

MARCHANDS

Conformité du site web : ce qu'un analyste vérifie avant de lire votre demande

Publié le 18 septembre 2026

Le premier regard d'un prestataire de paiement sur une entreprise se porte sur son site web. Les pages, politiques et mentions qui doivent y figurer, pourquoi chacune compte et les défauts qui abrègent un examen.

Avant de lire le formulaire de demande, l'analyste ouvre le site web. C'est la seule pièce que le marchand n'a pas rédigée à son intention, et elle montre ce que l'entreprise vend, à qui, et comment elle traite ses clients. Beaucoup de demandes sont refusées à ce stade, pour des défauts qui se corrigent en un après-midi.

Pourquoi le site web pèse autant

Les réseaux de cartes tiennent l'acquéreur pour responsable de ce que vendent ses marchands et de la façon dont ils le vendent. C'est sur le site web que l'acquéreur le vérifie. C'est aussi là que naissent la plupart des contestations : un client qui ne trouve pas la politique de remboursement, ne reconnaît pas le débit ou ne peut joindre personne se tourne vers sa banque.

La liste ci-dessous n'est donc pas de la paperasse. Chaque élément répond à une question à laquelle l'analyste doit pouvoir répondre.

Ce qui doit y figurer

ÉLÉMENT	LA QUESTION À LAQUELLE IL RÉPOND
Une connexion sécurisée (https)	Les données de carte et les données personnelles sont-elles protégées pendant le transfert ?
Conditions générales	À quoi le client s'engage-t-il exactement ?
Politique de remboursement et d'annulation	Un client peut-il récupérer son argent sans chargeback ?

ÉLÉMENT	LA QUESTION À LAQUELLE IL RÉPOND
Politique de confidentialité	Que deviennent les données des clients, et est-ce conforme à la loi ?
Coordonnées et adresse physique	Existe-t-il une entreprise réelle que l'on peut joindre ?
Des prix clairs, dans une devise indiquée	Le client sait-il ce qui lui sera débité ?
Le libellé de facturation affiché au checkout	Le client reconnaîtra-t-il le débit sur son relevé ?
Politique de livraison	Quand le bien ou le service arrivera-t-il, et où livrez-vous ?

Quelques autres sont attendus en pratique : la dénomination sociale de l'entreprise et son numéro d'immatriculation, les logos des réseaux de cartes au checkout et, pour les biens réglementés ou soumis à une limite d'âge, la licence et un contrôle de l'âge.

Ce qu'un analyste regarde au-delà de la liste

- **Le site correspond-il à la demande ?** Les produits, les pays desservis et les prix doivent être ceux du formulaire. Un site qui vend quelque chose que la demande ne mentionnait pas est le plus court chemin vers un refus.
- **Fonctionne-t-il ?** Des liens cassés, un checkout qui échoue, du texte de remplissage et des pages de politiques vides évoquent une entreprise qui n'est pas prête à exercer.
- **Les politiques sont-elles réelles ?** Un modèle portant le nom d'une autre société, ou une politique de remboursement qui contredit les conditions générales, se remarque.
- **Les affirmations sont-elles défendables ?** Les allégations de santé, les rendements garantis et les offres « sans risque » attirent autant les régulateurs que les contestations.
- **La facturation récurrente est-elle annoncée ?** Si le client sera de nouveau prélevé, le prix et la fréquence doivent figurer à côté du bouton, pas en petits caractères.
- **Quelque chose est-il caché ?** Des pages accessibles uniquement par lien direct, des produits visibles seulement après connexion ou un contenu qui change selon le pays sont ce à quoi ressemble le blanchiment de transactions, et ils sont regardés avec méfiance même lorsqu'ils sont innocents.

Les défauts qui abrègent un examen

1. Aucune politique de remboursement, ou une politique déclarant toutes les ventes définitives sans dire pourquoi.
2. Ni raison sociale, ni adresse, ni moyen de contact.
3. Des prix absents, ou affichés seulement à la dernière étape.
4. Un site encore en construction.

5. Des produits ou services hors de ce que le prestataire accepte.

6. Un nom de domaine enregistré il y a quelques jours, sans aucun historique d'activité derrière.

Rien de tout cela ne prouve qu'une entreprise est malhonnête. Chacun signifie que l'analyste ne peut pas répondre à une question à laquelle il est tenu de répondre, et le refus est la seule réponse sûre.

Avant de déposer une demande

- **Lisez votre propre site comme le ferait un inconnu.** Trouvez la politique de remboursement depuis la page d'accueil. Cherchez qui vous seriez en train de payer.
- **Rendez les politiques précises.** Combien de jours, quelles conditions, comment demander, combien de temps cela prend.
- **Mettez l'essentiel dans le pied de chaque page.** Raison sociale, adresse, contact et liens vers chaque politique.
- **Vérifiez-le sur un téléphone.** La plupart des clients le verront ainsi, et peut-être aussi la personne qui l'examine.
- **Maintenez-le exact après l'approbation.** Les prestataires réexaminent les sites pendant la vie d'un compte, et un changement dont ils n'ont pas été informés repose les mêmes questions.

Un site qui passe cet examen vend aussi mieux et est moins contesté, pour la même raison : le client voit ce qu'il achète et à qui s'adresser.

Lire en ligne : <https://payments-marketplace.com/fr-FR/insights/website-compliance-checklist/>

Payments Marketplace Ltd

Registered in England & Wales No. 17424288

Garden Ctg, Dereham Road, Dereham, Norfolk, NR19 2PW, UK

connect@payments-marketplace.com · +44 1366 727140