

**Electronic Commerce
and the Sale of Wine on the Internet**

Presented by : Rick Cullen - Gaden Lawyers, WA
Peter Searle - Victorian Bar, Victoria*

* International Wine Law Association Australasian
Chapter

Annual Conference - 25 & 26 October 1998

1. Introduction to the Internet

The Internet is a vast global network of computers linked by optic fibres, submarine cables, satellites, microwaves, ISDN and telephone wires. It is accessible from any location, and by anyone with a computer, modem, and an internet connection, usually through an Internet Service Provider («ISP»). There are over 30 million users, and the numbers are increasing rapidly.

The World Wide Web was developed in 1991 with the original purpose of facilitating research and communication. Its burgeoning popularity has led to the proliferation of more commercially oriented sites, and the rise of e-commerce.

A brief overview of how Web pages are created, published, and accessed over the Internet is as follows:

«A Web page is created by its author, and stored temporarily in [the computer] memory. Once saved to [the] computer's hard disk, it is regarded as being fixed in a material form. It is then uploaded to a Web server, which stores it temporarily in memory before also saving it to that computer's hard disk. Depending on its configuration, the page may also be stored on several hard disks, duplicated on multiple computers, and even stored on one or more backup tapes.

Once a request is made by a user through their browser¹ [e.g. Netscape, or Microsoft Internet Explorer] to retrieve the page from the Web server, the page is sent over the Internet, through any number of combination of mediums including optic fibre, submarine cable, satellite, microwave, ISDN and telephone connections back to the browser.

¹ « Un navigateur est un logiciel qui permet de visualiser, de lire, voire d'entendre des informations sur la toile » - <http://www.whatis.com/browser.htm>.

¹ «A browser is a program that provides a way to look at, read, and even hear all the information on the World Wide Web», -<http://www.whatis.com/browser.htm>.

A chaque relais (ou " saut ")² le document peut être reproduit dans une juridiction différente. Par exemple, une page venant d'un pays étranger et consultée par un internaute situé en Australie Occidentale va faire des sauts dans les états australiens de Victoria et de la Nouvelle Galles du Sud, dans plusieurs états des Etats Unis, ainsi que dans ceux du pays du serveur web. Il peut même arriver que lorsque cet internaute accède à une page hébergée en Australie Occidentale, il passe par l'état de Victoria.

Bien que chaque saut d'une conversation TCP/IP [Protocole de commande de transmission/protocole Internet]³ constitue une transmission par la juridiction concernée pour la législation relative aux contenus du réseau Internet, le document n'est stocké que pendant quelques millisecondes dans de petites mémoires tampon avant qu'il soit transmis plus loin et que la mémoire soit écrasée

Cependant, cette transmission directe depuis le serveur web jusqu'à l'internaute constitue la manière la plus simple de répondre à la demande. Pour des raisons relatives à la vitesse, au coût, à la sécurité et aux gains de largeur de bande⁴, les fournisseurs d'accès utilisent généralement un serveur interposé⁵ qui joue le rôle d'intermédiaire entre le serveur et le navigateur, et une mémoire cache⁶ [c'est-à-dire un stock] contenant les documents web récupérés par le passé.

Lorsqu'un client demande au serveur interposé de récupérer une page, ce dernier balaye sa mémoire cache pour vérifier s'il peut trouver une copie récupérée précédemment ; si la page n'a pas été modifiée sur le serveur web, il envoie la copie provenant de la mémoire cache locale, plutôt que d'en chercher une autre. ⁷.

² Un " saut " est le voyage qu'un " paquet " de données passant sur le réseau fait entre deux ordinateurs.

³ " Le TCP/IP est le langage de communication de base d'Internet, que l'on appelle son protocole. Lorsqu'une personne a un accès direct à Internet, cela signifie que son ordinateur dispose d'une copie du logiciel TCP/IP, tout comme tous les autres ordinateurs avec lesquels elle communique. " <http://www.whatis.com/tcpip.htm>

⁴ " La largeur de bande correspond : (1) à la vitesse à laquelle les données passent sur un chemin de transmission donné et (2) d'une manière plus technique, à la largeur de la plage de fréquences sur laquelle les signaux électroniques sont portés sur un support de transmission donné " - <http://www.whatis.com/bandwidth.htm>.

⁵ " Dans une entreprise qui utilise Internet, ce serveur s'interpose entre les divers postes de travail et Internet, permettant ainsi à l'entreprise de garantir la sécurité, le contrôle administratif et la mise en cache.... Le serveur interposé reçoit la demande de service Internet (par ex. demande de page web) formulée par l'utilisateur. Si les besoins de filtrage sont remplis, le serveur interposé (à condition qu'il dispose d'une mémoire cache) recherche dans sa mémoire cache locale les pages téléchargées précédemment. S'il trouve la page demandée, il la renvoie à l'utilisateur sans transmettre la demande à Internet.

⁶ " Une mémoire cache sert au stockage plus ou moins provisoire. Les pages web demandées sont stockées dans le répertoire cache du navigateur sur le disque dur " - <http://www.whatis.com/cache.htm>

⁷ " Les questions de droits d'auteur soulevées par la technologie de la toile " de Denis Cheong, http://www.pictonwarlow.com.au/online_resources/ip/let_copyrights/chapter3.html.

Each relay (or " hop ")² may involve a reproduction of the document in a different jurisdiction. For instance, a Western Australian browser accessing a foreign page will typically involve hops in Victoria or New South Wales and several states in the US, as well as ones in the country of the Web server. Even accessing a page residing in Western Australia can involve hops to Victoria and back.

Although each hop in a TCP/IP³ (Transmission Control Protocol/ Internet Protocol) conversation constitutes a transmission through that jurisdiction for the purposes of Internet content legislation, each hop only stores the document temporarily in small memory buffers for a few milliseconds before sending them on and overwriting the memory

This direct transmission from the Web server to the browser is, however, the simplest manner to handle the request. For reasons of speed, cost, security and savings in bandwidth⁴, ISPs generally use a proxy server⁵ as a «go-between» the Web server and the browser, and a cache⁶ [i.e. store] of Web documents retrieved in the past.

When a client requests the proxy to retrieve a page, the proxy examines its cache for a copy that has been previously retrieved and if it has not since been modified on the Web server it will send the locally cached copy, rather than retrieving another. ⁷

² A «hop» is the trip that a "packet" of information on the Internet takes between computer to computer.

³ «TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol) is the basic communication language or protocol of the Internet. ... When you are set up with direct access to the Internet, your computer is provided with a copy of the TCPAP program just as every other computer that you may send messages to or get information from also has a copy of TCPAP.» - <http://www.whatis.com/tcpip.htm>

⁴ A Bandwidth is used to mean (1) how fast data flows on a given transmission path, and (2), somewhat more technically, the width of the range of frequencies on which electronic signals are carried on a given transmission medium - <http://www.whatis.com/bandwidth.htm>

⁵ «in an enterprise that uses the Internet, a proxy server is a server that acts as an intermediary between a workstation user and the Internet so that the enterprise can ensure security, administrative control, and caching service. ... A proxy server receives a request for an Internet service (such as a Web page request) from a user. If it passes filtering requirements, the proxy server, assuming R is also a cache server, looks in its local cache of previously downloaded Web pages. If it finds the page, it returns it to the user without needing to forward the request to the Internet.» - <http://www.whatis.com/proxy.htm>

⁶ «A cache (pronounced CASH) is a place to store something more or less temporarily. Web pages you request are stored in your browser's cache directory on your hard disk.» - <http://www.whatis.com/cache.htm>

⁷ «Copyright Issues Arising from Web Technology» by Denis Cheong, http://www.pictonwarlow.com.au/online_resources/ipA&t-copyright/chapter3.html

2. Caractéristiques particulières d'Internet

Les avantages apparemment énormes du point de vue commercial peuvent s'accompagner d'une pléthore de problèmes du point de vue de juridique.

Internet apporte les avantages ci-après :

- (1) un marché potentiel de plusieurs millions de clients
- (2) l'accès aux marchés internationaux
- (3) des communications et des transactions instantanées avec les clients
- (4) un transfert de données à peu de frais, tant pour l'expéditeur que pour le destinataire
- (5) un coût relativement faible d'installation d'un site d'activité.

3. Le commerce électronique

Le commerce électronique englobe une foule d'activités comportant diverses formes de transactions par des moyens électroniques. Par exemple, les transactions par télécopie, par télex, par l'émission de données informatiques, par distributeur automatique de banque, par transfert de fonds au point de vente ... correspondent toutes à des formes de commerce électronique⁸.

Dans la suite de cet article, nous allons nous concentrer sur les transactions par Internet. Une simple définition du commerce électronique serait : " l'achat et la vente de produits et de services par Internet " ⁹.

Voici la suite d'événements type du commerce électronique :

- (1) l'information est émise vers l'acheteur par l'intermédiaire d'une page web interactive¹⁰, sur laquelle le vendeur fait des déclarations sur ses produits ;
- (2) l'acheteur sélectionne le produit ;
- (3) éventuellement, le vendeur obtient une authentification de l'acheteur ;
- (4) l'acheteur décide du moyen de paiement (paiement à la livraison, carte de crédit, monétique (ou monnaie électronique) ;
- (5) la transaction est réalisée par un clic de la souris.

⁸ « Le commerce électronique : les nouvelles questions de la commercialisation mondiale - l'expérience de l'Australie » par Peter Leonard, Simon Pollard, Vanessa Leong, Gilbert & Tobin, <http://www.gtlaw.com.au/gt/bin/frameup.cgi/gt/pubs/ecomnovelissues.html>

⁹ <http://www.whatis.com/ecommerc.htm>

¹⁰ Définition de l'adjectif " interactif " : « Pour les ordinateurs, l'interactivité correspond au dialogue sensoriel intervenant entre un être humain (ou éventuellement tout autre être vivant) et un logiciel (les logiciels qui fonctionnent sans l'implication immédiate de la part de l'utilisateur ne sont pas interactifs : on les qualifie couramment de logiciels différés ou de fond). On considère que les jeux génèrent beaucoup d'interactivité.

Toutefois, les applications de saisie de commandes et un grand nombre d'applications de gestion sont également interactives, bien que d'une manière plus limitée (elles proposent moins d'options d'interaction à l'utilisateur).

Sur la toile, l'utilisateur interagit non seulement avec son navigateur (le logiciel d'application), mais également avec les pages que ce dernier lui transmet. L'hypertexte, ainsi que les liens avec les mots ou les images, constituent les formes les plus courantes de l'interactivité lors de l'utilisation de la toile (que l'on peut considérer comme un logiciel d'application géant et interconnecté). - <http://www.whatis.com/interac.htm>.

2. Characteristics unique to the Internet

What may be perceived as vast opportunities from a commercial point of view may equate with a plethora of problems from a legal point of view.

The Internet offers the following benefits:

- (1) a potential market of millions of customers
- (2) access to international markets
- (3) instantaneous communicating and transacting with customers
- (4) transfer of information at very little cost to the sender and receiver;
- (5) relatively low cost to set up a place of business.

3. What is Electronic Commerce ?

Electronic commerce encompasses a wide range of activities which involve, in various different forms, transacting via electronic means. For example, transacting by facsimile, telex, Electronic Data Exchange, Automated Teller Machines, EFTPOS and Internet are all forms of electronic commerce.⁸

Today I will be focussing on transactions over the Internet. A simple definition of electronic commerce is the buying and selling of goods and services on the Internet.⁹

The following is a typical sequence of events in electronic commerce:

- (1) information is passed to the purchaser through an interactive ¹⁰ to Web page, in which the vendor makes representations about their products;
- (2) the purchaser chooses the product;
- (3) the vendor may need to authenticate the purchaser;
- (4) the purchaser decides the method of payment (e.g. cash on delivery; credit card; digicash (or e cash));
- (5) at the click of a mouse, the transaction is completed.

⁸ «Ecommerce: Novel Issues in Selling to the World - the Australian Experience» by Peter Leonard, Simon Pollard, Vanessa Leong, Gilbert & Tobin, <http://www.gtlaw.com.au/gt/bin/frameup.cgi/gt/pubs/ecomnovelissues.html>

⁹ <http://www.whatis.com/ecommerc.htm>

¹⁰ Definition of «interactive»: «In computers, interactivity is the sensory dialog that occurs between a human being (or possibly another live creature) and a computer program. (Programs that run without immediate user involvement are not interactive; they're usually called batch or background programs.) Games are usually thought of as fostering a great amount of interactivity. However, order entry applications and many other business applications are also interactive, but in a more constrained way (offering fewer options for user interaction).

On the World Wide Web, you not only interact with the browser (the Web application program) but also with the pages that the browser brings to you. Hypertext or the word and picture links you can connect to are the most common form of interactivity when using the Web (which can be thought of as a giant, interconnected application program).» - <http://www.whatis.com/finterac.htm>

4. Questions juridiques relatives au commerce électronique et à la vente de vins par Internet

4.1 Question contractuelles

Dans un contrat papier, les deux parties doivent avoir pris connaissance des conditions ; dès le respect des éléments de base du contrat, les parties sont liées par ces conditions.

Les difficultés se posent pour des contrats sur Internet (ou des contrats en ligne) lorsque le vendeur n'indique pas expressément les conditions ; en effet, l'acheteur peut réaliser son achat sans connaître ces conditions. Des litiges peuvent survenir ultérieurement, sur l'existence d'un contrat et sur les conditions contractuelles.

Gilbert et Tobin font des suggestions pratiques pour lever l'ambiguïté dans la formation des contrats :

" ... (les) conditions précisées sur une page du site web. Pour que ces conditions s'appliquent, elles doivent :

(1) contenir l'ensemble des conditions que le vendeur souhaite appliquer, et notamment les conditions de base, telles que la désignation des produits ou des services, les modalités de paiement et une identification claire des parties ;

(2) être acceptées par le client avant la consommation de la transaction commerciale (par ex. en concevant le site web de manière à ce que les clients soient obligés de visualiser et d'accepter les conditions, et en enregistrant une trace des acceptations ¹¹.

4.2 Questions relatives à la juridiction

Les transactions ordinaires concernent des gens se trouvant au même endroit. Or, Internet ne connaît pas de frontières géographiques, et les transactions peuvent concerner des permutations sans fin de participants se trouvant à n'importe quel endroit.

Par exemple, le vendeur peut être une cave vinicole de Margaret River, alors que l'acheteur est un amateur de vins japonais, et que le fournisseur d'accès se trouve à Perth. Si le vin est acheté en cliquant avec la souris sur un bouton marqué " accepter " ou " envoyer le numéro de carte de crédit ", par quel droit la transaction est-elle régie ?

La loi sur la vente d'alcool de 1988 de l'Australie Occidentale est assez intéressante à cet égard :

" Sauf disposition contraire dans la réglementation, si une livraison d'alcool a lieu dans l'état, la vente sera réputée conclue dans l'état dans le cadre de la présente loi même si elle a lieu à l'extérieur de l'état. "

¹¹ " Guide sommaire pour le commerce par Internet " de Gilbert & Tobin, <http://www.gtlaw.com.au>

4. Legal Issues relating to electronic commerce and the sale of wine over the Internet

4.1 Contractual issues

In a paper contract, both parties ought to be aware of the express terms and conditions, and upon satisfying the basic elements of a contract, will be bound by those terms.

Difficulties arise with internet (or online) contracts when vendors fail to set out the express terms and conditions, and a purchaser can make a purchase without having seen those terms. Further down the track disputes may ensue over the existence of a contract, and the contractual terms.

Gilbert & Tobin suggest the following practical tips to avoid uncertainty in contract formation:

«... (the) terms set out in a page on your website. For the terms to be enforceable, they should:

(1) contain all the terms you wish to apply including all the essential or core terms such as a description of the goods or services, payment terms and clear identification of the parties;

(2) be accepted by the customer before the trading transaction is consummated (for example, by designing the website to require customers to view and accept the terms) and logging an audit trail of acceptances¹¹.

4.2 Jurisdictional Issues

A typical consumer transaction involves people in the same physical location. On the Internet, however, there are no geographic boundaries, and transactions may involve endless permutations of participants from around the world.

For example, the vendor may be a winery in Margaret River, the purchaser may be a wine-lover in Japan, and the ISP may be in Perth. If the wine is purchased at the click of a button labelled «accept» or «send my credit-card number», what is the governing law?

Interestingly, the Liquor Licensing Act 1988 (WA) section 4(8) states:

«Where delivery to a purchaser of liquor is to be effected in the State, then notwithstanding that the sale otherwise took place outside the State, the sale of that liquor shall for the purposes of this Act be deemed to have been concluded in the State unless the regulations otherwise provide».

¹¹ "Trading Over the Internet - Quickguide" by Gilbert & Tobin, <http://www.gtlaw.com.au>

Par conséquent, un acheteur de l'Australie Occidentale qui achète du vin sur une page web française sera soumis à la loi sur la vente d'alcool de l'état australien.

A noter, à titre d'information, que la loi sur la vente d'alcool de l'Australie Méridionale est identique à celle de l'Australie Occidentale, et que la loi sur la vente d'alcool de la Nouvelle Galles du Sud est semblable à cette dernière.

Chaque pays a ses propres lois et réglementations sur la vente d'alcool.

En vendant du vin à une personne située dans un pays qui a d'autres lois, un vendeur peut contrevenir à ces lois à son insu.

Par exemple, la législation de la Floride limite à 24 bouteilles par an la quantité de vin que les résidents peuvent commander et recevoir d'un autre état. A l'heure actuelle, toute violation de cette loi correspond à une félonie.¹²

La jurisprudence relative aux questions de juridiction est loin d'être arrêtée. Aux Etats Unis, il existe même des affaires où les fournisseurs d'accès ont été trouvés coupables de contrevenir aux lois d'un état, quand bien même leur seul rapport avec cet état était que l'internaute a accédé au site web et a commis l'infraction dans l'état.¹³

Gilbert & Tobin suggèrent que lors de la mise en place d'un site web, le vendeur doit faire figurer sur la page comportant les conditions de vente une clause particulière portant sur :

- (1) le nom du pays ou de l'état dont le droit régit le contrat ; et
- (2) les tribunaux compétents du pays ou de l'état.¹⁴

La prudence demande également que le vendeur se tienne bien informé des législations étrangères sur la vente d'alcool, et plus particulièrement celle des pays où il réalise la plus grande partie de son chiffre d'affaires.

4.3 Questions relatives à la protection des consommateurs

Les acheteurs australiens achetant des produits chez des vendeurs australiens sont protégés par les dispositions de la loi sur les pratiques commerciales de 1974 (Cth) et des diverses lois sur les pratiques commerciales loyales.

As a result of this provision, a Western Australian purchaser who buys wine from a French Web page will be subject to the WA Liquor Licensing Act.

By way of note, the SA Liquor Licensing Act is identical to the WA Liquor Licensing Act, and the NSW Liquor Licensing Act is similar to the WA Act.

Each country has its own laws and regulations regarding the sale of liquor.

By selling wine to a person in another country with different laws to our own, the vendor could be breaching those laws unknowingly.

For example, legislation in Florida limits the amount of wine that residents can order and receive from any other state. This limit is 24 bottles per year. At the moment, violation of this law is a felony.¹²

The case law concerning jurisdictional issues is far from settled. In the US there are some cases where ISPs have been found liable for breaching the laws of their own State, even when the only connection with their State has been the fact that the Internet user accessed the web site and did the infringing act in their own State.¹³

Gilbert & Tobin suggest that in setting up a website, the vendor should include in the web page setting out the terms and conditions of the contract a specific clause relating to :

- (1) the country or State whose law applies; and
- (2) which courts of that country or State have jurisdiction.¹⁴

It would also be prudent for a vendor to stay well-informed of overseas liquor sales laws, particularly the laws of the countries and States which provide the most business.

4.3 Consumer Protection Issues

Australian purchasers transacting with Australian vendors will be protected by the provisions of the Trade Practices Act 1974 (Cth) and the various state Fair Trading Acts.

¹² « Un projet de loi pour libérer le commerce du vin par Internet » de Courtney Macavinta - <http://www.news.com/News/Item/0,4,20172,00.html>.

¹³ *Idem*, n.8

¹⁴ *Idem*, n.11

¹² « Bill seeks to free Net wine sales » - by Courtney Macavinta - <http://www.news.com/News/item/0,4,20172,00.html> 13 *Id*, n.8

¹³ *Id*. N°8

¹⁴ *Id*, n.11

Toutefois, un acheteur australien qui achète un produit chez un vendeur étranger ne pourra pas toujours compter sur la législation protectrice des consommateurs du pays étranger pour protéger ses intérêts. Il s'agit là d'une question qui relève également de la juridiction, et qui devra être réglée par la mise en place d'une meilleure coordination des directives internationales sur le commerce par Internet.

Pour garantir la conformité aux lois sur la protection des consommateurs, le vendeur doit veiller à ce que :

(1) chaque déclaration figurant sur leur page web soit juste et exacte, et non trompeuse ou susceptible d'induire le consommateur en erreur ;

(2) si le site web comporte des liens hypertexte¹⁵ vers d'autres pages web, il faut clarifier le lien pour l'utilisateur ; de plus, le vendeur doit préciser si la page en question appartient ou non à son entreprise.¹⁶

Dans le document " Protection des consommateurs pour le commerce électronique : proposition de principes et questions clés " publié en octobre 1997 par le Conseil Consultatif National sur la Consommation, Gilbert et Tobin proposent les principes fondamentaux ci-après :

1. PROTECTION

Les consommateurs utilisant le commerce électronique ont droit à la protection prévue par les lois et par les pratiques pour les formes existantes du commerce ;

2. IDENTIFICATION

Les consommateurs doivent pouvoir clairement établir l'identité et le lieu des entreprises auxquelles ils ont affaire.

3. CLARTE

Les vendeurs doivent indiquer les conditions contractuelles en langage simple.

4. CONFIRMATION

Les vendeurs doivent veiller à recevoir une confirmation de l'accord des consommateurs à l'achat de biens et/ou de services.

5. REGLEMENT

Les consommateurs ont droit à des informations claires sur les conditions et les moyens de paiement acceptés.

6. RECLAMATIONS

Les consommateurs ont droit à un traitement loyal et efficace de leurs réclamations et de leurs demandes.

However, Australian purchasers transacting with overseas vendors cannot always rely upon overseas consumer protection legislation to protect their interests. This is also a jurisdictional issue, and remains to be solved when there is greater international co-ordination of guidelines for business over the Internet.

To ensure compliance with the consumer protection laws, a vendor must ensure that:

(1) every representation on their Web page is true and accurate and not misleading or deceptive in any way; and

(2) if their Web page incorporates jump-links (or "hypertext")¹⁵ to other Web pages, the connection must be made clear to the Web viewer, and the vendor must specify whether the linked page belongs to their company, or another company.¹⁶

Gilbert & Tobin set out the key Principles in the National Advisory Council on Consumer Affairs paper "Consumer Protection in Electronic Commerce Draft Principles and Key Issues" (October 1997) :

1. PROTECTION

Consumers using electronic commerce are entitled to the same protection as provided by the laws and practices that apply to existing forms of commerce.

2. IDENTIFICATION

Consumers must be able to clearly establish the identity and location of the businesses they deal with.

3. CLARITY

Sellers must state contract terms in clear simple language.

4. CONFIRMATION

Sellers should ensure they receive confirmed consent from consumers for a purchase of goods and/or services.

5. PAYMENT

Consumers are entitled to receive clear information about the types of payments which will be accepted.

6. COMPLAINTS PROCEDURE

Consumers are entitled to have their complaints and enquiries dealt with fairly and effectively.

¹⁵ Les liens hypertexte sont les mots sur un page web qui sont généralement d'une couleur différente par rapport au reste du texte. En cliquant sur ces mots, l'utilisateur passe à une autre page web.

¹⁶ *Idem*, n.11

¹⁵ «Jump-links» or «hypertext» are those words in a Web page that usually appear in a different colour to the standard text. If the computer user clicks on the coloured text, it will take them to another Web page.

¹⁶ *Id.*, n.11

7. REGLEMENT DES LITIGES

Les vendeurs doivent fournir aux consommateurs des informations sur les moyens abordables et efficaces éventuellement disponibles pour régler les litiges.

8. VIE PRIVEE

Les vendeurs doivent respecter la vie privée des clients.

9. CONFORMITE A LA DEONTOLOGIE

Les organismes de contrôle du respect de la déontologie doivent suivre la conformité de près et promouvoir la confiance des consommateurs à l'égard du marché mondial.

10. REGLEMENTATION

Les états doivent développer activement leurs responsabilités en matière de protection des consommateurs ¹⁷.

Ce ne sont que des orientations, mais elles présentent l'intérêt de contribuer à l'établissement de la norme que les vendeurs pourront s'imposer. L'anticipation et la conformité à des principes de respect des consommateurs ont contribué à la réussite d'entreprises telles que www.amazon.com et www.cdnw.com.

4.4 Les lois sur la vente d'alcool

La vente d'alcool par Internet soulève des questions particulières tenant à la nature même du produit. Cette présentation n'étant qu'une entrée en la matière, nous nous contenterons d'évoquer brièvement trois grandes questions :

4.4.1 Faut-il avoir une licence pour vendre de l'alcool par Internet ?

4.4.2 La vente est-elle limitée aux heures autorisées ?

4.4.3 Quel est l'effet de la législation concernant les mineurs sur la vente d'alcool par Internet ?

Prenons par exemple la loi sur la vente d'alcool de 1988 de l'Australie Occidentale (" la loi sur l'alcool ").

4.4.1 Faut-il avoir une licence pour vendre de l'alcool par Internet ?

La section 31 de la loi sur l'alcool indique à ce propos :

" (3) Sous réserve de :

- (a) la présente loi ;
- (b) tout autre loi écrite ; et
- (c) ses conditions,

une licence autorise le détenteur à vendre et à fournir de l'alcool selon ses conditions à *partir des locaux ou des lieux indiqués dans la licence ou autrement, selon les dispositions de la licence*, et seulement ainsi, sauf modification des conditions de la licence par un permis ou par une autre disposition de la présente loi.

7. DISPUTE RESOLUTION

Sellers should provide information to consumers about affordable and effective dispute resolution arrangements, where they are available.

8. PRIVACY

Sellers must respect customer privacy.

9. CODE COMPLIANCE

Industry code administration bodies must closely monitor and promote consumer confidence in the global marketplace.

10. REGULATION

Governments should actively develop their consumer protection responsibilities.»¹⁷

Although these are only guidelines, they are useful in setting out the standard to which vendors can adhere. Forward planning and adherence to consumer friendly principles have led to the success of companies such as www.amazon.com and www.cdnw.com.

4.4 Liquor Licensing Acts

There are a number of issues relating to the sale of liquor over the Internet. As this presentation is intended as an introduction only, I will deal with three main issues briefly:

4.4.1 Do you need a licence to sell liquor over the Internet?

4.4.2 Can you only trade during permitted hours of trading?

4.4.3 How does the law in relation to «juveniles» impact upon selling liquor over the Internet?

Use the Liquor Licencing Act 1988 (WA) («Liquor Act») as an example.

4.4.1 Do you need a licence to sell liquor over the Internet?

Liquor Act, Section 31 relevantly provides:

«(3) Subject to -

- (a) this Act;
- (b) any other written law; and
- (c) its conditions,

a licence authorizes the holder to sell and supply liquor in accordance with its terms *from the buildings or places referred to in the licence or otherwise as provided in the licence* but, except to the extent that its terms and conditions may be varied by a permit or otherwise under this Act, in no other manner.

¹⁷ *Idem*, n.8

¹⁷ *Id.*, n.8

(4) L'autorisation conférée par une licence, autre qu'une licence occasionnelle, peut être modifiée par un permis d'extension émis par le service des licences aux termes de la section 60 par :

- (a) une mention sur la licence concernée, ou
- (b) un avis indiquant les détails de la modification [souligné] ”.

La loi sur l'alcool ne prévoit pas de licence pour la vente d'alcool par Internet. Par ailleurs, si une personne demande une licence à ce titre, quel lieu matériel pourrait-elle désigner ? Il est vraisemblable qu'une cave vinicole ou un magasin d'alcools mandate un gestionnaire de site web pour la création et l'organisation de son site web. Le gestionnaire du web accédera à Internet par l'intermédiaire d'un fournisseur d'accès. Quels sont alors les “ locaux ” visés par la loi : la cave ou le magasin ? L'adresse du gestionnaire de site web ? L'adresse du fournisseur d'accès ?

4.4.2 La vente est-elle limitée aux heures autorisées ?

La section 97 de la loi sur l'alcool prévoit à cet égard :

“ (1) Sous réserve de la présente loi et de toute condition imposée par le service des licences, le licencié est autorisé à vendre de l'alcool pendant :

- (a) les heures d'autorisation précisées dans la présente section ; et
- (b) les heures d'autorisation précisées dans le permis d'extension

selon les souhaits du licencié. ...

- (e) entre midi et 22 h. pour une licence de magasin d'alcools
- (f) à tout moment autre qu'entre 3 h et midi pour une licence de restaurant
- g) à tout moment après midi pour une licence de producteur ou de grossiste.

Or, les ventes d'alcool par Internet peuvent intervenir à tout moment du jour ou de la nuit. Est-ce une infraction à la loi sur l'alcool ?

Il est possible que l'état modifie cette section pour prévoir une exception pour les ventes par Internet, lors d'un examen plus approfondi des licences pour la vente d'alcool par Internet.

4.4.3 Quel est l'effet de la législation concernant les mineurs sur la vente d'alcool par Internet ?

Un mineur est toute personne âgée de moins de 18 ans (section 3(1) de la loi sur l'alcool).

La division 9 de la partie 4 de la loi sur l'alcool (conduite des affaires) traite des mineurs.

(4) The authorization conferred by a licence, other than an occasional licence, may be varied by an extended trading permit issued by the licensing authority under section 60 by -

- (a) endorsement on the licence to which it relates; or
- (b) a notice setting out the particulars of the variation. [emphasis added]»

The Liquor Act does not provide for licences for the sale of liquor over the Internet. Also, if a person does apply for a licence, what physical place would they nominate for the purposes of the licence? Most likely a winery or liquor store will contract a Web site manager to create and organise their Web site. The Web manager will also use an Internet Service Provider for access to the Internet. Is the «building» for the purposes of the licence the winery/liquor store? Web manager's street address? or ISP's address?

4.4.2 Can you only trade during permitted hours of trading?

Liquor Act, section 97 relevantly provides:

«(1) Subject to this Act and to any condition imposed by the licensing authority a licensee is authorized to sell liquor during -

- (a) such of the permitted hours specified in this section; and
- (b) such of the hours that may be specified under an extended trading permit,

as the licensee wishes to do so. ...

- (e) under a liquor store licence, between 12 noon and 10 pm;
- (f) under a restaurant licence at any time other than between 3am and 12 noon;
- (g) under a producer's licence or a wholesaler's licence, at any time after 12 noon ... »

Clearly, sales of liquor can occur at any time of the day and night on the Internet. Is this in breach of the Liquor Act?

Perhaps when greater scrutiny is given to licences for sale of liquor over the Internet, the government may amend this section to include an exception for Internet sales.

4.4.3 How does the law in relation to «juveniles» impact upon selling liquor over the Internet ?

A «juvenile» is defined as a person under the age of 18 years: Liquor Act, section 3 (1).

Liquor Act, Part 4 (The Conduct of Business), Division 9 relates to Juveniles.

La section 121 de la loi sur l'alcool prévoit à cet égard :

« (1) Sous réserve de la présente loi, en cas de vente ou de fourniture d'alcool à un mineur dans des locaux licenciés :

- (a) le licencié ;
- (b) le gérant des locaux licenciés
- (c) toute autre personne qui vend ou fournit l'alcool ; ou
- (d) toute personne qui autorise la vente ou la fourniture commettent chacun un délit.

Pénalité : 5000 \$ pour le licencié ou le gérant, 2000 \$ pour toute autre personne qui vend ou fournit de l'alcool et 1000 \$ pour les autres personnes. »

La formulation de la section 121 met l'accent sur le fait que la conduite incriminée a lieu " dans les locaux licenciés " .

De même, la section 123 prévoit :

« Sous réserve de la présente loi, tout mineur qui :

- (a) achète, obtient ou tente d'acheter ou d'obtenir de l'alcool de toute autre personne dans des locaux licenciés ou réglementés ;
 - (b) apporte de l'alcool dans des locaux licenciés ou réglementés ; ou
 - (c) consomme de l'alcool dans des locaux licenciés ou réglementés
- commet un délit.

Pénalité : 1000 \$.

Bien que les dispositions de la loi sur l'alcool n'aient pas encore rattrapé la réalité du commerce électronique par Internet, il faut se conformer à la loi et les vendeurs ne peuvent vendre de l'alcool à des mineurs.

Comment un vendeur de vin peut-il s'assurer que son client est âgé d'au moins 18 ans ?

Une jeune personne de moins de 18 ans peut facilement " emprunter " la carte de crédit de ses parents, acheter du vin par Internet sur la page web d'un vendeur, recevoir le vin par courrier et le consommer dans l'intimité de son domicile à l'insu de ses parents (en attendant que ceux-ci reçoivent le prochain relevé de leurs opérations par carte).

Le problème fait l'objet d'un vif débat aux Etats Unis depuis un certain temps.

Les défenseurs de mineurs américains disent qu'il n'y a pas de loi pour s'assurer que les vendeurs d'alcool vérifient l'âge de leurs clients. Par ailleurs, même si le vendeur intègre des procédures d'authentification à son site, rien ne garantit que l'entreprise de transport qui livre l'alcool vérifie si le client a l'âge requis.

Liquor Act, section 121 relevantly provides:

«(1) Subject to this Act, where liquor is sold or supplied to a juvenile on licensed premises -

- (a) the licensee;
- (b) the manager of the licensed premises;
- (c) any other person by whom the liquor is sold or supplied; and
- (d) any person who permits the sale or supply, each commit an offence.

Penalty: In the case of the licensee or manager, \$5,000, in respect of the sale or supply by any other person \$2,000, and in any other case \$1,000. ... «

The language of section 121 emphasizes the contravening conduct taking place «on the licensed premises».

Similarly, section 123 states:

«Subject to this Act, where a juvenile -

- (a) purchases or obtains, or attempts to purchase or obtain, liquor from any other person on licensed or regulated premises;
- (b) brings liquor on to licensed or regulated premises; or
- (c) consumes liquor on licensed or regulated premises, the juvenile commits an offence.

Penalty: \$1,000.

Although the provisions of the Liquor Act have not yet caught up with the reality of electronic commerce over the Internet the Liquor Act must be complied with and a vendor must not sell liquor to juveniles.

How can a wine vendor ensure that the customer is over 18 years of age ?

A young person under the age of 18 could very easily «borrow» his or her parent's credit card, purchase wine over the Internet from a vendor's Web page, and receive the wine via mail and consume the wine in the privacy of their own home, unbeknownst to their parent (until their parent opens their next credit card bill).

This problem has been hotly debated in the US for some time now.

Child advocates there argue that there are no laws in place to ensure that liquor vendors verify the age of their customers. Also, even if the vendor incorporates authentication procedures on their Web site, there is no guarantee that the delivery companies delivering the liquor will check that the customer is over the requisite age.

L'association des Américains en faveur d'un accès réglementé à l'alcool a proposé que l'on ne livre pas directement l'alcool vendu par Internet au domicile du client, mais qu'on l'expédie à des détaillants licenciés responsables de vérifier les papiers du client lorsque celui-ci vient chercher son colis¹⁸.

Certains vendeurs américains demandent le numéro et la date d'expiration du permis de conduire du client pour vérifier son âge¹⁹.

Il faut, au minimum, que les vendeurs veillent à ce que leur site web soit conçu de manière à obliger le client de passer par et d'accepter, en cliquant avec la souris, une déclaration disant que le client a l'âge nécessaire.

Les vendeurs australiens doivent noter qu'aux États Unis, il faut avoir au moins 21 ans pour acheter de l'alcool.

4.5 Questions fiscales

La vente d'alcool par Internet est-elle soumise à des taxes ? Nous ne le savons pas. Il est vraisemblable que ce ne soit pas actuellement le cas.

" La réserve fédérale américaine, la banque centrale et même l'OCDE s'inquiètent. Les questions sont énormes. En voici quelques-unes :

- (1) Comment imposer et percevoir les taxes sur les ventes si la transaction est consommée via Internet ?
- (2) Quel est le régime de taxes à appliquer, et pourquoi ?
- (3) Les taxes sur les ventes doivent-elles être imposées sur les commerçants, ou plutôt sur les fournisseurs d'accès ?
- (4) Les émetteurs de monétique doivent-ils être imposés ?
- (5) Qu'en est-il des droits de douane sur les marchandises livrées ou distribuées en ligne à partir d'une autre juridiction ?
- (6) Comment faire le solde des recettes fiscales générées par des paiements en ligne entre des pays (la solution de l'extension du traité sur la double taxation) ?
- (7) Comment les états peuvent-ils imposer des droits de timbre sur des transactions électroniques, et quels sont les états habilités à percevoir des droits de timbre ?²⁰ "

The organisation « Americans for Responsible Alcohol Access » proposed the solution that all liquor sold over the Internet is not delivered directly to the customer's doorstep, but shipped to licensed retailers who can check the customer's ID when they come into the liquor store to pick up their package.¹⁸

Some US vendors ask for a driver's licence number and expiration date to verify the age of their customers.¹⁹

At the very least, vendors should ensure that in their Web site the customer must pass through and «accept» by the click of a button a statement verifying that the customer is over the requisite age.

Australian vendors need to note that people must be over the age of 21 in the US to purchase liquor.

4.5 Taxation Issues

Is the sale of liquor over the Internet subject to tax? I do not know the answer. At the moment, probably not.

"The US Federal Reserve, the Reserve Bank and even the OECD are scrambling. The issues are immense. They include:

- (1) how to impose and collect sales tax on transactions consummated over the Internet?
- (2) whose sales tax regime should bind the parties to the transaction and why?
- (3) whether to impose sales tax on the merchants or perhaps via the ISPs
- (4) whether to tax the issuers of electronic cash
- (5) what about import duties on goods delivered or distributed on-line from another jurisdiction?
- (6) how do we net tax revenues from on-line payments off between countries (i.e. the double tax treaty extension solution)?
- (7) how do states impose stamp duty on transactions taking place electronically and which states have the right to levy stamp duty?²⁰

¹⁸ *Idem*, n. 12

¹⁹ " Etude de la commercialisation d'alcool " par Courtney Macavinta, le 25 février 1997 - <http://www.news.com/News/Item/0,4,8291,00.html?st.ne.ni.rel>

²⁰ " Systèmes de paiement électroniques : la perspective juridique " de Simon Pollard, Gilbert & Tobin - <http://www.gtlaw.com.au/pubs/elecpay.html>

¹⁸ *Id.*, n. 12

¹⁹ " Alcohol Marketing Scrutinized » by Courtney Macavinta, 25 February 1997 <http://www.news.com/News/Item/VQ,4,8291,00.html?st.ne.ni.rel>

²⁰ " Electronic Payment Systems: The Legal Perspective » by Simon Pollard, Gilbert & Tobin - <http://www.gtlaw.com.au/pubs/elecpay.html>

4.6 Questions relatives à la sécurité des paiements.

Nous nous contenterons d'une simple analyse de la sécurité des paiements par Internet.

Il faut impérativement, pour toute activité commerciale, des moyens de paiement sûrs, exacts et fiables. Surtout par Internet, où les informations passent par un grand nombre d'ordinateurs et de supports ; il faut donc que les clients aient la confiance que les informations personnelles et de règlement demeurent secrètes.

Le vendeur doit contribuer à créer cette confiance en intégrant des mesures de sécurité au site web, l'exemple le plus courant étant le cryptage par clé publique.

Imaginons le cas d'un acheteur qui vient de sélectionner son vin préféré sur une page web interactive, et qui est sur le point de saisir son numéro de carte de crédit. Il a entendu parler des cas de vol de numéros de cartes de crédit par des pirates informatiques ; il hésite donc longuement avant d'appuyer sur la touche " Entrée " .

Pour ceux qui sont peu familiarisés avec Internet, il existe un moyen de vérifier le niveau de sécurité de la page de paiement.

Avec Netscape, un graphisme de cadenas ouvert est représenté dans le coin inférieur gauche. Par ailleurs, un grand bouton nommé " Sécurité " se trouve sur la barre des tâches principales. En cliquant sur un de ces boutons, on voit apparaître le message suivant :

" Cette page n'est pas cryptée. Cela signifie que d'autres personnes ont pu la visualiser au moment de son chargement. Cela signifie également que vous ne pouvez vérifier l'identité du site web. Pour plus de détails sur tous les fichiers sur cette page, cliquer sur Ouvrir Page Info " .

Ce message veut dire que la page n'est pas sécurisée. Saisir les coordonnées de sa carte de crédit sur une page de paiement et les envoyer à partir d'une page non sécurisée, c'est comme inscrire le numéro de sa carte de crédit sur une carte postale et l'envoyer sans enveloppe par courrier normal. Cela ne veut pas dire que le monde entier pourra le voir, mais qu'il pourrait être vu par un grand nombre de personnes.

Par conséquent, pour envoyer le numéro de sa carte de crédit par Internet, il vaut mieux le faire par l'intermédiaire d'une page sécurisée.

La page est sécurisée si l'image dans le coin inférieur gauche de l'écran est celle d'un cadenas fermé. En double-cliquant sur l'image, le message suivant est affiché :

" Cette page est cryptée. Cela signifie que d'autres personnes ont difficilement pu la visualiser au moment de son chargement. Vous pouvez examiner votre exemplaire du certificat de cette page et vérifier l'identité du site web. Pour voir le certificat de ce site web, cliquer sur Visualiser Certificat. Pour plus de détails sur tous les fichiers de cette page et leurs certificats, cliquer sur Ouvrir Page Info. "

4.6 Security of Payment Issues

This will be a simple analysis of security of payment over the Internet.

It is essential for all business that there exist a secure, accurate, reliable method of payment. Particularly on the Internet where information passes through so many different computers and media, customers need to feel that their personal and payment details are kept private.

A vendor needs to work on customer confidence by incorporating a number of security measures on their Web site. The most common example of this is public key encryption.

Imagine that you have just selected your favourite wine from the interactive product Web pages, and are about to key in your credit card number. You have heard stories about hackers stealing credit card numbers and are unsure about whether to hit «enter».

For those of you who are not so familiar with the Internet, there is a way that you can check the «security» of the Payment Web page.

If you are using Netscape, there will be a graphic of an open lock in the bottom left hand corner. Also, there is a large button called «Security» on the main task bar. If you click on either of these two buttons, you will see a message:

«This page was not encrypted. This means it was possible for other people to view this page when it was loaded. It also means that you cannot check the identity of the web site. For complete details on all the files on this page, click Open Page info.»

This indicates that the page is not secure. If you enter your credit card details on a Payment page and send them from an unsecure page, it is like writing your credit card number on the back of a postcard and sending it though ordinary mail. It doesn't mean that everyone in the world will see it, but it does mean that a lot of people might see it.

Therefore, if you are going to send your credit card number through the Internet, it is better to send it through a secure Web Payment page.

You can check for a secure Payment page if the graphic in the bottom left hand corner looks like a closed lock. When you double-click on it, it will read :

«This page was encrypted. This means it was difficult for other people to view this page when it was loaded. You can examine your copy of the certificate for this page and check the identity of the web site. To see the certificate for this web site, click View Certificate. For complete details on all the files on this page and their certificates, click Open Page Info.»

Le " cryptage par clé publique " n'est rien d'autre que du codage. Le vendeur a une clé privée qui sert de décodeur. Le vendeur propose la clé publique, c'est-à-dire le codeur, à tous ses clients. Lorsque le client saisit ses coordonnées et le numéro de carte de crédit sur la page de paiement, la clé publique code les informations de sorte que celui qui regarde les données électroniques ne voit que du charabia. Lorsque le vendeur reçoit le numéro de carte de crédit, il utilise sa clé privée pour décoder les informations et restituer le numéro de carte de crédit.

En règle générale, le cryptage par clé publique est sûr. Toutefois, les histoires de pirates qui décodent ce genre de cryptage peuvent pousser les clients à fuir le commerce électronique.

A titre d'exemple, voir l'article " Le déchiffrement du code de cryptage du commerce électronique " de Randy Weston à <http://www.news.com/News/Item/0,4,23595,00.html>.

Toutefois, il faut beaucoup de temps et un matériel très coûteux pour cela ; il est donc peu probable (du moins l'espérons-nous) que le pirate moyen puisse y réussir dans son garage.

Dans l'article cité, le journaliste rapporte que selon les scientifiques, il existe des moyens de détecter des " agressions " de ce type.

Pour résumer, on dispose de moyens de paiement par Internet qui sont raisonnablement sûrs, et les procédures de sécurité en place sont destinées tant à garantir la tranquillité du client qu'à la prévention réelle des fraudes.

Fiona Liu et Rick Cullen

Public key encryption is a fancy term for encoding. The vendor has a private key which is the decoder.

The vendor gives the public key which is the encoder to all their customers. When a customer enters their personal details and credit card number on the Web Payment page, the public key encodes the information, and anyone looking at the electronic information will just see gibberish. When the vendor receives the credit card number, they use their private key to decode the information so that it reads as a normal credit card number.

Generally, public key encryption is safe. Consumers may be put off electronic commerce by stories of hackers breaking public key encryption.

For example, see «E-commerce crypto code cracked» by Randy Weston at <http://www.news.com/News/Item/0,4,23595,00.html>.

However, to achieve this result would require a lot of time and very expensive equipment, and is unlikely to be easily duplicated in a backyard hacker's computer room- (we hope).

In the same news story, the scientist assured the reporter that there are ways of detecting such an " attack " to the system.

On the whole, payment methods on the Internet can be reasonably secure, and the security procedures in place are just as much to ensure a customer's peace of mind as the prevention of actual fraud.

Prepared by

By Fiona Liu and Rick Cullen