



COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES

Bruxelles, le 14.7.2004
COM(2004) 479 final

**COMMUNICATION DE LA COMMISSION AU CONSEIL, AU PARLEMENT
EUROPÉEN ET AU COMITÉ ÉCONOMIQUE ET SOCIAL EUROPÉEN**

"Renforcer la confiance dans les marchés électroniques interentreprises"

{SEC(2004) 930}

COMMUNICATION DE LA COMMISSION AU CONSEIL, AU PARLEMENT EUROPÉEN ET AU COMITÉ ÉCONOMIQUE ET SOCIAL EUROPÉEN

"Renforcer la confiance dans les marchés électroniques interentreprises"

1. INTRODUCTION

Les marchés électroniques interentreprises sont des formes avancées de cybercommerce, qui rapprochent acheteurs et vendeurs afin de mener des opérations commerciales par des moyens électroniques. Leurs différentes formes varient du simple mode d'achat et de vente en ligne sur catalogue à des solutions intégrant des processus sophistiqués. De cette façon les cybermarchés contribuent à améliorer l'efficacité des entreprises européennes et à renforcer leur productivité et leur compétitivité. Toutefois, malgré les avantages potentiels, la participation des entreprises, notamment des petites et moyennes entreprises (PME) aux marchés électroniques interentreprises reste relativement faible.

En novembre 2002, la direction générale Entreprises a publié un document de travail des services de la Commission intitulé "*B2B Commerce électronique interentreprises: opportunités et obstacles pour les PME – première évaluation*"¹, qui a identifié un certain nombre d'obstacles potentiels entravant la participation des PME à des plates-formes de commerce électronique, comme un manque de sensibilisation, d'information et de confiance concernant les opérations électroniques. Par la suite, un groupe d'experts, composé d'experts de l'industrie et des opérateurs de cybermarchés, a été établi pour poursuivre la discussion de ces problèmes et présenter des recommandations à la Commission sur la façon de faciliter la participation des PME aux cybermarchés. La Commission se félicite du rapport du groupe d'experts² et appuie la principale recommandation en faveur d'un renforcement de l'autorégulation pour relever le niveau de confiance dans les cybermarchés.

Le recours relativement faible aux cybermarchés interentreprises, en particulier par les PME, peut s'expliquer par le fait que les acheteurs paraissent tirer plus d'avantages de ces cybermarchés que les vendeurs. En conséquence, les PME, souvent fournisseurs de grandes sociétés, sont plus réticentes à recourir aux cybermarchés interentreprises. En particulier, des PME ont exprimé leurs préoccupations concernant une forme spécifique d'applications du cybercommerce, à savoir les enchères inversées en ligne. Certaines de ces préoccupations tiennent au fait que les enchères inversées en ligne servent essentiellement d'instrument pour tirer les prix des fournisseurs à la baisse, ce qui favorise apparemment plus les acheteurs que les vendeurs. De telles préoccupations peuvent avoir un impact négatif sur le recours au cybercommerce en général et, en conséquence, sur la productivité et la compétitivité des entreprises européennes. Toutefois, l'objectif de la Commission n'est pas de promouvoir des formes de commerce spécifiques mais d'éliminer les obstacles existants ou potentiels susceptibles d'empêcher les entreprises de recourir aux cybermarchés d'une manière efficace et profitable pour toutes les parties.

¹ SEC (2002) 1217 du 11.11.2002.

² <http://europa.eu.int/comm/enterprise/ict/policy/b2b/wshop/fin-report.pdf>

L'objectif de la présente communication est de renforcer la confiance dans les marchés électroniques interentreprises en allant au-devant des préoccupations existantes et en facilitant la participation des entreprises à ces nouvelles formes de commerce. Par ailleurs, la communication vise à améliorer la compréhension du cadre juridique applicable et à traiter les obstacles potentiels au marché intérieur qui sont susceptibles de surgir des différentes réglementations nationales en matière de pratiques commerciales déloyales sur les marchés électroniques interentreprises.

Fait plus important, la communication vise à faciliter la mise en œuvre ultérieure des recommandations du groupe d'experts concernant la mise au point de codes de conduite, pour renforcer la confiance et l'équité et faciliter une plus large participation des entreprises aux marchés électroniques interentreprises. Bien que la responsabilité en incombe de façon prédominante au secteur privé, la Commission est disposée à soutenir la constitution d'un consensus dans ce domaine et à promouvoir davantage l'autorégulation par des moyens appropriés.

2. LES MARCHÉS ÉLECTRONIQUES INTERENTREPRISES

Le cybercommerce interentreprises, c'est-à-dire l'achat et la vente en ligne, est devenu un moyen de plus en plus populaire de mener des opérations entre sociétés. De nombreuses entreprises ont entre-temps adopté des stratégies ambitieuses pour renforcer l'efficacité des processus commerciaux internes tout en améliorant et en rationalisant les relations avec la clientèle. Les cybermarchés interentreprises sont une forme avancée de commerce électronique interentreprises quand on les compare, par exemple, à l'achat et à la vente par l'intermédiaire de sites sur le web. Ils peuvent être définis comme des plates-formes commerciales basées sur l'Internet où les entreprises échangent des biens et des services³.

Ces nouvelles formes de commerce n'entraînent pas nécessairement une répartition équilibrée des coûts et des avantages. Cette remarque vaut notamment pour les enchères inversées en ligne. Les enchères en ligne sont des procédures officielles d'établissement des prix sur une plate-forme commerciale de l'Internet lancées par un vendeur afin de vendre des produits ou des services au plus haut prix possible. Les enchères inversées sont lancées par l'acheteur afin d'acquérir des produits et des services au plus bas prix possible.

Certaines enchères inversées visent explicitement à obtenir des réductions de coûts à court terme au lieu d'établir des relations commerciales à long terme. Néanmoins, certains ont fait valoir que les économies potentielles réalisées grâce aux enchères inversées, obtenues sous l'effet d'une pression accrue de la concurrence, peuvent être plus que compensées par un enchérissement des coûts lié aux changements fréquents de fournisseur et en conséquence par des chaînes d'approvisionnement moins intégrées. À l'heure actuelle, les éléments empiriques et économiques disponibles sur les coûts et avantages directs et indirects des différentes formes de commerce électronique, y compris les enchères inversées, ne permettent pas de tirer des conclusions définitives concernant leurs effets sur les participants. En conséquence, la Commission lancera une étude économique afin d'analyser l'impact des marchés électroniques interentreprises sur la compétitivité et la productivité de l'industrie de l'Union.

³ Voir l'annexe 1 pour plus de détails.

3. LE CADRE JURIDIQUE DES MARCHÉS ÉLECTRONIQUES INTERENTREPRISES

Les marchés électroniques interentreprises sont soumis à un certain nombre de règles juridiques qui couvrent différents stades de leurs activités, depuis leur établissement jusqu'à leur fonctionnement et à la conclusion de contrats par des moyens électroniques. Ces règles visent, en particulier, à éliminer les obstacles à la fourniture de services de la société de l'information dans l'Union européenne et à garantir une concurrence loyale et sans distorsion. Une meilleure sensibilisation au droit applicable contribuera certainement à susciter la confiance dans les nouvelles formes du commerce électronique. La Commission cherchera donc encore à rallier des soutiens au portail juridique du e-commerce européen, un service d'information en ligne sur le cadre juridique du cybercommerce, notamment pour les PME, fourni par un réseau européen d'Euro Info Centres (réseau ELEAS).⁴

Une sensibilisation renforcera le commerce interentreprises

Instaurer la confiance est de plus en plus d'actualité pour les opérations électroniques entre entreprises. Ce point de vue est confirmé par les résultats d'une consultation élargie des entreprises sur les obstacles juridiques au commerce électronique⁵, qui a été réalisée par les services de la Commission au cours du dernier trimestre 2003. Une nouvelle préoccupation a trait à certaines formes d'enchères en ligne en raison de leur utilisation croissante sur les marchés électroniques interentreprises. De nombreuses entreprises ne connaissent apparemment pas les règles juridiques applicables à ces enchères. Elles peuvent ainsi estimer difficile de faire une distinction entre une mutation du pouvoir de marché qui doit être acceptée pour des raisons économiques et des pratiques déloyales qui ne respectent pas les dispositions légales ou les codes de conduite. L'une des raisons de cette attitude est que, contrairement aux enchères traditionnelles, les enchères électroniques sont un phénomène relativement nouveau qui n'a pas encore eu le temps d'évoluer et de mettre au point des pratiques commerciales qui régleraient les conflits potentiels inhérents aux techniques d'enchères en général.

Les règles du marché intérieur s'appliquent aux marchés électroniques interentreprises...

L'établissement d'un marché électronique interentreprises est soumis à la directive sur le commerce électronique.⁶ Les cybermarchés interentreprises sont considérés comme des services de la société de l'information qui peuvent être librement établis sans autorisation préalable. En outre, la clause du marché intérieur dispose que chaque État membre s'assure que les services de la société de l'information fournis par un prestataire de services établi sur son territoire respectent les dispositions nationales applicables dans l'État membre en question qui entrent dans le champ d'application coordonné. En règle générale, les États membres ne peuvent pas, pour des raisons tenant au champ d'application coordonné, restreindre la liberté de prestation de services de la société de l'information à partir d'un autre État membre.

⁴ <http://www.ebusinesslex.net>.

⁵ Document de travail des services de la Commission: "The results of an open consultation of enterprises", http://europa.eu.int/comm/enterprise/ict/policy/doc/legal_barriers_sec_2004_498.pdf. Ce document existe uniquement en anglais.

⁶ Directive 2000/31/CE du Parlement européen et du Conseil du 8 juin 2000 relative à certains aspects juridiques des services de la société de l'information, et notamment du commerce électronique, dans le marché intérieur ("directive sur le commerce électronique"), JO L 178 du 17.7.2000, p.1 à 16.

Néanmoins, la directive n'établit pas de règles supplémentaires concernant le droit international privé et ne traite pas non plus de la compétence des tribunaux.

Concernant le fonctionnement d'un cybermarché interservices, les règles de transparence de la directive exigent que l'information concernant l'identité et le lieu d'établissement du prestataire de services soit fournie et que les obligations de transparence pour la conclusion électronique de contrats soient respectées. La Commission considère que ces dispositions juridiques constituent des pas importants dans la poursuite de la création d'un marché intérieur des cybermarchés interservices.

...mais des différences juridiques nationales continuent d'exister

De nombreuses préoccupations relatives aux cybermarchés interentreprises, en particulier aux enchères électroniques interentreprises, sont attribuées à un manque de transparence concernant la façon dont les opérations électroniques sont menées et à des pratiques commerciales spécifiques qui sont perçues comme déloyales par les entreprises. Les exemples de telles pratiques dont le caractère déloyal est posé en postulat renvoient à l'absence d'une référence claire aux conditions de participation, aux incertitudes concernant le moment exact de la conclusion d'un contrat, à la possibilité de retirer des offres, aux incertitudes concernant l'acceptation de la meilleure offre dans les enchères en ligne, et à des pratiques qui sont considérées comme une distorsion du mécanisme de fixation des prix dans les enchères en ligne (par exemple la soumission d'offres par l'organisateur d'une enchère). De telles pratiques sont généralement couvertes par le droit national des contrats et la législation contre la concurrence déloyale, qui s'appliquent aux enchères hors connexion et en ligne. Néanmoins, ces règles peuvent varier d'un pays à l'autre, ce qui crée des sentiments d'incertitude quant aux règles applicables aux opérations électroniques transfrontalières.

Dans certains cas, la réglementation nationale existante indique clairement que des pratiques spécifiques constituent une violation de contrat, par exemple la vente de biens défectueux, la livraison tardive ou la non-livraison de produits commandés, le retard de paiement ou le non-paiement de marchandises, une quantité incorrecte ou une mauvaise qualité des biens livrés. Dans d'autres cas, la situation juridique est moins claire, par exemple pour ce qui concerne la fixation occulte de prix limites dans des enchères, le droit de l'organisateur des enchères de soumettre des offres ou l'obligation pour l'organisateur d'accepter la meilleure offre. En particulier, certaines dispositions juridiques nationales peuvent laisser différentes options aux parties concernant l'accord sur la mesure dans laquelle de telles pratiques sont autorisées ou non. Il peut aussi subsister des doutes sur la façon dont les règles nationales existantes en matière d'enchères s'appliquent à l'environnement en ligne (par exemple la définition du moment exact où un contrat est conclu dans une enchère en ligne).

Sans poursuivre l'analyse, il est difficile d'évaluer dans quelle mesure les cas rapportés de pratiques commerciales déloyales sur les cybermarchés interentreprises sont effectivement couverts par la législation nationale existante. En tout cas, il existe des différences entre États membres sur la façon dont de telles pratiques sont régulées, ce qui peut se traduire par des obstacles lors d'un recours à des cybermarchés pour des opérations électroniques transfrontalières. Par conséquent, la Commission entend évaluer encore dans quelle mesure les différences nationales existantes peuvent constituer un obstacle au marché international pour les opérations électroniques interentreprises.

Une meilleure transparence concernant les garanties juridiques contre les pratiques commerciales déloyales est nécessaire

Pour augmenter la transparence de la réglementation nationale applicable aux pratiques commerciales déloyales, la Commission lancera une étude qui peut contribuer à un débat de politique sur la nécessité d'une harmonisation européenne des dispositions juridiques pertinentes et prendre aussi en compte l'état de la situation en matière de législation communautaire existante⁷. Parallèlement, la Commission incitera les entreprises à fournir un retour d'information sur des exemples concrets de pratiques déloyales sur les cybermarchés interentreprises. Ce retour d'information se fera par l'intermédiaire de réseaux d'entreprises existants, comme le portail juridique sur l'e-commerce européen, le portail européen des cybermarchés interentreprises⁸ et les points de contacts nationaux pour le commerce électronique⁹. Les résultats seront ultérieurement analysés et publiés par les services de la Commission.

En outre, il sera établi un groupe d'experts juridiques sur les marchés électroniques interentreprises avec des représentants des États membres et des parties prenantes, pour évaluer de façon plus poussée la situation juridique et analyser les réclamations spécifiques rapportées par les entreprises. Ce groupe sera invité à établir un rapport sur la nécessité d'une harmonisation européenne ultérieure dans le domaine du droit des contrats et la nécessité d'évaluer les garanties existantes contre les pratiques commerciales déloyales sur les cybermarchés interentreprises, afin de faciliter les opérations électroniques transfrontalières entre entreprises. Les suites de ce rapport seront réalisées en cohérence avec les développements en cours en Droit Européen des Contrats¹⁰.

Les règles de concurrence pour les marchés électroniques interentreprises sont suffisantes

Autre préoccupation majeure, le risque que les participants ou les propriétaires de cybermarchés interentreprises provoquent des distorsions de concurrence, par exemple en groupant un pouvoir d'achat ou de vente ou en partageant des informations commerciales sensibles. La Commission est consciente de tels risques de comportement anti-concurrentiel et applique donc strictement le droit communautaire de la concurrence¹¹ afin de prévenir des effets de concentration et garantir que des accords anti-concurrentiels ou un abus de position dominante soient évités¹².

⁷ Par exemple la directive relative à la publicité trompeuse et à la publicité comparative, directive 84/450/CEE du Conseil du 10 septembre 1984 relative au rapprochement des dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres en matière de publicité trompeuse (JO L 250 du 19.9.1984, p. 17) et directive 97/55/CEE du Parlement européen et du Conseil du 6 octobre 1997 modifiant la directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse afin d'y inclure la publicité comparative (JO L 290 du 23.10.1997, p. 18).

⁸ <http://www.emarketservices.com>

⁹ http://europa.eu.int/comm/internal_market/en/ecommerce/contactpoints_en.htm.

¹⁰ Communication de la Commission au Conseil et au Parlement européen concernant le droit européen des contrats (JO C 255, 13.09.2001, p.1); Communication de la Commission au Parlement européen et au Conseil: Un droit européen des contrats plus cohérent - Un plan d'action (JO C 63, 15.03.2003, p.1).

¹¹ Notamment les articles 81 et 82 du traité CE, le règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil du 20 janvier 2004 relatif au contrôle des concentrations entre entreprises ("règlement CE sur les concentrations"), JO L 24 du 29.1.2004, p. 1 à 22.

¹² Cette évaluation devra cependant être réalisée au cas par cas de telle sorte que les passages suivants ne sauraient préjuger de l'application des règles de concurrence communautaire à des affaires spécifiques.

À cet égard, la prévention des abus de position dominante sur le marché est particulièrement importante, compte tenu des profils des usagers des cybermarchés. Une préoccupation souvent exprimée a trait à l'éventualité que les marchés électroniques créent des effets dits de réseau, leur valeur pour chaque usager augmentant avec le nombre des usagers, ce qui peut se traduire par la position dominante d'un opérateur de réseau si les effets de réseau sont assez puissants pour inciter tous les acteurs du marché à utiliser le même réseau. En outre, des efforts déployés pour imposer l'utilisation exclusive d'un marché électronique donné ou empêcher l'accès de tous les acheteurs et vendeurs intéressés à ce marché risquent de créer une position dominante. Autre aspect pertinent, le risque que les acteurs du cybermarché aient la faculté de grouper efficacement des volumes d'achat ou de vente, ce qui peut constituer un problème de concurrence si cela affecte leur comportement en tant qu'acheteurs ou utilisateurs et que leurs parts de marché ne sont pas négligeables. Il y a aussi la crainte que les plateformes commerciales électroniques ne facilitent l'échange d'informations commerciales sensibles sur le marché concernant les prix, les quantités ou d'autres conditions du contrat, entraînant ainsi des pratiques concertées ou des accords anti-concurrentiels entre concurrents. Que l'échange d'informations constitue ou non un problème de concurrence dépend dans une très large mesure du type d'information et de l'intensité de la concurrence sur le marché spécifique. Par exemple, l'échange d'informations sensibles sur les prix, les intervenants, etc. sur un marché oligopole avec un très petit nombre d'acteurs a plus de chances de soulever des craintes en matière de concurrence que sur un marché électronique avec de nombreux acheteurs ou vendeurs.

La Commission a acquis une expérience pratique dans l'évaluation des marchés électroniques interentreprises grâce à un certain nombre d'affaires relevant des articles 81 et 82 du traité CE et du règlement CE sur les concentrations. Cette expérience a démontré que les règles de concurrence existantes répondent suffisamment aux préoccupations potentielles en matière de concurrence que soulèvent ces nouvelles formes de commerce électronique et garantissent qu'il n'y aura pas de distorsion de la concurrence. Dans les affaires traitées jusqu'à présent, les craintes en matière de concurrence ont été dissipées parce que les marchés électroniques concernés assuraient une protection efficace des informations commerciales sensibles ou la limitation des achats communs. Conformément au nouveau règlement 1/2003¹³, qui remplace le règlement 17/1962, il n'est plus prévu de système de notification des accords et de feu vert par la Commission. En conséquence, les opérateurs de cybermarchés devront s'évaluer eux-mêmes en se référant aux décisions et orientations de la Commission, comme les lignes directrices sur les accords de coopération horizontale¹⁴, que les accords en question soient compatibles ou non avec l'article 81 du traité CE. La Commission, les autorités nationales de concurrence et les tribunaux peuvent, néanmoins, de leur propre initiative ou en agissant sur une réclamation, examiner les marchés électroniques dans l'hypothèse de violations des règles de concurrence communautaires.

...mais la transparence concernant les règles de concurrence applicables peut être encore améliorée

Une connaissance plus approfondie des règles de concurrence applicables contribuerait certainement à la confiance dans les marchés électroniques interentreprises. Cela faciliterait le respect de ces règles par les opérateurs des cybermarchés et par les partenaires commerciaux

¹³ Règlement (CE) n° 1/2003 du Conseil du 16 décembre 2002 relatif à la mise en œuvre des règles de concurrence prévues aux articles 81 et 82 du traité, JO L 1 du 4.1.2003, p 1-25.

¹⁴ Lignes directrices sur l'applicabilité de l'article 81 du traité CE aux accords de coopération horizontale, JO C 3 du 6.1.2001, p. 2 à 30.

et aurait un effet disciplinaire. La Commission entend donc faciliter l'accès des parties prenantes sur les cybermarchés interentreprises à cette information cohérente. À cette fin, le portail "e-marketservices" pourrait présenter une information sur la pratique du droit de la concurrence par la Commission concernant l'établissement et le fonctionnement de cybermarchés interentreprises, principalement sous la forme de liens avec les décisions et documents pertinents sur le site web de la Commission. Il conviendrait aussi de fournir une information sur les modalités des réclamations visant à dénoncer un comportement anti-concurrentiel sur les marchés électroniques interentreprises.

4. LE RÔLE DE L'AUTORÉGULATION DANS L'INSTAURATION D'UN CLIMAT DE CONFIANCE DANS LES MARCHÉS ÉLECTRONIQUES INTERENTREPRISES

Les dispositions juridiques applicables à l'établissement et au fonctionnement des cybermarchés interentreprises laissent, dans certains cas, une marge pour des accords entre entreprises concernant les conditions de fonctionnement et les termes des contrats. Dans ce contexte, l'autorégulation peut jouer un rôle important dans la conception de pratiques commerciales fondées sur des principes d'équité des transactions et les avantages mutuels du commerce en ligne.

Les marchés électroniques interentreprises doivent reposer sur la confiance

Il serait certainement bon pour la poursuite du développement des cybermarchés interentreprises que tous les participants soient rassurés sur le fait que les processus des opérations peuvent être menés à bien dans la transparence, la sécurité et l'équité. Pour être plus largement acceptés, les cybermarchés interentreprises devraient être fondés sur la confiance. À cet égard, les attentes des entreprises en matière de commerce en ligne ne sont pas fondamentalement différentes des attentes des consommateurs, même si les entreprises ne font pas l'objet du même niveau de protection juridique.

L'autorégulation peut jouer un rôle important dans des domaines qui ne sont pas couverts par le droit (impératif). Ceci la rend plus particulièrement applicable aux enchères en ligne, la plupart des droits nationaux des contrats offrant aux parties la possibilité de s'entendre sur les pratiques spécifiques à respecter. Dans le domaine relativement neuf des enchères en ligne, l'autorégulation peut contribuer à la conception de pratiques commerciales équitables. De nombreux conflits potentiels résultant d'un sentiment de pratiques déloyales pourraient être évités en assurant une meilleure transparence des règles appliquées, en particulier si elles sont fondées sur un large consensus entre les différents partenaires.

La Commission est favorable à l'idée de l'autorégulation des marchés électroniques interentreprises

La Commission estime que les marchés électroniques, pour être durables et efficaces, devraient reposer sur des principes du commerce équitable qui permettent aux entreprises d'intervenir sur ces marchés sans prendre de risques inutiles. Pour être efficace, l'autorégulation doit refléter un consensus entre toutes les parties prenantes. La Commission encourage la mise au point de codes de conduite avec la participation de toutes les parties prenantes, c'est-à-dire les opérateurs de cybermarchés, les acheteurs et les vendeurs, afin d'assurer que le code de conduite reflète un équilibre des intérêts et se traduise par un attachement accru de toutes les parties prenantes à l'équité des pratiques. Pour faciliter cette initiative d'instauration d'un consensus et évaluer ses besoins et ses possibilités, un atelier sera

organisé sur la confiance dans les marchés électroniques interentreprises au deuxième semestre de 2004. À noter que la Commission est disposée à faciliter ce processus en rapprochant les parties prenantes, sans toutefois être directement associée aux négociations concernant les termes concrets des éventuels codes de conduite.

Un modèle de référence pour les codes de conduite sur les marchés électroniques interentreprises

Les besoins et perspectives des efforts d'autorégulation peuvent varier entre les secteurs et les formes de commerce. Il semble exister un besoin particulier de codes de conduite, qui spécifient davantage les règles de transparence concernant le fonctionnement des enchères électroniques inversées interentreprises. Suivant les recommandations du groupe d'experts concernant les plates-formes commerciales interentreprises sur l'Internet, de tels codes de conduite devraient, en particulier, traiter les besoins des usagers en matière d'information sur le cybermarché en question (par exemple les participants, les modèles de processus des opérations, les mécanismes de fixation des prix, la sécurité technique, les données personnelles et la confidentialité, le droit applicable et les systèmes de résolution des litiges)¹⁵.

De premiers efforts de mise au point de codes de conduite ont été entrepris par des associations européennes dans divers secteurs de l'industrie. Néanmoins, une évaluation préliminaire démontre qu'ils sont souvent incomplets et ne traitent pas de façon suffisante toutes les questions pertinentes¹⁶. La Commission invite donc le secteur privé à passer en revue les codes de conduite existants, en vue de les rendre plus exhaustifs et complets.

Les codes de conduite des marchés électroniques interentreprises sont volontaires

Par définition, les codes de conduite reposent sur des accords volontaires et ne sont pas juridiquement contraignants. La Commission estime que de tels engagements volontaires conviennent mieux pour créer un climat de confiance mutuelle et renforcer ainsi le cybercommerce. Elle considère donc que les entreprises qui souscrivent à des codes de conduite devraient effectivement les respecter.

Il faut une plus grande transparence concernant les codes de conduite adoptés pour stimuler le développement ultérieur de pratiques commerciales. En adhérant à un code de conduite, les opérateurs de marchés électroniques interentreprises et les entreprises peuvent tabler sur un gain de confiance dans leurs services, en particulier si le code de conduite est soutenu par un système de certification par un tiers qui vérifie le respect des principes adoptés.

...mais plus de transparence contribuera à promouvoir les principes du commerce équitable

La Commission encourage les opérateurs de marchés électroniques interservices à renforcer activement la transparence des conditions de participation et à fournir aux acheteurs et vendeurs potentiels toute l'information pertinente pour mieux évaluer la fiabilité et la sécurité du marché électronique. Sur la base de ces informations, des systèmes de notation indépendants peuvent encore être mis au point et permettront aux entreprises de prendre des décisions avisées concernant le choix des marchés électroniques interentreprises à utiliser. À cet égard, le portail des cybermarchés européens jouera un rôle important en améliorant

¹⁵ Voir les annexes 2 et 3.

¹⁶ Voir l'annexe 2.

l'information des entreprises concernant les cybermarchés interentreprises qui respectent les principes essentiels du commerce équitable.

Pour renforcer encore l'efficacité de l'autorégulation dans ce domaine, la Commission encourage les organisations professionnelles et les Chambres de commerce à informer leurs membres concernant les termes des codes de conduite existants et à fournir des conseils pour une participation effective aux cybermarchés interservices. Tous les efforts en matière d'information et de formation devraient rester strictement neutres et ne devraient pas aboutir à des recommandations contraignantes concernant l'utilisation de cybermarchés interentreprises spécifiques.

5. CONCLUSIONS

La présente communication porte sur la nécessité de renforcer la confiance dans les marchés électroniques interentreprises pour réduire les risques économiques que présentent des pratiques commerciales déloyales ou illégales sur ces marchés. Les cybermarchés interservices possèdent le potentiel de renforcer l'efficacité en réduisant les coûts des opérations et en renforçant la concurrence, mais de tels gains d'efficacité dépendent amplement de la bonne volonté des entreprises à intervenir sur ces marchés. Pour éliminer les obstacles potentiels au recours aux cybermarchés interentreprises résultant d'un manque de confiance, la Commission prévoit de prendre les mesures suivantes:

- analyse, en étroite coopération avec les États membres, de la législation nationale existante qui s'applique aux pratiques commerciales déloyales sur les cybermarchés interentreprises, en vue d'identifier d'éventuelles lacunes et/ou d'éventuels besoins en matière d'harmonisation en Europe.
- incitation des parties prenantes à adopter ou revoir des codes de conduite, en vue de promouvoir davantage les principes du commerce équitable sur les marchés électroniques interentreprises, conformément à ce qui est décrit dans la présente communication; la Commission est disposée à faciliter le processus de constitution d'un consensus entre les partenaires commerciaux en rapprochant toutes les parties prenantes au niveau sectoriel et en expliquant plus avant les exigences juridiques à respecter.
- lancement d'une étude concernant les impacts économiques des marchés électroniques interentreprises sur la compétitivité et la productivité des entreprises de l'Union, analysant en particulier les coûts et avantages directs et indirects pour les acteurs des cybermarchés. Les résultats de cette étude feront l'objet d'une discussion ultérieure avec les parties prenantes pour optimiser leurs stratégies commerciales sur les cybermarchés interentreprises.
- fourniture d'une information cohérente concernant l'application des règles de concurrence existantes sur les marchés électroniques interentreprises pour fournir des conseils en matière de comportement favorisant la concurrence.

La présente communication encouragera selon toute attente un dialogue plus intense entre les parties intéressées intervenant sur les cybermarchés interentreprises concernant le respect des principes du commerce équitable et des exigences de sécurité. En conséquence, les obstacles potentiels à la participation à de telles formes de commerce électronique devraient être éliminés, donnant un impact positif à l'efficacité des processus commerciaux et à la compétitivité des entreprises européennes. Les services de la Commission rendront régulièrement compte des progrès réalisés par le canal du portail des marchés électroniques en Europe.