Informations de base

1996/2089(COS) COS - Procédure sur un document stratégique (historique)	Procédure terminée
Communications commerciales dans le Marché intérieur . Livre vert **Subject** 3.45.05 Politique de l'entreprise, commerce électronique, service après-vente, distribution 4.60 Protection des consommateurs, généralités	

Acteurs principaux

Parlement européen

Commission au fond	Rapporteur(e)	Date de nomination
ECON Economique, monétaire et politique industrielle	LARIVE Jessica E.S. (ELDR)	09/09/1996

Commission pour avis	Rapporteur(e) pour avis	Date de nomination
JURI Juridique et droits des citoyens	AÑOVEROS TRIAS DE BES Julio (PPE)	23/07/1996
ENVI Environnement, santé publique et protection des consommateurs	LEHNE Klaus-Heiner (PPE)	17/10/1996

Conseil de l'Union européenne

Formation du Conseil	Réunions	Date
Consommateurs	1969	1996-11-25

Evénements clés

Date	Evénement	Référence	Résumé
08/05/1996	Publication du document de base non-législatif	COM(1996)0192	Résumé
19/07/1996	Annonce en plénière de la saisine de la commission		
25/11/1996	Débat au Conseil		
09/06/1997	Vote en commission		Résumé
09/06/1997	Dépôt du rapport de la commission	A4-0219/1997	
14/07/1997	Débat en plénière		

15/07/1997	Fin de la procédure au Parlement		
22/09/1997	Publication de l'acte final au Journal officiel		

Informations techniques	
Référence de la procédure	1996/2089(COS)
Type de procédure	COS - Procédure sur un document stratégique (historique)
Sous-type de procédure	Document stratégique de la Commission
Base juridique	Règlement du Parlement EP 148 Règlement du Parlement EP 050
État de la procédure	Procédure terminée
Dossier de la commission	ECON/4/07867

Portail de documentation

Parlement Européen

Type de document	Commission	Référence	Date	Résumé
Rapport déposé de la commission, lecture unique		A4-0219/1997 JO C 286 22.09.1997, p. 0006	09/06/1997	
Texte adopté du Parlement, lecture unique		T4-0370/1997 JO C 286 22.09.1997, p. 0023-0043	15/07/1997	Résumé

Commission Européenne

Type de document	Référence	Date	Résumé
Document de base non législatif	COM(1996)0192	08/05/1996	Résumé

Autres Institutions et organes

Institution/organe	Type de document	Référence	Date	Résumé
EESC	Comité économique et social: avis, rapport	CES1388/1996 JO C 066 03.03.1997, p. 0011	27/11/1996	Résumé

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.

Communications commerciales dans le Marché intérieur . Livre vert

1996/2089(COS) - 27/11/1996 - Comité économique et social: avis, rapport

Le Comité accueille favorablement la publication du Livre vert sur les communications commerciales. Ce document attire l'attention sur une série de questions complexes et difficiles et contient des propositions constructives visant à améliorer le fonctionnement du marché intérieur. La première proposition, concernant une méthodologie en vue de parvenir à une procédure permettant une évaluation plus uniforme de toutes mesures nationales restrictives affectant les communications commerciales, vise à combiner la jurisprudence établie et celle qui est en train d'être forgée avec une analyse d'impact détaillée mise au point de commun accord pour les cas particuliers. Le Comité estime que l'introduction de ce type de méthodologie serait susceptible de déboucher sur une méthodologie d'évaluation compréhensible et reconnue qui atténuerait l'ambiguïté et/ou l'incertitude qui prévaut en son absence. La seconde proposition vise à créer des moyens d'améliorer les flux d'information et la coordination des actions et politiques entreprises au niveau européen. Elle prévoit la création d'un comité consultatif pour l'ensemble de la Communauté. Celui-ci sera utile en tant que forum pour un échange d'informations concernant les questions relatives aux nouveaux développements dans le domaine des communications commerciales. Le Comité soutient l'action de la Commission consistant à rassembler, au sein de la DG choisie, la responsabilité de donner à la Commission des orientations générales en matière de communications commerciales. Ce changement garantirait que cette question complexe fasse l'objet d'une approche commune et cohérente. Le Comité estime que dans certains Etats membres, le risque existe d'être confronté à des décisions regrettables issues de la procédure touchant à la proportionnalité. Cependant, les mérites du marché intérieur, dont le développement se poursuit, font qu'il est difficile de prétendre que les dispositions légales du Traité constituent une défense inadéquate de l'"intérêt public" national. A l'occasion du débat concernant la portée et le caractère approprié ou non de l'action de la Commission, le Comité envisage la possibilité de tension entre les principes généraux du marché intérieur, tels qu'ils sont déterminés par les dispositions générales du Traité, et l'impact particulier de l'article 129 A paragraphe 3.

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.