

## L'encadrement stratégique que requiert l'utilisation de votre site internet... Y avez-vous pensé?

Par Johanne L. Rémillard

*Bon nombre d'entreprises québécoises se sont déjà dotées de sites Internet qu'elles entendent utiliser, à court ou à moyen terme, aux fins de transiger commercialement avec leurs clients actuels ou potentiels. Dans la foulée de « l'émergence Internet », les sites sont souvent implantés rapidement, sans véritable souci des stratégies d'utilisation et de gestion auxquelles il y a lieu de penser ou de faire appel à cet égard. Faites-vous partie de ces entreprises?*

### L'importance de l'encadrement

La qualité des règles du jeu appelées à régir l'utilisation du site Internet d'une entreprise et son environnement revêt une importance déterminante. Le succès d'un site est attribuable, en grande partie, à la pertinence et à la transparence des règles auxquelles il est soumis.

C'est au niveau de chaque site qu'il y a lieu de concevoir les règles appelées à régir les activités qui s'y dérouleront. C'est au concepteur de chaque site que revient donc la responsabilité de prendre des décisions et de « légiférer », afin de le doter d'un ensemble de normes répondant à ses fonctions et aux exigences de sa vocation particulière.

En fait, le véritable défi consiste à prévoir et à mettre en place des règles de jeu équilibrées et équitables qui répondent aux exigences et attentes des usagers et leur fournissent le confort et les garanties appropriées.

### Prérequis méthodologique

La nature et la variété des enjeux propres à chaque site transactionnel font appel à des règles de traitement et de conduite souvent particulières et distinctives.

### Objectifs et marchés cibles

La première étape consiste à définir des objectifs et des marchés cibles concernant les produits et services que l'on veut offrir par le biais d'Internet.

Il s'avère nécessaire d'identifier au plus tôt les marchés visés par les transactions qui seront effectuées sur le site. L'identification des territoires géographiques concernés permet d'ajuster les règles et conditions applicables à l'utilisation d'un site, en

tenant compte des exigences des diverses lois en vigueur, notamment en matière d'ordre public, de consommation, de protection de la vie privée et d'exigences de type transactionnel.

Chaque entreprise devrait se doter d'une stratégie en matière de commerce électronique et l'intégrer à ses plans de développement et de marketing existants. Il y a également lieu de définir et d'établir la place stratégique qu'occupera le système de commerce électronique par rapport aux activités existantes de l'entreprise, dans le but notamment d'allouer les ressources techniques, administratives et financières nécessaires à la réussite de ce mode transactionnel.

### La nature des opérations et les risques qui s'y rattachent

Il s'agit par la suite d'identifier les différents types d'informations et d'opérations (ex. : publicité; modalités contractuelles; modalités de paiement; acceptation de la présence de tierces parties sur le site; etc.) qui seront affichées ou réalisées sur le site et les risques généraux et particuliers inhérents à chacune d'elles. Il sera alors possible d'inventorier, à des fins de référence et de contrôle, les risques d'affaires associés aux opérations qui se dérouleront sur le site ou à partir de celui-ci.



LAVERY, DE BILLY

AVOCATS

L'identification des risques permet de cerner les aspects en regard desquels il y a lieu de prévoir des normes et des règles. Il faut préciser les opérations et séquences d'opérations pour lesquelles il est souhaitable ou nécessaire de se doter d'une méthodologie, d'offrir des garanties, de fournir des spécifications, ou encore, de prévoir des conditions d'application.

### **Auto-réglementation**

L'auto-réglementation fait référence aux normes volontairement développées et acceptées par ceux qui prennent part à une activité donnée. Les personnes qui contrôlent un site Web disposent évidemment de toute la latitude nécessaire pour adopter et imposer des règles relativement à son accès, aux comportements acceptés et aux actes prohibés.

Les droits et obligations des clients appelés à transiger sur un site peuvent être rédigés dans un langage formel (code d'éthique) ou plus informel (guide d'utilisation).

### **Termes et conditions régissant l'utilisation d'un site**

Un site devrait contenir une liste de termes, conditions (incluant les avis et clauses de non-responsabilité) et sanctions régissant son accès. Les visiteurs devraient être invités à consulter préalablement ces exigences avant de pouvoir accéder au site dans le but d'y effectuer des transactions.

Les avis et clauses de non-responsabilité contenus sur la page d'accueil d'un site devraient idéalement être reproduits sur chaque page ultérieure du site.

Idéalement, un site devrait toujours être doté d'une politique concernant les liens que des tierces parties pourraient vouloir créer à son endroit.

### **Conformité et propriété de l'information diffusée**

L'information affichée sur un site se doit d'être conforme et exacte. Qu'elle soit sous forme écrite ou graphique, cette information doit aussi respecter les règles régissant la propriété intellectuelle au sens large du terme, en ayant recours à cet égard à l'affichage des signes d'identification juridiquement reconnus à cette fin.

### **Procédures de gestion interne et personnes en autorité**

Une entreprise désireuse de transiger sur Internet a avantage à se doter de procédures administratives internes en matière de gestion courante. À titre d'exemple, l'exécution des contrats, le traitement des ordres de paiement, la gestion des garanties applicables aux produits et services offerts et autres types d'engagements contractuels devraient donner lieu à l'adoption de directives précises, placées sous la

responsabilité de personnes en autorité clairement identifiées. Il en est de même pour les procédures applicables à la gestion et au suivi des relations établies avec des cocontractants, ce qui inclut les fournisseurs.

Les conditions relatives à la protection des renseignements personnels, à la conservation des données pertinentes, à l'archivage, à l'entretien régulier du site, à la mise à jour et à l'intégration des données sur une base systématique, sont autant d'aspects d'importance qui gagneraient également à être placés sous la gouverne d'un gestionnaire ou d'une personne de confiance.

### **La certification en tant que mécanisme de régulation**

L'attestation écrite émise par une tierce partie reconnue (ex. : un cabinet d'avocats, un cabinet de comptables) constitue une assurance écrite qu'un produit, un service, un système de qualité, ou encore, qu'une entreprise se conforme à des exigences spécifiques au plan technique, financier, juridique ou autre. Il s'agit d'une démarche qui peut très bien s'inscrire dans les stratégies de régulation d'un site ou d'un service.

La certification est octroyée en se fondant sur un énoncé de normes et garantit que celles-ci sont respectées. Une entreprise qui veut démontrer son sérieux a toujours avantage à obtenir une certification, quelle qu'en soit la nature ou l'objet.

Johanne L. Rémillard est membre du Barreau du Québec depuis 1973 et se spécialise en droit des affaires. Elle détient une maîtrise en administration des affaires (1975) et a agi comme gestionnaire dans plusieurs entreprises du secteur privé.

## La gestion ultérieure

### Traitement des plaintes et cueillette des suggestions de la clientèle

Un mécanisme de traitement des plaintes devrait être mis en place. Le processus peut être interne, ou encore, confié à une instance externe. Lorsqu'une personne-ressource ou un comité est chargé de traiter les plaintes, on devrait prévoir le cadre de fonctionnement propre à chacune de ces instances.

Une page du site devrait également permettre aux personnes qui y accèdent de faire part de leurs suggestions et commentaires concernant son administration courante.

### Auto-évaluation, services conseils et actualisation

D'un point de vue pratique, chaque entreprise désireuse d'être active sur Internet devrait se doter de standards et de normes de suivi et de développement. Il y a lieu de surveiller les stratégies des concurrents, les attentes et comportements des fournisseurs et des clients, en vue de cerner les aspects qui pourraient exiger une correction ou un effort accru de développement. Il sera également nécessaire d'avoir recours périodiquement à l'opinion technique et commerciale d'experts conseils avertis et bien « branchés », de façon à pouvoir saisir les occasions qui pourraient s'offrir en termes de création de nouveaux services, ou encore, de

participation à des alliances stratégiques (exemple : à des fins d'accès de l'entreprise à différentes plates-formes sectorielles d'intérêt en relation avec sa mission et ses objectifs).

Les données colligées en vue d'une auto-évaluation contribuent à la mise en place d'un processus d'actualisation continue, nécessaire pour une gestion optimale.

## Politique en matière de communication électronique

Dans son rapport provisoire intitulé « Au-delà de la conformité, la gouvernance », publié en mars 2001, le Comité canadien mixte sur la gouvernance d'entreprise, mis sur pied en juillet 2000<sup>1</sup>, souligne que tous les conseils d'administration de sociétés ouvertes (sociétés cotées en bourse) devraient veiller à ce que l'entreprise concernée se dote d'une politique prévoyant la mise en place « de processus d'approbation et de reddition de comptes pour l'établissement et la surveillance des canaux de communication électroniques ».

Cette recommandation parle d'elle-même et met en évidence l'importance que les processus d'approbation et de contrôle sont appelés à prendre prochainement dans le domaine du commerce électronique, notamment dans le cas de toute entreprise susceptible d'être cotée en bourse.

## Dernière remarque

Les différentes étapes qui conduisent à « l'encadrement » d'un site Internet offrent des avantages multiples : elles permettent de mieux planifier son utilisation et de bien le gérer, en évitant souvent des erreurs de parcours parfois coûteuses.

Le projet de loi québécois N° 161 *concernant le cadre juridique des technologies de l'information* a été réinscrit au feuillet de l'Assemblée nationale du Québec le 5 avril 2001... une raison additionnelle de vous intéresser à la question!

Johanne L. Rémillard

<sup>1</sup> Comité mis sur pied par l'Institut Canadien des comptables agréés (ICCA), le Canadian Venture Exchange (CDNX) et la Bourse de Toronto, en vue de recommander des changements pour que la gouvernance des sociétés ouvertes canadiennes figure parmi les meilleures du monde.

**Vous pouvez communiquer avec les membres suivants du groupe Affaires pour toute question relative à ce bulletin.**

**à nos bureaux de Montréal**

Diane Bellavance  
Fabienne Benoit  
Pascale Blanchet  
Michel Blouin  
Valérie Boucher  
René Branchaud  
Patrick Buchholz  
Pierre Cadotte  
Pierre Caron  
André Champagne  
Andrea Daniels  
Pierre Denis  
Richard F. Dolan  
David Eramian  
Réal Favreau  
Brian Forget  
Martin Joyal  
Isabelle Lamarre  
André Laurin

Alexandra Lee  
Larry Markowitz  
Jean Martel  
Nicole Messier  
Charles Nieto  
Philip Nolan  
André Paquette  
Luc Pariseau  
Jacques Paul-Hus  
Douglas S. Pryde  
Johanne L. Rémillard  
Stéphanie Séguin  
Michel Servant  
Eric Stevenson  
Marc Talbot  
Vincent Tanguay  
Martine Tremblay  
Sébastien Vézina

**à nos bureaux de Québec**

Michel C. Bernier  
Martin J. Edwards  
Nicolas Gagné  
Jacques Gingras  
Louis X. Lavoie  
Simon Lemay  
Marie-Élaine Racine  
Jean-Philippe Riverin  
Louis Rochette  
Jean-Pierre Roy  
Kim Thomassin  
François Vallières

**à nos bureaux de Laval**

Michel M. Dagenais  
André B. Gobeille  
Claire Gonneville

**Vous pouvez communiquer avec les membres suivants du groupe Technologies, divertissement et propriété intellectuelle pour toute question relative à ce bulletin.**

**à nos bureaux de Montréal**

Diane Bellavance  
Patrick Buchholz  
David Eramian  
Larry Markowitz  
Johanne L. Rémillard  
Ian Rose  
Martine Tremblay

**à nos bureaux de Québec**

Louis X. Lavoie  
Simon Lemay  
Louis Rochette

**à nos bureaux de Laval**

André B. Gobeille

**Montréal**

Bureau 4000  
1, Place Ville Marie  
Montréal (Québec)  
H3B 4M4

Téléphone :  
(514) 871-1522  
Télécopieur :  
(514) 871-8977

**Québec**

Bureau 500  
925, chemin Saint-Louis  
Québec (Québec)  
G1S 1C1

Téléphone :  
(418) 688-5000  
Télécopieur :  
(418) 688-3458

**Laval**

Bureau 500  
3080, boul. Le Carrefour  
Laval (Québec)  
H7T 2R5

Téléphone :  
(450) 978-8100  
Télécopieur :  
(450) 978-8111

**Ottawa**

Bureau 1810  
360, rue Albert  
Ottawa (Ontario)  
K1R 7X7

Téléphone :  
(613) 594-4936  
Télécopieur :  
(613) 594-8783

**Site Web**

[www.laverydebilly.com](http://www.laverydebilly.com)

Droit de reproduction réservé. Ce bulletin destiné à notre clientèle fournit des commentaires généraux sur les développements récents du droit. Les textes ne constituent pas un avis juridique. Les lecteurs ne devraient pas agir sur la seule foi des informations qui y sont contenues.