



COMMISSION DES COMMUNAUTES EUROPEENNES

Bruxelles, le 16.04.1997
COM(97) 157 final

COMMUNICATION DE LA COMMISSION

AU CONSEIL, AU PARLEMENT EUROPEEN,
AU COMITE ECONOMIQUE ET SOCIAL
ET AU COMITE DES REGIONS

Une initiative européenne dans le domaine du commerce électronique

Table des matières

Résumé	4
Introduction	7
I. La révolution du commerce électronique	9
Le commerce électronique : la révolution de l'Internet	9
Les marchés de la prochaine génération	10
Les opportunités offertes à l'Europe	12
Le commerce électronique : comparaisons internationales	13
Exploiter les atouts de l'Europe	14
Le consensus mondial : une nécessité	15
II. Assurer l'accès au marché mondial : infrastructures, technologies et services	17
Optimiser les effets de la libéralisation des télécommunications	17
Optimiser les avantages offerts par la libéralisation des marchés des TI	18
Éliminer les goulets d'étranglement	18
Assurer l'interopérabilité dans un environnement concurrentiel	19
Mettre à disposition des services de commerce électronique conviviaux : la R&D européenne	20
Coopération industrielle internationale en matière d'infrastructure, de technologies et de services	21
III. Créer un cadre réglementaire favorable	22
Bâtir la confiance	22
Assurer le libre accès au marché unique	23
Principes fondant le cadre réglementaire du commerce électronique	25
Les caractéristiques essentielles d'une approche réglementaire	25
Une approche réglementaire définissant les politiques horizontales appropriées	29
Vers un cadre réglementaire cohérent à l'échelle planétaire	31
IV. Promouvoir un environnement commercial favorable	32
Susciter l'intérêt et gagner la confiance des consommateurs	32
Sensibiliser et encourager les meilleures pratiques dans les entreprises	33
Inciter les administrations publiques à prendre davantage l'initiative	35
Mettre le commerce électronique au service des citoyens	36
Conclusions	37

AVANT-PROPOS

Cette communication et les activités qui la concernent, ainsi que la législation à venir peuvent être consultées à l'adresse <http://www.ispo.cec.be/Ecommerce>.

RÉSUMÉ

La présente initiative européenne vise à stimuler une croissance vigoureuse du commerce électronique en Europe. Secteur en évolution rapide, le commerce électronique aura un impact considérable sur la compétitivité de l'Europe sur les marchés mondiaux. S'appuyant sur les travaux réalisés jusqu'à présent par la Commission, elle fournit un cadre politique cohérent pour une action communautaire future et vise à établir une position européenne commune pour parvenir à un consensus mondial par le truchement des négociations internationales.

I. LA RÉVOLUTION DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE : DÉFIS ET OPPORTUNITÉS

“Né mondial”, le commerce électronique couvre une large gamme d'activités dont certaines sont bien établies et d'autres totalement nouvelles. Le commerce électronique, sous l'impulsion de la révolution de l'Internet, connaît une expansion spectaculaire et des changements radicaux. Il couvre à la fois le commerce électronique indirect (commandes électroniques de biens tangibles) et le commerce électronique direct (livraison en ligne de biens intangibles). Environnement en évolution rapide, le commerce électronique est à l'origine de commerces, marchés et communautés commerciales multiples et divers créant de nouvelles fonctions et de nouveaux flux de revenus.

Le commerce électronique offre un énorme potentiel d'opportunités pour les consommateurs et les entreprises en Europe, et en particulier pour les PME. Sa mise en oeuvre rapide présente un défi urgent pour le commerce, l'industrie et les gouvernements européens. Le commerce électronique permet de procéder à des échanges à peu de frais entre toutes les régions et par delà les frontières nationales. Pour en tirer pleinement parti, il faut développer des canaux de distribution et un réseau transeuropéen efficaces, y compris des services postaux modernes et efficaces, afin d'assurer la livraison physique des produits commandés électroniquement.

Stimulant la concurrence sur le marché unique, le commerce électronique est déjà à l'origine de changements structurels profonds. De nouvelles compétences seront nécessaires pour créer et maintenir de nouveaux emplois en Europe. Les principaux concurrents de l'Europe ont déjà saisi avec détermination les opportunités offertes par le commerce électronique, les États-Unis prenant déjà une avance substantielle. Toutefois, le commerce sur l'Internet progresse dans plusieurs États membres. À cet égard, l'Europe peut rassembler et maîtriser un certain nombre d'atouts qui lui sont spécifiques dans le domaine des technologies, de la création de contenus ainsi que de la diversité linguistique et culturelle. De même, l'utilisation d'une monnaie unique sur le marché unique le plus grand du monde représentera un incitant puissant pour l'adoption en Europe du commerce électronique qui, quant à lui, pourra contribuer à faire accepter l'euro.

Il convient donc d'engager d'urgence et très tôt un débat politique en vue de stimuler le commerce électronique et d'éviter la fragmentation de ce marché prometteur.

II ACCÈS AU MARCHÉ MONDIAL : INFRASTRUCTURES, TECHNOLOGIES ET SERVICES

Le niveau élevé des tarifs des télécommunications constitue depuis longtemps la pierre d'achoppement la plus importante pour le commerce électronique en Europe. La mise en oeuvre du paquet de mesures de libéralisation des télécommunications débouche cependant déjà sur une réduction des prix et sur des systèmes de tarification plus souples. L'adoption du commerce électronique est nettement plus importante sur les marchés les plus compétitifs. Les accords de l'Organisation mondiale du commerce sur les télécommunications de base contribueront directement à l'émergence d'un marché mondial du commerce électronique. De même, de récents accords internationaux destinés à éliminer les entraves tarifaires (ITA) et non tarifaires (MRA) devraient rapidement abaisser le coût des produits clés des technologies de l'information, favoriser l'adoption du commerce électronique et renforcer la compétitivité européenne. L'élimination des goulets d'étranglement en matière de capacité et la mise à disposition d'une infrastructure à large bande passante constituent un autre défi pour l'Europe, défi relevé activement tant par le secteur privé que par la Communauté.

L'interopérabilité dans un environnement concurrentiel constitue un autre incitant puissant. La Commission promeut activement l'interopérabilité au niveau mondial dans des domaines aussi essentiels que les technologies et systèmes de paiement sûrs, et en accordant une importance particulière dans un certain nombre de programmes de R&D au commerce électronique afin d'assurer la disponibilité à grande échelle et la facilité d'utilisation des technologies et systèmes clés.

III. CRÉER UN CADRE RÉGLEMENTAIRE FAVORABLE

Le cadre du marché unique s'est avéré bénéfique pour les formes traditionnelles d'entreprises. Il doit maintenant être adapté pour fonctionner également avec le commerce électronique. Accroître la confiance parmi les hommes d'affaires et les consommateurs exige le déploiement de technologies sûres (comme les signatures numériques, les certificats numériques et des mécanismes sûrs de paiement électronique) ainsi que d'un cadre légal et institutionnel prévisible afin de soutenir ces technologies. Pour que les exploitants du commerce électronique puissent tirer pleinement parti du marché unique, il est essentiel d'éviter les incohérences réglementaires et d'assurer par conséquent la mise en place au niveau de l'UE d'un cadre légal et réglementaire cohérent pour le commerce électronique. Cette démarche doit reposer sur l'application des principes fondamentaux du marché intérieur.

Des réponses réglementaires aux problèmes posés doivent être apportées, où approprié, à chaque étape de l'activité commerciale, depuis la mise en place d'entreprises jusqu'à la promotion et la fourniture d'activités de commerce électronique, en passant par la conclusion de contrats et les paiements électroniques. Parallèlement, un certain nombre de questions "horizontales" essentielles affectant l'ensemble des activités du commerce électronique doivent être abordées. Il s'agit notamment de la sécurité des données, de la protection des droits de propriété intellectuelle et des services à accès conditionnel, de la confidentialité ainsi que d'un environnement fiscal clair et neutre.

Vu la nature essentiellement transnationale du commerce électronique, il faut dégager un consensus au niveau mondial. La Commission poursuivra activement le dialogue international impliquant les gouvernements et l'industrie au sein de forums multilatéraux adéquats, ainsi que sur une base bilatérale avec ses principaux partenaires commerciaux. Cela implique une coopération internationale pour lutter contre les crimes organisés et transnationale sur les nouveaux réseaux de communications (p.ex.: P.8).

IV. PROMOUVOIR UN ENVIRONNEMENT COMMERCIAL FAVORABLE

La promotion d'un environnement commercial favorable exigera une plus grande sensibilisation et une confiance renforcée dans le commerce électronique pour les consommateurs; il faut également encourager les meilleures pratiques dans les entreprises européennes (particulièrement par le biais de programmes ciblés sur les PME, d'actions de soutien et de R&D, ainsi que de projets pilotes du G7). Parallèlement, les administrations publiques auront un rôle clé à jouer par le truchement de leur politique des marchés publics et la mise en oeuvre précoce de technologies essentielles pour le commerce électronique. À l'avenir, il faudra encourager activement le développement de synergies fortes entre le "commerce électronique" et "l'administration électronique", au profit de toutes les parties impliquées.

Pour résumer, la présente initiative propose un ensemble complet d'actions dans le domaine particulier du commerce électronique, domaine essentiel pour la compétitivité européenne sur les marchés mondiaux. Ces actions spécifiques doivent être envisagées dans le contexte plus large des initiatives de la société de l'information, et seront en particulier intégrées dans le Plan d'action évolutif pour la société de l'information.

L'objectif politique de la Commission est de mettre en oeuvre d'urgence ce cadre cohérent d'actions technologiques, réglementaires et de soutien d'ici l'an 2000.

INTRODUCTION

1. La présente initiative vise à stimuler une croissance vigoureuse du commerce électronique en Europe. L'importance fondamentale du commerce électronique et la volonté de la Commission de faire de l'Europe le centre stratégique de cette activité ont été soulignées dans la Communication "Services : mode d'emploi"¹.

2. Cette communication s'appuie sur les travaux effectués jusqu'à présent par la Commission sur la société de l'information² et en particulier sur le Plan d'action évolutif³. Elle fournit un cadre politique cohérent pour les futures actions de la Commission dans le domaine du commerce électronique et s'efforce de stimuler la prise de conscience et le dialogue entre toutes les parties et à tous les niveaux.

3. L'expansion du commerce électronique se fera sous l'impulsion du marché. L'Europe est en bonne position pour tirer pleinement parti des possibilités commerciales qui s'ouvrent aujourd'hui à l'échelle planétaire. L'achèvement du marché unique, le développement du savoir-faire et des compétences en Europe, ainsi que l'introduction de l'euro sont autant de vecteurs qui permettront à l'économie et au monde des affaires européens de se placer au premier plan du marché électronique mondial émergent. Promouvoir l'adoption généralisée du commerce électronique en tant que pratique commerciale courante en Europe, tel est le défi qu'il nous faut relever.

4. Cette initiative s'appuie sur les caractéristiques particulières des entreprises européennes et sur la diversité du tissu social et culturel en Europe afin de présenter une approche européenne originale et cohérente du développement du commerce électronique sur le marché mondial. L'initiative se caractérise par les éléments fondamentaux suivants :

- ◊ Promouvoir la technologie et l'infrastructure requises pour assurer la compétitivité de l'industrie européenne du commerce électronique, et mettre en place des structures qui fourniront aux utilisateurs existants et potentiels des systèmes d'accès efficaces. Cet objectif sera poursuivi par le biais de la mise en place effective d'un marché des télécommunications totalement concurrentiel, et en exploitant et recentrant les efforts de R&D de sorte que la capacité scientifique et technologique de haut niveau en Europe se traduise avec un succès croissant en produits et services commercialisables. Il faudra

¹ CSE(96)6 final du 27 novembre 1996

² En particulier : les communications "La normalisation et la société globale de l'information" (COM(96)359 final du 24 juillet 1996); "Apprendre dans la société l'information. Plan d'action pour une initiative européenne dans l'éducation" (COM(96)471 du 2 octobre 1996); "Contenu illégal et préjudiciable sur Internet" (COM(96)487 du 16 octobre 1996); "Cohésion et société de l'information" (COM(97)7 du 22 janvier 1997); et les Livres Verts "Vivre et travailler dans la société de l'information : priorité à la dimension humaine" (COM(96)389 du 24 juillet 1996); "La protection des mineurs et la dignité humaine dans les services audiovisuels et d'information" (COM(96)483 du 16 octobre 1996);

³ "L'Europe à l'avant-plan de la société de l'information planétaire : plan d'action évolutif" (COM(96)607 du 27 novembre 1996);

également s'efforcer d'établir dans cette optique un large consensus sur les normes et l'interopérabilité des systèmes commerciaux électroniques.

- ◇ Tirer parti du marché unique en assurant la création d'un cadre réglementaire cohérent pour le commerce électronique en Europe et sur les vastes marchés mondiaux. Ce cadre doit accroître la confiance des entreprises qui investissent, et des consommateurs afin qu'ils utilisent le commerce électronique en démantelant les entraves juridiques restantes et en empêchant l'apparition de nouveaux obstacles.
- ◇ Favoriser le développement d'un environnement commercial idoine pour le commerce électronique en promouvant les compétences adéquates, et en sensibilisant les consommateurs et l'industrie quant aux opportunités qu'il offre. Cet objectif sera poursuivi par le truchement de projets de formation, d'information et de démonstration, en exploitant les synergies entre les gouvernements et les industries, et en faisant jouer les forces européennes en termes de technologies, de marchés et de diversité linguistique et culturelle.
- ◇ Progresser vers un consensus mondial sur la base d'une position européenne commune afin d'assurer une participation effective dans la coopération et les négociations internationales actuelles. L'Europe doit identifier ses atouts et intérêts propres et défendre en conséquence sa position au sein des forums et groupes internationaux les plus appropriés.

La présente initiative fournit un cadre cohérent pour les actions technologiques, réglementaires et de soutien qui se renforcent mutuellement afin de faciliter le développement du marché du commerce électronique tout en assurant la sauvegarde des objectifs d'intérêt public. L'objectif politique de la Commission est de mettre en oeuvre d'urgence ce cadre cohérent d'ici l'an 2000.

CHAPITRE 1 : LA RÉVOLUTION DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE

5. Le commerce électronique permet de “faire des affaires électroniquement”. Il est fondé sur le traitement électronique et la transmission de données, y compris textuelles, sonores et vidéos. Il couvre des activités multiples et diverses, et notamment le commerce des biens et services, la livraison en ligne d’informations numériques, les transferts électroniques de fonds, les activités boursières électroniques, le connaissance électronique, les enchères commerciales, la conception en collaboration et l’ingénierie, le sourcing en ligne, les marchés publics, la vente directe aux consommateurs et les services après-vente. Il concerne tant les produits (biens de consommation, équipement médical spécialisé, par exemple) que les services (services d’information, services financiers et juridiques, par exemple), les activités “traditionnelles” (soins de santé, éducation, par exemple) et des activités “nouvelles” (centres commerciaux virtuels, par exemple).

LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE : LA RÉVOLUTION DE L’INTERNET

6. Le commerce électronique n’est pas un phénomène nouveau. Depuis de nombreuses années, les entreprises échangent des données commerciales par le truchement de divers réseaux de communication. On assiste toutefois aujourd’hui à une expansion accélérée et à une évolution radicale, sous l’impulsion de la croissance exponentielle de l’Internet. Le commerce électronique, qui était jusqu’il y a peu à peine plus qu’une activité d’entreprise à entreprise sur des réseaux fermés exclusifs, s’étend rapidement pour constituer un tissu complexe d’activités commerciales à l’échelle planétaire entre un nombre de plus en plus important de participants, sociétés et individus, connus et inconnus, sur des réseaux mondiaux ouverts comme l’Internet.

Tableau 1. Pour le commerce électronique traditionnel, le réseau permet de faire circuler des informations; pour le commerce électronique sur Internet, c’est le réseau qui est le marché.

COMMERCE ÉLECTRONIQUE TRADITIONNEL	COMMERCE ÉLECTRONIQUE SUR INTERNET
<i>uniquement entreprise à entreprise</i>	<i>entreprise à consommateurs entreprise à entreprise entreprise à administration publique utilisateur à utilisateur</i>
<i>“clubs” fermés souvent spécifiques à une industrie</i>	<i>marchés ouverts à l’échelle mondiale</i>
<i>nombre limité de partenaires commerciaux</i>	<i>nombre illimité de partenaires</i>
<i>réseaux exclusifs</i>	<i>réseaux ouverts non protégés</i>
<i>partenaires connus et fiables</i>	<i>partenaires connus et inconnus</i>
<i>la sécurité fait partie de la conception du réseau</i>	<i>sécurité et authentification nécessaires</i>
LE MARCHÉ EST UN CLUB	LE RÉSEAU EST LE MARCHÉ

7. Le commerce électronique couvre essentiellement deux types d’activités : le commerce électronique indirect - la commande électronique de biens tangibles qui doivent encore être livrés physiquement par le truchement de canaux traditionnels comme les services postaux ou les courriers commerciaux; et le commerce électronique direct - la commande en ligne, le paiement et la livraison de biens et services intangibles comme les logiciels informatiques, des produits de loisirs ou des services d’information à l’échelle mondiale.

Le commerce électronique tant direct qu'indirect offre des possibilités spécifiques. Ces deux formes sont souvent pratiquées par les mêmes entreprises (qui, par exemple, vendent des logiciels en ligne ainsi que par les circuits traditionnels). Le commerce électronique indirect dépend toutefois d'un certain nombre de facteurs externes, et notamment de l'efficacité du système de transport. Le commerce électronique direct - qui permet d'effectuer des transactions électroniques de bout en bout et en continu par delà les frontières géographiques - exploite pleinement le potentiel des marchés électroniques mondiaux⁴.

LES MARCHÉS DE LA PROCHAINE GÉNÉRATION

8. Le commerce électronique ne se limite bien entendu pas à l'Internet. Il inclut de très nombreuses applications dans les environnements en bande étroite (vidéotex), de radiodiffusion (télé-achat) et en mode déconnecté (ventes sur catalogue, sur cédérom), ainsi que sur les réseaux exclusifs d'entreprises (banques). Toutefois, l'Internet, avec ses protocoles robustes et indépendants du réseau, réalise rapidement la fusion entre différentes formes de commerce électronique. Les réseaux d'entreprises deviennent des intranets. Dans un même temps, l'Internet génère de nombreuses formes hybrides et novatrices de commerce électronique - associant, par exemple, les "infocommerciales" en télévision numérique avec des mécanismes de réponse par Internet (pour commande immédiate), les catalogues sur cédérom avec connexion Internet (pour la mise à jour du contenu ou des prix) et les sites Web commerciaux avec extensions locales sur cédérom (pour des démonstrations multimédia exigeant une grande capacité de mémoire).

9. Le commerce électronique est un marché en émergence. Dans cet environnement en évolution rapide et hautement fluide, nous assistons au développement d'une vaste gamme d'entreprises virtuelles, de communautés commerciales et de marchés novateurs. Des entreprises sous-traitent maintenant couramment via l'Internet des fonctions telles l'exécution des commandes et la livraison à des distributeurs spécialisés dans ces services. Les distributeurs eux-mêmes se "virtualisent" en sous-traitant le stockage physique et la circulation des produits à des logisticiens spécialisés, comme les sociétés de courrier⁵. Les acheteurs, les vendeurs et les intermédiaires constituent des marchés Internet spécifiques dans des domaines aussi divers que l'immobilier, les pièces d'automobiles et les équipements de construction. De même, les industries manufacturières mondiales, automobiles, informatiques et aérospatiales par exemple, intègrent activement leurs chaînes de fourniture par le biais de l'Internet.

10. De nouvelles fonctions sont aujourd'hui créées. Des intermédiaires virtuels innovants fournissent des services à valeur ajoutée - de type agent de change, recherches et références - aux entreprises et aux consommateurs. La fusion des catalogues offre aux acheteurs des "points de vente uniques" leur permettant de sélectionner des produits aux

⁴ L'expérience Minitel en France montre que les sociétés offrant des biens et services intangibles sont initialement les principales bénéficiaires du développement du commerce en ligne.

⁵ Les librairies et disquaires sur Internet qui ont le plus de succès en Europe et aux États-Unis sont donc véritablement des "entreprises virtuelles" : les commandes et expéditions sont faites directement à partir des entrepôts des éditeurs et les bases de données des fournisseurs sont entièrement intégrées avec les entreprises de transport.

meilleurs prix auprès de multiples commerçants spécialisés. Des superites de petites annonces offrent des points d'accès uniques à de nombreux autres sites de publicité. Des passerelles commanditées par les gouvernements, comme par exemple le site Web "Trade UK"⁶ du ministère britannique du commerce et de l'industrie, offrent une voie d'accès unique à un nombre important d'entreprises sélectionnées présentes sur l'Internet. Les exploitants de réseau, entreprises informatiques et banques produisent de nouveaux revenus dans leurs "entreprises hôtes" en offrant clé en main des vitrines virtuelles et centres commerciaux virtuels.

11. L'ère du Web de "l'économie de cadeau" touche à sa fin. De nouvelles formes de commerce de personne à personne apparaissent, les utilisateurs pouvant eux-mêmes facturer de petits montants pour les informations publiées sur le Web. De même, les éditeurs commerciaux peuvent maintenant vendre des informations sur le réseau à l'unité et non plus en vrac, page par page, article par article, photo par photo. Les montants très modestes payés pour ces services produisent de nouveaux flux de revenus, optimisent l'utilisation des archives et encouragent un très large développement du contenu.

LES OPPORTUNITÉS OFFERTES À L'EUROPE

12. Le commerce électronique offre à l'Europe d'énormes opportunités. On estime que les revenus directs et indirects du commerce électronique sur l'Internet pourraient augmenter jusqu'à 200 milliards d'écus d'ici l'an 2000⁷. Cette croissance explosive débouchera sur des changements structurels profonds. Des secteurs tels que le détail et la distribution (20 millions d'employés) et le tourisme (6 millions d'employés) devront s'adapter pour exploiter ces opportunités, développer les entreprises existantes et en lancer de nouvelles. Certains services existants seront remplacés par de nouveaux services et des gains d'efficacité significatifs seront réalisés.

13. Il en résultera que le commerce électronique aura un impact considérable sur la structure et le fonctionnement du marché du travail. Une analyse complémentaire s'impose pour évaluer pleinement cette évolution. Il apparaît déjà à ce stade que le nouveau potentiel d'emplois se situera essentiellement dans les services à haute valeur et basés sur l'information. Il faudra assurer la formation et l'éducation pour ces nouvelles compétences. Face à une concurrence intense et planétaire dans un environnement numérique sans frontière, nous devons faire en sorte que ces nouveaux emplois soient créés et maintenus au sein du marché unique européen.

14. En Europe, le commerce électronique offre déjà des incitations considérables aux acteurs tant établis que nouveaux. Les PME tirent parti des opportunités sans précédent d'accéder aux marchés mondiaux offertes par le "World Wide Web". De grands secteurs économiques (comme l'industrie de la télévente en Europe) intègrent activement l'Internet dans leurs stratégies commerciales et d'exécution des commandes. Le commerce électronique permet d'améliorer la gestion des transactions et accroît l'efficacité commerciale. Il débouche sur une meilleure capacité de réaction, une fiabilité accrue et des

⁶ Voir <http://www.tradeuk.co.uk>.

⁷ Source : ActivMedia, Romtec, in European Information Technology Observatory 97.

réductions des coûts. Il abaisse les entraves à l'entrée, élargit les marchés existants et crée des domaines commerciaux entièrement nouveaux pour des produits intangibles basés sur les connaissances - potentiellement l'un des atouts les plus importants en Europe.

15. Les gains seront également significatifs pour les consommateurs. Le commerce électronique révolutionne la relation entre consommateurs et fournisseurs. Le consommateur bénéficie d'un choix plus large puisqu'il est en mesure de comparer et de choisir instantanément parmi une vaste gamme d'offres. Le nombre de produits spécialisés disponibles augmente. Il est possible de réduire les prix, sachant que les frais généraux et les coûts des "matières premières" diminuent, et que l'efficacité s'accroît. La relation personnalisée et interpersonnelle remplace le commerce de masse et les techniques de grande distribution traditionnels, avec pour conséquence un service plus prompt à réagir.

16. Le commerce électronique est, par nature, transnational et encourage la passation de commandes ainsi que la livraison de biens et services par delà les frontières. Il stimule directement la concurrence sur le marché intérieur qui, quant à lui, offre au commerce électronique la perspective d'une masse critique d'hommes d'affaires et de clients au delà des frontières nationales. De plus, le commerce électronique offre aux régions périphériques de nouvelles possibilités d'accéder aux marchés principaux. Il constitue par conséquent un facteur potentiellement vital pour la cohésion et l'intégration en Europe.

LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE : COMPARAISONS INTERNATIONALES

17. Les principaux concurrents de l'Europe n'ont pas hésité à saisir rapidement et de manière particulièrement énergique les opportunités qu'offre le commerce électronique. Aux États-Unis, l'Internet est à l'origine de la création d'une économie Internet de base en pleine expansion; il crée de nouvelles entreprises, de nouveaux flux de revenus et, plus important encore, de nouveaux emplois. Les secteurs économiques traditionnels, comme l'industrie des voyages ou les entreprises de vente sur catalogue procèdent à la migration en ligne de segments substantiels de leurs activités commerciales.

Tableau 2 : Des entreprises d'un nouveau style sur l'Internet

• <i>Le commerce sur l'Internet aux États-Unis se développe sur la base d'une force structurelle particulière : les micro-entreprises. Les États-Unis ont déjà plus de 250 000 "cyberentreprises" utilisant de diverses façons l'Internet à des fins commerciales.</i> • <i>Aux États-Unis, les services de voyages et la distribution de fleurs ont rencontré un succès particulier. Les services de voyages représentent en effet à l'heure actuelle plus de la moitié du commerce électronique. Lancé en octobre 1996, le leader actuel du marché a déjà 250 000 utilisateurs. Il y a près de 1 000 distributeurs Internet de fleurs sur le Web et le leader du marché a enregistré un chiffre de ventes de 30 millions de dollars en 1996.</i> • <i>En Europe, l'industrie de la vente directe aux consommateurs qui représentait en 1995 un revenu de 37 milliards d'euros se lance avec vigueur dans le commerce sur Internet. Ainsi, l'une des plus grandes entreprises de vente par correspondance en Europe a enregistré un chiffre de ventes par commerce électronique de 400 millions de DM en 1996. De même, la plus grande chaîne de supermarchés aux Pays-Bas innove avec l'offre d'un service de télé-achat par Internet.</i> • <i>De nouvelles entreprises apparaissent également en Europe dans des domaines stratégiques comme les outils et technologies pour le commerce électronique. Il faut citer, parmi les entreprises à succès, le leader mondial de la technologie des cartes intelligentes, un pionnier du paiement électronique sûr et l'un des leaders mondiaux des "vitrines virtuelles" en toute sécurité sur Internet.</i>
--

18. Il s'agit là d'un domaine essentiel pour la croissance et la compétitivité futures. Sous l'impulsion d'acteurs entrepreneurs, le commerce sur l'Internet aux États-Unis tire également sa force d'un réseau dense de micro-entreprises. Parfaitement adaptées à l'environnement Internet et bénéficiant essentiellement du même accès aux marchés mondiaux que les entreprises multinationales, certaines de ces nouvelles micro-entreprises enregistrent des taux de croissance et de rentabilité très impressionnants⁸. À ce stade, les États-Unis ont déjà une avance substantielle sur l'Europe. Il commence à en être de même dans le secteur stratégique des outils, produits et technologies du commerce électronique qui sous-tendent le futur développement du commerce électronique. De même, le Japon et la région Asie/Pacifique les rattrapent rapidement. Sous l'impulsion de l'industrie et des gouvernements, ces pays enregistrent une croissance énorme des connexions Internet et du commerce électronique. Leur taux de croissance et l'ampleur des investissements actuels indiquent qu'ils pourraient d'ici l'an 2000 rivaliser avec l'Europe en termes de revenus tirés du commerce électronique⁹.

EXPLOITER LES ATOUTS DE L'EUROPE

19. Des chiffres récents montrent que dans certains États membres, l'utilisation du commerce par Internet a rattrapé et parfois dépassé le niveau atteint aux États-Unis. La Finlande et les Pays-Bas figurent parmi les marchés en ligne les plus dynamiques du monde¹⁰. Dans cet environnement extrêmement compétitif, l'Europe peut et doit exploiter ses atouts spécifiques.

L'Europe dispose d'une base technologique et infrastructurelle solide. Ses exploitants des télécommunications (traditionnels et nouveaux acteurs) sont puissants, son infrastructure de base est très fiable et des réseaux numériques de pointe ont été déployés à temps. La volonté de normalisation, mise en lumière par le succès des normes stimulées par l'industrie, comme le GSM et la DVB (télévision numérique), constitue un autre atout majeur. Il en va de même pour l'avance commerciale européenne dans le domaine des technologies clés du commerce électronique, comme les cartes et agents intelligents. Le développement du contenu est un atout majeur de l'Europe. Le contenu - c'est-à-dire les logiciels informatiques, les informations commerciales, les loisirs vidéos - est l'essence même du commerce électronique immatériel. Des entreprises européennes, en particulier les industries de l'édition et des multimédia, engagent des ressources et un savoir-faire considérables sur les marchés mondiaux de l'information électronique. De même, des PME très innovantes se positionnent avec succès sur des marchés spécialisés comme la

⁸ Une étude de marché récente auprès de 1 100 entreprises basées sur le réseau estime que plus de 30 pour-cent d'entre elles sont rentables après un an et que 30 autres pour-cent devraient le devenir après deux ans. Les marges bénéficiaires de 20 pour-cent et plus sont fréquentes (chiffres de ActivMedia, in Business Week, 23/9/1996).

⁹ Source : Gartner Group. .

¹⁰ Les Pays-Bas sont aujourd'hui l'un des marchés les plus développés au monde du commerce électronique, avec une pénétration élevée des PC (38% des ménages) une utilisation intensive de l'Internet (22% des utilisateurs de PC ont accès à l'Internet, par rapport à 16% aux États-Unis et 12% en Allemagne) et une utilisation fréquente du commerce électronique (33% des utilisateurs d'Internet l'emploient pour acheter en ligne, par rapport à 22% aux États-Unis). Source : International Data Corporation/Link.

production multimédia et la localisation de contenus multilingues. L'Europe dispose également d'un secteur du détail concurrentiel, avec des gammes de produits bien adaptés et une connaissance approfondie de la diversité du goût des consommateurs à travers tout le continent, un atout qui peut également être mis à profit.

En outre, la capacité de pratiquer le commerce électronique avec une monnaie unique, l'euro, sur le plus grand marché unique du monde apportera des avantages concurrentiels considérables aux entreprises européennes. La transparence transfrontière des prix résultant de l'euro encouragera le recours au commerce électronique qui, quant à lui, favorisera la transition vers l'euro.

20. L'Europe doit exploiter la puissance colossale de la volonté d'entreprise et de la force du marché. La capacité de la Communauté et des ses États membres d'orienter l'évolution est particulièrement importante : si nos entreprises veulent réussir sur le marché compétitif actuel du commerce électronique mondial, elles doivent disposer d'un environnement optimal dans lequel opérer.

Il faut donc des télécommunications compétitives, des normes et des solutions interopérables et une R&D parfaitement ciblée. Un cadre réglementaire solide et souple générateur de confiance pour les entreprises et les consommateurs, et assurant un accès complet et illimité au marché unique constitue un élément essentiel pour le succès de l'Europe. Un tel cadre réglementaire représentera intrinsèquement un avantage compétitif majeur. Des mesures doivent également être prises pour améliorer l'environnement commercial : échanger les meilleures pratiques, faciliter l'accès au capital à risque et encourager la formation. Enfin, il faut concevoir des solutions mondiales. La communauté doit être à la pointe de l'exploration et de l'offre de solutions au niveau international. Les changements évoqués ici et les actions qui doivent être entreprises sont développés dans le chapitre suivant. Ils sont ambitieux et leur réalisation nécessitera un réel effort et une volonté politique. Mais si ces objectifs sont atteints, l'Europe sera en bonne position pour devenir le centre stratégique du commerce électronique.

LE CONSENSUS MONDIAL : UNE NÉCESSITÉ

21. Le commerce électronique est intrinsèquement une activité planétaire. L'accès amélioré aux marchés planétaires s'accompagne de défis lancés par d'autres régions du globe. Le dialogue multilatéral impliquant les gouvernements et l'industrie se développe actuellement au sein de nombreux forums. Le secteur privé a joué un rôle de pionnier, notamment dans le processus qui a mené à la conclusion d'accords mondiaux essentiels comme l'accord sur les technologies de l'information (ITA) et les accords sur la reconnaissance mutuelle en matière d'évaluation de la conformité (MRA). Avec le succès de la conclusion des négociations sur les services (1993) et les télécommunications (1997) au sein de l'Organisation mondiale du commerce (OMC), la Communauté et ses États membres se sont engagés à libéraliser la plupart de leurs activités de commerce électronique. Toute action européenne en matière de commerce électronique doit par conséquent être compatible avec ces engagements pris dans le cadre de l'OMC.

Dans un même temps, la Communauté continuera à combattre les entraves aux échanges afin de s'assurer un accès à l'infrastructure et aux services dans d'autres pays. Cet objectif pourra être atteint par l'application des engagements multilatéraux pris par les partenaires de l'Union européenne au sein de l'OMC. De nombreuses questions commerciales

spécifiques au commerce électronique devront également être abordées au niveau bilatéral, en particulier avec les États-Unis. Dans cette perspective, le nouvel ordre du jour transatlantique, le dialogue sur la société de l'information et le dialogue transatlantique sur les affaires continueront à jouer un rôle essentiel.

22. Le défi que constitue l'émergence de la criminalité cybernétique, comme le blanchiment électronique d'argent, les jeux d'argent illégaux, la piraterie informatique ou les infractions en matière de droits d'auteur sont un sujet de préoccupation croissante. La coopération internationale a déjà fait de grands progrès dans un certain nombre de domaines essentiels, par exemple en matière de lutte contre la criminalité internationale organisée sur les nouveaux réseaux de communication. Confrontés à de nouvelles formes de criminalité dans le domaine de la haute technologie et de l'informatique sur les réseaux mondiaux¹¹ (le nombre signalé de cas de piraterie double chaque année), les gouvernements ont réagi avec vigueur.

En Europe (Europol) ainsi que dans l'environnement international élargi (P8), des task-force spécialisées ont été créées et la coopération opérationnelle transfrontière a été renforcée dans des domaines comme la "traque" en temps réel de délinquants sur les réseaux et la "recherche et saisie" de preuves numériques. De même, on s'efforce d'harmoniser la pénalisation des délits informatiques et d'éviter l'émergence de paradis numériques. Un groupe de haut niveau créé à l'issue du Conseil de Dublin est en train de finaliser un plan d'action pour la lutte contre la criminalité cybernétique. Ces efforts sont essentiels si l'on veut renforcer la confiance dans le commerce électronique transnational.

¹¹ La Commission fédérale américaine sur le commerce et la Gendarmerie royale canadienne disposent de sites pour informer les utilisateurs des divers types d'abus et délits sur l'Internet. Voir <http://www.ftc.gov> et <http://www.rcmp-grc.gc.ca/html/scams-f.htm>.

CHAPITRE 2 : ASSURER L'ACCÈS AU MARCHÉ MONDIAL : INFRASTRUCTURES, TECHNOLOGIES ET SERVICES

L'adoption à grande échelle du commerce électronique exige des infrastructures, technologies et services de télécommunications efficaces, abordables et très largement disponibles. L'Europe doit faire en sorte que les coûts, la capacité, l'accès, le choix, la sécurité et la convivialité de ces fonctions soient équivalents à ceux disponibles ailleurs dans le monde.

OPTIMISER LES EFFETS DE LA LIBÉRALISATION DES TÉLÉCOMMUNICATIONS

23. Un marché européen des télécommunications totalement concurrentiel mis en place grâce à la libéralisation effective des télécommunications entraînera une réduction des tarifs des télécommunications et constituera un incitant essentiel pour le développement du commerce électronique en Europe. Un arsenal législatif complet est maintenant utilisé par les États membres pour assurer la pleine concurrence dans tous les secteurs à partir du 1er janvier 1998. En stimulant la concurrence accrue entre les exploitants établis et de nouveaux acteurs, la libéralisation des télécommunications débouche déjà sur une réduction générale des prix et sur l'introduction de systèmes de tarification plus souples pour les entreprises et les utilisateurs privés en ligne. Il en résulte que l'utilisation de l'Internet s'intensifie déjà considérablement sur les marchés les plus compétitifs et il en va de même pour l'adoption du commerce électronique.

24. Dans un contexte international plus vaste, le récent accord OMC sur les télécommunications de base constitue un jalon fondamental. Il contribue de façon significative à l'émergence d'un marché mondial, sachant que 69 pays ont pris des engagements concernant l'accès au marché et le traitement national. L'accord couvre tous les services de télécommunications, quels que soient les moyens technologiques utilisés pour les offrir. La plupart des pays ont également étayé ces engagements par des principes réglementaires. La Commission oeuvrera avec les États membres de l'UE ainsi qu'avec ses partenaires commerciaux à la pleine mise en oeuvre en temps voulu de cet accord qui entrera en vigueur le 1er janvier 1998.

25. Les disparités régionales au niveau des coûts, de la qualité et de l'accessibilité de l'infrastructure des services du commerce électronique doivent être réduites pour que les régions isolées puissent avoir pleinement accès aux marchés mondiaux et surmonter le handicap de leur isolement régional. Le commerce électronique donne une impulsion importante à la revitalisation des régions, ainsi qu'au renouvellement et au soutien des services locaux. La large disponibilité de l'infrastructure du commerce électronique à un prix attractif est indispensable si l'on veut que les PME puissent pleinement exploiter les opportunités offertes par ce secteur. Toutefois, des disparités régionales importantes se maintiendront encore un peu partout en Europe. Il est possible que les forces du marché ne permettent pas à elles seules de combler ces lacunes. Cette situation devra être suivie de près dans le contexte en évolution de la Société de l'information. La Commission a abordé cette question dans sa communication "Cohésion et société de l'information"¹² et

¹² COM (97) 7 du 22 janvier 1997.

continuera à faire en sorte que le secteur des entreprises soit consulté dans la recherche de solutions efficaces.

OPTIMISER LES AVANTAGES OFFERTS PAR LA LIBÉRALISATION DES MARCHÉ DES TI

26. Les accords internationaux récents conclus pour éliminer les *entraves tarifaires et non-tarifaires* pesant sur des produits dans le secteur des technologies de l'information et des communications devraient rapidement provoquer une diminution des coûts, en particulier des outils de base (ordinateurs, logiciels, mise en réseau, cédéroms) et stimuler directement l'adoption du commerce électronique.

La déclaration ministérielle de 1996 sur le commerce des produits des technologies de l'information prévoit l'expansion du commerce mondial de ces technologies. Il en résulte que le récent accord sur les technologies de l'information (ITA) qui couvre plus de 90% du commerce mondial des produits des TI prévoit l'élimination progressive des tarifs sur ces produits essentiels pour le commerce électronique d'ici l'an 2000.

De même, les accords sur la reconnaissance mutuelle de l'évaluation de la conformité (MRA) contribueront de manière significative à l'élimination des entraves non-tarifaires aux produits des TI. En étendant à l'environnement planétaire le principe du marché unique de la reconnaissance mutuelle, ces accords garantissent la reconnaissance mutuelle des procédures de certification effectuées dans le pays exportateur, ce qui permettra de réduire considérablement les coûts. Accueillis favorablement par les industries européennes des TI et des TCI ces deux accords renforceront l'ensemble du secteur du commerce électronique, en offrant un avantage direct aux entreprises et consommateurs européens. La Commission oeuvrera à la complète mise en application de ces accords et veillera au respect des engagements respectifs concernant en particulier le calendrier établi pour le tarifs.

ÉLIMINER LES GOULETS D'ÉTRANGLEMENT

27. L'Europe doit prendre des mesures pour faire en sorte qu'une infrastructure à large bande passante soit mise en place, pour assurer que les consommateurs et les entreprises tirent pleinement parti des développements en cours qui, inévitablement, débouchent sur des besoins toujours croissants d'une plus grande capacité de transmission. Le secteur privé procède déjà à l'élimination des goulots d'étranglement dans certains États membres¹³. Les exploitants des télécommunications investissent massivement dans l'infrastructure et les services Internet.

La Commission appliquera une démarche européenne coordonnée pour aborder ce problème de goulet d'étranglement par le truchement des programmes de R&D de l'Union européenne dans le domaine des technologies de l'information et des communications, y compris les actions dans le Cinquième Programme Cadre ainsi que des Réseaux Transeuropéens. Il faudra à cet effet créer un réseau opérationnel à grande vitesse pour les chercheurs, complété par des facilités permettant de tester les technologies et applications.

¹³ On peut citer en exemple la Finlande où des investissements considérables dans l'infrastructure d'Internet par les exploitants des télécommunications (en particulier dans un réseau dense de réseaux ATM) ont quasiment éliminé tous les goulots d'étranglement.

La Commission facilitera également la participation active de l'industrie et des organismes publics européens à la prise de décisions au niveau mondial concernant l'évolution de l'Internet. Parallèlement, afin de promouvoir l'utilisation rapide de nouveaux services à large bande, des initiatives en matière d'éducation et de formation seront mises au point pour les PME, les écoles et les autorités locales.

28. La compétitivité future de l'industrie européenne dépend du développement durable d'infrastructures d'information et de télécommunications à haute performance. Il est essentiel d'entreprendre une action immédiate pour le développement et la mise en oeuvre précoce d'une infrastructure Internet de pointe et à grande capacité basée sur un réseau terrestre et par satellite¹⁴⁻¹⁵.

ASSURER L'INTEROPÉRABILITÉ DANS UN ENVIRONNEMENT CONCURRENTIEL

29. Si la tendance actuelle au développement de normes incompatibles¹⁶ se maintient, les entreprises et les consommateurs seront gravement désavantagés¹⁷. Il y a en particulier un risque "d'enfermer" les utilisateurs dans des solutions spécifiques. De même, il pourrait être difficile d'effectuer des transactions entre des systèmes mutuellement incompatibles. À défaut d'interopérabilité, on atteindra difficilement le niveau de masse critique. Par ailleurs, il faut également disposer de technologies sûres pour susciter la confiance dans la sécurité de l'information. Ces technologies sont pour la plupart disponibles mais des questions importantes d'interopérabilité commerciale ou technique doivent encore être résolues. Pour faciliter l'interopérabilité entre les divers services commerciaux électroniques, la Commission lancera en juin 1997 une action spécifique pour des projets de normalisation dans le domaine du commerce électronique.

30. De nouvelles formes de collaboration industrielle en matière de normalisation dans le domaine du commerce électronique ont vu le jour. Des efforts sont déjà faits par l'industrie (par exemple avec le consortium des technologies pour les services financiers; le consortium World Wide Web¹⁸) pour assurer de facto l'interopérabilité dans l'environnement mondial d'une large gamme de technologies clés du commerce électronique, comme les systèmes de paiement électronique¹⁹. De même, la Commission

¹⁴ COM (97)... Plan d'action de l'UE pour les communications par satellite dans la société de l'information.

¹⁵ Le gouvernement américain a attribué 100 millions de dollars à "l'Initiative Internet de la prochaine génération" conçue pour les applications à large bande.

¹⁶ Le terme "norme" signifie ici toute spécification technique formelle ou informelle acceptée, et ne se limite pas nécessairement aux documents adoptés par un organisme reconnu de normalisation.

¹⁷ Par exemple, en Europe, il y a plus de vingt normes mutuellement incompatibles pour les cartes "à valeurs stockées" (cartes stockant de l'argent selon un concept semblable à celui des cartes téléphoniques).

¹⁸ Le World Wide Web (WWW) a été inventé au CERN, le laboratoire européen de physique des particules.

¹⁹ Le consortium WWW réunissant 160 entreprises informatiques, des télécommunications et de contenu, dont 50% sont européennes, travaille à l'heure actuelle sur une série d'initiatives afin d'assurer de facto

encourage depuis un certain temps l'élaboration d'un consensus par le truchement de mémorandums d'accord sur "l'accès ouvert au commerce électronique pour les PME"²⁰. La participation de l'industrie et des utilisateurs européens aux travaux de normalisation et de spécification sera facilitée par l'existence d'un système d'ateliers ouverts, flexibles et ad hoc au niveau européen, de préférence au sein des organismes européens de normalisation (CEN, CENELEC et ETSI) ou en collaboration avec ces derniers. Les participants seront de la sorte en mesure d'anticiper les développements mondiaux en évolution rapide et d'y réagir rapidement. De plus, des mesures seront prises pour mieux répondre dans la normalisation aux besoins des utilisateurs et en particulier des PME .

31. La Commission présentera une communication relative à une initiative de normalisation européenne pour le commerce électronique. Cette communication identifiera les entraves techniques à l'adoption du commerce électronique et proposera des mesures concrètes pour les éliminer, avec la participation active des entreprises européennes. De plus, la Commission examine des propositions réglementaires afin de mettre en place une procédure qui permettra d'identifier et de sélectionner des spécifications publiquement disponibles pour soutenir les politiques communautaires.

32. On ne pourra tirer parti des avantages du commerce électronique que si l'interopérabilité est assurée au niveau mondial. La Communauté européenne et ses États membres ont eu un engagement constant à l'égard des normes internationales et attendent la même attitude de la part de leurs principaux partenaires commerciaux.

Afin de promouvoir davantage encore la normalisation internationale, la Commission accueillera la conférence de normalisation mondiale "Construire la société planétaire de l'information pour le 21^e siècle" qui se tiendra en octobre 1997 et sera centrée sur l'interopérabilité et la normalisation pour la société de l'information. Un accent tout particulier sera mis sur le commerce électronique.

METTRE À DISPOSITION DES SERVICES DE COMMERCE ÉLECTRONIQUE CONVIVIAUX : LA R&D EUROPÉENNE

33. Afin d'améliorer la convivialité et de créer des opportunités pour l'innovation commerciale, des travaux supplémentaires sont requis, qui doivent être basés sur une participation intensive des utilisateurs. L'objectif est d'offrir des solutions simples et conviviales pour chaque maillon de la chaîne de transaction électronique. Cette démarche permettra de faciliter l'adoption à grande échelle du commerce électronique, en particulier par les PME qui seront ainsi en mesure de démarrer en utilisant les technologies du commerce électronique et de rester à jour dans ce domaine. La Commission contribue à l'élimination des entraves technologiques en accordant une importance particulière dans ses programmes pertinents de R&D au commerce électronique et en intégrant des travaux

l'interopérabilité entre les technologies existantes dans le domaine des systèmes de paiement électronique. (initiative conjointe pour le paiement électronique) et les signatures numériques (projet signature numérique). Il travaille également sur des solutions innovantes dans le domaine du filtrage du contenu (plate-forme pour la sélection du contenu sur Internet, ou PICS), et la protection des données personnelles (Privacy and Demographics Project). Voir <http://www.w3.org>.

²⁰ Voir <http://www.eto.org.uk/trade/mou/> sur le World Wide Web.

connexes²¹. La première étape a déjà été franchie avec le lancement d'un appel de propositions pour le commerce électronique dans le cadre du programme ESPRIT (Technologies de l'Information). Il s'agit de travailler sur un ensemble complémentaire de recherche, de développement technologique et de mesures d'adoption pour que le processus d'innovation commercial soit totalement soutenu. Il faut également exploiter les possibilités offertes par la R&D sur les questions socio-économiques.

Le commerce électronique apparaît comme une action clé dans le programme "Créer une société de l'information conviviale" proposé dans le contexte du futur cinquième programme-cadre. Les développements technologiques et les projets de promotion de l'adoption de cette technologie dans les programmes de R&D de l'Union européenne devraient être centrés sur l'offre d'une vaste gamme de modules interopérables et compatibles pour le commerce électronique. Ces modules pourraient être conçus pour des services comme, entre autres, les paiements et la gestion IPR (traitement et recherche d'information) afin de soutenir les différentes étapes de la chaîne de transaction. Ils pourraient également apporter des solutions intégrées - par exemple afin d'intégrer les meilleures technologies des cartes intelligentes, les communications mobiles et les équipements d'information. Ces projets devraient favoriser des technologies qui réduisent au minimum le besoin de données personnelles et améliorent par conséquent la protection du droit des consommateurs à la confidentialité (technologies améliorant la confidentialité). L'accès convivial à l'information doit également être assuré (en particulier pour aborder la question de la surcharge d'informations). Le multilinguisme, y compris la traduction en ligne, doit être soutenu. Une pleine utilisation doit également être faite des multimédias et des systèmes basés sur les connaissances afin de simplifier l'interface utilisateur et de mieux soutenir les utilisateurs présentant des caractéristiques différentes.

Comme l'indique le Plan d'action pour l'innovation²², d'autres facteurs devront également être abordés parallèlement à la R&D pour créer un environnement favorisant pleinement l'exploitation des innovations.

COOPÉRATION INDUSTRIELLE INTERNATIONALE EN MATIÈRE D'INFRASTRUCTURE, DE TECHNOLOGIES ET DE SERVICES

34. L'infrastructure mondiale doit être maîtrisée par le truchement de la coopération industrielle et technologique internationale, plus particulièrement dans des domaines comme le commerce électronique sûr, les paiements électroniques internationaux, le soutien multilingue, notamment. La Commission européenne a déjà lancé plusieurs actions de coopération industrielle internationale. Des projets seront lancés en 1997 dans le cadre du "plan d'action de Prague" impliquant les pays d'Europe centrale et orientale, et en coopération avec des pays tiers méditerranéens. Ces projets aideront en particulier les pays d'Europe centrale et orientale à préparer leur adhésion à l'UE. La coopération industrielle internationale en matière de commerce électronique avec de grands partenaires commerciaux comme les États-Unis, le Canada, l'Australie, l'Espace Économique

²¹ Un inventaire des travaux concernant le commerce électronique dans les programmes ESPRIT (technologies de l'information) et ACTS (technologies des communications) peut-être trouvé sur le World Wide Web voir à <http://www.cordis.lu/esprit/src/ecomporj.htm>.

²² Plan d'action pour l'innovation en Europe (COM(96)589 du 20 novembre 1996).

Européen, Israël et le Japon est une partie intégrante du dialogue bilatéral et des accords Science et Technologie. La Commission renforcera également sa coopération internationale actuelle dans le domaine du commerce électronique par la promotion de projets pilotes mondiaux dans le cadre de la collaboration du G7 "Marché mondial pour les PME".

CHAPITRE 3: CRÉER UN CADRE RÉGLEMENTAIRE FAVORABLE

L'ampleur des bénéfices que l'Europe tirera du commerce électronique et la rapidité avec laquelle ces bénéfices se dégageront vont dépendre, en grande mesure, de l'existence d'une législation actualisée qui réponde parfaitement aux attentes des entreprises et des consommateurs. L'objectif de la Commission est de mettre en oeuvre, pour l'année 2000, un cadre réglementaire approprié. Le cadre réglementaire qui régit actuellement le marché unique a prouvé son efficacité pour les formes de commerce traditionnelles. Il faut maintenant en adapter le fonctionnement au commerce électronique en réalisant deux objectifs complémentaires : bâtir la confiance et assurer le libre accès au marché unique.

BÂTIR LA CONFIANCE

35. Le premier objectif est de créer la confiance. Le commerce électronique ne peut se développer que si les consommateurs et les entreprises sont certains que leurs transactions ne seront pas interceptées ou modifiées, que les vendeurs ou les acquéreurs sont bien les personnes qu'ils affirment être, et que les mécanismes de transaction sont accessibles, licites et sûrs. La confiance est la condition sine qua non pour gagner les milieux d'affaires et les consommateurs à la cause du commerce électronique. Pourtant, nombreux sont ceux qui s'interrogent encore sur l'identité et la solvabilité des fournisseurs, leur véritable situation géographique, l'intégrité des informations fournies, le respect de la confidentialité et la protection des données à caractère personnel²³, l'exécution des contrats à distance, la fiabilité des paiements, les recours en cas d'erreur ou de fraude, les possibles abus de position dominante²⁴ - autant d'aspects qui revêtent une importance accrue dans les transactions transnationales.

36. L'utilisation de technologie fiables - telles que les signatures numériques et les certificats électroniques - fournit une partie de la solution à ces problèmes. Les signatures numériques permettent de confirmer avec certitude l'identité de l'expéditeur et de garantir l'authenticité et l'intégrité des documents électroniques. Propre à chaque expéditeur et à chaque message envoyé, la signature électronique est vérifiable et doit être honorée. De même, l'échange de certificats électroniques ("cartes d'identité Internet"), par le biais d'une "poignée de mains" automatique entre ordinateurs, fournit l'assurance que les parties

²³ Le respect de la confidentialité est un sujet qui préoccupe particulièrement les consommateurs. Selon l'enquête "Technologie de l'information et protection des données" publiée dans *Eurobaromètre* 46.1 de janvier 1997, deux tiers des personnes interrogées s'inquiètent des "traces" que les utilisateurs de réseaux d'information numériques laissent derrière eux lorsqu'ils fournissent des données personnelles.

²⁴ Les centres commerciaux virtuels qui opèrent au-dessus des frontières risquent, une fois qu'ils auront atteint une taille respectable, de dominer fortement le marché. Une adaptation de la législation sur le commerce de détail pourrait s'avérer nécessaire.

sont bien celles qu'elles prétendent être et permet d'apprécier l'authenticité des services rendus ou des biens et services fournis.

Les mécanismes de protection du droit d'auteur, qui s'appuient également sur des technologiques fiables telles que le cryptage et l'utilisation de cartes à mémoire, garantissent la protection du matériel numérique et constituent un facteur déterminant de l'émergence d'un marché de masse du contenu électronique. Les mécanismes de paiement électronique, basés eux aussi sur des méthodes de cryptage, fournissent l'ultime garantie de fiabilité : l'assurance que les débiteurs sont solvables et que les créanciers seront payés. Ces technologies sont, pour la plupart, parfaitement opérationnelles et disponibles sur le marché. Toutefois, le cadre réglementaire et institutionnel indispensable à leur développement est encore lacunaire, notamment en matière d'interopérabilité et de reconnaissance mutuelle des systèmes au-delà des frontières nationales.

ASSURER LE LIBRE ACCÈS AU MARCHÉ UNIQUE

37. Le second objectif est d'assurer aux utilisateurs du commerce électronique le libre accès au marché unique. Compte tenu de sa taille, le marché unique à lui seul offre aux entreprises une "masse critique" de clients potentiels, sans parler des débouchés que représentent les marchés mondiaux. Cependant, les États membres répondent de façon différente aux nouveaux défis que lance le commerce électronique. L'adoption de stratégies législatives divergentes est non seulement inefficace, compte tenu de la nature transfrontalière du commerce électronique, mais risque également de segmenter le marché unique, freinant ainsi le développement du commerce électronique en Europe. La proposition de directive relative aux mécanismes de transparence²⁵ vise précisément à éviter que de nouvelles mesures, dont le contenu varierait d'un État membre à l'autre, ne restreignent la libre circulation des services de la société de l'information.

38. S'il importe de décourager l'adoption de réglementations nationales incompatibles, il convient également de veiller à l'établissement, au niveau européen, d'un cadre réglementaire cohérent pour le commerce électronique. Ce cadre réglementaire s'appuiera inévitablement sur la législation en vigueur concernant le marché unique, laquelle crée déjà, dans une large mesure, les conditions favorables aux activités en ligne des entreprises. Dans ce cadre, des mesures spécifiques ont déjà été prises pour accompagner les nouveaux développements. On peut citer les récentes directives sur la protection des données²⁶, sur la protection juridique des bases de données²⁷ et sur les contrats négociés à

²⁵ Proposition de directive du Parlement européen et du Conseil portant troisième modification de la directive 83/189/CEE prévoyant une procédure d'information dans le domaine des normes et réglementations techniques; COM(96) 392 final, du 30.08.1996.

²⁶ Directive 95/46/CE du Parlement européen et du Conseil, du 24 octobre 1995, relative à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données; JO n° L 281 du 23.11.1995, p. 31.

²⁷ Directive 96/9/CE du Parlement européen et du Conseil, du 11 mars 1996, concernant la protection juridique des bases de données; JO n° L 77 du 27.03.1996, p. 20.

distance²⁸, ainsi que la révision proposée de la directive “Télévision sans frontière”²⁹. En outre, un certain nombre de documents servant de base à des consultations ou à la définition de politiques ont été produits pour alimenter le débat sur des thèmes variés, comme la protection juridique des services cryptés³⁰, le droit d’auteur et les droits voisins³¹, la propriété industrielle³², les communications commerciales³³, les marchés publics³⁴ et la protection des mineurs et de la dignité humaine dans les services audiovisuels et de l’information³⁵.

PRINCIPES FONDANT LE CADRE RÉGLEMENTAIRE DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE

39. L’application des quatre principes suivants fournira à l’Union un cadre législatif souple et adapté.

Ne pas réglementer pour réglementer: Dans bien des cas, la libre circulation des services de commerce électronique est efficacement assurée par la reconnaissance mutuelle des réglementations nationales et des codes de déontologie appropriés. Cela implique que les sociétés engagées dans des activités transfrontalières se soumettent à la législation du pays d’origine (“contrôle par le pays d’origine”). L’intervention communautaire ne se justifie que dans les cas où la reconnaissance mutuelle ne suffit pas à lever les obstacles aux échanges ou à préserver les objectifs d’intérêt général. En tout état de cause, la législation adoptée devrait n’imposer que des contraintes minimales aux opérateurs et respecter le rythme d’évolution du marché.

²⁸ Directive 97/7/CE du Parlement européen et du Conseil, du 17 février 1997, concernant la protection des consommateurs en matière de contrats négociés à distance (à paraître au Journal officiel).

²⁹ Proposition de directive du Parlement européen et du Conseil modifiant la directive 89/552/CEE du Conseil visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à l’exercice d’activités de radiodiffusion télévisuelle; COM (95) 86 final, du 31.05.1995; JO n° C 185 du 19.07.1995, p. 4.

³⁰ Livre vert de la Commission: “La protection juridique des services cryptés dans le marché intérieur - Consultation sur la nécessité d’une action communautaire”; COM(96)76 final, du 06.03.1996.

³¹ Communication de la Commission: “Suivi du livre vert sur le droit d’auteur et les droits voisins dans la société de l’information”; COM(96)568 final, du 20.11.1996.

³² Questionnaire sur les droits de propriété industrielle dans la société de l’information, version 5.0, septembre 1996, DG XV/E/3.

³³ Livre vert de la Commission: “Les communications commerciales dans le marché intérieur”; COM(96)192 final, du 08.05.1996.

³⁴ Livre vert de la Commission: “Les marchés publics dans l’Union européenne: pistes de réflexion pour l’avenir”; COM (96) 583, du 27.11.1996.

³⁵ Livre vert sur la protection des mineurs et de la dignité humaine dans les services audiovisuels et d’information; COM(96)483 final, du 16.10.1996.

Réglementer sur la base des libertés inhérentes au marché unique: Le commerce électronique embrasse une grande variété d'activités transfrontalières. Quel que soit le volume d'activité des sociétés pratiquant cette forme de commerce, leur liberté d'exercer - avec facilité et efficacité - doit être au coeur des politiques futures. Il convient d'accorder un poids égal à chacune des libertés offertes par le marché unique : la libre circulation des biens, des personnes, des services et des capitaux, et la liberté d'établissement. C'est uniquement de cette manière que les objectifs essentiels de cohérence, de prévisibilité et de simplicité opérationnelle pourront être atteints.

Tenir compte des réalités commerciales: Toute activité de commerce électronique suppose que l'opérateur se lance dans une activité économique, fasse la promotion de ses produits ou services et assure leur vente, leur distribution et leur financement. C'est une chaîne d'opérations qui relève du processus normal de la transaction commerciale. Le plus souvent, il ne sera pas nécessaire de légiférer pour résoudre les difficultés réelles ou potentielles qu'engendrent ces opérations. Dans le cas contraire, la législation doit faciliter le déroulement des opérations tout au long de la chaîne commerciale, car lever les barrières qui entravent certaines étapes du circuit sans toucher aux autres n'aurait pas de sens.

Atteindre les objectifs d'intérêt général de façon efficace et effective: L'une des conditions du développement d'un marché unique du commerce électronique est le respect effectif d'objectifs reconnus d'intérêt général tels que la protection de la confidentialité et la protection des consommateurs ou encore la fourniture d'un large accès aux réseaux. A défaut, le risque est réel de voir les frontières réglementaires se pérenniser, sachant que chaque État membre cherche à protéger les intérêts légitimes de ses citoyens.

LES CARACTÉRISTIQUES ESSENTIELLES D'UNE APPROCHE RÉGLEMENTAIRE

Il convient donc d'apporter, où nécessaire, une solution réglementaire adaptée qui s'inspire des quatre principes énoncés ci-dessus. Dans certains cas, une réponse a déjà été trouvée; dans d'autres, elle est requise d'urgence. Diverses questions juridiques doivent encore être réglées aux différents stades de l'activité économique avant que le commerce électronique ne puisse prospérer librement de part et d'autre des frontières nationales.

De la mise en place d'entreprises ...

40. La disparité des réglementations nationales pourrait faire obstacle à l'établissement des prestataires de services au-delà des frontières. Elle touche les compétences professionnelles requises, les systèmes prudentiels et de surveillance, ainsi que les exigences en matière de notification ou d'autorisation (pour les professions réglementées ou les services financiers, par exemple). C'est pourquoi la Commission étudie actuellement la meilleure manière de lever ces obstacles tout en respectant les objectifs d'intérêt général, et présentera ultérieurement des propositions dans ce sens.

41. Dans le nouvel environnement virtuel, il devient plus difficile d'identifier les parties contractantes, de localiser un partenaire commercial et de savoir si cet opérateur se soumet à toutes les conditions juridiques applicables. Une telle situation peut être source d'incertitude juridique lorsqu'il s'agit de déterminer quel est l'État membre compétent et le droit applicable en cas de litige. L'application des principes du marché unique, et notamment le principe du contrôle par le pays d'origine, s'en trouve également compliquée. La Commission étudiera ces questions et d'autres aspects de ce problème afin

de clarifier les doutes et les incohérences - notamment en ce qui concerne l'application de la convention de Rome³⁶ et de la convention de Bruxelles³⁷ dans le nouveau contexte électronique - et s'emploiera à améliorer l'accès des consommateurs à la justice, en particulier pour ce qui touche aux possibilités de recours.

A la promotion et à la fourniture d'activités de commerce électronique ...

42. Les prestataires de service ou les sociétés établissant un site sur le Web pour exercer des activités en ligne sont soumis à des réglementations nationales différentes, y compris en matière de communication commerciale (ce qui recouvre la publicité, le marketing direct, l'auto-promotion, le mécénat et les relations publiques). Cette situation est un frein à l'utilisation de stratégies efficaces et constructives de communication commerciale transfrontalières et une source d'incertitude juridique. Faisant suite au livre vert sur la communication commerciale, la Commission présentera des propositions détaillées pour résoudre les difficultés existantes ou potentielles.

43. A l'heure actuelle, les États membres imposent, au nom de la protection de l'intérêt général, certaines restrictions à la mise sur le marché de services financiers déterminés. La conséquence de telles restrictions est la segmentation du marché unique des services financiers, y compris ceux qui sont fournis sur support électronique. Avant la fin de l'année, la Commission présentera une proposition de directive relative aux contrats de services financiers négociés à distance, qui visera à lever les entraves à la prestation de services transfrontalières sans perdre de vue la protection des consommateurs.

En passant par la négociation et la conclusion de contrats ...

44. Une directive relative aux contrats négociés à distance, et couvrant les transactions électroniques, et un certain nombre de directives horizontales (clauses abusives des contrats, la publicité trompeuse) et sectorielles (crédit à la consommation, voyages à forfaits, multipropriété) ont été adoptées. En outre, la proposition de directive sur la vente et les garanties des biens de consommation est arrivée à maturité. Ces directives établissent un niveau minimal de protection des consommateurs qui s'applique également aux transactions commerciales électroniques dans l'UE.

45. Un certain nombre de réglementations nationales concernant la formation et l'exécution des contrats ne sont pas adaptées à l'environnement du commerce électronique et génèrent des incertitudes quant à la validité et au caractère exécutoire des contrats électroniques (ainsi, l'exigence de documents écrits et de signatures manuscrites; ou les règles de preuve qui ne tiennent pas compte de l'existence de documents électroniques). La Commission va prendre des mesures concrètes visant à éliminer les obstacles à la reconnaissance juridique des contrats électroniques au sein du marché unique. En outre, la question de la protection des consommateurs dans le domaine du commerce électronique

³⁶ Convention sur la loi applicable aux obligations contractuelles, ouverte à la signature à Rome le 19 juin 1980; JO n° L 266 du 09.10.1980, p. 1.

³⁷ Convention concernant la compétence judiciaire et l'exécution des décisions en matière civile et commerciale, signée à Bruxelles en 1968; JO n° C 97 du 11.04.1983.

sera abordée dans la communication sur la société de l'information du point de vue du consommateur.

46. Les règles de tenue des livres, de comptabilité et d'audit devront également être adaptées au commerce électronique pour permettre, par exemple, les vérifications électroniques sans support papier ou l'utilisation de factures électroniques. Dans ce domaine, les règles nationales risquent, en effet, de tendre vers des directions opposées et de menacer le marché unique. La Commission va entamer des discussions sur ce thème avec les États membres en vue de préparer la réponse appropriée.

... et le versement et la réception de paiements électroniques.

47. Le développement du commerce électronique est subordonné à l'existence de systèmes fiables, conviviaux, efficaces et sûrs de paiement électronique. La Commission, l'IME et les États membres réfléchissent actuellement sur le cadre le plus approprié pour superviser l'émission de monnaie électronique. A la lumière de cette analyse, la Commission entend présenter, d'ici la fin de 1997 (date limite pour la réalisation des travaux), une proposition de directive sur l'émission de monnaie électronique garantissant la stabilité et la fiabilité des émetteurs de ces produits monétaires. Cette initiative contribuera à renforcer la confiance des consommateurs. Parallèlement, la Commission envisage d'actualiser, avant la mi-97, le contenu de la recommandation de 1988 concernant les systèmes de paiement³⁸ pour y inclure des lignes directrices guidant les rapports entre les émetteurs et les utilisateurs de tous les nouveaux moyens de paiement (en termes de fiabilité, de transparence et de voies de recours, par exemple).

48. La compatibilité entre les différents systèmes de paiement électronique, qui est de l'intérêt des consommateurs comme des entreprises, reposera essentiellement sur les accords passés entre les opérateurs. Ces accords doivent être conformes aux règles de concurrence communautaires. A titre consultatif, la Commission publiera, au cours de l'année 1998, une communication pour clarifier les modalités d'application des règles de concurrence aux nouveaux moyens de paiement.

49. L'utilisation frauduleuse et la contrefaçon, qui suscitent de graves préoccupations lorsqu'elles touchent aux moyens de paiement électroniques, ne sont punissables que dans une minorité d'États membres. L'industrie de la finance et les utilisateurs de produits financiers ont demandé à la Commission de prendre des mesures applicables à l'ensemble des moyens de paiement autres que les liquidités, afin de renforcer la sécurité des nouveaux systèmes de paiement.

³⁸ Recommandation de la Commission du 17 novembre 1988 concernant les systèmes de paiement et en particulier les relations entre titulaires et émetteurs de cartes; JO n° L 317 du 24.11.1988, p. 55.

Garantir la sécurité des données et le respect de la confidentialité

50. Le recours à des procédés lourds de cryptage, qui garantissent la confidentialité des informations commerciales stratégiques comme des données à caractère personnel, est l'un des piliers du commerce électronique. Des législations nationales complètement distinctes, restreignant l'utilisation, l'exportation, l'importation et l'offre de technologies de cryptage et de produits dérivés, freinent considérablement le développement du commerce électronique en Europe. L'élimination de ces barrières nationales est essentielle à la réalisation du marché unique du commerce électronique. La Commission s'efforcera de mettre au point une politique visant à garantir la libre circulation des technologies de cryptage et des produits dérivés tout en prenant en compte les préoccupations relatives à l'ordre public. Dans les instances internationales, la Communauté se fera l'avocate de l'élimination des barrières commerciales qui affectent les produits cryptés. Les lignes directrices en matière de cryptographie récemment adoptées par l'OCDE constituent un premier pas sur la voie d'un consensus international dans ce domaine.

51. La Commission entend lancer une initiative dans le domaine spécifique des signatures numériques. Cette initiative visera à établir un cadre juridique commun garantissant la reconnaissance juridique des signatures numériques dans le marché unique et l'établissement de critères minimaux pour les autorités de certification. Il sera également nécessaire de conclure des accords internationaux en matière de signatures numériques.

52. Le fil conducteur de ces mesures de mise en confiance est la nécessité de protéger le droit des personnes physiques et morales à la confidentialité, sans pour autant créer d'obstacles à la fourniture par delà les frontières de services de commerce électronique. La directive-cadre communautaire sur la protection des données à caractère personnel répond à ces deux objectifs. Il reste à savoir si d'autres mesures réglementaires seront nécessaires pour traiter les questions spécifiques que soulèvera le développement du commerce électronique. Il convient de veiller, en particulier, au respect des principes qui fondent la confidentialité dans les domaines du paiement électronique, de la fiscalité et des systèmes de gestion du droit d'auteur. Sans perdre de vue le respect du droit à la confidentialité et la protection des données à caractère personnel, la Commission poursuivra sa participation à une initiative de l'OMC qui devrait aboutir à la conclusion d'un accord multilatéral sur les aspects du commerce liés aux flux d'information planétaires.

Assurer une protection appropriée des droits de propriété intellectuelle et des services à accès conditionnel

53. La protection du droit d'auteur et droits voisins est essentielle au développement des transactions électroniques. La Commission entend légiférer pour régler certaines questions liées au droit d'auteur et droits voisins³⁹. Elle se penchera, en particulier, sur les problèmes posés par la communication, la reproduction et la diffusion en ligne du matériel protégé. A cela s'ajouteront des mesures assurant une protection juridique adéquate en cas d'infraction aux dispositifs antipiratage et aux systèmes de gestion électronique. Les deux traités internationaux adoptés en décembre 1996⁴⁰ sous les auspices de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI) contribuent de façon essentielle à stimuler et à faciliter le commerce électronique au niveau international. La Communauté doit veiller à ce que ces instruments entrent rapidement en vigueur. En outre, le succès des négociations qui se déroulent actuellement au sein de l'OMPI sur la protection juridique des investissements considérables réalisés dans le domaine des bases de données marquera une nouvelle étape dans la diffusion du commerce électronique à travers le monde. Les travaux vont se poursuivre dans le cadre de l'OMPI au cours du second semestre de 1997, et la Commission juge important qu'une convention internationale sur ce thème soit adoptée dans un avenir proche.

54. Les marques sont des outils commerciaux fondamentaux qui joueront un rôle majeur dans le marché électronique. Toutefois, dans le contexte d'un réseau ouvert, les titulaires de marques rencontrent de sérieuses difficultés à contrôler que ces marques sont utilisées en toute légalité. La Commission est actuellement en consultation avec les milieux intéressés sur cette question et les aspects qui y sont liés, et prendra les mesures appropriées pour résoudre les conflits entre l'attribution de noms de domaine d'Internet et l'utilisation des marques. La Commission veillera à ce que les intérêts européens soient dûment pris en compte dans la réorganisation du système de noms de domaine (DNS). Dans le cadre du groupe consultatif de l'OMPI sur les marques et noms de domaine d'Internet, la Commission contribue activement à la recherche de solutions acceptables au niveau international telles que la création d'instances d'arbitrage, de médiation et de contestation en ligne.

55. Une distribution fiable des services nécessitera une protection juridique adéquate des services à accès conditionnel dans l'ensemble du marché unique. Bon nombre de services feront appel au cryptage ou à un autre système d'accès conditionnel qui en garantisse la correcte rétribution. Les prestataires vont devoir se protéger contre le piratage de leurs services réalisé par le truchement de décodeurs, de cartes à mémoire et d'autres dispositifs illicites. La Commission proposera une directive visant à établir un niveau de protection équivalent pour tous les prestataires de services en Europe.

³⁹ Pour plus de détails, voir la communication de la Commission: "Suivi du livre vert sur le droit d'auteur et les droits voisins dans la société de l'information"; COM(96)568 final, du 20.11.1996.

⁴⁰ Le "traité de l'OMPI sur le droit d'auteur" et le "traité de l'OMPI sur l'interprétation/exécution d'oeuvres et les phonogrammes".

Garantir la clarté et la neutralité de l'environnement fiscal

56. La certitude juridique (en vertu de laquelle les obligations fiscales sont claires, transparentes et prévisibles) et la neutralité des régimes fiscaux (en vertu de laquelle aucune charge supplémentaire ne pèse sur les nouvelles formes de commerce par rapport aux activités plus traditionnelles) sont indispensables au développement du commerce électronique. La vitesse, l'absence de traces et l'anonymat potentiels qui caractérisent les transactions électroniques offrent de nouvelles possibilités d'évasion et de fraude fiscales. Il convient de trouver des solutions à ces problèmes afin de protéger les intérêts de l'État en termes de recettes fiscales et de prévenir les distorsions du marché.

57. La fiscalité indirecte, la TVA en particulier, est le domaine dans lequel l'harmonisation des règles communautaires est le plus poussée. Les transactions électroniques de biens et de services tombent à l'évidence sous le coup de la TVA, à l'instar des formes de commerce plus traditionnelles. Toutefois, une analyse approfondie s'impose afin d'évaluer les conséquences possibles du commerce électronique sur la législation en vigueur en matière de TVA (notamment en ce qui concerne la définition, le contrôle et la force exécutoire de la taxe) et de déterminer si et dans quelle mesure la législation actuelle doit être adaptée, sans porter atteinte au principe de la neutralité fiscale. Cette adaptation ne devrait pas faire peser de contraintes excessives sur les petites sociétés. Alors que, de l'avis de certains commentateurs, il serait opportun d'envisager un nouveau type de prélèvement tel qu'une "taxe au bit"⁴¹, la Commission n'en voit pas la nécessité, puisque ces transactions sont déjà soumises à la TVA.

58. Les concepts territoriaux sur lesquels s'appuient les régimes de fiscalité directe (la "résidence" et la "source" de revenus) doivent également être examinés à la lumière de l'évolution commerciale et technologique. Comme en matière de fiscalité indirecte, l'objectif est triple : fournir une certitude juridique, éviter des pertes excessives dans les recettes fiscales et garantir la neutralité.

59. La Commission et les États membres ont récemment décidé d'entreprendre une analyse des conséquences du commerce électronique sur les douanes et la fiscalité indirecte. La Commission fera appel au groupe sur la politique fiscale pour explorer ces questions à l'échelle de l'UE avec les États membres. Les travaux se poursuivront au niveau international au sein du Comité des affaires fiscales de l'OCDE.

VERS UN CADRE RÉGLEMENTAIRE COHÉRENT À L'ÉCHELLE PLANÉTAIRE

60. A l'heure actuelle, les pionniers du commerce électronique opèrent dans un environnement réglementaire segmenté, même si un certain nombre d'aspects du commerce électronique sont déjà couverts par des accords internationaux conclus dans le cadre de l'OMC, tels que le GATS (accord général sur le commerce des services), et de l'OMPI. Comme c'est le cas pour le marché unique, les législations nationales existantes ou futures dans différents domaines (cryptage, signatures numériques, protection des données et respect de la confidentialité, droit des contrats, nouveaux moyens de paiement électroniques, par exemple) risquent dresser des barrières commerciales qui freineront le

⁴¹ Voir "Rapport intermédiaire du groupe d'experts de haut niveau sur les aspects sociaux et sociétaux de la société de l'information", <http://www.ispo.cec.be/hleg/hleg.html>.

développement du commerce électronique à l'échelle planétaire. Il convient donc de trouver des solutions pour fournir au commerce électronique un cadre réglementaire international cohérent.

Des étapes importantes ont déjà été franchies par diverses instances internationales telles que l'OMPI, l'OMC, l'OCDE (Organisation de coopération et de développement économiques), l'Organisation mondiale des douanes, la CNUCED (Conférence des Nations unies sur le commerce et le développement), la CNUDCI (Commission des Nations pour le droit commercial international), les arrangements relatifs à des lignes directrices pour les crédits à l'exportation bénéficiant d'un soutien public, et le Conseil de l'Europe.

En s'appuyant sur ces travaux, la Communauté devrait poursuivre ses efforts, au sein des instances internationales compétentes et dans le cadre des relations bilatérales avec ses principaux partenaires commerciaux, en vue d'établir un cadre réglementaire cohérent à l'échelle planétaire.

61. La Commission va organiser avec le gouvernement allemand une conférence internationale au niveau ministériel, qui aura lieu à Bonn du 6 au 8 juillet, sur le thème "Réseaux d'informations planétaires : concrétiser les potentiels". Les débats porteront notamment sur les mesures à prendre sur le plan international en matière de commerce électronique, et devraient déboucher sur l'adoption d'une déclaration ministérielle.

CHAPITRE 4: PROMOUVOIR UN ENVIRONNEMENT COMMERCIAL FAVORABLE

L'Union européenne doit également relever le défi qui consiste à généraliser le commerce électronique auprès des consommateurs, des entreprises et des administrations publiques. L'intérêt et la confiance des consommateurs et des milieux d'affaires doivent être stimulés; il convient de soutenir le développement des qualifications nécessaires et de faire connaître les réseaux à un large public. Il faut, en particulier, inciter les PME à adopter les nouvelles méthodes et les innovations commerciales. Les administrations publiques joueront un rôle important en prenant position en faveur du commerce électronique.

SUSCITER L'INTÉRÊT ET GAGNER LA CONFIANCE DES CONSOMMATEURS

62. Les consommateurs ont beaucoup à gagner du commerce électronique, qui leur permet d'acquérir des biens et des services sans sortir de chez eux : un plus grand choix, une information plus accessible et plus claire avant l'achat, et une baisse potentielle des prix. La Commission a déjà indiqué, dans son plan d'action triennal relatifs aux priorités pour la politique des consommateurs (1996-1998), les bénéfices potentiels que le développement de la société de l'information offre aux consommateurs.

La Commission va préparer une communication sur la société de l'information du point de vue du consommateur, dont le but sera de promouvoir l'accès des consommateurs à la société de l'information, notamment par l'acquisition de nouvelles qualifications nécessitant un enseignement et une formation spécifiques.

63. Il est indispensable que les consommateurs fassent confiance au processus de transaction électronique en lui-même. La confiance rationnelle dans le commerce électronique, inspirée par l'utilisation de technologies fiables, doit s'accompagner d'une confiance intuitive. Les industriels, les commerçants et les organisations de protection des consommateurs doivent travailler de concert pour renforcer ce sentiment, en utilisant, par exemple, les labels de qualité, en publiant des études comparatives⁴², ou en faisant garantir les nouveaux services par des marques de prestataires de confiance, telles que les banques, les sociétés émettrices de cartes de crédit ou les exploitants de réseau⁴³.

On peut également gagner la confiance des consommateurs en améliorant la transparence des transactions (en ce qui concerne, par exemple, l'identité, l'origine et la fiabilité des fournisseurs), en limitant au strict nécessaire les renseignements personnels qui leur sont demandés et en précisant la nature juridique des informations fournies. Les industriels pourraient également augmenter leur capital de confiance en adoptant des codes de conduite et en s'y soumettant. Pour faire accepter massivement le commerce électronique aux consommateurs et aux milieux d'affaires et éviter la création de nouvelles barrières aux échanges, il faudrait dans l'absolu généraliser l'attribution de labels et l'adoption de codes de conduite à l'Europe, voire au monde entier. La Commission encourage la définition de labels de qualité et de codes de conduite acceptés par le plus grand nombre afin d'accroître la confiance dans le commerce électronique.

64. Du point de vue des consommateurs, l'utilisation de l'euro et le commerce électronique devraient simplifier les transactions et en abaisser les coûts. C'est pourquoi la Commission va encourager le lancement d'une action pilote sur les labels de qualité pour les paiements électroniques futurs. Ce label pourrait offrir la garantie que le service de paiement électronique satisfait à un ensemble de critères minimaux de qualité (double affichage des prix assorti d'une conversion automatique entre l'euro et les monnaies nationales sans frais supplémentaires, par exemple). Ces critères seraient définis d'un commun accord par l'industrie de la finance, les représentants des consommateurs et les pouvoirs publics. Les labels de qualité pourraient également s'appliquer aux porte-monnaie électroniques et aux autres moyens de paiement existants, tels que les cartes de retrait et de crédit.

SENSIBILISER ET ENCOURAGER LES MEILLEURES PRATIQUES DANS LES ENTREPRISES

65. Les petites entreprises doivent prendre conscience des avantages potentiels que recèle le commerce électronique en termes de bénéfices, d'ouverture de nouveaux marchés et de débouchés pour de nouveaux produits et services. Les actions de sensibilisation s'appuieront sur les connaissances acquises dans le cadre du programme pilote de la Commission "Commerce 2000", à l'occasion de la consultation sur le livre vert sur le commerce et au sein du G7; elles devront tenir compte des ressources limitées que les PME peuvent consacrer à la formation de leur personnel. Ces actions viseront à encourager les organisations et associations professionnelles à rendre publiques des études de cas, à

⁴² Le récent projet européen ConsumerNet est un exemple de ce type de service. Voir <http://www.ispo.cec.be/ispo/call/quacii.htm> sur le World Wide Web.

⁴³ Des associations professionnelles et des bureaux d'éthique commerciale octroient déjà à de nouvelles "cyber-sociétés" des "labels" et des "agréments" qui peuvent être certifiés par voie électronique.

diffuser du matériel pédagogique et à faire elles-mêmes appel au commerce électronique. Seraient concernés les chambres de commerce, les groupements industriels aux niveaux local, national et européen, les associations de promotion technologique, les groupes de PME ainsi que les programmes de partenariat (tels qu'Europartenariat et Interprise).

Le réseau des Euro-Info Centres va lancer, dans le cadre du programme pluriannuel pour les PME⁴⁴, des initiatives spécifiques visant à familiariser les sociétés, et les PME en particulier, aux techniques du commerce électronique. Une fois close la consultation concernant le livre vert sur le commerce et la distribution⁴⁵, un programme de travail sera établi d'ici la fin de 1997; il comprendra des actions en faveur des secteurs du détail et de la distribution destinées à répondre aux besoins des utilisateurs du commerce électronique. La campagne de sensibilisation se poursuivra avec le projet du G7 "Marché planétaire pour les PME", en se fondant notamment sur les résultats de la première conférence annuelle de ce projet. Cette conférence, qui a eu lieu en avril 1997, a abordé plusieurs thèmes intéressant directement les PME et les décideurs dans la sphère du commerce électronique mondial. L'utilisation et l'établissement de normes facilitant le sourcing international des produits seront également encouragés.

66. Les projets pilotes relatifs aux meilleures pratiques jouent un rôle de sensibilisation important. Ces projets peuvent être conçus, par exemple, pour tester les innovations commerciales et étudier leur compatibilité avec les régimes juridiques et fiscaux en place. Ils peuvent également contribuer à l'analyse des mutations structurelles intra- et intersectorielles, et de leur impact sur l'emploi. Les PME n'ont bien souvent pas les ressources nécessaires pour mettre seules de nouvelles applications à l'essai. La particularité des projets pilotes est de réaliser des modèles qui prennent pleinement en compte le caractère multilingue et pluriculturel de l'Europe, ainsi que les préférences des consommateurs et des entrepreneurs européens.

La Commission intensifiera son appui aux projets pilotes relatifs aux meilleures pratiques et multipliera les campagnes de sensibilisation et les actions de familiarisation à grande échelle pour encourager l'innovation commerciale dans une variété de secteurs, tels que le commerce de détail, l'agro-alimentaire, la construction électromécanique, la chaussure, le textile, l'édition et le tourisme. Les possibilités offertes par les programmes pertinents, tels que les programmes de R&D en matière de technologies de l'information, et par les fonds structurels seront pleinement exploitées. S'il y a lieu, des structures européennes de coordination seront mises en place. La Commission encourage les initiatives prises par le secteur privé pour dynamiser les marchés en flux tendus d'entreprise à entreprise dans le domaine de la comptabilité, de la facturation et des règlements, pour faciliter l'adoption de logiciels de gestion financière intégrée et pour réduire les délais de paiements transfrontaliers dans les transactions commerciales⁴⁶.

⁴⁴ COM (96) 98 final

⁴⁵ COM(96) 5 final.

⁴⁶ On estime entre 2 et 3% du chiffre d'affaires d'une entreprise les économies qui peuvent être réalisées en adoptant un mode de gestion financière intégrée en flux tendu. Il devrait également être possible de

67. Le secteur public a un rôle important à jouer dans la promotion du commerce électronique. Les formalités et les contraintes administratives, de même que les services fournis par le secteur public, sont le quotidien des entreprises. L'industrie est à l'origine de 70% des informations traitées par les administrations. Le support électronique pourrait être utilisé dans des domaines tels que les douanes et la fiscalité, la sécurité sociale, les services pour l'emploi, les registres publics et les marchés publics. Des changements d'ordre structurel (et peut-être réglementaire) pourraient être nécessaires pour permettre l'introduction effective du commerce électronique dans les rapports entre les entreprises et les administrations publiques. La Commission lancera des initiatives d'étalonnage des performances (études, projets pilotes) afin de tirer parti de l'expérience pratique des administrations publiques et de cerner les besoins, notamment en matière d'interopérabilité à l'échelle européenne.

68. Dans le cadre de l'actuel programme IDA, des réseaux transeuropéens ont été mis en place en faveur des administrations. Ils feront appel aux solutions techniques disponibles sur le marché, mais les questions liées à l'interopérabilité devront être examinées par les administrations publiques et par le secteur privé. La Commission publiera des lignes directrices permettant d'identifier les projets d'intérêts commun et mettra en oeuvre des mesures garantissant l'interopérabilité des réseaux.

69. De leur côté, les États membres eux-mêmes devraient démontrer leur confiance dans le commerce électronique en y faisant appel aux différents niveaux de l'administration publique. Cette attitude aurait un effet catalytique sur l'ensemble du marché. Le meilleur exemple serait que les administrations publiques utilisent le commerce électronique pour leurs propres achats. Les marchés publics représentent une part importante de l'activité économique (environ 12% du PIB de l'UE). L'utilisation du commerce électronique donnerait non seulement aux administrations l'occasion de réaliser d'importantes économies potentielles au profit des contribuables, mais également de convaincre par leurs actes mieux qu'elles ne le font par leurs discours⁴⁷.

Après avoir fait la synthèse de l'expérience acquise dans le cadre du projet SIMAP sur les marchés publics, des résultats de projets connexes financés au titre des programmes de recherche et développement, et des réactions au livre vert sur les marchés publics, la Commission présentera, au cours de l'année, un document de stratégie, accompagné d'un plan d'action visant à stimuler le développement des marchés publics électroniques. Le document recensera toutes les mesures qui doivent être prises afin que le commerce électronique améliore la transparence, assure la non-discrimination et ne crée pas de nouvelles entraves à l'ouverture du secteur des marchés publics. La Commission étudiera dans quelle mesure les directives en vigueur dans ce domaine doivent être revues afin de faciliter l'usage du commerce électronique et de simplifier ou de limiter les formalités administratives qui s'avèreraient inutiles dans le nouvel environnement électronique.

réduire de façon appréciable les délais de paiement transfrontalier qui sont actuellement de deux semaines en moyenne.

⁴⁷ L'Association suédoise des autorités locales a estimé qu'il était possible de réduire de 3% le budget consacré aux marchés publics en ayant recours au commerce électronique.

70. La Commission elle-même redoublera d'efforts pour se placer parmi les grands utilisateurs du commerce électronique. Elle a déjà organisé la soumission de propositions par voie électronique dans le cadre des programmes de R&D ACTS et Esprit, et a eu recours à un forum Internet pour susciter des réactions et des commentaires interactifs à propos du livre vert sur les marchés publics. La Commission utilisera les débats "virtuels" de façon plus systématique pour inciter le public à réagir à la politique communautaire⁴⁸. Les liens avec les agences communautaires, les administrations des États membres et le grand public seront également renforcés. La Commission présentera un plan d'action relatif à son utilisation du commerce électronique d'ici la fin de 1997.

METTRE LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE AU SERVICE DES CITOYENS

71. Le commerce électronique, c'est la société de l'information mise en pratique. Pourtant, comme le Forum sur la société de l'information l'a fait remarquer dans son premier rapport annuel⁴⁹, "nos citoyens, pas plus que nos institutions ni la plupart de nos entreprises ne sont réellement prêts pour les nouvelles technologies". Le Forum insiste sur la nécessité d'améliorer l'apprentissage en vue de l'utilisation des nouvelles technologies, mais il aborde également d'autres questions importantes telles que la sensibilisation et la volonté des gouvernements et des pouvoirs publics d'assumer leurs responsabilités. Le commerce électronique nécessite de nouvelles qualifications permettant de connaître les réseaux. Les consommateurs devront se familiariser avec les technologies de l'information pour communiquer et passer commande de biens et de services par voie électronique. Les bases de cet apprentissage devraient déjà être acquises au stade de l'enseignement primaire et secondaire. Les employés et les cadres, dans les PME en particulier, peuvent être amenés à traiter de plus en plus souvent avec des partenaires internationaux plutôt que sur les marchés nationaux ou régionaux, et auront besoin pour cela de suivre des un recyclage. Comme l'a clairement indiqué le Forum, la société de l'information sera la société de l'apprentissage tout au long de la vie.

La Commission suppléera aux politiques adoptées aux niveaux régional et national en vue d'améliorer les qualifications. En ce qui concerne les consommateurs, cette question sera traitée dans la communication sur la société de l'information du point de vue des consommateurs mentionnée plus haut. Quant aux entreprises, des actions de formation ou de recyclage professionnel permettant aux travailleurs de s'adapter aux mutations industrielles sont prévues, entre autres, dans le cadre des programmes Socrates et Leonardo et dans le plan d'action "Apprendre dans la société de l'information" dans l'optique d'une formation pour la société des connaissances, elles font également l'objet du programme ADAPT-BIS et des activités du Fonds social européen au titre de l'"Objectif 4". En outre, un programme Euromanagement va être lancé pour promouvoir une meilleure compréhension du commerce électronique parmi le personnel de direction des PME.

72. Enfin, le Forum sur la société de l'information tout comme le groupe d'experts de haut niveau sur les aspects sociaux et sociétaux de la société de l'information ont insisté sur

⁴⁸ Récemment un débat public a eu lieu, avec succès, avec le Commissaire Monsieur Oreja via Internet sur la Conférence Intergouvernementale.

⁴⁹ Premier rapport annuel présenté à la Commission par le Forum sur la société de l'information : "Des réseaux pour les citoyens et leurs communautés", juin 1996.

la nécessité d'une participation publique et générale au progrès de la société de l'information afin d'éviter que ne se créent des classes de "démunis" et de "désintéressés" de l'information. La Commission s'attend à ce que le commerce électronique ait de profondes répercussions sur les entreprises, les institutions et la vie des consommateurs et des travailleurs de l'Union, mais on peut s'interroger sur la manière dont cette forme de commerce va ou devrait précisément se développer en Europe. Il est essentiel d'entretenir un vaste dialogue social sur ces thèmes afin de trouver des solutions aux problèmes qui se posent et de récolter les fruits de cette évolution. A cet égard, la Commission se réjouit particulièrement de la collaboration née au niveau européen entre l'industrie et les associations de consommateurs pour stimuler le nécessaire dialogue entre secteur privé et secteur public et pour soutenir la réalisation des activités prévues dans le cadre de cette Initiative. Dans ce cadre précisément, la Commission entend être l'animateur du débat public sur le commerce électronique en Europe.

CONCLUSIONS

I. Cette communication présente l'Initiative européenne pour le commerce électronique comme un ensemble de propositions concrètes visant à stimuler le commerce électronique en Europe. Ces propositions portent sur l'accès au marché mondial, des questions d'ordre juridique et réglementaire et la promotion d'un environnement favorable à l'activité économique. Certaines d'entre elles figurent déjà dans le plan d'action évolutif pour la société de l'information; d'autres sont nouvelles ou doivent être actualisées. Leur mise en pratique impliquera que tous les secteurs industriels concernés soient régulièrement consultés et que tous les domaines d'action touchés soient pris en compte. La cohérence des activités technologiques, réglementaires et de soutien est l'un des piliers de la démarche préconisée par cette Initiative. L'Initiative de la Commission est également une invitation à toutes les parties intéressées à entamer un dialogue public sur le développement et l'adoption du commerce électronique en Europe.

II. Pour mettre en pratique cette Initiative européenne pour le commerce électronique, la Commission prévoit d'entreprendre, et de réaliser d'ici l'an 2000, les principales actions énumérées ci-après (les nouvelles actions ne figurant pas dans la version actuelle du plan d'action évolutif pour la société de l'information sont signalées par un astérisque).

• Veiller à l'application intégrale par les États membres du train de mesures adopté en vue de la libéralisation du secteur des télécommunications	d'ici le 01.01.98
• Poursuivre l'application intégrale de l'accord de l'OMC sur les télécommunications de base	d'ici le 01.01.98
• Appliquer les accords ITA et MRA relatifs à la suppression des obstacles tarifaires et non tarifaires, respectivement, pour les produits de TI	en cours*
• Promouvoir la participation active de l'industrie et des organismes publics européens au progrès de l'Internet et à l'offre d'infrastructures à large bande passante par le biais des programmes R&D et RTE-Télécommunications	97*
• Lancer des appels de propositions thématiques sur le commerce électronique dans le cadre du programme de R&D Esprit; recentrer les programmes pertinents en matière de R&D	15 mars 97 - fin 98*
• Lancer le cinquième programme-cadre en faisant du commerce électronique une priorité du développement et de l'adoption de nouvelles technologies	en cours
• Adopter une communication sur une initiative de normalisation européenne pour le commerce électronique (accompagnée d'un plan d'action)	juillet 97
• Lancer une action spécifique concernant des projets de normalisation pour le commerce électronique	juin 97*
• Organiser une conférence mondiale sur la normalisation, à Bruxelles, du 1er au 3 octobre 97	octobre 97
• Lancer, au titre des programmes communautaires de R&D, des actions spécifiques de coopération internationale avec les PECO, les pays méditerranéens et le G7 dans le cadre du projet "Marché planétaire pour les PME"	97*

CRÉER UN CADRE RÉGLEMENTAIRE FAVORABLE

Recenser les obstacles au marché unique et les incertitudes juridiques qui affectent le commerce électronique	en cours
Lancer des initiatives d'ordre réglementaire dans le domaine des paiements électroniques*, des contrats négociés à distance pour les services financiers*, du droit d'auteur et droits voisins, de la protection juridique des services à accès conditionnel et des signatures numériques	fin 97*
Déterminer s'il est nécessaire de lancer d'autres initiatives couvrant des aspects horizontaux du marché unique, les professions réglementées, les communications commerciales, le droit des contrats, la comptabilité, l'utilisation frauduleuse des paiements électroniques, la sécurité et la protection des données, la propriété industrielle, la fiscalité directe et indirecte et les marchés publics	en cours*
Renforcer le dialogue international dans les instances multilatérales et bilatérales compétentes en vue d'établir un cadre réglementaire approprié au niveau mondial pour le commerce électronique, notamment en ce qui concerne la sécurité des données, la protection des données, les droits de propriété intellectuelle et la fiscalité.	en cours
Organiser avec le gouvernement allemand une conférence ministérielle sur les réseaux d'information planétaires, à Bonn du 6 au 8 juillet 97	juillet 97*

• Adopter une communication sur la société de l'information du point de vue du consommateur, préconisant notamment l'accès des consommateurs au commerce électronique	juin 97
• Favoriser les actions de sensibilisation et de promotion des meilleures pratiques en matière de commerce électronique, en lançant une initiative spécifique en faveur des Euro-info Centres, en créant un programme Euromanagement, en mettant en place d'une structure européenne de coordination pour l'utilisation du commerce électronique dans le secteur du tourisme, ainsi qu'en incitant les PME à utiliser l'euro.	fin 97*
• Accroître le soutien déjà fourni et lancer de nouvelles actions pilotes en faveur des meilleures pratiques, des activités de sensibilisation à grande échelle, des campagnes d'adoption en s'appuyant sur la R&D dans le domaine des TIC, sur les programmes d'innovation et de normalisation, et sur les fonds structurels	sept. 97*
• Présenter un plan d'action pour stimuler le développement des marchés publics	fin 97*
• Présenter des lignes directrices et des mesures pour régler les questions d'interopérabilité touchant les administrations publiques dans le cadre du programme IDA	sept. 97*
• Présenter un plan d'action qui fasse de la Commission l'un des grands utilisateurs du commerce électronique	fin 97*
• Mettre en place des initiatives d'enseignement et de formation en matière de commerce électronique dans le cadre de programmes tels que Leonardo et Socrates	1997
• Stimuler le débat public sur le thème du commerce électronique en Europe, notamment en créant sur le World Wide Web des forums de dialogue	avril 97*

III. La Commission invite le Parlement européen, le Conseil, le Comité économique et social et le Comité des régions à débattre des questions évoquées et à apporter leur soutien politique à la présente Initiative européenne pour le commerce électronique.

Ce document est accessible à l'adresse Internet suivante:

<http://www.ispo.cec.be/Ecommerce>

ISSN 0254-1491

COM(97) 157 final

DOCUMENTS

FR

10 15 16

N° de catalogue : CB-CO-97-155-FR-C

ISBN 92-78-18683-X

Office des publications officielles des Communautés européennes

L-2985 Luxembourg