

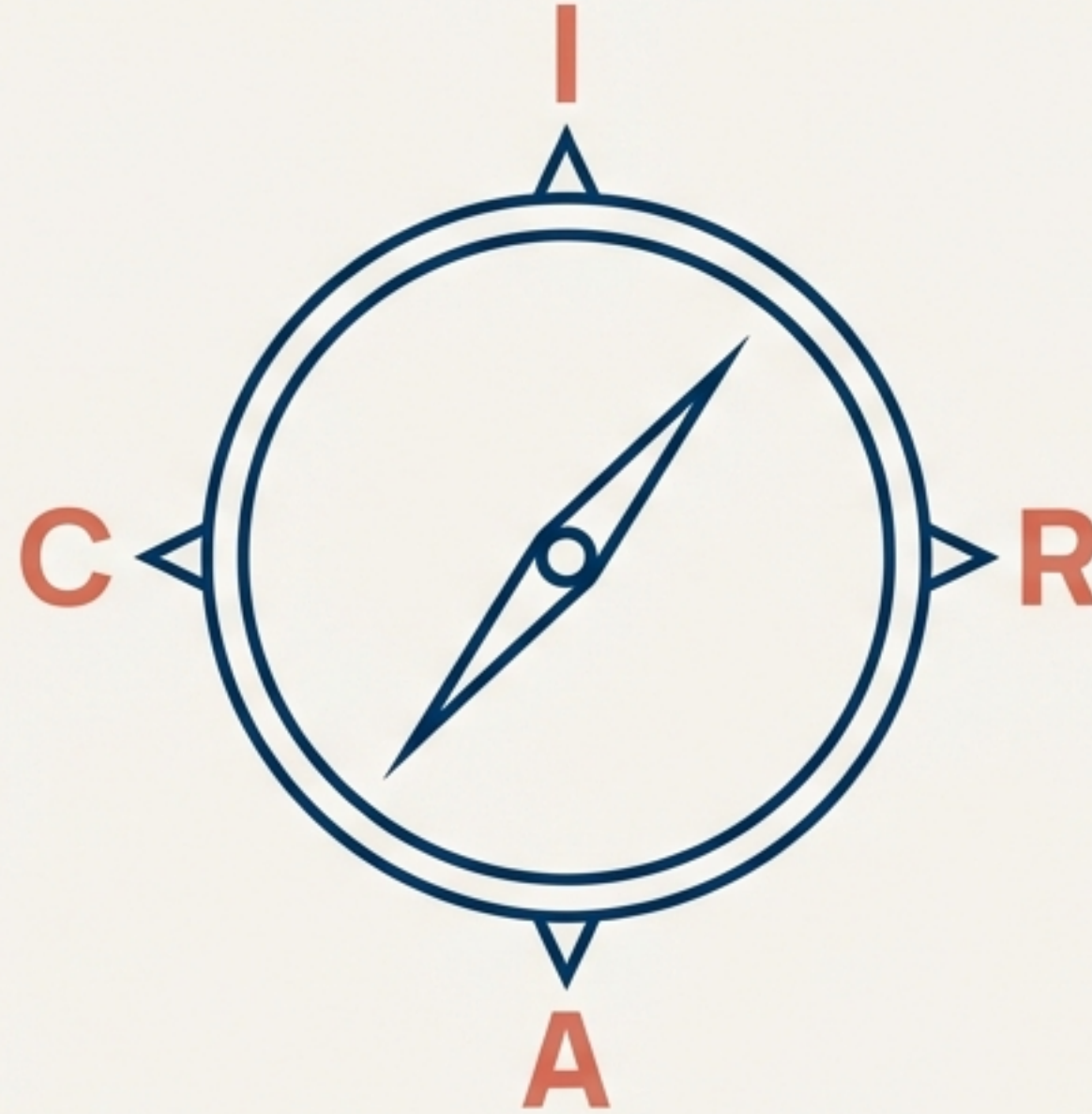


Bienvenue ! Prêts à résoudre le casse-tête des litiges numériques ?

Bonjour à toutes et à tous. Nous sommes ravis de passer ce moment avec vous. Le monde du e-commerce est passionnant, mais il apporte son lot de défis. Quand un client se plaint, qu'un contrat n'est pas respecté... on peut vite se sentir dépassé. C'est un vrai casse-tête, et c'est tout à fait normal de trouver ça complexe au début.

Notre objectif aujourd'hui est simple : vous donner une méthode claire et puissante pour y voir clair. Une approche qui vous servira pour votre examen, mais surtout, tout au long de votre carrière.

Votre boussole pour naviguer dans la complexité : la méthode IRAC



Face à un litige, pas de panique. Il n'est pas question d'improviser. Les meilleurs professionnels s'appuient sur un outil, une sorte de boussole qui indique toujours la bonne direction. Cette boussole, c'est la **méthode IRAC**.

Pensez-y comme une **checklist en 4 étapes** qui vous assure de ne rien oublier et de construire un **raisonnement solide et logique**.

C'est une méthode que nous utilisons constamment dans nos vies professionnelles.

Pensez comme un détective : chaque détail compte

Pour bien comprendre l'esprit de la méthode IRAC, mettez-vous dans la peau d'un détective.

Analyser un litige numérique, c'est mener une enquête. Vous ne pouvez pas accuser quelqu'un sans preuves solides.



L'INDICE

Une **allégation** (ex: “Je n’ai pas été livré”) est un simple **indice**.



LA PREUVE

Une **preuve** (ex: une signature sur un bon de livraison, un email) est une **empreinte digitale**, un fait incontestable.

Étape 1 : (I) – Isoler le cœur du problème (Issue / Litige)

La première étape de toute bonne enquête est de savoir ce que l'on cherche. C'est le 'I' pour *Issue*.

Ici, on ne se perd pas dans les détails. On pose les questions essentielles pour qualifier les faits :

- Quel est le problème factuel précis ? (Ex : un produit non livré, un service non fonctionnel).
- Qui est le demandeur ? (Qui se plaint ?).
- Que demande-t-il exactement ? (Un remboursement, un remplacement, des dommages et intérêts ?).

Bien définir le 'I', c'est cadrer toute votre analyse. Si vous vous trompez ici, toute la suite sera faussée.



Étape 2 : (R) - Identifier la règle du jeu (Rule / Règle de droit)

Une fois le problème identifié, le détective cherche la loi qui s'applique. C'est le 'R' pour Rule.

Chaque situation est encadrée par un texte. Votre rôle est de trouver le bon :

- S'agit-il du Code de la consommation ?
- Des Conditions Générales de Vente (CGV) de l'entreprise ?
- Du Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) ?

Cette étape demande de la précision. C'est la référence juridique qui va justifier votre conclusion.



Étape 3 : (A) - Le moment-clé : l'Application et la chasse aux preuves

Voici l'étape la plus importante, celle où votre talent d'enquêteur fait la différence. Le 'A' pour *Application*.

Ici, on confronte les faits (le 'T') à la règle de droit (le 'R').
Est-ce que les faits correspondent à ce que dit la loi ?

Mais attention : une affirmation sans preuve n'a aucune valeur.

C'est ici que vous devez lister rigoureusement toutes les preuves nécessaires pour soutenir chaque point. *L'oubli de preuves est l'erreur la plus fréquente que nous voyons*, et elle est souvent fatale pour un dossier.

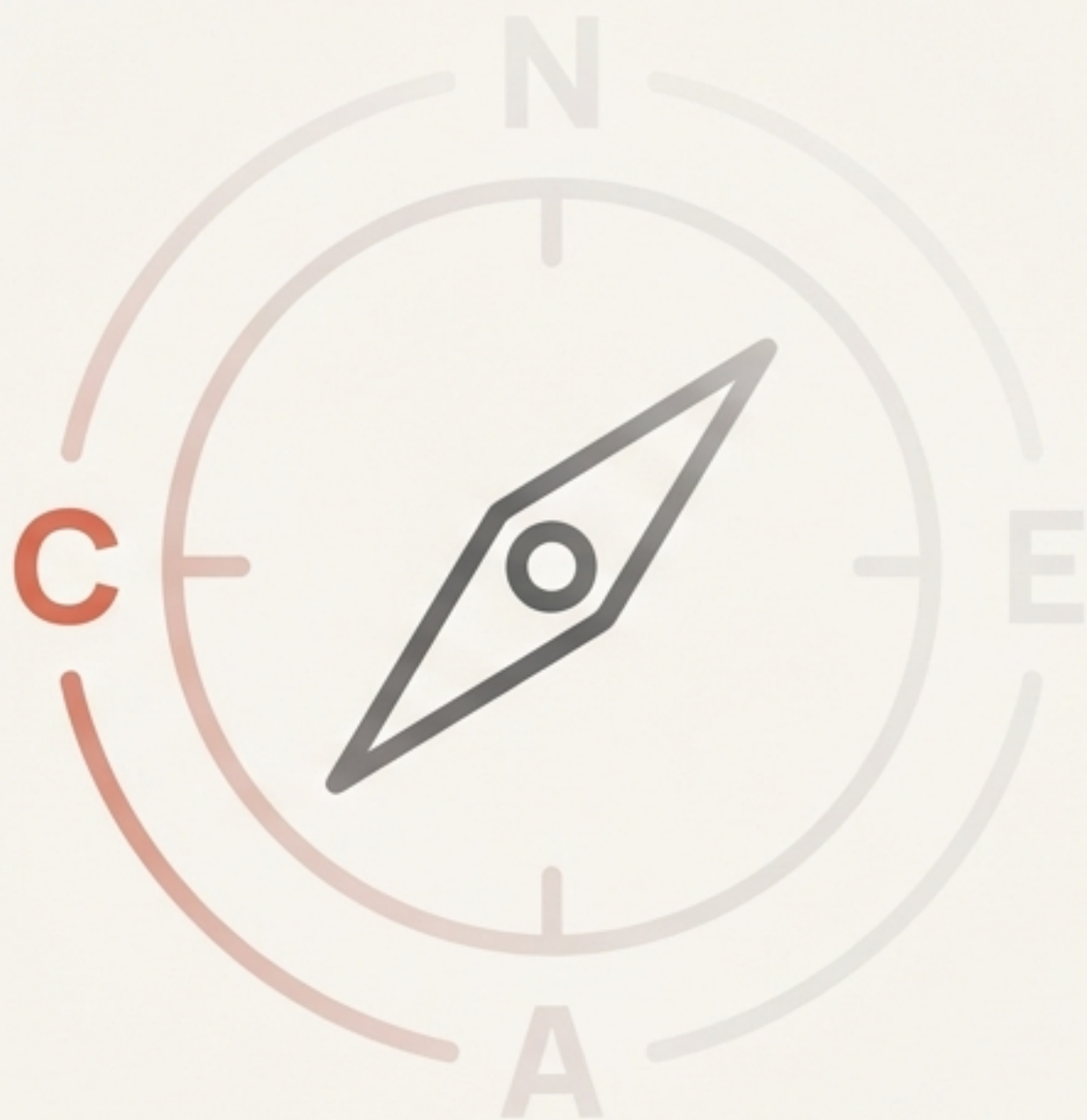


La preuve : le pilier de votre argumentation

En matière numérique, la preuve est souvent immatérielle. Il faut savoir où la chercher. Pour chaque allégation, demandez-vous : "Comment le prouver de façon irréfutable ?"

Grille de correspondance : Allégations vs. Preuves

L'Allégation (Ce que quelqu'un prétend)	La Preuve Nécessaire (Ce qu'il faut fournir)
Le client dit avoir passé une commande.	Email de confirmation de commande.
Le client dit avoir payé un certain prix.	CGV acceptées + récapitulatif de commande.
L'entreprise affirme avoir livré le produit.	Preuve de suivi (tracking) du transporteur avec statut 'Livré'.
Le client se plaint d'une livraison tardive.	Dates sur l'email de confirmation vs. date de suivi de livraison.



Étape 4 : (C) - Le verdict de l'enquête (Conclusion)

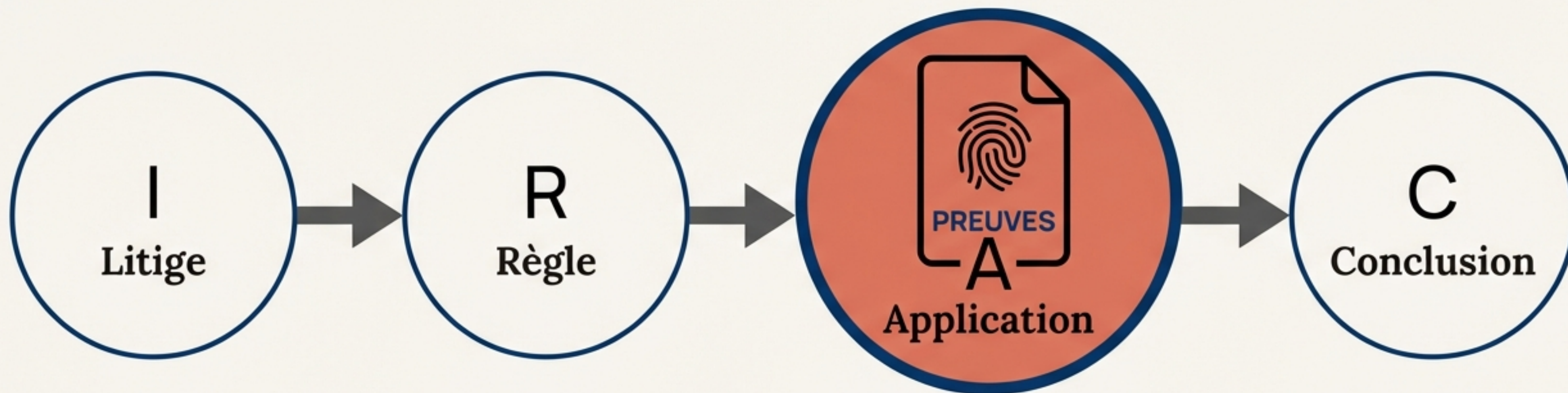
Vous avez posé le problème, identifié la règle, et analysé les faits avec leurs preuves. Il est temps de conclure. C'est le 'C' pour *Conclusion*.

Votre conclusion doit découler logiquement de votre analyse. Elle répond directement à la question posée en 'I' :

- Qui a raison, et sur la base de quels faits prouvés ?
- Quelle est la conséquence ? (Remboursement, application d'une sanction, nullité d'une clause...)

Une bonne conclusion est sobre, directe et entièrement justifiée par les étapes précédentes.

La méthode IRAC en un coup d'œil : Votre plan d'action

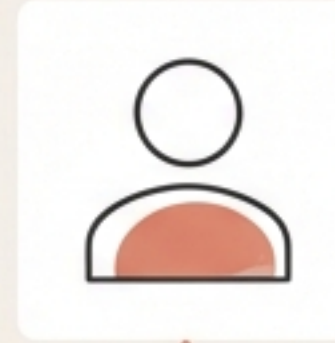


Gardez ce schéma en tête. C'est l'enchaînement logique qui vous mènera à une analyse juste et professionnelle. Remarquez comme les preuves sont au cœur de l'étape d'Application.

La méthode IRAC appliquée au numérique exige d'associer chaque allégation à une preuve.

Mise en pratique : résolvons un premier cas ensemble

La meilleure façon d'apprendre, c'est de faire. Analysons un cas très fréquent en e-commerce. Nous allons le décortiquer pas à pas avec notre boussole IRAC.



Situation: Une cliente, Mme Dupont, a commandé une bague d'une valeur de 500€ sur le site d'une PME de bijoux.



Litige: Elle affirme ne jamais avoir reçu son colis et réclame un remboursement.



Défense: La PME soutient que le colis a bien été livré et produit un numéro de suivi du transporteur qui indique 'Livré'.

Application de la méthode IRAC au cas de la bague

I - Issue

Mme Dupont a-t-elle droit au remboursement de sa bague de 500€ pour non-livraison ?

R - Rule

Le Code de la consommation stipule que le vendeur est responsable du bien jusqu'à sa livraison effective au consommateur. C'est au vendeur de prouver que la livraison a bien eu lieu.

A - Application & Preuves

- Mme Dupont prouve sa commande (email de confirmation).
- La PME prouve l'expédition (numéro de suivi).

***Le point de friction** : Le statut 'Livré' du transporteur est-il une preuve suffisante de la réception par la cliente ? La cliente peut soutenir n'avoir rien signé ou que le colis a été déposé au mauvais endroit. L'enquête se concentre sur la qualité de cette preuve de livraison.

C - Conclusion

Si le vendeur ne peut fournir qu'un simple statut de suivi sans signature ou preuve de remise en main propre, sa preuve est faible.
Le juge pourrait pencher en faveur de la cliente.
Le litige porte entièrement sur la force de la preuve de réception.

La méthode à l'épreuve du réel : le cas d'une cyberattaque (Ledger)

Cette méthode n'est pas seulement pour les colis perdus. Elle est essentielle dans des litiges beaucoup plus complexes. Prenons un exemple réel qui a secoué le monde de la tech.

Contexte

En 2018, la société Ledger (portefeuilles de cryptomonnaies) subit une fuite de données massive. Les noms, emails et adresses de millions de clients sont divulgués.

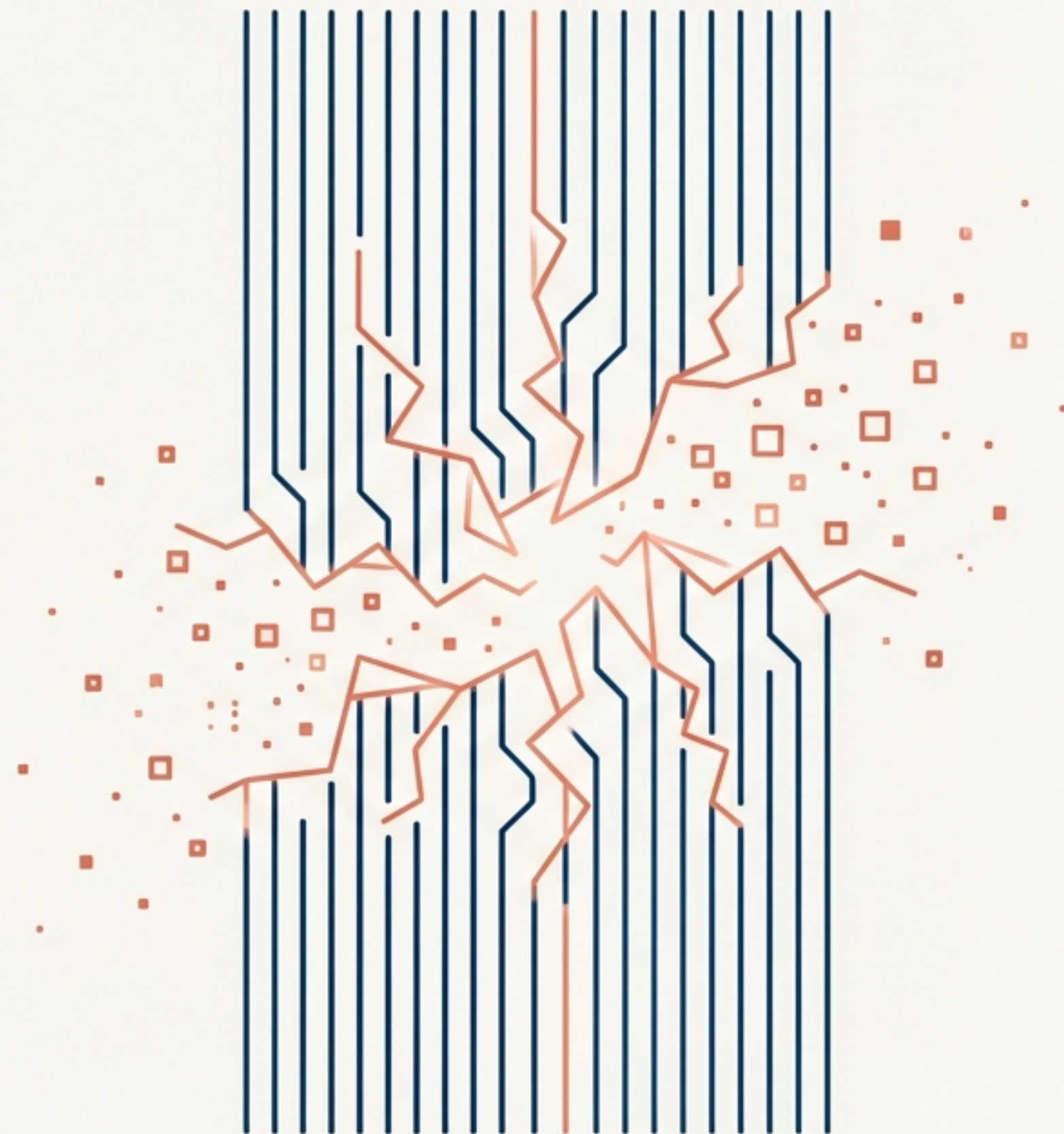
Litiges multiples

Des clients portent plainte pour le préjudice subi (harcèlement, phishing). L'entreprise est aussi attaquée pour non-conformité au RGPD.

Analyse IRAC

Pour chaque plainte, il a fallu appliquer la méthode :

- I: Ledger est-il responsable du préjudice de M. X ?
- R: Le RGPD et le Code civil sur la responsabilité.
- A: Prouver que les données de M. X faisaient partie de la fuite, prouver la faille de sécurité chez Ledger, et prouver le lien direct entre la fuite et le préjudice subi par M. X.



Des situations que vous rencontrerez demain

La logique IRAC s'applique partout. Voici trois autres cas typiques que vous pourriez avoir à gérer dans votre future entreprise.



1. Le Logiciel Défaillant

Un client se plaint qu'un logiciel ne fonctionne pas. Vos CGV excluent la garantie si sa configuration matérielle est mauvaise.

Le défi IRAC : Prouver que la panne vient de sa configuration et non du logiciel, et que votre clause de CGV est légale.



2. Les Clauses Abusives

Une association de consommateurs attaque votre plateforme e-commerce pour des clauses abusives dans les CGU sur l'utilisation des données personnelles.

Le défi IRAC : Analyser chaque clause une par une au regard du RGPD et du Code de la consommation.



3. L'Évaluation de Risque

Votre manager vous demande : "Sommes-nous en règle sur tel ou tel point ?".

Votre réflexe IRAC : Vous n'allez pas dire "Je pense que oui", mais "Voici le risque (I), voici la règle (R), voici comment nos pratiques s'y confrontent (A) et voici ma recommandation (C)".

Ce qui fera de vous un professionnel recherché

Maîtriser la méthode IRAC, ce n'est pas juste un "plus" sur un CV. C'est une compétence qui change la façon dont on vous perçoit en entreprise.

Demain, vous ne serez pas celui ou celle qui dit "On a un problème". Vous serez celui ou celle qui dit :

I... "Voici le problème, qualifié et précis."

R... "Voici le cadre légal qui s'applique."

A... "Voici les faits, les preuves, et mon analyse du risque."

C... "Et voici la solution que je recommande."

Vous apportez de la clarté, vous sécurisez les décisions et vous faites gagner un temps précieux à votre entreprise. C'est ça, la vraie valeur ajoutée.

Votre boussole pour l'examen... et pour toute votre carrière

Vous avez maintenant les clés pour aborder n'importe quel litige numérique avec structure et confiance. N'oubliez jamais : la panique est l'ennemie de l'analyse.
Votre boussole IRAC vous gardera sur le bon chemin.

Faites-nous confiance, avec de la pratique, cette méthode deviendra un réflexe.
Nous sommes convaincus que vous avez tout pour réussir.

Le secret : associer méthodiquement chaque allégation à une preuve.

Pour aller plus loin : Si le sujet vous passionne, renseignez-vous sur le rôle des autorités de régulation comme la CNIL ou la DGCCRF. Elles sont des acteurs clés dans la résolution de ces litiges.