



Commission
européenne

FICHE TECHNIQUE SUR LA FRANCE

DÉCEMBRE 2015

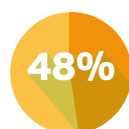
DES CONTRATS POUR LE MARCHÉ NUMÉRIQUE EN EUROPE



Quel est le potentiel inexploité du commerce en ligne transfrontalier en France?

Entreprises

En dépit du développement rapide du commerce en ligne, la plupart des entreprises françaises n'exploitent pas encore pleinement les possibilités du marché unique numérique. **Seuls 14% des détaillants français** vendent leurs produits en ligne dans d'autres pays de l'UE, alors qu'ils sont **plus du triple** (50%) à pratiquer le commerce en ligne dans leur propre pays.



Pour **un détaillant français sur deux** (48%) parmi ceux qui vendent en ligne, les différences entre les règles contractuelles des différents pays représentent un obstacle majeur à la vente transfrontalière.

Si la réglementation du commerce en ligne était harmonisée à l'échelon communautaire, **60% des entreprises françaises** qui pratiquent déjà le commerce en ligne transfrontalier ou qui sont intéressées par cette activité développeraient ou commenceraient à pratiquer ce type de vente «à coup sûr» ou «dans une certaine mesure».



Consommateurs

Les consommateurs français non plus ne profitent pas pleinement des avantages que représente la possibilité d'accéder à un choix plus large de produits, à des prix plus intéressants. **Seuls 21% des consommateurs français**

effectuent des achats en ligne dans d'autres pays de l'UE, alors qu'ils sont 52% à faire des achats en ligne dans leur propre pays.



Le manque de confiance joue ici un rôle déterminant: **seuls 34% des consommateurs français ont confiance** dans les achats en ligne de produits venant d'autres pays de l'UE.

Trois consommateurs sur dix sont avant tout préoccupés par les droits contractuels, notamment en cas de non-livraison d'une commande, de livraison de produits endommagés ou différents de ceux commandés, ou de réparation ou remplacement de produits défectueux.



Parmi les **consommateurs français** qui ont eu accès à quatre types de **contenus numériques** utilisés couramment (musique, jeux, antivirus et stockage en nuage) au cours des douze derniers mois, **46% ont rencontré un ou plusieurs problèmes** liés à la qualité du produit qu'ils ont acheté, aux conditions générales de vente ou à l'accessibilité de ce produit. De plus, 36 % ont rencontré un ou plusieurs problèmes concernant des contenus non payants.

Quelle solution la Commission européenne propose-t-elle?

La Commission propose deux directives: l'une portant sur les contenus numériques, l'autre sur les marchandises. Grâce à ces deux textes, les mêmes règles contractuelles s'appliqueront dans tous les pays de l'UE pour les achats de marchandises en ligne et la fourniture de contenus numériques.

Entreprises

En quoi ces directives bénéficieront-elles aux entreprises françaises?

En France comme dans tous les pays de l'UE, les mêmes règles contractuelles s'appliqueront pour les achats de marchandises en ligne et la fourniture de contenus numériques, ce qui renforcera la sécurité juridique et créera un environnement plus favorable aux affaires.



Dans le cas de la fourniture de contenus numériques, les entreprises françaises pourront éviter les coûts qu'entraîne la fragmentation juridique due à l'absence de réglementation à l'échelle communautaire et au fait que certains États membres commencent à mettre en place des législations nationales spécifiques. Dans le cas de la vente de marchandises, les entreprises pourront épargner les frais d'adaptation aux règles contractuelles des différents États membres dans lesquels elles souhaitent vendre leurs produits.



La mise en place de règles communes dans tous les pays de l'UE apaisera également les craintes des consommateurs liées au droit des contrats. Cela encouragera les **consommateurs à acheter en ligne des produits provenant d'autres pays de l'UE**, créant ainsi un marché de quelque **70 millions** d'acheteurs transfrontaliers en ligne. Cette réforme ouvrira de nouveaux marchés et sera particulièrement bénéfique pour les petites et moyennes entreprises (PME), qui doivent se constituer une clientèle et ne peuvent souvent pas se cantonner au marché intérieur.



Consommateurs

En quoi ces directives amélioreront-elles la vie des consommateurs français?

Les consommateurs français auront accès aux offres d'un plus grand nombre de commerçants à travers l'UE et bénéficieront donc d'**un choix plus large, à des prix plus compétitifs**.

Ils jouiront de droits spécifiques leur conférant un degré de protection élevé lors de l'accès à des contenus numériques et de l'achat de produits en ligne. S'agissant des contenus numériques, les règles s'appliqueront aussi bien si le consommateur paie une somme d'argent que s'il communique ses données personnelles au fournisseur (par exemple, par un simple enregistrement) pour accéder au contenu.

CONTENUS NUMÉRIQUES:



Responsabilité du fournisseur en cas de défaut: si le contenu numérique s'avère défectueux, le consommateur peut demander réparation. La responsabilité du fournisseur ne sera pas limitée dans le temps car (contrairement aux marchandises) le contenu numérique n'est pas sujet à l'usure.



Renversement de la charge de la preuve: si le contenu numérique est défectueux, ce ne sera pas au consommateur de prouver que le défaut existait déjà au moment de la fourniture mais au fournisseur de prouver que tel n'était pas le cas. Il s'agit d'un élément important compte tenu de la nature technique du contenu numérique car il peut être extrêmement difficile pour le consommateur de prouver la cause du problème.



Droit de résiliation d'un contrat: le consommateur aura le droit de résilier les contrats à long terme, ainsi que les contrats auxquels le fournisseur apporte des modifications substantielles.

MARCHANDISES:



Défauts mineurs: si le vendeur ne répare pas ou ne remplace pas un produit défectueux, ou s'il est dans l'incapacité de le faire, le consommateur aura désormais le droit de résilier le contrat et d'être remboursé même s'il s'agit d'un défaut mineur.

En quoi ces directives contribueront-elles à la croissance économique?

La suppression des obstacles législatifs facilitera le commerce transfrontalier.



Le renforcement de l'activité économique devrait entraîner une **hausse du PIB de l'UE de 4 milliards d'euros** par rapport à son niveau actuel.



Le **PIB français** devrait quant à lui augmenter d'environ **426 millions d'euros**.



L'intensification de la concurrence fera baisser les prix à la consommation dans tous les pays de l'UE. Cela aura pour effet d'améliorer le bien-être des consommateurs et devrait accroître la consommation des ménages dans l'UE de **18 milliards d'euros** par rapport au niveau actuel.



En **France**, la baisse des prix à la consommation devrait, selon les estimations, accroître la consommation des ménages de 2 milliards d'euros.

SOURCES:

- *Flash Eurobarometer 396 'Retailers' attitudes towards cross-border trade and consumer protection' (2015)*
- *Flash Eurobarometer 413 'Companies engaged in online activities' (2015)*
- *Eurostat Survey on Internet purchases by individuals (2015)*
- *Eurobarometer 397 'Consumer attitudes towards cross-border trade and consumer protection' (2014)*
- *'Consumer surveys identifying the main cross-border obstacles to the Digital Single Market and where they matter most', GfK (2015)*
- *'Economic Study on Consumer Digital Content Products', ICF International (2015)*
- *'The Macro-economic Impact of e-Commerce in the EU Digital Single Market' (2015)*

Věra Jourová, commissaire en charge de la justice, des consommateurs et de l'égalité des genres

 #VeraJourova

Direction générale Justice et consommateurs  #EU_consumer  EUJustice  EUJustice

#DigitalSingleMarket
<http://ec.europa.eu/justice/dsm>



Office des publications