Communications commerciales dans le Marché intérieur . Livre vert

1996/2089(COS) - 08/05/1996 - Document de base non législatif

OBJECTIF : le Livre vert de la Commission porte sur la création d'un marché intérieur intégré dans le domaine de la publicité et d'autres formes de communications commerciales (ventes directes, promotion des ventes, sponsorisations, relations publiques, etc). CONTENU : la Commission souligne que les services de communications commerciales transfrontaliers dans le marché intérieur sont un phénomène en plein développement (le secteur emploie quelque 250.000 personnes avec un chiffre d'affaires de 75 milliards d'écus en 1993). Toutefois, les différences entre les réglementations nationales pourraient constituer des obstacles pour les entreprises souhaitant proposer des services de cette nature et ce, d'autant que l'avènement de la Société de l'information risque d'entraîner l'apparition de barrières supplémentaires. Sur la base de ce constat, le Livre vert esquisse les orientations de base suivantes pour une politique en matière de communications commerciales : 1 - un examen des réglementations existantes pourrait être nécessaire s'il apparaît qu'elles freinent l'activité transfrontalière : il faudra déterminer dans quelle mesure les barrières potentielles aux échanges de services de communications commerciales sont acceptables au regard du droit communautaire et vérifier si ces barrières satisfont au critère de proportionnalité. Le Livre vert évoque notamment trois catégories de barrières potentielles déjà identifiées, à savoir : a) les restrictions consistant en une interdiction totale de certains types d'activité de marketing; b) les restrictions qui limitent les activités de marketing sans pour autant les interdire totalement; c) les restrictions applicables à certaines catégories de produits ou à certains types de services spécifiques. 2 - il importe de mettre un frein à l'apparition potentielle de nouvelles barrières au sein du marché intérieur : la Commission préconise l'instauration d'un système d'alerte avancée qui détecterait tout élément nouveau en matière réglementaire, ainsi qu'un renforcement de la coopération entre les instances réglementaires des Etats membres pour prévenir l'apparition de barrières nouvelles. 3 - les actions nationales et communautaires futures doivent être élaborées en conformité avec les principes du marché intérieur et d'autres objectifs communautaires. A partir de ces orientations, la Commission suggère : - le recours à une méthode d'évaluation de la proportionnalité de toute action réglementaire future dans le domaine des communications commerciales, ce qui permettrait de cibler avec précision les initiatives communautaires sur des objectifs spécifiques d'intérêt général; - la création d'un comité (composé des représentants des Etats membres et présidé par la Commission) afin d'améliorer les échanges d'information entre la Commission et les milieux intéressés.