



Bruxelles, le 9.12.2015
COM(2015) 633 final

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

Contrats numériques pour l'Europe - Libérer le potentiel du commerce électronique

1. CONTEXTE

Le marché européen du commerce électronique a connu une croissance rapide ces dernières années dans l'ensemble du secteur du commerce de détail. Il est l'un des principaux moteurs de la croissance globale de l'UE, mais recèle un fort potentiel encore inexploité. Au lieu de tirer pleinement parti des possibilités qu'offre le commerce électronique, les entreprises et les consommateurs se cantonnent trop souvent à leur propre marché national.

Chiffres clés

Le commerce électronique en tant que l'un des principaux moteurs de la croissance: la valeur du commerce électronique de détail dans l'UE a augmenté de 13,4 % entre 2013 et 2014, pour atteindre un total de 370 milliards d'EUR¹. Le chiffre d'affaires que les entreprises tirent du commerce électronique de détail, exprimé en pourcentage du chiffre d'affaires total du commerce de détail, a progressé de 85 % entre 2009 et 2014², ce qui montre que le commerce de détail croît beaucoup plus vite en ligne qu'hors ligne.

Le potentiel de croissance encore inexploité du commerce électronique: la part du commerce électronique dans l'ensemble du secteur du commerce de détail reste nettement plus faible en Europe qu'aux États-Unis: en 2014, elle était de 7,2 % dans l'UE contre 11,6 % aux États-Unis³. La même année, 12 % seulement des détaillants de l'UE vendaient en ligne à des consommateurs d'autres pays de l'UE, alors qu'ils étaient trois fois plus nombreux (37 %)⁴ à réaliser des ventes en ligne dans leur propre pays. Seuls 15 % des consommateurs achetaient en ligne dans un autre pays de l'UE, alors qu'ils étaient environ trois fois plus (44 %) à effectuer des achats en ligne dans leur propre pays⁵.

Dans ce contexte, la Commission européenne a adopté la stratégie pour un marché unique numérique⁶, qui fait de la création d'un marché unique numérique l'une de ses priorités essentielles en vue de générer de la croissance supplémentaire en Europe. Cette stratégie vise à remédier à tous les obstacles majeurs qui entravent le développement du commerce électronique transfrontière dans l'UE. Lever ces obstacles et améliorer la situation pour les entreprises et les consommateurs donnera le coup de fouet attendu au marché unique numérique et à l'ensemble de l'économie de l'UE.

1 Rapport européen e-commerce B2C 2015. Ecommerce Europe. À l'exclusion de la Bulgarie, de Chypre, de la Croatie, de la Lituanie, du Luxembourg, de Malte, de la Slovaquie et de la Slovaquie pour lesquels les données ne sont pas disponibles. <http://www.ecommerce-europe.eu/> p.29 - Tous les chiffres qui figurent dans la présente communication sont également disponibles dans le document de travail des services de la Commission contenant l'analyse d'impact qui accompagne la proposition de directive du Parlement européen et du Conseil concernant certains aspects des contrats de fourniture de contenu numérique et la proposition de directive du Parlement européen et du Conseil concernant certains aspects des contrats de vente en ligne et de toute autre vente à distance de biens, SWD(2015) 275.

2 Eurostat, commerce électronique des entreprises: résumé des agrégats UE (activité de la NACE Rév. 2).

3 <http://www.retailresearch.org/onlinereetailing.php>

4 Eurobaromètre Flash n° 396 (2014) «Retailers' attitudes towards cross-border trade and consumer protection» (Attitudes des détaillants envers les transactions commerciales transfrontières et la protection des consommateurs) (2015), p. 27.

5 Enquête Eurostat sur l'utilisation des TIC par les ménages et les particuliers (2014), isoc_ec_ibuy

6 Communication de la Commission intitulée «Stratégie pour un marché unique numérique en Europe», COM(2015) 192, dont le texte est disponible à l'adresse suivante: http://ec.europa.eu/priorities/digital-single-market/index_fr.htm.

L'écart entre la demande et l'offre peut être réduit. Les entreprises de l'UE seront en mesure d'accroître leur compétitivité, car elles pourront vendre plus facilement sur des marchés autres que leur seul marché national ou l'un ou l'autre marché national voisin. L'augmentation de l'offre aura également pour effet de renforcer la concurrence, ce qui permettra de proposer aux consommateurs un choix plus vaste de produits à des prix plus compétitifs. Reconnaître aux consommateurs des droits uniformes assortis d'un degré de protection élevé améliorera leur confiance dans les achats à l'étranger.

2. UNE PREMIERE ETAPE IMPORTANTE VERS LA LIBERATION DU POTENTIEL DU COMMERCE ELECTRONIQUE

L'un des trois objectifs principaux de la stratégie pour un marché unique numérique est d'*«améliorer l'accès aux biens et services numériques dans toute l'Europe pour les consommateurs et les entreprises»*. Dans cette stratégie, les différences entre les droits des contrats des États membres sont recensées parmi les obstacles au commerce électronique transfrontière.

En conséquence, pour créer des conditions propices au développement du commerce électronique transfrontière, la Commission a annoncé, dans cette stratégie, des propositions législatives concernant des règles simples et efficaces en matière de marchés transfrontières pour les consommateurs et les entreprises, l'idée étant d'harmoniser les règles contractuelles applicables à la fourniture de contenus numériques et à la vente en ligne de biens.

Comme annoncé dans son programme de travail pour 2015, la Commission adopte aujourd'hui i) une proposition de directive concernant certains aspects des contrats de fourniture de contenu numérique et ii) une proposition de directive concernant certains aspects des contrats de vente en ligne⁷ et de toute autre vente à distance de biens⁸. Ces propositions sont, avec la proposition de règlement relatif à la portabilité transfrontière des services de contenu en ligne, les premières initiatives législatives nouvelles adoptées au titre de la stratégie pour un marché unique numérique.

Concrètement, les deux directives harmoniseront pleinement et de manière ciblée les droits et obligations impératifs des parties à un contrat de fourniture de contenus numériques ou de

7 Aux fins de la présente communication, on entend par «ventes en ligne» les «ventes en ligne et toutes autres ventes à distance» et, à l'inverse, par «ventes hors ligne» les «ventes face à face».

8 Les principaux aspects tant de la fourniture de contenu numérique que de la vente en ligne de biens reposent sur la directive sur certains aspects de la vente et des garanties des biens de consommation et sont donc aussi cohérents qu'ils peuvent l'être. La Commission a néanmoins décidé d'adopter deux instruments législatifs car, vu leur spécificité, certains aspects des contenus numériques doivent être régis par des règles différentes de celles applicables aux biens. Qui plus est, vu la rapidité de l'évolution technologique et commerciale des contenus numériques, il sera nécessaire d'examiner comment cette directive s'appliquera dans la pratique. En conséquence, la mise en œuvre et l'application des dispositions relatives au contenu numérique, de même que leur révision, seront facilitées par leur intégration dans un instrument juridique distinct, à savoir la directive concernant la fourniture de contenu numérique.

vente en ligne de biens⁹. Elles contribueront à accélérer la croissance du marché unique numérique:

- **en réduisant les coûts résultant des différences entre les droits nationaux des contrats:** les principales règles du droit des contrats de consommation, qui diffèrent actuellement d'un États membre à l'autre, entravent les échanges transfrontières de contenus numériques et de biens. Les propositions actuelles garantiront l'uniformité de ces règles dans tous les États membres. L'adoption de règles à l'échelle de l'UE permettra d'éviter la fragmentation juridique qui s'amorce dans le domaine des contenus numériques¹⁰ et d'y remédier en ce qui concerne les biens¹¹. En outre, les entreprises n'auront plus à adapter leurs contrats à des règles différentes en cas de transactions commerciales transfrontières et éviteront ainsi des coûts supplémentaires;
- **en apportant une sécurité juridique aux entreprises:** alors qu'aujourd'hui, elles doivent composer avec un cadre juridique complexe, les entreprises seront en mesure de fournir des contenus numériques ou de vendre des biens en ligne aux consommateurs de toute l'UE, sur la base du même ensemble de règles du droit des contrats de consommation prévu dans les directives proposées. Il en résultera une plus grande sécurité juridique et un environnement juridique favorable aux entreprises, ce qui sera particulièrement bénéfique aux PME;
- **en aidant les consommateurs à tirer parti des avantages qu'offrent les achats en ligne transfrontières dans l'UE:** l'incertitude qui entoure leurs principaux droits contractuels constitue l'une des raisons majeures de la méfiance des consommateurs à l'égard des achats en ligne transfrontières. Les consommateurs disposeront d'un socle de droits précis et pleinement harmonisés dans l'ensemble de l'UE et seront donc plus confiants à l'heure d'acheter des biens ou d'accéder à des contenus numériques par-delà leurs frontières nationales. Le niveau général de protection des consommateurs dans l'UE va également s'accroître de manière significative. L'une des principales avancées concernant les ventes en ligne de biens résidera dans la prolongation jusqu'à deux ans de la durée du renversement de la charge de la preuve en cas de produit défectueux, qui sera ainsi alignée sur la garantie légale, qui est de deux ans. La protection de tous les consommateurs européens s'en trouvera renforcée, sauf dans deux États membres où le niveau de protection restera inchangé. Les consommateurs

9 À titre d'exemple, la conformité au contrat, la hiérarchie et l'exercice des modes de dédommagement et le droit du consommateur de résilier le contrat.

10 Plusieurs États membres (Royaume-Uni et Pays-Bas) ont récemment adopté des règles impératives spécifiques pour les contrats de fourniture de contenu numérique ou ont entamé des travaux dans ce sens (Irlande). Ces législations nationales naissantes diffèrent à la fois par leur portée et leur contenu.

11 Il n'existe que des règles d'harmonisation minimale concernant la notion de conformité au contrat et les modes de dédommagement en cas de non-conformité des biens (dans le cadre de la directive sur certains aspects de la vente et des garanties des biens de consommation). Étant donné qu'il s'agit de normes minimales, les États membres ont la possibilité d'aller au-delà et d'ajouter des conditions en faveur des consommateurs. Nombre d'entre eux ont usé de cette faculté sur différents points et dans des mesures diverses.

seront mieux armés pour effectuer des achats en ligne transfrontières et pourront exercer leurs droits plus facilement¹²;

- **en atténuant le préjudice subi par les consommateurs en cas de contenu numérique défectueux:** alors qu'aujourd'hui, il n'existe pas, à l'échelle de l'UE, de règles contractuelles propres à la fourniture de contenu numérique, les consommateurs disposeront de droits précis et spécifiques en cas de problèmes en rapport avec ce type de contenu. Ces règles leur permettront de demander un dédommagement et donc d'atténuer le préjudice qu'ils subissent actuellement lorsqu'ils achètent des contenus numériques défectueux. Vu la rapidité avec laquelle le marché évolue sur les plans technologique et commercial, les règles de l'UE sont neutres d'un point de vue technologique et à l'épreuve du temps; elles permettront donc de créer des conditions de concurrence équitables pour tous les types de contenu numérique concernés;
- **en trouvant, globalement, un juste équilibre entre les intérêts des consommateurs et ceux des entreprises:** en se faisant l'écho des tendances du marché et en conciliant les différents intérêts en jeu, les deux directives seront bénéfiques à la fois pour les consommateurs et les entreprises et créeront des conditions porteuses d'avantages économiques pour tous.

Améliorer la vie quotidienne...

Les directives amélioreront concrètement la vie quotidienne tant des entreprises que des consommateurs en Europe. Aujourd'hui, les entreprises doivent investir du temps et des moyens financiers pour se renseigner sur les différents droits nationaux des contrats de consommation lorsqu'elles vendent leurs produits par-delà les frontières et pour adapter leurs contrats en conséquence. Par exemple, en fonction de l'État membre, les consommateurs ont entre deux ans et toute la durée de vie du produit pour faire valoir leurs droits auprès du vendeur en cas de PC défectueux. Demain, les législations nationales relatives aux modes de dédommagement contractuels seront identiques dans toute l'Europe: le temps et les moyens financiers ainsi épargnés pourront être mis à profit pour développer de nouveaux produits ou vendre à des prix plus compétitifs.

Les consommateurs pourront effectuer des achats en ligne ou accéder à des contenus numériques dans d'autre pays de l'UE aussi facilement et avec la même confiance que dans leur propre pays. Demain, les consommateurs qui achèteront des biens auprès d'un opérateur commercial établi dans un autre État membre bénéficieront du même degré de protection que celui qui leur est offert par leur législation nationale. En outre, aujourd'hui, un consommateur qui ne peut pas regarder en ligne le film qu'il a payé en raison de la mauvaise qualité de la

¹² Cette prolongation de la durée du renversement de la charge de la preuve pourrait aussi contribuer à améliorer la qualité et la durabilité des produits conformément au train de mesures sur l'économie circulaire adopté par la Commission européenne le 2 décembre 2015.

vidéo ne reçoit le plus souvent, à titre de compensation, qu'une simple remise sur ses futurs achats de films, sans aucune garantie d'amélioration de la qualité. Demain, le consommateur bénéficiera du droit d'obtenir que le problème soit réglé, d'obtenir une réduction du prix, ou encore de résilier le contrat et d'être intégralement remboursé.

... et générer des avantages macro-économiques

Si les obstacles liés au droit des contrats étaient levés, quelque 122 000 entreprises supplémentaires vendraient leurs produits en ligne par-delà leurs frontières nationales. La valeur des échanges transfrontières au sein de l'UE pourrait augmenter d'environ 1 milliard d'EUR. La concurrence accrue dans le secteur du commerce de détail entraînera une baisse des prix de détail dans tous les États membres, de l'ordre de 0,25 % en moyenne au niveau de l'UE, qui induira une hausse directe, de quelque 18 milliards d'EUR, de la consommation des ménages dans l'UE. De plus, les consommateurs se verront offrir un choix plus large de produits et de services, ce qui augmentera leur bien-être. Entre 7,8 et 13 millions de consommateurs supplémentaires commenceraient à effectuer des achats transfrontières en ligne. Le montant annuel moyen consacré par chaque consommateur à ce type d'achats devrait également augmenter de 40 EUR. Dans l'ensemble, le PIB réel de l'UE devrait progresser d'environ 4 milliards d'EUR par an¹³.

Ces propositions concernent uniquement les dispositions du droit des contrats applicables à la relation entre l'entreprise et le consommateur. Il est admis que les PME, parties plus faibles aux capacités de négociation moins importantes, se heurtent elles aussi à des difficultés liées au droit des contrats, surtout lorsqu'elles utilisent des contenus numériques. Toutefois, compte tenu, en particulier, des positions exprimées par les parties prenantes et par les États membres, la Commission a décidé de se pencher sur cette question dans le cadre d'autres initiatives annoncées dans la stratégie pour un marché unique numérique.

Afin de tirer pleinement parti de la stratégie pour un marché unique numérique, le train de mesures comprenant les deux propositions est nécessaire pour libérer tout le potentiel que recèle le commerce électronique. La Commission doit agir simultanément sur le front des biens et des contenus numériques. Les directives seront complétées par les autres mesures prévues dans la stratégie pour un marché unique numérique, telles que celles portant sur les charges liées à la TVA, sur la mise en place de services de livraison transfrontières de colis de bonne qualité ou sur la modernisation du cadre en matière de droit d'auteur. D'autres initiatives en faveur des consommateurs, telles que celles annoncées dans la stratégie pour un marché unique numérique concernant la suppression du blocage géographique, la révision du règlement relatif à la coopération en matière de protection des consommateurs¹⁴ et l'entrée en

13 «The macro-economic impact of e-commerce in the EU Digital Single Market» (L'impact macro-économique du commerce électronique au sein du marché unique numérique de l'UE), Cardona M., N. Duch-Brown, J. Francois, B. Martens, F. Yang (2015), Digital Economy Working Paper, Centre commun de recherche/Institut de prospective technologique.

14 Règlement (CE) n° 2006/2004 du 27 octobre 2004 relatif à la coopération entre les autorités nationales chargées de veiller à l'application de la législation en matière de protection des consommateurs.

service de la plateforme de règlement en ligne des litiges¹⁵ favoriseront le commerce transfrontière et remédieront à d'autres problèmes importants pour les entreprises et les consommateurs, dont la nécessité de mettre en place un contrôle de l'application de la législation et des moyens de recours transfrontières effectifs.

3. TIRER LES ENSEIGNEMENTS DES EXPERIENCES PASSEES - UNE APPROCHE CIBLEE

Dans ses deux propositions, qui tiennent compte de son expérience passée et des avis formulés par les parties prenantes, la Commission propose des solutions ambitieuses, mais réalistes, aux obstacles liés au droit des contrats qui contribueront à libérer le potentiel du commerce électronique dans l'UE.

Ces propositions prévoient le degré d'intervention le plus approprié.

Premièrement, les propositions portent sur des problèmes concrets qui ont été recensés par les parties prenantes et les États membres. La Commission s'est efforcée de recueillir un éventail large et équilibré de points de vue sur la question. En menant de vastes consultations, à la fois publiques et ciblées, la Commission a permis à toutes les parties prenantes (entreprises, consommateurs, autorités nationales, avocats et universitaires) de participer à chaque étape du processus d'élaboration des propositions et leur a ainsi offert de nombreuses occasions d'exprimer leur point de vue.

Deuxièmement, les propositions tiennent spécifiquement compte des enseignements tirés des précédentes tentatives visant à rapprocher les législations en matière de contrats. En conséquence, la Commission se concentre sur l'harmonisation complète et ciblée de droits impératifs des consommateurs qui remédient aux principaux obstacles qui entravent de manière concrète les échanges transfrontières, et qui répondent au besoin d'agir d'urgence dans le monde en ligne, ainsi que le Parlement européen l'a lui aussi reconnu¹⁶. Par ailleurs, des directives sont plus adaptées que des règlements, car elles laissent aux États membres la liberté d'adapter la mise en œuvre en fonction de leur législation nationale. Cette approche ciblée, axée sur les problèmes, constitue un résultat important de la consultation des parties intéressées.

Enfin, pour ce qui est du fond, les propositions insufflent une nouvelle dynamique, car elles ménagent un équilibre adéquat entre un degré élevé de protection des consommateurs à l'échelle de l'UE et les nombreuses possibilités nouvelles que la pleine harmonisation offre aux entreprises. L'approche retenue maintient des solutions sur le fond qui ont fait leur preuve dans la pratique (par exemple, la durée de la garantie légale, la hiérarchie des modes de

15 Règlement (UE) n° 524/2013 du 21 mai 2013 relatif au règlement en ligne des litiges de consommation et modifiant le règlement (CE) n° 2006/2004 et la directive 2009/22/CE.

16 Dans sa résolution législative du 26 février 2014 sur la proposition de règlement du Parlement européen et du Conseil relatif à un droit commun européen de la vente [COM(2011)0635– C7-0329/2011 – 2011/0284(COD)], le Parlement européen a décidé de limiter le champ d'application du DCEV aux ventes en ligne et autres ventes à distance, ainsi que d'étendre les règles aux contenus numériques fournis en échange d'une contrepartie non pécuniaire.

dédommagement) tout en apportant, au besoin, de nouvelles solutions étayées par les dernières données et les tendances récentes observées dans les États membres (prolongation de la durée du renversement de la charge de la preuve, par exemple)¹⁷. Les propositions renforceront et amélioreront la protection des consommateurs¹⁸ tout en apportant une sécurité juridique et en réduisant les coûts pour les entreprises¹⁹. Dans l'ensemble, elles renforceront la confiance des consommateurs et stimuleront l'activité commerciale dans l'ensemble de l'UE.

4 AGIR AVANT QU'IL NE SOIT TROP TARD

Nous devons agir dès maintenant sur la dimension numérique ...

Avec la numérisation, la technologie et le commerce évoluent à un rythme très rapide, non seulement dans l'UE, mais aussi dans le reste du monde. L'UE doit agir maintenant pour que les normes applicables aux entreprises et les droits des consommateurs soient définis conformément aux règles communes de l'UE, en respectant un degré élevé de protection des consommateurs et en créant un environnement moderne, favorable aux entreprises. Il est impératif de créer le cadre qui permettra de tirer parti des avantages de la numérisation, afin que les entreprises de l'UE puissent devenir plus compétitives et que les consommateurs puissent avoir confiance dans les normes élevées de protection des consommateurs de l'UE. En agissant dès aujourd'hui, l'UE marquera la tendance et fixera les normes sur la base desquelles ce pan important de la numérisation se réalisera.

La simplification du cadre juridique sera la clé de la compétitivité des entreprises et de leur participation active aux marchés numériques dans l'ensemble de l'UE. Quant aux consommateurs, il est particulièrement important de gagner leur confiance et de garantir leur protection dans l'environnement en ligne afin de réduire les risques induits par la distance (absence de contact personnel avec le vendeur, aucune possibilité de découvrir concrètement le produit), qui sont inhérents à ce type de transactions. Faute d'action immédiate, les changements pourraient intervenir trop tard, avec le risque de voir s'échapper des possibilités. Afin de renforcer rapidement la compétitivité des entreprises de l'UE et de doper la croissance européenne, la Commission se penche en priorité sur la dimension numérique du commerce de détail, à savoir la fourniture de contenus numériques et l'achat en ligne de biens, qui en constituent deux aspects essentiels. Les obstacles à la fourniture de contenu numérique

17 «Consumer market study on the functioning of Legal and Commercial Guarantees for consumers in the EU» (étude des marchés de consommation sur le fonctionnement des garanties juridiques et commerciales pour les consommateurs de l'UE) (2015): en effet, sur l'ensemble de la période de garantie légale de deux ans, seule une minorité d'entreprises insistent pour que les consommateurs prouvent la responsabilité du vendeur et ce comportement change très peu selon que l'on se situe six mois avant ou après la fin de cette période de garantie. Deux États membres de l'UE (France et Portugal) ont déjà adopté une législation nationale prévoyant une durée de deux ans pour le renversement de la charge de la preuve.

18 Par exemple, en ce qui concerne les contenus numériques, la garantie légale sera illimitée, tout comme le sera la période durant laquelle les consommateurs n'auront pas à prouver la source d'un défaut. Les consommateurs pourront résilier les contrats à long terme et les contrats auxquels le fournisseur apporte des modifications importantes. Lors de l'achat en ligne de biens, tous les consommateurs de l'UE disposeront d'une période de deux ans pour demander un dédommagement en cas de produit défectueux sans avoir à prouver que le défaut existait au moment de la livraison. Les consommateurs de l'UE ne perdront par leurs droits s'ils ne dénoncent pas le défaut au vendeur dans un certain délai.

19 Les coûts que les entreprises doivent supporter pour adapter leur contrat au droit d'un autre État membre sont estimés à 9 000 EUR environ. Pour plus de détails, voir l'annexe 5 du document de travail de la Commission contenant l'analyse d'impact qui accompagne les propositions, SWD(2015) 275.

doivent sans conteste être levés, car la fourniture de ce type de contenu recèle un potentiel de croissance particulièrement fort²⁰. Tout retard dans ce domaine risquerait de faire apparaître une fragmentation juridique qui constituerait un obstacle tant pour les consommateurs que pour les fournisseurs qui participent au commerce transfrontière. Quant aux biens, ils représentent toujours, et de loin, la plus grande part du marché en ligne: sur le total de 231 milliards d'EUR que représenterait, selon les estimations, le marché unique numérique, 212 milliards d'EUR proviendraient de la vente au détail de biens. Le potentiel du marché unique numérique ne serait pas pleinement libéré si un seul de ces aspects était traité.

Une tendance importante, qui ressort des différentes consultations des parties prenantes, est que toutes règles sur les contenus numériques devraient, autant que possible, se fonder sur les règles applicables aux biens, les écarts ne se justifiant que pour tenir compte des spécificités des contenus numériques. Voilà qui montre aussi qu'il importe de veiller à ce que les deux ensembles de règles soient, dans la mesure du possible, examinés simultanément au cours du processus interinstitutionnel.

Toutes ces raisons essentielles expliquent pourquoi les propositions sur les contenus numériques et les ventes en ligne de biens sont présentées ensemble et maintenant.

... et nous garantirons la cohérence des règles applicables en ligne et hors ligne

Compte tenu de l'importance croissante du modèle de distribution reposant sur les deux canaux de commercialisation (c'est-à-dire sur les ventes en ligne et hors ligne), la Commission prendra toutes les mesures nécessaires pour aligner les règles applicables aux ventes en ligne et hors ligne de biens. Elle veillera à ce que les consommateurs et les entreprises puissent s'appuyer sur un cadre juridique cohérent, simple à appliquer partout en Europe.

Dans le cadre de son «programme pour une réglementation affûtée et performante» (REFIT), la Commission examinera la législation existante de l'UE en matière de protection des consommateurs. Ce bilan de qualité aura une portée beaucoup plus vaste que les propositions actuelles et couvrira un certain nombre de directives en matière de protection des consommateurs²¹, y compris la directive sur certains aspects de la vente et des garanties des biens de consommation (dont les règles seront, pour ce qui est des ventes en ligne, remplacées par la proposition concernant les biens).

20 Outre l'augmentation de la pénétration et de l'utilisation de l'internet (80 % des Européens, soit 317 millions d'entre eux, utilisaient l'internet en 2014), les téléphones mobiles intelligents, les liseuses et les tablettes, de plus en plus nombreux, alimentent la demande de contenus numériques. Étant donné que, selon l'Eurobaromètre Flash n° 411 «Cross-Border access to digital content» (Accès transfrontière aux contenus numériques (2015), la grande majorité des internautes de l'UE âgés de 15 à 24 ans accèdent actuellement à certains types de contenus numériques en ligne (87 % d'entre eux accèdent à de la musique en ligne, 80 % d'entre eux regardent des contenus audiovisuels en ligne et 58 % d'entre eux téléchargent des jeux ou jouent en ligne), on peut raisonnablement s'attendre à ce que cette augmentation devienne visible dans un avenir proche.

21 La directive 93/13/CEE concernant les clauses abusives dans les contrats, la directive 1999/44/CE sur certains aspects de la vente et des garanties des biens de consommation, la directive 2005/29/CE relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur, la directive 98/6/CE relative à la protection des consommateurs en matière d'indication des prix des produits offerts aux consommateurs, la directive 2006/114/CE en matière de publicité trompeuse et de publicité comparative et la directive 2009/22/CE relative aux actions en cessation en matière de protection des intérêts des consommateurs.

La vaste consultation qui a été menée sur les propositions législatives a mis en lumière de nombreux problèmes touchant à la vente tant en ligne qu'hors ligne de biens. De ce fait, une grande partie du travail d'analyse des problèmes devant être réalisé dans le cadre de l'exercice REFIT pour la directive sur certains aspects de la vente et des garanties des biens de consommation a déjà été effectuée lors de l'élaboration des règles proposées pour les ventes en ligne de biens.

Cette analyse sera complétée par les données tirées du bilan de qualité concernant l'application aux ventes de biens de la directive sur certains aspects de la vente et des garanties des biens de consommation, qui sont attendues pour 2016. Ces données et donc le résultat de l'exercice REFIT sur ce point ne sont pas encore disponibles. Si l'exercice REFIT confirme les résultats préliminaires de l'analyse en cours - laquelle semble indiquer qu'une initiative de la Commission sur les ventes hors ligne de biens est nécessaire - ces conclusions pourraient éclairer les colégislateurs lors de l'examen de la proposition concernant la vente de biens en ligne et les amener, par exemple, à étendre le champ d'application de cette dernière. Bien qu'il soit urgent et indispensable d'agir pour lever les principaux obstacles au commerce transfrontière en ligne, l'objectif de la Commission est de veiller à ce qu'un cadre juridique constitué de règles cohérentes soit appliqué aux ventes tant en ligne qu'hors ligne dans toute l'UE.

5. CONCRETISER NOS INTENTIONS

Les propositions concernant les contrats numériques sont *«d'ambitieuses mesures politiques visant à créer un marché unique du numérique connecté notamment ... en modernisant et en simplifiant les règles en matière de protection des consommateurs pour les achats en ligne»*, comme annoncé dans les orientations du président Juncker²². Elles figurent parmi les premiers résultats produits par la stratégie pour un marché unique numérique et traduisent ces orientations en politiques concrètes. Elles posent les premiers jalons d'une croissance économique fondée sur un environnement favorable aux entreprises et sur une forte confiance des consommateurs dans un véritable marché unique numérique. Il appartient désormais aux colégislateurs de concrétiser ces intentions pour qu'elles deviennent réalité pour les entreprises et les consommateurs européens. La Commission continuera à travailler en étroite collaboration avec le Parlement européen et le Conseil pour y parvenir.

²² http://ec.europa.eu/priorities/docs/pg_fr.pdf