



Synthèse de l'étude sur l'application de la directive relative aux droits des consommateurs 2011/83/UE

Mai 2017

Contexte de l'étude

La directive 2011/83/UE du 25 octobre 2011 relative aux droits des consommateurs (DDC) devait être transposée dans les législations nationales de tous les États membres (EM) de l'UE avant le 13 décembre 2013 et est entrée en vigueur le 13 juin 2014. Elle a remplacé deux directives précédentes, la directive 85/577/CEE concernant la protection des consommateurs dans le cas de contrats négociés en dehors des établissements commerciaux et la directive 97/7/CE concernant la protection des consommateurs en matière de contrats à distance, et a modifié certaines dispositions de la directive 93/13/CEE concernant les clauses abusives dans les contrats conclus avec les consommateurs et la directive 1999/44/CE sur certains aspects de la vente et des garanties des biens de consommation.

La DDC a complètement harmonisé certaines règles de protection des consommateurs s'appliquant aux achats de biens et de services effectués en dehors des établissements commerciaux et à distance, ainsi qu'à la fourniture de contenu numérique, liées principalement aux exigences en matière d'information précontractuelle et le droit de rétractation. Elle a également complètement harmonisé les exigences relatives à la conclusion des contrats à distance et hors établissement, et, entre autres, les règles sur la livraison et au transfert du risque applicables à tous contrats de vente au consommateur, les règles sur les tarifs pour l'utilisation de moyens de paiement et ainsi que les frais de communication par téléphone.

L'objectif général de cette étude est d'évaluer *l'efficacité, l'efficience, la cohérence, la pertinence et la valeur ajoutée européenne* de la directive relative aux droits des consommateurs (Directive 2011/83/UE).

L'approche de l'étude consistait à faire une revue de la littérature et la tenue de consultations. La méthode pour cette dernière comprenait de consultations ciblées sous la forme d'entretiens dans un échantillon d'États membres (EM)¹ qui ont été sélectionnés pour assurer un haut niveau de représentativité en fonction de la couverture géographique, de la population (c'est-à-dire grands contre petits pays) et le niveau de protection des consommateurs qui existait avant l'adoption de la directive. Un sondage en ligne a également été utilisé, ciblant les différentes parties prenantes : les consommateurs individuels ; les commerçants individuels ; les associations nationales de consommateurs ; les associations professionnelles nationales ; les autorités nationales et les ministères responsables ; et les Centres européens des consommateurs (CEC).

¹ Bulgarie, Chypre, République Tchèque, Allemagne, Estonie, Finlande, Grèce, France, Irlande, Italie, Lituanie, Pays-Bas, Pologne, Portugal, Roumanie, Suède, Slovaquie et Royaume-Uni.

La revue de la littérature a inclus plusieurs études menées en parallèle pour la DG Justice, telles qu'une évaluation mystère et une expérience pour tester le comportement des consommateurs, effectuées dans le cadre du bilan de qualité (fitness check) du Droit des Consommateurs et du Marketing. L'analyse des résultats, des réponses et des documents de synthèse fournis en réponse à la consultation publique ouverte (CPO) du bilan de qualité (fitness check) du Droit des Consommateurs et du Marketing² a également été une source importante d'informations pour cette étude. D'autres sources d'information incluent le retour d'informations des parties prenantes recueillies lors du Sommet des consommateurs le 17 octobre 2017 et un rapport publié par le Comité économique et social européen (CESE) sur la DDC et son évaluation. Enfin, une opération de « balayage communautaire » a également été réalisée en 2015, dont les résultats ont été utilisés pour l'évaluation de l'efficacité de la DDC.

Comparaison entre les situations avant et après la DDC

L'analyse comparative de la situation législative avant et après la DDC a souligné que, pour une grande partie des dispositions essentielles de la DDC, la protection des consommateurs a été renforcée dans la plupart des 28 EM, sinon dans tous.

En effet, soit une telle protection n'existait pas auparavant (par exemple, contenu numérique et interdiction des options par défaut sur les sites Internet) ou soit s'il y avait déjà un certain degré de protection, cela a été augmenté par les exigences supplémentaires imposées sur les commerçants individuels et par l'harmonisation des règles en matière de protection des consommateurs (par exemple, livraison et transfert du risque). Plus particulièrement, l'analyse a permis de constater que :

- Avant la mise en œuvre de la DDC, dans presque tous les EM, les consommateurs n'étaient pas protégés par une législation concernant spécifiquement le contenu numérique. La seule exception est la Slovaquie ;
- Le niveau d'information précontractuelle défini par l'art. 5(1) pour les contrats autres que les contrats à distance ou hors établissement (le principe d'harmonisation minimale) a augmenté dans tous les EM.
- Le niveau d'information précontractuelle que les commerçants sont tenus de fournir aux consommateurs conformément à l'article 6 (les dispositions pleinement harmonisées) a augmenté dans tous les EM. Conformément à l'article 10, il y a à présent des conséquences plus importantes dans la plupart des EM en négligeant de fournir ces informations pour les contrats à distance et hors établissement, avec l'accroissement du délai de rétractation à 12 mois.
- La période du droit de rétractation (voir l'article. 9) a augmenté dans 15 EM; est restée la même dans 11 EM (BE, CY, CZ, DK, EE, EL, FI, LV, PT, SE, SI), et a été diminuée dans 2 EM (ces changements ne se sont traduits que par des changements substantiels en DE³ puisqu'en MT la réduction n'est que passée de 15 à 14 jours);
- Les périodes de remboursement ont été raccourcies dans la plupart des EM et les montants que les consommateurs ont le droit de se faire rembourser comprennent désormais les frais de livraison⁴;
- Les délais de livraison sont désormais précisés dans plusieurs pays où cela n'était pas réglementé antérieurement (CZ, EE, ES, FR, IE, LV, MT, PT, SK, SE, UK);
- Les règles concernant le transfert du risque ont renforcé la protection des consommateurs dans la plupart des pays (par exemple, SE, DK, FI et UK), car les règles sont plus claires que la législation précédente ; et

² http://ec.europa.eu/consumers/consumer_rights/review/index_en.htm

³ Où le délai du droit de rétractation était auparavant de 30 jours

⁴ Le considérant 46 précise clairement qu'il y a une exception, cependant, « si le consommateur choisit expressément un certain mode de livraison (par exemple, une livraison express en vingt-quatre heures) ».

- La majorité des EM n'avaient auparavant aucune disposition dans leur législation nationale protégeant les consommateurs contre des paiements supplémentaires, des excès de frais téléphoniques et de la vente forcée.

Par ailleurs, l'examen de la législation nationale dans les différents EM avant la mise en œuvre de la DDC a indiqué qu'il y avait un écart significatif de variations concernant les règles sur la protection des consommateurs dans les EM. Par exemple, les règles relatives à la livraison variaient, tout comme les périodes du droit de rétractation. Par conséquent, la DDC a réduit les disparités réglementaires entre les EM, et a augmenté la sécurité réglementaire dans l'ensemble des EM pour ces commerçants et consommateurs qui vendent et achètent à l'étranger.

Efficacité de la DDC

L'objectif sous-jacent de la DDC était de contribuer à l'amélioration du fonctionnement du marché intérieur « entreprises-consommateurs » (B2C) et d'atteindre un niveau commun élevé de protection des consommateurs.

Les avis reçus au cours des entretiens ont indiqué que la DDC est considérée comme ayant amélioré la protection des consommateurs, notamment grâce à son approche d'harmonisation complète. L'exigence relative à l'information précontractuelle pour les contrats à distance et hors établissement et celle relative à la période harmonisée de 14 jours pour le droit de rétractation ont été jugées les plus efficaces pour assurer un niveau élevé de protection.

Le sondage en ligne a toutefois mis en évidence certaines différences en ce qui concerne l'efficacité de la DDC selon le type de contrat. Il semble que le niveau de protection perçu n'est pas considéré étant aussi élevé pour le contenu numérique non-fourni sur un support matériel, comme il l'est pour les biens et les services, notamment en ce qui concerne le droit de rétractation. Les consommateurs partageaient l'avis des associations de consommateurs au sujet du niveau de protection. Celui-ci est jugé moins efficace pour les achats de contenu numérique que pour les biens et les services faute de sensibilisation suffisante des consommateurs à l'égard de comment le droit de rétractation s'applique, mais aussi pour des raisons de conformité, c'est-à-dire, les commerçants ne demandent pas la reconnaissance et le consentement exprès du consommateur que celui-ci perd son droit de rétractation dès qu'il commence à télécharger le contenu numérique fourni en ligne⁵. En effet, 39% des autorités nationales compétentes ayant répondu au questionnaire ont convenu que les dispositions existantes relatives au contenu numérique exigent une mise en application plus vigoureuse. Certaines parties prenantes estiment que ces questions sont susceptibles de provoquer des inquiétudes face au droit de rétractation.

D'une manière générale, on considère que la DDC a renforcé la confiance des consommateurs et des commerçants lors des achats et des ventes transfrontaliers, toutefois on rapporte que plusieurs facteurs continuent d'entraver l'efficacité de la mise en œuvre de la directive. Les facteurs sont les suivants :

- Un manque de sensibilisation et de compréhension par les consommateurs et les commerçants en ce qui concerne les dispositions de la DDC. Malgré les efforts déployés par la Commission et les autorités nationales compétentes, il y a un certain nombre de dispositions qui ne semble pas avoir suffisamment de sensibilisation. Parmi celles-ci figurent des exemptions des dispositions relatives au droit de rétractation et à la vente forcée. Cependant, la directive est relativement

⁵ Art. 16 (m) sur les exceptions au droit de rétractation concerne le contenu numérique et constate qu'il est possible que le droit de rétractation ne s'applique pas si l'exécution a commencé avec le consentement exprès du consommateur et sa reconnaissance qu'il perd ainsi son droit de rétractation.

nouvelle, de ce fait, il n'est pas étonnant que le niveau de sensibilisation sur les nouvelles dispositions spécifiques soit faible ;

- Un niveau faible de conformité sur des dispositions spécifiques. Bien que le taux de conformité avec la DDC soit assez élevé, il semble qu'il existe des dispositions spécifiques que les commerçants respectent moins que d'autres. Il s'agit notamment de fournir toutes les informations exigées déterminées par l'art. 6(1), celles relatives au droit de rétractation ainsi qu'au formulaire de rétraction standard. Les autorités nationales compétentes ont convenu qu'il sera nécessaire d'assurer la mise en vigueur de ces éléments à l'avenir. De plus, la capacité à se conformer semble être plus problématique pour certains secteurs, tels que les secteurs de télécommunications et d'approvisionnement en énergie, ainsi que pour des contrats spécifiques, tels que les contrats de téléphone et de vente à distance par catalogue; et
- Il existe des avis mitigés sur la capacité des autorités compétentes à faire respecter la DDC en termes de la mise en vigueur. Bien que la plupart des autorités compétentes participent à des actions communes ainsi que des mesures qui ont eu lieu avant, afin d'assurer la mise en œuvre efficace de la directive, elles ne sont pas considérées comme particulièrement efficaces. Aussi, le nombre de mesures d'exécution prises contre les commerçants pour assurer la mise en œuvre de la directive varie considérablement d'un État membre à l'autre. De même, le niveau de sanctions pécuniaires qui peuvent être perçues varie également (veuillez consulter l'analyse comparative des approches aux sanctions dans une sélection d'États membres). Les différents niveaux d'application de la législation au sein des États membres peuvent contribuer à la réduction de l'efficacité de la DDC pour assurer un niveau élevé de protection des consommateurs, ainsi que la compétitivité des entreprises au sein du marché intérieur. Inversement, la nouvelle proposition visant à revoir le règlement de la CPC peut assurer une application plus efficace et cohérente dans l'ensemble de l'Union européenne à l'avenir.

Le faible niveau de connaissance parmi les commerçants quant à la nouvelle mise à jour de la directive qui remplace la législation précédente et des modifications correspondantes dans les dispositions légales peut également affecter les niveaux de conformité. La consultation effectuée dans le cadre de cette étude et les résultats de l'opération de balayage de la DDC ont montré que de nombreux commerçants en ligne ne sont pas conscients que leur site Web n'est pas conforme jusqu'à ce qu'ils soient contactés et alertés par les autorités nationales chargées de l'application de la loi. L'évaluation d'impact qui a accompagné la proposition DDC (CEC, 2008) indique que la fragmentation des législations nationales était l'une des principales raisons pour laquelle les commerçants n'ont pas poursuivi d'échanges transfrontalières. D'après le sondage, les différences de législations nationales des consommateurs ne sont plus la raison principale de ne pas entreprendre d'échanges transfrontaliers, il existe d'autres raisons plus importantes. Il semblerait que la DDC a réussi à réduire la fragmentation antérieure. De plus, il semble que les choix réglementaires disponibles aux États membres lors de la mise en œuvre de la DDC, n'ont pas eu un impact négatif significatif sur la réalisation des objectifs relatifs à la réduction de la fragmentation réglementaire.

Afin d'améliorer la compréhension et d'aider les parties prenantes à interpréter certaines dispositions de la DDC, la direction générale de la justice et des consommateurs de la commission européenne a publié un document d'orientation non contraignant en 2014. Le sondage n'a pas directement demandé l'avis sur l'utilité et la qualité de l'orientation interprétative. Cependant, les retours sur la perception de l'utilité et de la qualité de l'encadrement ont été obtenus au travers d'entretiens et de la consultation publique ouverte (CPO). En général, l'orientation a été jugée très utile en matière de fournir des exemples pratiques concernant l'application de la directive et la clarification de son champ d'application

en cas d'incertitude (par exemple, si les services en ligne gratuits et les abonnements numériques sont dans le champ d'application ou seulement les services payants).

La DDC et l'efficacité de ses dispositions

Les avantages et les coûts de la DDC sur le plan financier n'ont pas pu être quantifiés malgré la demande d'estimations spécifiques aux parties prenantes. Cependant, des retours qualitatifs ont été obtenus auprès de différents types de parties prenantes. Il existe des opinions mitigées sur les coûts et les avantages de la directive. Cependant les consommateurs ont généralement signalé des impacts positifs.

L'impact sur les commerçants varie de positif à négatif selon les dispositions spécifiques concernées. Des effets négatifs ont été signalés par les commerçants au sujet de certaines dispositions spécifiques, telles que le renversement de la charge de la preuve concernant la mise à disposition d'informations relatives au droit de rétractation, la possibilité d'une augmentation du volume de retours en raison d'une prolongation du délai de rétractation à une période commune de 14 jours (art. 9) et la possibilité pour les consommateurs de profiter de leur droit de rétractation même pour les produits qu'ils ont déjà utilisé plus que nécessaire pour établir leur nature, caractéristiques et bon fonctionnement (art. 14.2) mais pendant le délai de rétractation. Les commerçants et leurs associations représentatives ont convenu que, parmi ces dispositions avec le plus grand impact négatif sur la compétitivité est la disposition sur les informations précontractuelles pour les contrats à distance et hors établissement. La principale préoccupation n'était pas tellement le type d'information requis, mais plutôt le volume global d'information qui a été jugé trop lourd, et que de nombreux consommateurs ne sont pas susceptibles de lire.

Les exceptions du droit de rétractation ont été considérées comme positives par certains répondants parce qu'il y a une mise en équilibre des impacts de la directive sur la compétitivité dans des secteurs spécifiques, tels que le secteur hôtelier. Cependant, les distributeurs de mazout de chauffage (généralement les PME) ont exprimé de graves préoccupations par rapport à l'interprétation de l'article 16(h) par un tribunal national, concernant les exceptions au droit de rétractation pour les biens dont le prix dépend des fluctuations des marchés financiers. Suite à la décision du tribunal, le droit de rétractation s'applique aux distributeurs de mazout de chauffage en Allemagne qui conduit à des pertes financières. L'application du droit de rétractation aux plateformes de ventes aux enchères en ligne a également donné lieu à des préoccupations car les enchères publiques sont exemptées du droit de rétractation.

Parmi les avantages signalés par les commerçants par rapport à la directive figure une augmentation du volume de ventes grâce à un renforcement de la confiance des consommateurs lorsqu'ils achètent à l'étranger et une augmentation de ventes récurrentes. Cependant, les commerçants n'ont pas généralement rendu compte d'une augmentation du volume de ventes suite à la mise en œuvre de la DDC.

Les parties prenantes ont également signalé des impacts positifs suite à la mise en œuvre de la DDC, tel qu'un niveau plus élevé de sécurité réglementaire (par exemple, livraison, transfert du risque).

On rapporte que les effets sur les PME sont similaires aux effets sur les grandes entreprises et sur les répondants commerçants dans leur ensemble. Les avis étaient partagés parmi les répondants, 22% des PME et microentreprises estimant que les bénéfices dépassent les coûts d'un montant modéré à important. D'autre part, 40% des PME ont noté que les coûts étaient plus importants que les bénéfices. En ce qui concerne les vendeurs commerce « entreprises-consommateurs » (B2C) en ligne, le

renouvellement de la conception d'un site web peut être particulièrement coûteux pour les micro- et les petites entreprises. Les entreprises plus grandes sont plus capables de répartir les coûts de mise en conformité sur l'ensemble de leurs activités et leurs canaux de vente.

D'autres enjeux existent à l'égard de la capacité de couvrir les coûts potentiellement plus élevés en vertu de la DDC à cause d'une augmentation du volume de retours dans les domaines de commerce « entreprises-consommateurs » (B2C) où il existe de faibles marges bénéficiaires, par exemple la vente au détail en ligne, qui donnent lieu à des risques financiers plus importants pour les micro- et les petites entreprises du fait de l'exercice du droit de rétractation par les consommateurs (art. 11). Il existe également des préoccupations chez les PME concernant l'obligation de couvrir le coût des retours (surtout lorsqu'il s'agit de rembourser les coûts de livraison ainsi que les coûts postaux et d'emballage) pour les produits de haute valeur si les consommateurs profitent du droit de rétractation pour essayer les produits sans avoir l'intention de les garder.

En ce qui concerne les charges réglementaires inutiles, le fardeau principal identifié concerne la duplication perçue des exigences d'information par art. 6(1) de la DDC et art. 7(4) de la directive 2005/29/CE relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur (DPCD). Certaines parties prenantes, surtout les associations de vente à distance et leurs membres, ont mis en doute s'il faut vraiment fournir les informations au cours des stades du marketing (DPCD) et du contrat de consommation (DDC). L'ampleur des coûts supplémentaires n'est pas peut-être si élevée car aucun commerçant interrogé n'a indiqué que les coûts étaient trop élevés. En effet, la plupart respectent les mêmes exigences en matière d'information pour tous les contrats. Les avis étaient partagés au Sommet européen des consommateurs et lors des entretiens avec les parties prenantes au sujet d'éliminer les exigences en matière d'information en vertu de la DPCD et d'obliger les commerçants à ne respecter que celles de la DDC. Une autre possibilité évoquée lors du Sommet européen des consommateurs était de combiner toutes les législations relatives aux consommateurs et au marketing (y compris la DDC) en un seul texte législatif cohérent, par le biais de l'adoption d'une directive-cadre, sous forme d'un code européen de la consommation. Bien que cela puisse laisser la possibilité d'une simplification réglementaire à l'avenir, il n'existe pas actuellement de consensus sur cette question.

La plupart des autorités compétentes ont signalé des coûts administratifs modérés liés à la transposition de la Directive, mais des coûts plus élevés ont été rapportés liés à la sensibilisation aux nouvelles exigences prévues par la DDC ainsi qu'aux mesures d'application. Cela inclut, entre autres, les coûts associés à vérifier la conformité des sites web des commerçants, rédiger des lettres avant de mettre en œuvre des mesures assurant l'application de la directive et vérifier que les commerçants respectent la législation après qu'ils les ont reçus, souligner les cas de non-respect, prendre des mesures judiciaires pour les affaires judiciaires dissuasifs stratégiques). Il convient de noter que, bien que l'ampleur des coûts n'ait pas été quantifiée, il a toutefois été constaté que les coûts et avantages varient en fonction de l'EM et le cadre juridique qui était en vigueur avant. Cependant, de façon générale les coûts de transposition de la directive ne sont pas considérés comme significatifs par la plupart des autorités nationales compétentes. Des coûts plus significatifs sont liés à la mise en œuvre de la DDC et à la réalisation de mesures d'application afin de vérifier le respect de cette législation.

Cohérence de la DDC

Globalement, la directive a été jugée cohérente avec les autres textes législatifs communautaires pertinents en termes de la cohérence externe. En ce qui concerne la législation sectorielle, aucun problème majeur n'a été identifié relatif à la cohérence. Ceci parce que les secteurs couverts par une législation sectorielle spécifique sont généralement exclus du champ d'application de la DDC et les principes de *lex specialis* en vertu de l'art. 3(2) qui établit que si l'une des dispositions de la DDC est

contraire à une disposition d'un autre acte de l'Union régissant des secteurs spécifiques, la disposition de cet autre acte de l'Union prime et s'applique à ces secteurs spécifiques.

Bien que des chevauchements aient été soulignés dans les réponses à l'enquête et aux entretiens entre les exigences en matière d'information au titre de la DDC et celles au titre de la directive 2005/29/CE relative aux pratiques commerciales déloyales (DPCD), la DDC a été jugée généralement cohérente avec les autres textes législatifs communautaires relatifs aux consommateurs et au marketing. En outre, les informations que les commerçants doivent fournir sur eux-mêmes sont similaires à tous niveaux de la DDC, de la directive sur les services et de la directive sur le commerce électronique. Cependant, la DDC comprend des exigences en matière d'information précontractuelle plus détaillées à l'égard de la description du produit (c'est-à-dire les principales caractéristiques, la fonctionnalité et l'interopérabilité du contenu numérique) et le prix. Cela signifie qu'il est suffisant pour un commerçant de fournir les informations précontractuelles conformément à la DDC pour satisfaire aux exigences des directives sur le commerce électronique et les services.

Quelques petites divergences ont été identifiées au niveau des exigences d'information établies par les législations horizontales différentes, telles que si une adresse e-mail, un numéro de téléphone, un numéro de télécopieur ou une combinaison des trois options est requise. Ceci s'explique par le fait que la législation antérieure a été élaborée à un moment où les informations les plus appropriées relatives au commerçant correspondaient aux technologies en usage à l'époque. L'exigence pour les commerçants de fournir une adresse e-mail a été jugée essentielle par les associations des consommateurs et le libellé actuel « adresse électronique, lorsqu'il est disponible » a été jugé insuffisant. Des exemples de plaintes enregistrées par les organisations de consommateurs et les autorités chargées de l'application de la directive ont été identifiés. Il existe des commerçants peu scrupuleux qui ont choisi délibérément de fournir un numéro de téléphone qu'ils ne répondent pas, plutôt que de fournir une adresse électronique. À l'inverse, un numéro de télécopieur n'est plus considéré comme une exigence d'information appropriée, en raison des progrès en matière de TIC, de communications et de téléphonie.

La portée de la législation vise à empêcher des conflits plus substantiels entre la DDC et d'autres législations horizontales applicables aux commerçants. Si l'une des dispositions de la directive sur le commerce électronique ou de la directive sur les services relative au contenu ou à la manière dont les informations doivent être fournies est contraire à une disposition de la DDC, la disposition de la DDC prime (conformément à l'article 6(8)(2)). Malgré les différences dans les objectifs sous-jacents de la législation, certaines parties prenantes ont convenu que des mesures pourraient être prises pour simplifier les exigences en matière d'information (par le biais soit d'un processus d'alignement et d'un examen futur de la législation, soit de l'inclusion de toutes les dispositions générales en matière d'information dans la DDC, en faisant explicitement référence au fait que ce sont applicables dans d'autres textes législatifs tels que la DPCD, la directive sur les services et la directive sur le commerce électronique, lorsqu'elles seront soumises à une révision).

En outre, le texte de la DDC devra être mis à jour à l'avenir afin de tenir compte des évolutions législatives récentes, telles que l'adoption et l'entrée en vigueur de la directive sur le règlement extrajudiciaire des litiges de consommation. Étant donné que cela prévoit une approche plus formalisée en vue du règlement de litiges qui pourrait aider les commerçants et les consommateurs, le recours à un mécanisme MARC (modes alternatifs de résolution des conflits) pourrait être explicitement mentionné dans la DDC comme un outil pour assurer le règlement de litiges entre les commerçants et les consommateurs en cas de désaccord (par exemple, estimer la valeur diminuée des biens pour les produits qui ont été utilisés mais qui sont toujours couverts par la délai de 14 jours du droit de rétractation).

Pertinence de la DDC

La DDC demeure hautement pertinente car elle fournit un cadre permettant un niveau commun élevé de protection des consommateurs partout dans l'Union européenne par le biais d'une approche d'harmonisation complète. Les parties prenantes qui ont répondu au sondage et qui ont participé aux entretiens ont reconnu la pertinence générale de la DDC par rapport à la promotion de la croissance et du développement du commerce électronique entre les entreprises et les consommateurs (le commerce électronique B2C). Vu du marché intérieur, la DDC est jugée essentielle pour assurer la protection des achats transfrontaliers en ligne de biens, de services et de contenu numérique et pour renforcer la confiance des consommateurs.

Les parties prenantes ont cependant identifié quelques lacunes à aborder, en mettant plus particulièrement l'accent sur les services en ligne gratuits, qui ne sont pas couverts par la directive, et le contenu numérique, qui est couvert, mais qui a un faible niveau de sensibilisation. La directive convient particulièrement à la poursuite des objectifs énoncés dans la stratégie du marché unique du numérique (MUN) qui a été adoptée en 2015 étant donné que la directive couvre pour la première fois le contenu numérique.

La pertinence de toutes les exigences en matière d'information précontractuelle prévues dans l'article 6(1) n'est pas claire pour toutes les parties prenantes. La lecture et/ou la compréhension de la majorité des informations fournies aux consommateurs est sujette à des préoccupations, surtout lorsque ce sont des modalités très détaillées (bien que, selon les consommateurs, la plupart des informations soient pertinentes). Les répondants au sondage en ligne ont été interrogés sur leur point de vue concernant si les exigences en matière d'information précontractuelle pourraient être simplifiées au moyen d'un modèle graphique (par exemple composé d'icônes). 40% des consommateurs ont convenu que la présentation des informations précontractuelles sous une forme graphique serait utile. Les avis des associations des consommateurs et des associations professionnelles divergent, bien que 31% des associations professionnelles soient d'accord sur l'utilisation d'un modèle graphique composé d'icônes mais croient que celle-ci ne doit pas être contraignante, 45% ne sont pas d'accord pour l'utilisation de cette méthode. Les résultats de l'expérience pour tester le comportement des consommateurs semblent cependant indiquer que les icônes n'améliorent pas l'utilisation et la compréhension des informations précontractuelles. Au Sommet Européen des Consommateurs, il a été reconnu que l'utilisation future éventuelle d'une forme modèle pour communiquer aux consommateurs les informations requises pourrait être utile. Cependant, en même temps, un consensus s'est dégagé que cela ne devrait se faire que volontairement, car certaines informations écrites sont toujours requises. Ce serait une possibilité de l'inscrire sous l'autorégulation et la co-régulation proposées par les commerçants, étant donné que les commerçants ne semblent pas être opposés à l'idée de l'utilisation d'icônes (comme le montrent les réponses à l'enquête).

Valeur ajoutée de la DDC et sa mise en œuvre

L'une des principales valeurs ajoutées apportée par la directive a été la réduction du niveau de fragmentation réglementaire en ce qui concerne les règles de consommation relatives aux contrats à distance et hors établissement, ce qui est bénéfique pour le commerce transfrontalier. Globalement, l'analyse des réponses à la consultation suggèrent que la DDC a apporté une valeur ajoutée en augmentant la protection des consommateurs dans la plupart des États membres, à quelques rares exceptions. De plus, grâce à une approche réglementaire d'harmonisation maximale, une autre valeur ajoutée consiste à renforcer la confiance des consommateurs lorsqu'ils réalisent des achats transfrontaliers.

Il ne s'ensuit pas, toutefois, que la DDC ne profiterait pas de simplifications supplémentaires afin de réduire la charge administrative sur les commerçants. Certaines parties prenantes ont recommandé, en particulier, une simplification des exigences en matière d'information précontractuelle, bien qu'il existe à cet égard des considérations pratiques à prendre en compte, car les suggestions reçues étaient limitées en ce qui concerne la suppression des exigences.

Résumé des recommandations

Fondée sur les constatations exposées par l'évaluation, les recommandations suivantes sont proposées :

- Examiner les possibilités de simplification des exigences en matière d'information précontractuelle et aligner celles-ci avec les autres législations Européennes en matière de protection des consommateurs. Il faut notamment envisager la possibilité d'exiger uniquement les informations précontractuelles au stade précontractuel, plutôt qu'au stade de la commercialisation (c'est-à-dire éliminer celles visées à l'article 7(4) de la DPCD) ;
- Mettre à jour certaines exigences en matière d'information afin de mieux refléter les évolutions technologiques/du marché, par exemple les formulaires de contact en ligne pourraient remplacer le numéro de télécopieur du commerçant, et/ou le référencement par le biais des hyperliens. L'utilisation d'un modèle de formulaire composé d'icônes pour présenter les informations précontractuelles pourrait être envisagée selon chaque secteur. Toutefois, l'utilisation d'un modèle contraignant pour tous les secteurs auxquels la DDC s'applique n'est pas recommandée ;
- Réexaminer le bien-fondé du droit de rétractation pour les biens que les consommateurs utilisent dans une mesure qui excède ce qui est nécessaire pour établir sa nature, ses caractéristiques et son bon fonctionnement, et qui aboutit à sa dépréciation (en raison de la difficulté d'estimer et de parvenir à un accord entre les commerçants et les consommateurs sur la valeur, ainsi qu'en raison du risque de pertes auquel les commerçants font face car il n'est pas possible de revendre les biens utilisés) ;
- S'engager dans des discussions sectorielles afin d'aborder les incertitudes juridiques affectant des secteurs spécifiques en ce qui concerne le droit de rétractation (par exemple les plateformes de vente aux enchères en ligne, la fourniture de contenu numérique, la distribution de mazout de chauffage) ;
- Clarifier les règles applicables aux plateformes en ligne et veiller à ce que leur application soit assurée d'une manière efficace. Il existe un soutien général parmi les parties prenantes en ce qui concerne la nécessité de clarifier les exigences applicables, notamment en ce qui concerne les exigences en matière d'information précontractuelle et le droit de rétractation ;
- Continuer à fournir des campagnes de sensibilisation et/ou veiller à ce qu'il existe des moyens de les faciliter. Une proposition est que les campagnes d'information se concentrent sur les dispositions qui présentent le plus d'intérêt pour les consommateurs et les commerçants. En ce qui concerne les consommateurs, que ceux-ci comprennent le droit de rétractation et ses exceptions, les dispositions relatives au contenu numérique et à la vente forcée. En ce qui concerne les commerçants, que ceux-ci comprennent qu'ils doivent être en conformité avec les exigences en matière d'information précontractuelle et s'assurer qu'ils aient connaissance des autres dispositions clés de la DDC lorsqu'elles diffèrent de la législation précédente⁶ ;
- Veiller à ce que les autorités nationales compétentes disposent des moyens disponibles pour mener des activités coercitives et accorder une attention particulière à des dispositions

⁶ Un exemple de meilleure pratique a été relevé lors de la consultation avec une association professionnelle qui avait fourni à ses membres un modèle conforme à toutes les exigences en matière d'information précontractuelle, ce qui avait permis aux membres d'économiser du temps et des ressources, plutôt que d'élaborer une liste à partir de zéro.

spécifiques, telles que la fourniture d'informations sur les commerçants et/ou la fourniture des formulaires de rétractation afin de pouvoir profiter du droit de rétractation, si nécessaire. D'autre part, la nouvelle proposition visant à revoir le Règlement CPC peut assurer une application plus efficace et cohérente de la DDC dans l'ensemble de l'Union européenne à l'avenir ; et

- Envisager la possibilité pour les autorités nationales compétentes d'augmenter les sanctions de sorte qu'elles soient suffisamment importantes pour avoir un caractère dissuasif pour les commerçants ; il pourrait être nécessaire de prendre d'autres mesures ou de fournir plus d'orientations au niveau européen pour obtenir une plus grande uniformité dans la détermination des approches nationales relatives aux sanctions afin d'être conforme à l'approche d'harmonisation maximale sous-tendant la DDC.

Avertissement légal :

Ce document a été préparé pour la Commission Européenne, mais reflète uniquement les points de vue de ses auteurs, et l'Union Européenne ne peut être en aucun cas tenue responsable de l'utilisation de ces informations.