Communications commerciales dans le Marché intérieur . Livre vert

1996/2089(COS) - 15/07/1997 - Texte adopté du Parlement, lecture unique

En adoptant le rapport de Mme Jessica LARIVE (ELDR, NL), le Parlement européen se félicite du Livre vert, mais considère que, si l'on veut atteindre le but visé, les propositions de la Commission européenne doivent être renforcées. Il demande une application effective des règles établies par le traité et le droit dérivé dans le domaine du marché intérieur, de façon à assurer la protection des intérêts généraux. Il demande aussi une application plus efficace du principe du pays d'origine ainsi qu'une définition plus précise des termes de "communications commerciales" et de "prestataires de services". Le Parlement soutient la mise en place d'un "comité d'évaluation de la proportionnalité" dont la Commission devrait définir le statut juridique et la compétence. En ce qui concerne la méthode d'évaluation de la proportionnalité, la Commission devrait se fonder sur: a) la nécessité de combiner l'objectif de l'ouverture du marché avec des normes élevées; b) la nécessité d'un dosage adéquat de législation et d'autodiscipline reflétant les différences culturelles entre les Etats membres. Le Parlement invite le secteur des communications commerciales à assurer la publicité et la transparence de ses procédures d'autodiscipline nationales et européennes et à veiller à ce que le consommateur puisse porter plainte facilement, gratuitement et en pouvant compter sur une réponse rapide et satisfaisante. Les industries concernées devraient inclure dans les codes d'autodiscipline les principes du pays d'origine, de la reconnaissance mutuelle et de proportionnalité et instaurer des normes minimales en matière de protection des consommateurs. Le concept de "code de conduite" pourrait, en outre, être développé au niveau européen dans le respect du principe de subsidiarité. Le Parlement invite également la Commission à: - étudier les obstacles existant dans l'Union, dans les domaines du marketing multi-niveau, de la diversification des marques, du conditionnement et surtout du parrainage; - proposer un cadre réglementaire de lutte contre les méthodes de commercialisation malhonnêtes; - présenter une évaluation des effets des communications commerciales sur les enfants, de leur impact sur la vie privée et des mécanismes de règlement des recours transfrontaliers formés par les consommateurs; - présenter des propositions relatives à la protection des mineurs et de la dignité humaine dans les services audiovisuels et d'information; - faire rapport sur les initiatives susceptibles d'améliorer les procédures d'infraction au traité. Le Conseil est invité à adopter une décision permettant au Tribunal de première instance de connaître des affaires d'infraction. Enfin, le Parlement souligne la nécessité de favoriser le développement d'Internet, du commerce électronique et des nouveaux médias et de rendre les consommateurs confiants dans les nouveaux services, en utilisant dans ces secteurs les instruments juridiques et d'autodiscipline en vigueur dans le domaine des communications commerciales.