



COMMENTAIRES DU BEUC SUR
L'ANALYSE D'IMPACT DE LA
COMMISSION EUROPEENNE
CONCERNANT LA PROPOSITION DE
DROIT COMMUN EUROPEEN DE LA VENTE

Contact: Ursula Pacht – consumercontracts@beuc.eu
Prepared by Ursula Pacht and Agustín Reyna
Ref.: X/2011/118 - 22/11/2011

Commentaires du BEUC sur l'analyse d'impact de la Commission européenne concernant la proposition d'un droit commun européen de la vente

En octobre 2011, la Commission européenne a adopté sa proposition de règlement relatif à un 'droit commun européen de la vente' (mentionné ci-après sous l'appellation DCEV).

L'analyse d'impact de la Commission pour le règlement proposé n'est pas convaincante. Le BEUC estime que la Commission n'a pas fourni suffisamment de preuve montrant la nécessité de cet instrument ni pour poursuivre le développement du marché unique, ni pour apporter les avantages supposés aux consommateurs et aux entreprises.

Les hypothèses de départ de l'analyse d'impact sont douteuses, des problèmes réels de première importance sont omis et l'argument de la croissance économique n'a pas été démontré. Par ailleurs, les principaux acteurs qui, selon la Commission, devraient bénéficier de la proposition - à savoir les consommateurs et les petites et moyennes entreprises représentées au niveau européen par le BEUC et l'UEAPME – s'opposent tous les deux à la proposition.

Compte tenu du fait que les questions fondamentales concernant le choix politique de la Commission restent sans réponse, le BEUC demande instamment aux législateurs de l'UE qu'ils étudient, en collaboration avec les parlements nationaux, les objections que nous soulevons ci-dessous, qu'ils demandent à la Commission de répondre à ces questions et qu'ils révisent les fondements de la proposition.

Nous regrettons que plusieurs décideurs, y compris des députés européens, souhaitent interrompre les débats sur la nécessité de cet instrument. Ils demandent d'agir rapidement, cette démarche n'est pas la bonne.

Considérant que les questions fondamentales reprises ci-dessous restent sans réponse, le BEUC demande instamment aux législateurs de l'UE de ne pas se précipiter dans une décision ni de limiter le débat au contenu du règlement proposé, mais de réfléchir à ce qui suit :

1) La Commission prétend que les entreprises qui réalisent des ventes dans d'autres pays doivent dépenser de grosses sommes d'argent (environ € 10.000) en conseils juridiques afin de s'adapter aux lois nationales de chaque pays de l'UE.

Les professionnels dépensent-ils réellement cet argent ? L'Eurobaromètre indique clairement que ce n'est pas le cas.

1.1. L'hypothèse ne tient pas la route.

L'hypothèse de départ du règlement proposé est que les opérateurs dépensent des sommes considérables, notamment de l'ordre de € 10.000 en conseils juridiques pour s'adapter aux lois de protection des consommateurs¹ de chaque Etat membre de l'UE, mais les éléments de preuve que la Commission avance ne sont pas clairs du tout. En effet, le Flash Eurobaromètre 321 qui accompagne la proposition indique le contraire :

¹ Analyse d'impact de la Commission européenne, page 12.

45% des entreprises qui ont répondu (les personnes impliquées dans des ventes transfrontières) ont déclaré que le droit des contrats n'avait aucune incidence sur leur décision de vendre à travers les frontières. De toute évidence, ces entreprises n'ont pas dépensé 10.000 € par Etat.

37% ont déclaré que le droit des contrats avait un impact, minime, mais pas significatif sur leur choix. Par conséquent, 82% des entreprises reconnaissent que le droit des contrats n'a pas d'impact majeur sur leur décision de vendre dans les autres Etats Membres².

Aussi, il semble peu vraisemblable que ces 82% aient dépensé € 10.000 par pays pour obtenir des conseils juridiques.

Pourquoi un professionnel dépenserait-il des dizaines de milliers d'euros pour obtenir des avis juridiques sur les différences entre les droits des contrats ? En quoi est-ce nécessaire ? Si les commerçants souhaitent réellement connaître en détail le droit des contrats étranger, ils peuvent y parvenir de façon beaucoup moins onéreuse, via une association professionnelle, ou éventuellement la Commission.

1.3. Le véritable prix à payer par les entreprises en raison des différentes lois de protection des consommateurs n'a pas été évalué

Dans l'analyse d'impact, la Commission n'a pas tenu compte de l'évidence : les opérateurs n'ont pas été interrogés sur les sommes qu'ils ont réellement dépensées en conseils juridiques pour les questions relatives au droit des contrats. En revanche, on leur a demandé d'estimer combien ils économiseraient en "frais de transaction" (par exemple, frais juridiques, recherche et traduction de la loi étrangère) si un instrument optionnel était disponible.

Plus de la moitié des commerçants qui effectuent des transactions d'entreprise à consommateurs (B2C) ont répondu qu'ils ignoraient l'importance de ces coûts, et il semblerait que les autres entreprises l'aient deviné.

C'est pourquoi nous demandons aux législateurs de fournir plus de preuves sur la base des éléments manquants indiqués ci-dessus et en particulier d'interroger les commerçants sur leurs frais réels.

1.3. Y a-t-il une obligation légale pour les entreprises de s'adapter aux lois relatives à la protection des consommateurs des 26 autres États membres ?

D'après la législation européenne de droit international privé relative aux obligations contractuelles (Rome I³), les entreprises peuvent déjà valablement choisir la loi qu'elles souhaitent utiliser pour un contrat transfrontalier avec un consommateur. Dans la pratique, le choix s'avère le plus souvent favorable à leur propre pays de résidence. **A priori, il n'y a aucune obligation légale pour les entreprises d'adapter leurs conditions contractuelles à la législation du pays de résidence habituelle du consommateur.** Il semble que c'est uniquement en cas de litige et dans l'hypothèse où les règles impératives du pays de résidence habituelle du

² Flash Eurobaromètre 321, droit européen des contrats, transactions avec les consommateurs, p 20.

³ Règlement (CE) n° 593/2008 du 17 juin 2008 sur le droit applicable aux obligations contractuelles (Rome I).

consommateur semblent mieux le protéger que la loi initiale du contrat, qu'une entreprise serait confrontée à un droit de protection des consommateurs étranger.

Par conséquent, un commerçant qui réalise des ventes à travers l'UE n'est pas tenu d'adapter de manière anticipée les conditions contractuelles aux législations relatives à la protection des consommateurs des autres États membres. Cela ne signifie pas que le BEUC cautionne la situation actuelle, mais cela montre que la Commission ne présente qu'une facette de celle-ci.

Le BEUC a demandé⁴ à plusieurs reprises à la Commission de justifier sa position et de s'expliquer sur sa présentation des conséquences de l'article 6 du règlement Rome, mais nous n'avons pas reçu de réponse.

2) Quel est le lien entre les soi-disant "coûts d'opportunité" et la croissance économique ? Quels sont les facteurs susceptibles de justifier que le potentiel de nouvelles ventes transfrontalières, pour des montants de 26 à 180 milliards d'euros par an, viendrait s'ajouter aux ventes existantes au lieu de simplement les remplacer ?

La Commission déclare qu'actuellement le commerce "perdu" coûte à l'économie européenne entre 26 et 180 milliards d'euros chaque année (ce qu'on appelle les "coûts d'opportunité")⁵. Ce montant est une estimation du supplément de ventes transfrontalières qui seraient réalisées par les entreprises sous un régime de droit commun européen de la vente.

Mais quel est le lien entre ces coûts d'opportunité et la croissance économique ? Quelles sont les raisons de croire que ce nouveau potentiel commercial viendrait s'ajouter aux ventes existantes, au lieu de simplement *remplacer* les ventes actuelles ?

3) Dans quelle mesure les différences entre les législations nationales de protection des consommateurs sont-elles importantes dans les domaines qui affectent les contrats de vente à distance ?

La récente directive concernant les droits des consommateurs⁶ harmonise entièrement des éléments clés de la vente à distance, y compris les contrats en ligne (par exemple, l'information précontractuelle, les formalités contractuelles, le droit de rétractation, les délais de livraison, le transfert des risques). Cette directive sera mise en œuvre d'ici à l'automne 2013. Après sa transposition en droit national, les différences entre les législations des contrats de consommation dans les États Membres se limiteront principalement à deux domaines, qui ont déjà été harmonisés au niveau minimal : les garanties légales⁷ et les clauses contractuelles abusives⁸.

La plupart des questions qui seraient potentiellement couvertes par le DCEV, mais qui

⁴ Lettre adressée à Mme Paraskevi Michou, Directrice de la DG Justice, le 30 mars 2011 (Ref. : X/2011/080 – 06/07/2011).

⁵ Analyse d'impact de la Commission, Annexe V, page 2.

⁶ Directive 2011/83/UE

⁷ Directive 1999/44/CE du 25 mai 1999 sur certains aspects de la vente et des garanties des biens de consommation.

⁸ Directive 93/13/CE du 5 avril 1993 sur les clauses contractuelles abusives dans les contrats conclus avec les consommateurs.

sortent du champ d'application de *l'acquis* de la législation relative à la protection des consommateurs ne sont pas particulièrement pertinentes pour la pratique quotidienne du droit civil des contrats de consommation, comme l'interprétation des contrats de consommation et les dommages intérêts pour non-exécution.

Il s'agit d'un aspect fondamental qui n'a pas été correctement pris en compte dans l'analyse d'impact.

La Commission devrait réellement évaluer la nécessité d'un droit commun européen de la vente pour les contrats d'entreprise à consommateurs, à la lumière de la nouvelle directive sur les droits des consommateurs.

4) Quelles sont les véritables raisons pour lesquelles les entreprises refusent de vendre à des consommateurs résidants dans d'autres Etats Membres ?

La Commission européenne déclare que les différences de législations contractuelles sont un obstacle important aux échanges transfrontaliers et que, par conséquent, elles privent les consommateurs des avantages du commerce électronique :

*« Le commerce électronique facilite la recherche d'offres ainsi que la comparaison des prix et d'autres conditions, quel que soit le lieu où le professionnel est établi. Or, lorsque les consommateurs tentent de passer commande auprès d'un professionnel établi dans un autre État membre, ils sont souvent confrontés à la pratique commerciale du refus de vente, qui s'explique souvent par les différences existant en droit des contrats ».*⁹

Le BEUC considère que cette hypothèse est en contradiction avec les propres conclusions de la Commission. Le dernier Flash Eurobaromètre 321 qui accompagne la proposition de la Commission montre que **près de 90% des professionnels n'ont jamais refusé de vendre à des consommateurs étrangers en raison des différences entre les règles de droit des contrats de consommation des autres pays européens**¹⁰. En outre, la même étude révèle que les différences liées au droit des contrats ne constituent pas un obstacle pour 80% des opérateurs de réaliser des ventes dans d'autres pays européens¹¹.

Par ailleurs, il est important d'établir une distinction claire entre les échanges transfrontières B2B (business to business) et B2C (business to consumer): dans les relations contractuelles avec les consommateurs, les entreprises bénéficient déjà d'un large *acquis* du droit matériel harmonisé de la consommation et des règles de conflit de lois.

Au lieu d'introduire une législation aussi complexe qu'un DCEV, on pourrait considérablement progresser en organisant des campagnes de sensibilisation pour les entreprises. En particulier pour les PME, afin de les informer notamment sur les conséquences réelles des dispositions existantes dans la législation applicable aux situations transfrontières, sur le moyen judicieux d'introduire le choix de la clause de droit aux contrats transfrontières, les contrats d'entreprises aux consommateurs et la dimension de risque restant dans ce contexte (par exemple, le risque d'être poursuivi

⁹ COM (2011) 365 final, 11 octobre 2011, Exposé des motifs, p.4

¹⁰ Flash Eurobaromètre 321, droit européen des contrats, transactions avec les consommateurs, octobre 2011; pages 29 et 83

¹¹ Idem, pages 29 et 82

en justice par les consommateurs dans un pays étranger et l'application éventuelle de meilleures normes de protection des consommateurs).

5) Les PME ont-elles besoin d'un droit commun européen de la vente pour étendre leurs activités dans d'autres États membres ?

Dans sa proposition, la Commission européenne déclare que *“les divergences entre droits des contrats, ajoutées aux coûts de transaction supplémentaires et à la complexité accrue qu’elles génèrent à l’occasion de transactions transfrontières, découragent un grand nombre de professionnels, notamment les PME, de conquérir les marchés d’autres États membres. Elles ont également pour effet de restreindre la concurrence sur le marché intérieur.”*

Comme l'a souligné une seconde¹² lettre conjointe du BEUC et de l'EUROPMI (l'Union européenne de l'artisanat et des petites et moyennes entreprises) envoyée aux représentants permanents des États membres en octobre 2011, **un instrument optionnel n'apportera pas de valeur ajoutée aux consommateurs ou aux PME dans le marché intérieur et n'encouragera ni les entreprises ni les consommateurs à profiter du marché intérieur, mais entraînera plutôt une confusion et des complications supplémentaires pour tous les acteurs du marché**¹³.

Les principaux problèmes auxquels les PME sont confrontées quand elles réalisent des ventes transfrontières ne sont pas liés aux divergences entre les droits des contrats, mais à d'autres obstacles réels et importants, tels que les barrières administratives pour accéder aux marchés nationaux, les différences de régimes fiscaux, les problèmes de langue ou les préférences des consommateurs pour les commerces locaux.

Cette constatation est corroborée par les résultats d'un Flash Eurobaromètre récent (n° 300), dans lequel **près de 80% des commerçants ont déclaré que l'harmonisation du droit de la consommation dans l'UE ferait "peu ou aucune différence pour leurs échanges transfrontières"**¹⁴.

Selon l'analyse d'impact, seulement 7% des sociétés ont considéré *“la nécessité de s'adapter et de se conformer aux règles différentes de protection des consommateurs en vigueur dans le droit des contrats étranger”* comme un élément important pour leur décision de vendre à des consommateurs d'autres pays européens¹⁵.

¹² La première lettre commune exprimant nos objections communes avec les Notaires européens (Conseil des Notariats de l'Union européenne) à l'égard de cette initiative a été envoyée le 1er juin 2011 au Parlement européen en vue du vote en plénière du rapport d'initiative de la commission des affaires juridiques (rapporteur Mme Wallis, ADLE, R.-U.) sur un droit européen des contrats pour les consommateurs et les entreprises. Les trois organisations ont déclaré qu'un instrument optionnel pour les contrats de consommateurs n'apporterait pas de valeur ajoutée – ni aux consommateurs ni aux PME, mais aurait un effet négatif sur l'essor du marché intérieur et la confiance des consommateurs et des PME pour se lancer dans des transactions transfrontières”. (*An 'optional instrument' is not what consumers and SMEs need* avec l'EUROPMI et le Conseil des Notariats de l'Union européenne, (Ref. : X/2011/086 – 15/07/11), disponible sur <http://www.beuc.eu> en anglais uniquement)

¹³ *Droit commun européen de la vente* – Réunion du Conseil Justice et Affaires intérieures, 28 octobre 2011, lettre commune avec l'EUROPMI envoyée aux représentations permanentes des États membres le 25 octobre 2011, disponible sur www.beuc.eu.

¹⁴ Flash Eurobaromètre n° 300, “Retailers' attitudes towards cross-border trade and consumer protection”, page 124.

¹⁵ Document de travail de la Commission, analyse d'impact accompagnant la proposition, p. 13, note 55 faisant référence au Flash Eurobaromètre n° 331, droit européen des contrats, transactions avec les consommateurs, octobre 2011, page 62

Si certaines PME ont l'impression que les divergences entre les dispositions contractuelles nationales les empêchent d'offrir leurs produits à des consommateurs situés dans d'autres États membres, c'est souvent parce qu'elles ne sont pas suffisamment informées sur le contexte législatif applicable aux contrats transfrontaliers B2C.

Les informations existantes montrent que les entreprises ont besoin d'être formées non seulement sur le cadre juridique applicable aux contrats transfrontières B2C, mais aussi sensibilisées aux obligations légales envers les consommateurs dans leur propre pays: 82% des opérateurs ont estimé qu'ils connaissaient bien les obligations légales découlant de la législation de protection des consommateurs en vigueur dans leur pays, mais seulement 26% connaissaient la période exacte pendant laquelle les consommateurs ont le droit de renvoyer un produit défectueux, et parmi ceux qui utilisent la vente à distance, 27% pouvaient correctement énoncer la durée du délai de réflexion pour la vente à distance dans leur pays¹⁶.

Cette ignorance ne sera pas résolue par le DCEV. Au contraire, en ajoutant une nouvelle législation complexe, les PME devront investir davantage de ressources pour en savoir plus sur leurs obligations au titre du régime optionnel proposé, alors qu'elles méconnaissent la législation de protection des consommateurs de leur propre pays.

Enfin, lorsque les entreprises ont été interrogées sur la probabilité qu'elles utilisent le droit commun européen de la vente¹⁷, il n'a pas été indiqué que pour de nombreuses matières, elles devront encore se référer aux législations nationales (voir par exemple, le considérant 27 de la proposition, qui répertorie les matières en dehors du champ d'application du DCEV, et pour lesquelles les lois nationales sont par conséquent d'application). Cette omission a un impact fondamental sur les réponses, parce que les entreprises auraient pu croire qu'elles peuvent compter sur un ensemble unique de règles, alors que ce n'est pas le cas d'après la proposition de la Commission. Par ailleurs, la proposition rendrait la situation encore plus complexe que sous le règlement Rome I, parce que si les entreprises décident d'appliquer le DCEV, elles devront tenir compte non seulement de ces règles, mais aussi des lois nationales pour les matières non couvertes par l'instrument européen, alors qu'au titre de l'article 6 (2) de Rome I, les entreprises peuvent s'appuyer sur un système juridique en choisissant la loi.

6) Les consommateurs n'achètent-ils pas à l'étranger parce qu'ils s'interrogent sur leurs droits ?

La Commission européenne prétend que *“les différences entre législations nationales amènent souvent les consommateurs à s'interroger sur les droits qui sont les leurs dans les situations transfrontières. Par exemple, l'une de leurs principales préoccupations est de connaître les voies de recours dont ils disposent lorsqu'un produit acheté dans un autre État membre n'est pas en conformité avec le contrat. Nombre de consommateurs sont, par conséquent, dissuadés d'acheter des produits et des services hors de leur marché national”*.

¹⁶ Flash Eurobaromètre n° 300, “Retailers' attitudes towards cross-border trade and consumer protection”, page 32-38

¹⁷ Par exemple, à la question 5 : “Si vous étiez en mesure de choisir, pour TOUTES vos transactions transfrontières avec des consommateurs d'autres pays de l'Union européenne, un seul et unique droit européen des contrats, dans quelle mesure serait-il probable que vous l'utilisiez ?

Cependant, du point de vue des consommateurs, les données existantes montrent que **les principaux problèmes qui les dissuadent d'acheter à l'étranger ne sont pas les obstacles liés au droit des contrats, mais le manque de recours efficaces : la principale question du consommateur est : "Que faire et vers qui se tourner en cas de problème" ?**". Cette réalité est confirmée par les données du dernier tableau de bord de la consommation de la Commission : l'année dernière, 62 % des consommateurs n'ont pas acheté en ligne à l'étranger parce qu'ils craignaient la fraude, ils ne savaient pas quoi faire en cas de problème (59%) ou s'inquiétaient au sujet de la livraison (49%)¹⁸.

En outre, une des principales raisons qui expliquent pourquoi les consommateurs n'achètent pas de marchandises en provenance d'autres pays, à part les obstacles mentionnés ci-dessus, est qu'ils ne voient pas la nécessité d'acheter des produits dans d'autres pays alors qu'ils peuvent trouver ce dont ils ont besoin localement.¹⁹

La Commission européenne souligne que 44 % des Européens déclarent ne pas acheter à l'étranger car ils ne connaissent pas précisément les droits qui sont les leurs.²⁰ Les éléments de cette conclusion (citée dans le memo de la Commission du 11 octobre), publiés dans l'Eurobaromètre 299a seulement le 22 novembre 2011, ne montrent pas le type de droits auxquels les consommateurs faisaient référence. D'après notre expérience, les consommateurs s'inquiètent davantage de leur droit d'obtenir réparation que des règles de fond.

En ce qui concerne les objections du BEUC quant à la validité de l'étude d'impact, les résultats de l'Eurobaromètre 299a sont un élément important : par rapport à la question de savoir si les consommateurs seraient plus disposés à acheter s'il y avait des règles européennes uniformes, le sondage indique que soit des règles européennes uniformes seraient d'application, soit la loi du vendeur.²¹

Toutefois, dans le questionnaire aux entreprises utilisé pour l'analyse d'impact de la Commission, l'hypothèse est que les commerçants doivent adapter leurs conditions contractuelles à la législation du consommateur²² (voir également ci-dessus point 1.3), alors que dans le questionnaire adressé aux consommateurs, ces derniers ont été invités à répondre sur la base de l'hypothèse que la législation du commerçant s'appliquerait à leurs transactions transfrontières.²³

Les preuves de la Commission se fondent par conséquent, sur des réponses des entreprises et des consommateurs induites par des hypothèses contradictoires.

¹⁸ Tableau de bord de la consommation, 5^e Edition.

¹⁹ Études qualitatives d'Eurobaromètre, "Les obstacles au marché intérieur du point de vue des citoyens", septembre 2011, page 37.

²⁰ MEMO/11/680 "Droit commun européen de la vente à caractère facultatif: foire aux questions"

²¹ Il convient de noter que même dans cette hypothèse douteuse, 31 % seulement des consommateurs ont déclaré qu'ils seraient plus disposés à acheter s'il y avait des règles européennes uniformes et 29 % ont déclaré qu'ils seraient encore moins disposés à acheter (Eurobaromètre 299a, question 7, page 12)

²² Par exemple, Q2 : Quel impact les obstacles potentiels suivants ont-ils sur votre décision de réaliser des ventes avec des consommateurs d'autres pays de l'UE ? (...) la nécessité de s'adapter et de se conformer aux différentes règles de protection des consommateurs dans les lois contractuelles étrangères. (Flash Eurobaromètre 299)

²³ Par exemple Q7. Actuellement, quand vous achetez un bien ou un service auprès d'un vendeur/prestataire à l'étranger, votre transaction risque d'être régie par le droit du vendeur/prestataire. Si dans le cas de telles transactions, des règles européennes uniformes étaient applicables, quel que soit le lieu où est établi le vendeur/prestataire, seriez-vous plus disposé, également disposé ou moins disposé à effectuer des achats transfrontières ? (Flash Eurobaromètre 299a).

7) Le règlement proposé offre-t-il un niveau élevé de protection des consommateurs, mettra-t-il les consommateurs en confiance pour acheter des produits dans d'autres pays de l'UE ?

La Commission souligne que la proposition présente un très haut niveau de protection des consommateurs qui diminuera peu, voire pas du tout, par rapport aux normes nationales existantes.

Ce point doit être clarifié. En fait, un grand pourcentage des règles proposées pour les contrats de consommation proviennent de *l'acquis* de la législation de protection des consommateurs, et en particulier de la directive concernant les droits des consommateurs qui vient d'être adoptée et qui harmonise totalement les principaux éléments des transactions en ligne des consommateurs.

Par conséquent, les consommateurs n'ont pas besoin d'un DCEV pour être mieux protégés dans les domaines déjà couverts par la directive concernant les droits des consommateurs. Une fois que les dispositions de cette directive auront été transposées dans les législations nationales au cours des deux prochaines années, ces règles s'appliqueront dans toute l'Europe et en ce qui concerne les ventes en ligne aux consommateurs, les entreprises bénéficieront d'un niveau très élevé d'harmonisation dans presque tous les domaines importants.

Le seul niveau de protection vraiment élevé dans le texte proposé est le libre choix des voies de recours en cas de non conformité d'un produit et la longue période de la garantie légale. Cependant, c'est un domaine qui est déjà harmonisé par une règle minimale, à savoir par la directive sur certains aspects de la vente et des garanties des biens de consommation de 1999.

8) Les consommateurs bénéficieront-ils d'un choix élargi et de prix plus compétitifs ?

La Commission affirme qu'un nombre réduit de ventes transfrontières entraîne la diminution des importations et de la concurrence entre les opérateurs, ce qui peut déboucher sur une limitation du choix des produits et sur une augmentation des prix du marché.

Cependant, comme déjà expliqué ci-dessus, le faible niveau des transactions transfrontières n'est pas une conséquence des différences entre les législations nationales des contrats. A l'inverse,, d'autres obstacles réels et importants tels que les difficultés pour les petites entreprises d'accéder aux marchés nationaux en raison de barrières administratives et des différences des régimes fiscaux, des obstacles culturels comme la langue et la culture numérique, de faibles niveaux de pénétration du haut débit, de la discrimination territoriale des lois de propriété intellectuelle, des difficultés des consommateurs d'accéder aux recours, de l'absence d'accès ou d'un accès difficile à des moyens de paiement électronique sont un frein au développement du commerce transfrontalier.

Par conséquent, il est malaisé de savoir dans quelle mesure le DCEV pourrait réellement inciter les entreprises à proposer leurs produits dans d'autres États membres et ainsi offrir plus de choix aux consommateurs à travers l'Europe si tous ces obstacles continuent à freiner le commerce électronique transfrontalier.