Conseil de
l'Union européenne

Bruxelles, le 12 novembre 2026
(OR. en)

15798/26
ADD 5

Dossier interinstitutionnel:
2026/0356 (COD)

CONSOM 325
COMPET 1357
MI 1183
DIGIT 301
JEUN 253
AUDIO 135
TELECOM 552
DATAPROTECT 366
JUSTCIV 137
ECOFIN 1461
CODEC 2155
IA 305

PROPOSITION

Origine:	Pour la secrétaire générale de la Commission européenne, Madame Martine DEPREZ, directrice
Date de réception:	12 novembre 2026
Destinataire:	Madame Thérèse BLANCHET, secrétaire générale du Conseil de l'Union européenne
N° doc. Cion:	SWD(2026) 1102 final
Objet:	DOCUMENT DE TRAVAIL DES SERVICES DE LA COMMISSION RÉSUMÉ DU RAPPORT D'ANALYSE D'IMPACT accompagnant le document: Proposition de RÈGLEMENT DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL relatif à la promotion des pratiques commerciales loyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché unique hors ligne et numérique, abrogeant la directive 2005/29/CE (règlement sur la loyauté numérique) et Proposition de DIRECTIVE DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL modifiant la directive 2011/83/UE du Parlement européen et du Conseil en ce qui concerne la simplification des règles de l'Union en matière de protection des consommateurs

Les délégations trouveront ci-joint le document SWD(2026) 1102 final.

p.j.: SWD(2026) 1102 final

COMMISSION
EUROPÉENNE

Bruxelles, le 11.11.2026
SWD(2026) 1102 final

DOCUMENT DE TRAVAIL DES SERVICES DE LA COMMISSION

RÉSUMÉ DU RAPPORT D'ANALYSE D'IMPACT

accompagnant le document:

Proposition de RÈGLEMENT DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL relatif à la promotion des pratiques commerciales loyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché unique hors ligne et numérique, abrogeant la directive 2005/29/CE (règlement sur la loyauté numérique)

et

Proposition de DIRECTIVE DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL modifiant la directive 2011/83/UE du Parlement européen et du Conseil en ce qui concerne la simplification des règles de l'Union en matière de protection des consommateurs

{COM(2026) 1100 final} - {SEC(2026) 1100 final} - {SWD(2026) 1100 final} - {SWD(2026) 1101 final}

Résumé de l'analyse d'impact

Rapport d'analyse d'impact sur l'initiative relative au règlement sur la loyauté numérique[1]

A. Nécessité d'une action

Quel est le problème et pourquoi se situe-t-il au niveau de l'Union?

Dans l'environnement numérique, les pratiques commerciales déloyales touchent les consommateurs à grande échelle, en raison de l'asymétrie d'information entre les professionnels et les consommateurs et de l'exploitation commerciale des biais comportementaux. Les lacunes du cadre réglementaire actuel, liées à des règles peu claires, à des vides juridiques et à des approches juridiques divergentes, limitent son efficacité face à la rapidité avec laquelle ces pratiques se développent. En conséquence, le **processus décisionnel des consommateurs est faussé**, ce qui les conduit à prendre des décisions contraires à leurs intérêts. De leur côté, les **entreprises** opèrent dans un **environnement réglementaire inadapté et sont confrontées à une concurrence déloyale**.

Les problèmes recensés se traduisent par six grands types de pratiques problématiques: les **interfaces truquées** (éléments de conception d'interfaces numériques susceptibles d'influencer les consommateurs pour qu'ils prennent des décisions qu'ils n'auraient peut-être pas prises autrement), les **fonctionnalités visant à maximiser les dépenses et l'attention** (fonctionnalités conçues pour inciter les consommateurs à consacrer davantage de temps et d'argent), la **personnalisation déloyale** (publicité ou tarification personnalisées ciblant des groupes vulnérables ou exploitant des situations de vulnérabilité des consommateurs), le **marketing d'influence problématique** (manque de clarté dans la divulgation du contenu commercial et promotion de produits nocifs), les **pratiques tarifaires déloyales** et les **problèmes liés aux contrats numériques**.

Ces défis sont intrinsèquement transfrontières et systémiques, et découlent des marchés numériques qui opèrent à l'échelle de l'UE. Ils entraînent un **préjudice** financier considérable **pour les consommateurs**, estimé à au moins 10,3 milliards d'EUR en 2026 et pouvant atteindre 16,7 milliards d'EUR en 2035, ainsi qu'une perte de temps importante. Ils ont également des répercussions, tant directes qu'indirectes, sur la santé mentale et physique des consommateurs ainsi que sur leur bien-être, les consommateurs vulnérables, en particulier les mineurs, étant particulièrement exposés à ces risques. Enfin, ils se traduisent par des **opportunités commerciales manquées** en raison d'une concurrence déloyale et d'une perte de confiance des consommateurs.

Quels sont les objectifs à atteindre?

Les **objectifs généraux** de cette initiative sont d'assurer un niveau élevé de protection des consommateurs, y compris les mineurs et les autres consommateurs vulnérables, dans l'environnement numérique, tout en veillant à ce que les consommateurs et les entreprises puissent tirer pleinement parti d'un meilleur fonctionnement du marché intérieur. Plus **précisément**, l'objectif de cette initiative est de réduire les préjudices subis par les consommateurs, y compris les mineurs et les autres groupes vulnérables, du fait de pratiques numériques problématiques, d'améliorer le respect par les professionnels des règles de protection des consommateurs sur les marchés numériques, et de mettre en place un ensemble de règles plus harmonisées pour les consommateurs et les entreprises afin de faciliter les transactions transfrontières.

Quelle est la valeur ajoutée de l'action au niveau de l'UE (subsidiarité)?

La protection des consommateurs relève des compétences partagées entre les États membres et l'UE. **Une action menée uniquement au niveau des États membres ne permet pas de résoudre ces problèmes de manière adéquate.** La quasi-totalité des citoyens de l'UE et la majorité des entreprises de l'Union sont

[1] SWD(2026) 1101.

touchés par les problèmes recensés, qui trouvent en grande partie leur origine dans les pratiques d'entreprises exerçant leurs activités au-delà des frontières nationales. Dans les domaines entièrement harmonisés par la directive sur les pratiques commerciales déloyales, les États membres ne peuvent pas agir unilatéralement pour lever l'insécurité juridique au niveau de l'UE, ce qui accroît le risque d'interprétations divergentes. Lorsque les États membres agissent pour résoudre des problèmes qui ne sont pas encore totalement harmonisés au niveau de l'UE, ils ont également tendance à adopter des approches divergentes, ce qui crée des obstacles aux activités commerciales transfrontières des entreprises et fragmente le marché intérieur.

Il existe un consensus sur la valeur ajoutée de l'UE que représentent les règles harmonisées dans le domaine numérique pour les professionnels et les consommateurs de toute l'UE. Le corpus réglementaire numérique de l'UE a déjà renforcé la protection des consommateurs sur certains aspects spécifiques ou vis-à-vis de certains types de professionnels, mais il doit être complété par un renforcement de la protection horizontale des consommateurs, qui fait office de filet de sécurité. Des règles de l'UE pleinement harmonisées contribueront également à une application plus efficace de la législation. Conjuguée au réexamen parallèle du règlement sur la coopération en matière de protection des consommateurs, cette mesure réduirait la possibilité pour les professionnels non conformes, y compris ceux issus de pays tiers, de se livrer à une concurrence déloyale.

B. Les solutions

Quelles sont les différentes options pour atteindre les objectifs? Y a-t-il une option privilégiée? Si tel n'est pas le cas, pourquoi?

Dans l'analyse d'impact, on retrouve **six séries distinctes d'options stratégiques**, conçues pour répondre à chacun des six types de pratiques problématiques recensées. Pour chaque pratique problématique, les mesures analysées ont été regroupées en trois ou quatre options stratégiques, chacune mettant l'accent sur un aspect spécifique et présentant un niveau de prescriptivité croissant. Une initiative législative est prévue dans l'**agenda du consommateur 2030** et dans le **programme de travail de la Commission pour 2026**; elle figurait parmi les initiatives annoncées lors du **discours sur l'état de l'Union de 2026**.

L'**option globalement privilégiée consiste en** un ensemble des options retenues, sélectionnées en fonction de leur efficacité, de leur efficience et de leur cohérence pour remédier à chaque type de pratique problématique, auxquelles s'ajoutent les mesures horizontales et de simplification qui ont fait l'objet d'une évaluation indépendante et ont été retenues.

1. **En ce qui concerne les interfaces truquées**, une interdiction générale dans les relations B2C, en tant que pratiques commerciales déloyales, serait mise en place, accompagnée d'une liste actualisée d'interfaces truquées interdites en toutes circonstances. Une disposition de la directive relative aux droits des consommateurs faisant double emploi serait supprimée.
2. **En ce qui concerne les fonctionnalités visant à maximiser les dépenses et l'attention**, les consommateurs disposeraient d'un contrôle accru, avec des protections renforcées pour les mineurs. Une définition plus claire du terme «décision commerciale» serait fournie afin de prendre en compte les actions entraînant une utilisation prolongée d'un produit ou d'un service. Des exigences de transparence seraient introduites pour garantir que les consommateurs soient informés de la valeur réelle des achats intégrés lorsqu'ils utilisent des monnaies virtuelles. Les consommateurs seraient informés des probabilités de gain lors de l'achat d'objets virtuels assortis de récompenses aléatoires (boîtes à butin) et pourraient désactiver ces fonctionnalités. Certaines fonctionnalités visant à maximiser les dépenses seraient interdites aux mineurs, les autres étant désactivées par défaut. L'autorégulation dans le domaine des jeux vidéo serait encouragée, et les jeux vidéo devraient afficher une classification adaptée à l'âge. Tous les consommateurs pourraient désactiver les fonctionnalités visant à maximiser l'attention. Pour les mineurs, ces fonctionnalités seraient désactivées par défaut et certaines seraient interdites.

3. **En ce qui concerne la personnalisation déloyale**, la publicité personnalisée serait interdite lorsqu'elle cible des mineurs, lorsqu'elle repose sur des catégories particulières de données à caractère personnel telles que définies par le RGPD, ou lorsqu'elle repose sur des informations relatives aux vulnérabilités des consommateurs. La tarification personnalisée serait interdite à l'égard des mineurs ou lorsqu'elle repose sur les vulnérabilités des consommateurs, si cela conduit à des résultats moins favorables.
4. **En ce qui concerne le marketing d'influence**, une définition de cette pratique en tant que pratique commerciale serait introduite, accompagnée de précisions sur l'obligation de signaler de manière visible les contenus commerciaux. Les influenceurs qui ne vendent pas directement aux consommateurs seraient dispensés de l'obligation de divulguer leur adresse géographique, ce qui simplifierait le cadre réglementaire applicable. Les autres acteurs de la chaîne du marketing d'influence (par exemple, les marques et les agences de publicité) devraient veiller à ce que le marketing d'influence soit conforme au droit de l'Union. Le marketing d'influence visant à promouvoir certains produits préjudiciables auprès des mineurs, tels que les produits financiers à haut risque, les paris sportifs ou les jeux d'argent, serait interdit.
5. **En ce qui concerne les pratiques commerciales déloyales liées aux prix**, la transparence pour les consommateurs serait renforcée, en exigeant que l'évolution en temps réel du prix et le prix maximal soient affichés lorsque les consommateurs attendent dans une file d'attente virtuelle pour pouvoir acheter. La «tarification au compte-goutte» et certaines techniques trompeuses spécifiques utilisées dans les comparaisons de prix seraient interdites. Dans un contexte de tarification dynamique, les commerçants seraient tenus d'indiquer aux consommateurs le nombre d'articles disponibles au prix annoncé.
6. **En ce qui concerne les problèmes liés aux contrats numériques**, afin de remédier à certains des «pièges à l'abonnement» les plus courants, les consommateurs recevraient un rappel avant le début de la période contractuelle payante à l'issue d'une période d'essai gratuite et devraient accepter activement le contrat payant. Les consommateurs recevraient également un rappel avant le renouvellement automatique d'un abonnement payant et pourraient résilier à tout moment un abonnement prolongé automatiquement, moyennant un préavis court. Les professionnels seraient tenus de mettre à disposition un mécanisme de résiliation simple. Afin de faciliter l'adoption de solutions de conclusion automatisée de contrats qui protègent les droits des consommateurs, ces derniers pourraient définir les paramètres des systèmes automatisés utilisés dans le cadre de la conclusion des contrats. Les obligations d'information imposées aux professionnels seraient allégées pour les contrats entièrement automatisés, tant du côté du professionnel que du consommateur. Les consommateurs auraient le droit d'être mis en relation avec un interlocuteur humain au sein du service client.
7. **En ce qui concerne les mesures horizontales**, les définitions des termes de «consommateur moyen» et de «consommateur vulnérable» seraient actualisées afin de tenir compte des spécificités de l'environnement numérique. La charge de la preuve serait allégée dans les cas présentant une complexité technique. Une obligation générale de loyauté dès la conception serait introduite, sans être liée à des exigences spécifiques en matière de tests, de documentation et/ou de rapports.
8. **En ce qui concerne les mesures de simplification**, un certain nombre d'obligations actuelles prévues par la législation en matière de protection des consommateurs seraient allégées afin de faciliter leur respect par les professionnels, tout en continuant à garantir une protection efficace des consommateurs. Les professionnels ne seraient plus tenus de fournir des informations précontractuelles obligatoires concernant le droit de rétractation lorsque le consommateur accepte explicitement de bénéficier d'un accès immédiat à un contenu numérique en ligne. Pour les abonnements à des médias numériques, le droit de rétractation actuel de 14 jours serait remplacé par un droit de résiliation du contrat au cours du premier mois, sous réserve du paiement intégral des frais d'abonnement pour ce mois, ce qui simplifierait le traitement des demandes. Les obligations d'information seraient allégées pour les achats répétés effectués au sein d'une application.

La plupart des mesures prévues dans l'option privilégiée viseraient à actualiser les instruments existants en

ce qui concerne la législation en matière de protection des consommateurs. Premièrement, les pratiques commerciales déloyales ou non désirables des professionnels sont déjà régies par la directive sur les pratiques commerciales déloyales. Il semble donc approprié de modifier et de compléter la directive sur les pratiques commerciales déloyales, qui est en cours de transformation en règlement, afin de permettre l'intégration de la plupart des mesures prévues dans l'option globalement privilégiée. Deuxièmement, l'option privilégiée modifierait la directive relative aux droits des consommateurs afin de refléter les mesures de simplification prévues dans l'option globalement privilégiée. En ce qui concerne la protection des mineurs, certaines des mesures spécifiques relatives aux mineurs figurant dans l'option globalement privilégiée ont été intégrées dans la proposition de l'EU KIDS ACT que la Commission a présentée en septembre 2026, en tenant compte des recommandations des coprésidents du groupe d'experts spécial sur la sécurité des enfants en ligne.

Quelles sont les positions des différentes parties prenantes? Qui soutient quelle option?

Dans l'ensemble, les **parties prenantes ayant participé aux différentes activités de consultation** (notamment la consultation publique, l'appel à contributions, les enquêtes auprès des parties prenantes, les expériences comportementales, les consultations ciblées et les entretiens) ont confirmé les problèmes recensés et se sont largement déclarées favorables à une action au niveau de l'UE.

Les **consommateurs, les organisations de consommateurs, les enfants, le monde universitaire, les ONG et les autorités chargées de la protection des consommateurs** soutiennent largement les mesures retenues dans l'option stratégique privilégiée. Les **entreprises** se montrent réticentes à l'égard de toute nouvelle législation; cependant, le soutien est nettement plus marqué parmi les PME.

C. Incidences de l'option privilégiée

Quels sont les avantages de l'option privilégiée (ou, à défaut, des options principales)?

L'option globalement privilégiée devrait s'avérer très efficace pour réduire les **préjudices subis par les consommateurs**, car elle cible directement les pratiques préjudiciables qui entravent la prise de décision grâce à des garanties renforcées, des possibilités de désengagement, des protections par défaut et des restrictions spécifiques pour les mineurs. On prévoit une forte réduction des préjudices financiers subis par les consommateurs, de l'ordre de 88,4 milliards d'EUR sur la période 2025-2035, avec des avantages considérables pour les consommateurs vulnérables et les mineurs. En outre, l'option privilégiée devrait entraîner une réduction de la perte de temps monétisée de 72,3 milliards d'euros pour les consommateurs. Les bénéfices monétisés en matière de santé mentale sont estimés entre 2,7 milliards et 18,5 milliards d'EUR par type de pratique problématique. L'option globalement privilégiée devrait également contribuer à améliorer le **respect des règles par les professionnels** en luttant contre la concurrence déloyale, puisqu'elle introduit des garanties plus solides, plus claires et plus uniformes, et devrait réduire considérablement la marge de manœuvre dont disposent les professionnels pour se livrer à une concurrence fondée sur des pratiques abusives ou limites. Le règlement sur la loyauté numérique met en évidence des gains de recettes potentiels et des effets de redistribution pour certaines options, au profit des entreprises actuellement non conformes par rapport à celles qui le sont déjà, ainsi que des grandes entreprises en place vers les PME. Enfin, l'option privilégiée devrait faciliter les transactions transfrontières en **harmonisant la législation** au sein de l'UE.

Quels sont les coûts de l'option privilégiée (ou, à défaut, des options principales)?

Les **coûts récurrents annuels pour les entreprises** sont estimés à 1,2 milliard d'EUR sans ajustement, et à 678 millions d'EUR après ajustement visant à tenir compte des chevauchements de coûts entre les mesures et entre les différents types de pratiques problématiques.

Quelles sont les incidences sur les PME et la compétitivité?

Pour les PME, l'**augmentation du chiffre d'affaires** devrait être supérieure à la hausse prévue des coûts

ponctuels et annuels, ce qui se traduirait par un bénéfice global de 98,9 milliards d'EUR sur dix ans (en valeur actuelle nette) pour l'option privilégiée, après application d'un facteur d'ajustement. Les PME bénéficieront tout particulièrement des effets positifs découlant des mesures prévues dans l'option privilégiée, qui portent sur des dispositifs et des contrats visant à optimiser les dépenses et l'attention accordée, ainsi que, dans une certaine mesure, sur la personnalisation.

L'option stratégique privilégiée est compatible avec les **objectifs de compétitivité de l'UE**. Elle n'entraîne ni coûts systémiques ni désavantages en matière d'innovation et apporte des gains nets pour la compétitivité des PME, tout en orientant l'innovation et la concurrence vers une dynamique de marché plus durable et fondée sur la confiance. Les effets sur la compétitivité peuvent donc être qualifiés d'équilibrés, tournés vers l'avenir et structurellement favorables, plutôt que restrictifs.

Y aura-t-il une incidence notable sur les budgets nationaux et les administrations nationales?

Non, l'option stratégique privilégiée devrait entraîner **une légère augmentation des coûts directs liés à la mise en œuvre** pour les États membres, de l'ordre de 5 à 8 millions d'EUR par an pour l'UE à 27, concentrée principalement sur la phase initiale de mise en œuvre.

En quoi l'option privilégiée est-elle conforme au principe de proportionnalité?

Le train de mesures privilégiées **n'irait pas au-delà de ce qui est nécessaire pour atteindre les objectifs**. Il réduit de manière significative les préjudices subis par les consommateurs, permet d'améliorer le respect des règles et l'harmonisation tout en préservant la flexibilité des modèles économiques et en privilégiant des solutions moins contraignantes. L'intensité réglementaire est également adaptée à la probabilité et à la gravité des préjudices, en particulier lorsque les consommateurs sont moins à même de défendre leurs propres intérêts, comme c'est le cas des mineurs ou des consommateurs vulnérables.

D. Suivi

Quand la législation sera-t-elle réexaminée?

L'initiative prévoira l'**obligation de procéder à une évaluation** au bout d'un certain délai à compter de la mise en œuvre des mesures concernées.