COMMISSION DES COMMUNAUTES EUROPEENNES

COM(94) 151 final - COD 343

Bruxelles, le 21.04.1994

Proposition modifiée de

DIRECTIVE DU PARLEMENT EUROPEEN ET DU CONSEIL

concernant la publicité comparative et modifiant la directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse

(présentée par la Commission conformément à l'article 189 A, paragraphe 2 du traité CE)

EXPOSE DES MOTIFS

Introduction

Suite aux avis rendus par le Parlement européen(1) et le Comité économique et social(2) au sujet de la proposition de directive du Conseil concernant la publicité comparative et modifiant la directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse(3), la Commission est appelée à adopter une proposition modifiée, dans la mesure où elle envisage d'en retenir des propositions et d'apporter éventuellement d'autres changements à sa proposition initiale.

En outre, dans le cadre du débat sur l'étendue et l'application pratique du principe de subsidiarité, la Commission a fait figurer cette proposition parmi les textes dont elle s'est engagée, lors du Conseil d'Edimbourg, à procéder éventuellement à un examen plus fondamental, à savoir une révision permettant d'enlever les aspects qui iraient trop dans le détail en relation avec l'objectif visé et de se limiter à établir des principes généraux permettant aux Etats membres de donner une forme plus détaillée au sujet en question(4).

Dans le cas de la publicité comparative, la Commission, après une réflexion approfondie, est arrivée à la conclusion que l'essentiel de la proposition c'est-à-dire l'autorisation de la publicité comparative, sous certaines conditions, ainsi que l'harmonisation des règles permettant le contrôle de la loyauté d'une publicité comparative doit être maintenu et qu', en principe, une proposition modifiée à la lumière des amendements proposés par le Parlement européen, de l'avis du Comité économique et social ainsi que des débats intervenus au niveau du Conseil, peut être présentée conformément à l'article 189 A par. 2 du T.U.E.

1. Motivation de la proposition en terme de subsidiarité

   a) Quels sont les objectifs de l'action envisagée par rapport aux obligations pesant sur l'Union ?

   R. L'action a pour objet, en rapprochant les législations régissant la publicité comparative, de faciliter l'établissement et le fonctionnement du marché intérieur, et ceci à un niveau de protection des consommateurs élevé; l'action donc améliorera la libre circulation des services publicitaires, dans la mesure où ils seront soumis dans tous les Etats membres à un régime harmonisé.

---

(1) Avis du 18.11.92, PV 38 II (P.E. 162.994).

(2) J.O. C 49 du 24.2.1992, p. 35.

(3) J.O. C 180 du 11.7.1991, p. 14.

(4) "Conclusion de la Présidence. Conseil européen d'Edimbourg des 11/12 décembre 1992". Document SI(92) 1050. Annexe 2 à la partie A, page 3.

b) L'action envisagée relève-t-elle d'une compétence exclusive de l'Union ou d'une compétence partagée avec les Etats membres ?

R. L'harmonisation des dispositions des Etats membres relèvent de la compétence exclusive de l'Union.

c) Quelle est la dimension communautaire du problème ?

R. La situation actuelle dans laquelle la publicité comparative est autorisée dans certains Etats membres et interdite dans d'autres non seulement crée des obstacles à la libre circulation des marchandises et des services mais désavantage les consommateurs, les annonceurs et les publicitaires de certains Etats membres, et le support utilisé (presse, radio ou télévision) entraîne des distorsions de concurrence considérables.

d) Quelle est la solution la plus efficace par comparaison entre les moyens de l'Union et ceux des Etats membres ?

R. L'harmonisation des législations en matière de publicité comparative afin de garantir que le droit à l'information du consommateur est respecté et que des sauvegardes appropriées sont prévues pour éviter les conflits, entre les annonceurs, dus à des législations incompatibles.

e) Quelle plus-value concrète apporte l'action envisagée de l'Union et quel serait le coût de l'inaction ?

R. Etant donné l'entrée en vigueur du Traité sur l'Union Européenne, l'action envisagée permettra d'améliorer l'information des consommateurs européens, de stimuler la concurrence et d'être en mesure de faire face au développement rapide des nouvelles techniques de communication.
L'inaction priverait les consommateurs d'une source d'information utile afin de faire un choix rationnel et crèerait des entraves à la libre circulation de produits et de services et donc une détérioration de la libre concurrence.

f) Quelles modalités d'action sont à la disposition de l'Union ?

R. La directive puisqu'il s'agit de modifier une directive déjà en vigueur.

g) Une réglementation uniforme est-elle nécessaire ou suffit-il d'une directive posant des objectifs généraux en renvoyant l'exécution au niveau des Etats membres ?

R. Une directive suffit.

2. <u>Eléments de la proposition initiale retenus dans la proposition modifiée</u>

Dans le sens indiqué ci-dessus, le titre de la proposition reste inchangé. Il en est de même en ce qui concerne la définition de publicité comparative.

Quant aux moyens de contrôle de la publicité (Article premier, paragraphe 4) étant donné qu'ils ont été déjà établis par tous les Etats membres d'après les dispositions de la directive 84/450/CEE(5) et qu'ils fonctionnent correctement, on ne considère pas nécessaire de modifier le texte de la proposition initiale qui élargit à la publicité comparative la portée des dispositions appliquées à la publicité trompeuse.

Reste également inchangé le paragraphe 6 de l'article premier concernant la validité du contrôle volontaire de la publicité trompeuse et de la publicité comparative par des organismes autonomes.

En effet, la Commission estime que les systèmes de contrôle volontaire doivent être encouragés, en tant que des systèmes liés à un cadre législatif, ce qui est déjà reconnu dans le 16ème considérant de la directive 84/450/CEE; le fait que l'article 5 de cette directive sera également applicable à la publicité comparative constitue la preuve que la Commission continue à encourager ces systèmes d'autant plus si on tient compte du principe de la subsidiarité et du principe de la proportionnalité; la Commission ne considère donc pas nécessaire d'insister encore plus sur cet aspect dans la proposition modifiée.

De la même façon, le renversement de la charge de la preuve établi par l'article 6 de la directive 84/450/CEE s'applique aussi à la publicité comparative. La Commission considère que le maintien de ce principe est fondamental, d'où la référence expresse faite dans le nouveau considérant n° 11 de la proposition modifiée.

Finalement on a maintenu que le caractère minimal des dispositions sur la publicité trompeuse n'est pas applicable aux dispositions sur la publicité comparative, pour les raisons déjà signalées dans l'exposé des motifs de la proposition initiale.

3. <u>Les modifications introduites</u>

Les considérants n° 3, 6 et 11 ont été modifiés afin de les adapter aux amendements du Parlement, acceptés par la Commission, concernant les conditions d'autorisation de la publicité comparative;

les modifications introduites dans le considérant n° 4 ont pour objet de faire référence spécifique aux obstacles au principe de la libre circulation et en particulier à la liberté de fournir des services en matière de publicité comparative.

Le considérant N° 12 a été modifié car on a considéré nécessaire de mettre l'accent sur le fait que le renversement de la charge de la preuve - un des piliers de la directive 84/450/CEE - s'applique aussi à la publicité comparative;

le considérant n° 14 a été modifié, à la demande du Parlement, afin d'établir clairement le rapport entre la publicité comparative et la publicité de certains produits ou services spécifiques;

---

(5) J.O. L 250 du 19.9.1984, p. 17.

quant au considérant n° 15, il synthétise les éléments qui ont été pris en considération afin de rendre la proposition conforme au principe de subsidiarité.

En ce qui concerne les articles, les modifications concernent l'article premier, paragraphes 3 et 7, ainsi que l'article 2.

4. Commentaires des modifications

a) Réduction de la portée du texte

Toutefois, il ne s'agit pas de simples modifications du texte selon les principes habituels. Suivant les critères établis dans le document soumis au Conseil d'Edimbourg, il a été jugé nécessaire de limiter plus le nombre de thèmes abordés dans la proposition.

En effet, la Commission a constaté que les dispositions concernant les essais comparatifs, matière qui n'est qu'indirectement liée à la publicité comparative, peuvent être totalement éliminés du texte et ceci non parce qu'elles seraient sans fondement en elles-même mais parce qu'elles ne semblent pas être strictement nécessaires afin d'arriver au but législatif tel que défini et justifié dans la proposition initiale.(6)

Cette restructuration partielle du texte implique la suppression du neuvième considérant et de l'article 3bis paragraphe 2 de la proposition initiale. Les amendements n° 4 et 14 suggérés par le PE et accueillis, à l'époque, favorablement par la Commission sont donc sans objet.

C'est ainsi que le texte se trouve entièrement adapté aux exigences du principe de la subsidiarité (voir nouveau considérant 15).

(6) COM(91) 147 du 21.6.1991

b) Limites de la publicité comparative

Comme l'avait signalé le Parlement européen, il est essentiel que l'usage de la publicité comparative soit soumis à de strictes limitations. La Commission tout en veillant à ce que la proposition ne soit pas complètement vidée de sens, et après une réflexion approfondie comme annoncé lors du Conseil d'Edimbourg, a donc retenu un certain nombre de suggestions du Parlement renforçant le texte à cet égard (voir tableaux en annexe). En particulier la nouvelle rédaction de l'article 3bis élargit les critères énoncés dans la proposition initiale afin de garantir le caractère loyal de la publicité comparative; le nouveau sous-paragraphe (d) de l'article 3bis a été introduit pour clarifier un aspect soulevé aussi par le Comité économique et social : en effet, lors d'une référence comparative à un service, celle-ci doit porter uniquement sur les caractéristiques du service lui-même et pas sur les qualités intellectuelles du prestataire, qui, elles, ne peuvent faire l'objet d'aucune comparaison.

Un nouveau paragraphe 2 de l'article 3bis a été introduit à la demande du Parlement et dont le contenu avait été précisé par le Comité économique et social dans son avis; en effet, si la "vérité objective" constitue le principe directeur de la formulation et de l'utilisation d'un message comparatif, ceci devrait aussi comprendre la pleine "actualité" de l'affirmation au moment où elle est diffusée; ceci est particulièrement valable dans le cas des produits et services qui font l'objet d'une offre spéciale ou dont l'offre est limitée dans le temps.

c) Rapport avec la publicité sectorielle

Tant le Parlement européen que le Comité économique et social se sont déclarés particulièrement sensibles aux problèmes qui pourraient découler de l'existence de réglementations spécifiques concernant la publicité pour certains produits tels que les produits médicaux, les produits du tabac ou les denrées alimentaires. La Commission se rallie à l'opinion des deux institutions dans le sens que dans les domaines où la publicité est soumise à des interdictions partielles ou à d'autres restrictions plus contraignantes, la publicité comparative doit y être soumise également. Le paragraphe 3 de l'article 7 a été introduit justement pour renforcer cette idée qui, d'ailleurs, était déjà implicitement contenue dans la proposition initiale.

AVIS DU PARLEMENT

Amendement n°	Proposition initiale	Accepté par la Commission	Intégré (Nouvelle numérotation)
1	-	oui	numéroter les considérants
2	considérant n° 3	oui partiellement	considérant n° 2
3	considérant n° 6	oui partiellement	considérant n° 5
4	considérant n° 9	non	
5	considérant n° 12	oui	considérant n° 10
6	considérant n° 13	non	
7	considérant n° 14	non	
8	-	oui	considérant n° 13
9	article 1.3	oui partiellement	article 1.3
10	article 1.3	non	
11	article 1.3	oui	article 1.3
12	article 1.3	non	
13	article 1.3	non	
14	article 1.3	oui partiellement	non intégré par subsidiarité
15	article 1.3	non	
16	article 1.3	oui	article 1.3
22	article 1.3	non	
17	article 1.6	non	
18	article 1.6	non	
19	article 1.7	oui partiellement	article 1.7

AVIS DU COMITE ECONOMIQUE ET SOCIAL

Points essentiels de l'avis du CES	Position de la Commission
2.6 Réglementation précise des moyens de contrôle de la publicité.	Refusé. La directive 84/450/CEE établit des dispositions suffisantes.
2.7 Conformité de la publicité comparative aux règles spécifiques de la publicité sectorielle.	Accepté. Article 1.7.
Respect des normes CEE en matière de marques et d'appellations d'origine.	Accepté en ce qui concerne les marques. (Considérants 8, 9 et 10). Quant aux appellations d'origine, la Commission maintient sa proposition initiale (Article 1.2 et 1.3).
2.8 Elaboration d'un code déontologique d'autodiscipline dont le cadre serait défini par une réglementation communautaire.	Refusé. Ce n'est pas à la Commission d'agir dans ce sens pour des raisons de subsidiarité. Il suffit d'encourager le contrôle volontaire (considérant n° 11.
2.10Création d'un organisme de contrôle représentatif des différentes parties en cause.	Refusé pour des raisons de subsidiarité.
3.2 La publicité comparative ne doit être permise que sous forme de références explicites, et non implicites.	Refusé. La Commission maintient le texte initial (définition de publicité comparative).
3.3 Interdiction de présenter des produits ou des services comme des imitations ou répliques de produits protégés par la législation sur les marques.	Refusé. Cette proposition n'est pas l'endroit approprié pour couvrir cette question.
3.8 On doit entendre aussi par "vérité objective" la pleine actualité d'une affirmation.	Accepté. (Article 1.3).

Proposition modifiée de

DIRECTIVE DU PARLEMENT EUROPEEN ET DU CONSEIL

concernant la publicité comparative et modifiant la directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse

PROPOSITION INITIALE	PROPOSITION MODIFIEE
LE CONSEIL DES COMMUNAUTES EUROPEENNES	LE PARLEMENT EUROPEEN ET LE CONSEIL DE L'UNION EUROPEENNE
vu le traité instituant la Communauté économique européenne, et notamment son article 100A,	vu le traité instituant la Communauté européenne et notamment son article 100A,
vu la proposition de la Commission,(1)	vu la proposition de la Commission (1)
	statuant conformément à la procédure prévue à l'article 189B du Traité (2)
	Vu l'avis du Comité économique et social (3)
en coopération avec le Parlement européen,(2)	
vu l'avis du Comité économique et social,(3)	
considérant que l'un des principaux objectifs de la Communauté est d'achever pour le 31 décembre 1992 au plus tard, le marché intérieur; qu'il importe de prendre des mesures propres à établir le marché intérieur progressivement; que le marché intérieur consiste en un espace sans frontières intérieures dans lequel la libre circulation des biens, des personnes, des services et des capitaux est assurée;	1. considérant que l'un des principaux objectifs de la Communauté est d'achever le marché intérieur; qu'il importe de prendre des mesures propres à établir le marché intérieur progressivement; que le marché intérieur consiste en un espace sans frontières intérieures dans lequel la libre circulation des biens, des personnes, des services et des capitaux est assurée;

(1)
(2)
(3)

considérant que la publicité est un moyen très important pour ouvrir des débouchés réels partout dans la Communauté pour tous les biens et services; que, partant, les dispositions essentielles régissant la forme et le contenu de la publicité doivent être les mêmes; que, toutefois, cela n'est pas le cas actuellement pour la publicité comparative;

2. Inchangé

considérant, que avec l'achèvement du marché intérieur, la variété de l'offre s'agrandira de plus en plus; qu'étant donné la possibilité et la nécessité pour les consommateurs de tirer parti au maximum du marché intérieur, il importe d'autoriser l'utilisation de la publicité comparative dans tous les Etats membres car cela contribuera à mettre en évidence les avantages des différents produits appartenant à la même gamme; que par ailleurs la publicité comparative peut stimuler la concurrence entre les fournisseurs de biens et services dans l'intérêt des consommateurs;

3. considérant que, avec l'achèvement du marché intérieur, la variété de l'offre s'agrandira de plus en plus; qu'étant donné la possibilité et la nécessité pour les consommateurs de tirer parti au maximum du marché intérieur, il importe d'autoriser, sous certaines conditions très strictes, l'utilisation de la publicité comparative dans tous les Etats membres car cela contribuera à mettre en évidence les avantages des différents produits appartenant à la même gamme; que, dans ces conditions, la publicité comparative peut stimuler la concurrence entre les fournisseurs de biens et services dans l'intérêt des consommateurs;

4. considérant que les dispositions législatives, réglementaires et administratives des Etats membres en matière de publicité comparative sont très différentes; que la publicité déborde les frontières et est captée sur le territoire d'autres Etats membres; que l'acceptation ou l'interdiction de la publicité comparative selon les différentes législations nationales peut constituer un obstacle à la libre circulation des biens et des services et créer des distorsions de concurrence; que, notamment, des entreprises peuvent se trouver exposées à des formes de publicité développées par des concurrents auxquels elles ne peuvent pas répondre à armes égales; que la liberté de fournir des services en matière de publicité comparative doit être assurée; que l'Union est appelée à remédier à pareille situation;

considérant que le sixième considérant de la directive 84/450/CEE relative au rapprochement des dispositions législatives, réglementaires et administratives des Etats membres en matière de publicité trompeuse(1) prévoit qu'il convient, après l'harmonisation des dispositions nationales en matière de protection contre la publicité trompeuse, "dans un deuxième stade, de traiter (...) en tant que de besoin, de la publicité comparative sur la base de propositions appropriées de la Commission";

5. Inchangé

considérant que le point 3 d) de l'annexe à la résolution du Conseil du 14 avril 1975 sur le programme préliminaire de la Communauté économique européenne pour une politique de protection et d'information des consommateurs inclut le droit à l'information dans les droits fondamentaux des consommateurs(2); que ce droit est confirmé par la résolution du Conseil du 19 mai 1981 sur un deuxième programme de la Communauté économique européenne pour une politique de protection et d'information(3) dont l'annexe traite expressément de l'information des consommateurs au point 40; que la publicité comparative, lorsqu'elle compare des éléments pertinents et vérifiables et qu'elle n'est ni trompeuse ni déloyale, est un moyen légitime d'informer les consommateurs dans leur intérêt;

6. considérant que le point 3 d) de l'annexe de la résolution du Conseil, du 14 avril 1975, sur le programme préliminaire de la Communauté économique européenne pour une politique de protection et d'information des consommateurs inclut le droit à l'information dans les droits fondamentaux des consommateurs(2); que ce droit est confirmé par la résolution du Conseil, du 19 mai 1981, sur un deuxième programme de la Communauté économique européenne pour une politique de protection et d'information(3) dont l'annexe traite expressément de l'information des consommateurs au point 40; que la publicité comparative peut, lorsqu'elle compare des éléments pertinents, toujours vérifiables et qu'elle n'est ni trompeuse, ni déloyale, être un moyen légitime d'informer les consommateurs dans leur intérêt;

(1) J.O. L 250 du 19.9.1984, p. 17
(2) JO n° C 92 du 25.4.1975, p. 1
(3) JO n° C 133 du 3.6.1981, p. 1

considérant que des critères objectifs doivent être fixés afin de déterminer les pratiques en matière de publicité comparative qui sont déloyales et peuvent de ce fait entraîner une distorsion de la concurrence, porter préjudice aux concurrents et avoir une incidence négative sur le choix des consommateurs;

7. Inchangé

considérant en particulier qu'il convient, pour éviter que la publicité comparative ne soit utilisée de manière déloyale et anti-concurrentielle, de ne permettre que les comparaisons entre des biens et services de même nature offerts par des concurrents;

8. Inchangé

considérant que des essais comparatifs exécutés par des tiers peuvent constituer une base valable pour la publicité comparative; que, toutefois, cette activité indépendante exige une protection clairement définie contre l'exploitation non autorisée de ses résultats par les annonceurs; que, dans la mesure où cette exploitation se fait légitimement, les annonceurs doivent eux-mêmes assumer la responsabilité d'une telle utilisation;

Supprimé

considérant que l'article 5 de la première Directive 89/104/CEE du Conseil, du 21 décembre 1988, rapprochant les législations des Etats membres sur les marques(1) confère au titulaire d'une marque enregistrée un droit exclusif qui comporte, notamment, le droit d'interdire à tout tiers d'utiliser, dans la vie des affaires, un signe identique ou un signe similaire pour des produits ou des services identiques ou, le cas échéant, même pour d'autres produits;

9. Inchangé

considérant, toutefois, qu'il peut être indispensable, afin de pouvoir faire une publicité comparative effective, d'identifier les produits ou services d'un concurrent en faisant référence à une marque dont ce dernier est titulaire ou à son nom commercial;

10. Inchangé

considérant qu'une telle utilisation de la marque ou du nom commercial d'autrui, pourvu qu'elle soit faite dans le respect des conditions établies par la présente directive, et que, en particulier, elle n'essaie pas de tirer avantage de la notoriété d'une autre marque, n'enfreint pas le droit exclusif d'autrui, car dans ce cas, elle ne sert pas à s'accaparer sa renommée mais à s'en distancer et, donc, à mettre les différences objectivement en relief;

11. considérant qu'une telle utilisation de la marque ou du nom commercial d'autrui n'enfreint pas le droit exclusif d'autrui, dans la mesure seulement où elle est faite dans le respect des conditions établies par la présente directive, et où elle ne tire pas avantage de la notoriété d'une autre marque, le but consistant uniquement à s'en distancer et, donc, à mettre les différences objectivement en relief;

(1) JO n° L 40 du 12.2.1989, p. 1

considérant qu'il convient de prévoir que les mêmes recours judiciaires et/ou administratifs que ceux mentionnés à l'article 4 et 5 de la Directive 84/450/CEE soient disponibles pour contrôler la publicité comparative qui ne correspond pas aux exigences de loyauté fixées par cette directive;

12. considérant qu'il convient de prévoir que les mêmes recours judiciaires et/ou administratifs que ceux mentionnés aux articles 4 et 5 de la directive 84/450/CEE soient disponibles pour contrôler la publicité comparative qui ne correspond pas aux exigences fixées par la présente directive; considérant d'ailleurs que l'article 6 s'applique de la même façon à la publicité comparative;

considérant que l'article 7 de la directive 84/450/CEE, permettant aux Etats membres de maintenir ou d'adopter des dispositions visant à assurer une protection plus étendue des consommateurs, des personnes qui exercent une activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale ainsi que du public en général, ne peut être applicable à la publicité comparative, étant donné que l'objectif de la présente modification est de l'autoriser, dans les mêmes conditions, et à un niveau de protection élevé dans tous les Etats membres;

13. Inchangé

14. considérant qu'il convient de préciser que la présente directive ne porte nullement atteinte aux réglementations communautaires applicables à la publicité concernant des produits et/ou services spécifiques ou relatives au contenu publicitaire des média particuliers;

15. considérant que la réglementation de la publicité comparative est, dans les conditions établies par la présente directive, nécessaire pour établir le marché intérieur et que donc

une action à niveau communautaire s'impose; que l'adoption d'une directive est l'instrument approprié car il établit les principes généraux uniformes mais laisse aux Etats membres le soin de choisir la forme et les moyens appropriés pour atteindre ces objectifs; qu'elle est donc conforme au principe de subsidiarité.

A ARRETE LA PRESENTE DIRECTIVE :	ONT ARRETE LA PRESENTE DIRECTIVE :
Article premier	Article premier
La Directive 84/450/CEE est modifiée comme suit.	Inchangé
1) Le titre est remplacé par le texte suivant:	
"Directive du Conseil, du 10 septembre 1984, en matière de publicité trompeuse et de publicité comparative".	
2) A l'article 2, le point 3) est remplacé par le texte suivant :	
"3) publicité comparative: toute publicité qui identifie de façon explicite ou implicite un concurrent ou les biens ou services de même nature offerts par un concurrent;	
4) personne : toute personne physique ou morale."	
3) L'article suivant est inséré:	
"Article 3bis	"Article 3 bis
1. La publicité comparative est permise pour autant qu'elle compare objectivement les caractéristiques essentielles, pertinentes, vérifiables et choisies loyalement de biens ou de services concurrents et :	1. La publicité comparative n' est permise que pour autant qu'elle compare objectivement les caractéristiques essentielles, pertinentes, toujours vérifiables, choisies loyalement et représentatives de biens ou de services concurrents et :
a) n'est pas trompeuse;	a) n'est pas trompeuse;

b) n'engendre pas la confusion sur le marché entre l'annonceur et un concurrent ou entre les marques, noms commerciaux, biens ou services de l'annonceur et ceux d'un concurrent;	b) n'engendre pas le <u>le risque d'une</u> confusion sur le marché entre l'annonceur et un concurrent ou entre les marques, noms commerciaux, <u>autres signes distinctifs,</u> biens ou services de l'annonceur et ceux d'un concurrent.
c) n'entraîne pas le discrédit, le dénigrement ou le mépris d'un concurrent ou de ses marques, noms commerciaux, biens, services ou activités, ou n'a pas pour objectif principal de tirer avantage de la notoriété attachée à une marque ou au nom commercial d'un concurrent.	c) n'entraîne pas le discrédit, le dénigrement ou le mépris <u>des</u> marques, noms commerciaux, biens, services ou activités <u>d'un concurrent et ne tire pas principalement avantage</u> de la notoriété attachée à une marque ou au nom commercial d'un concurrent.
	<u>d)</u> <u>ne porte pas sur la personnalité ou la situation personnelle d'un concurrent.</u>
2. La mention ou la reproduction dans une publicité des résultats des essais comparatifs de biens ou de services, effectués par des tiers, n'est permise que si la personne ayant effectué l'essai y consent expressément. Dans ce cas, l'annonceur assume la responsabilité de l'essai comparatif comme s'il avait été fait par lui-même ou sous sa direction."	Supprimé
	2. <u>La publicité comparative doit indiquer la durée pendant laquelle sont maintenues les caractéristiques des biens ou des services comparés lorsque ces derniers font l'objet d'une offre spéciale ou limitée dans le temps.</u>

4) A l'article 4, le paragraphe 1 est remplacé par le texte suivant :

"1. Les Etats membres veillent à ce qu'il existe des moyens adéquats et efficaces pour contrôler la publicité trompeuse et la publicité comparative dans l'intérêt des consommateurs aussi bien que des concurrents et du public en général.

Ces moyens doivent comporter des dispositions juridiques selon lesquelles les personnes ou organisations ayant, selon la législation nationale, un intérêt légitime à l'interdiction de la publicité trompeuse et de la publicité comparative peuvent :

a) intenter une action en justice contre cette publicité et/ou

b) porter cette publicité devant un organe administratif compétent soit pour statuer sur les plaintes, soit pour engager les poursuites judiciaires appropriées.

4) Inchangé

Il appartient à chaque Etat membre de décider laquelle de ces procédures sera retenue et s'il convient que le tribunal ou l'organe administratif soit habilité à exiger un recours préalable à d'autres voies établies de règlement de plaintes, y compris celles mentionnées à l'article 5."

5) A l'article 4, le paragraphe 2 est remplacé par le texte suivant :

5) Inchangé

"2. Dans le cadre des dispositions juridiques visées au paragraphe 1, les Etats membres confèrent aux tribunaux ou aux organes administratifs des compétences les habilitant, au cas où ceux-ci estiment que ces mesures sont nécessaires compte tenu de tous les intérêts en jeu, et notamment de l'intérêt général :

- à ordonner la cessation d'une publicité trompeuse ou d'une publicité comparative, ou à engager les poursuites appropriées en vue de faire ordonner la cessation de cette publicité,

ou

- à interdire une telle publicité ou à engager les poursuites appropriées en vue de faire ordonner l'interdiction de la publicité trompeuse ou de la publicité comparative, lorsqu'elle n'a pas encore été portée à la connaissance du public, mais que sa publication est imminente,

même en l'absence de preuve d'une perte ou d'un préjudice réel, ou d'une intention ou négligence de la part de l'annonceur.

Les Etats membres prévoient en outre que les mesures visées au premier alinéa peuvent être prises dans le cadre d'une procédure accélérée :

- soit avec effet provisoire,

- soit avec effet définitif,

étant entendu qu'il appartient à chaque Etat membre de déterminer laquelle de ces deux options sera retenue.

En outre, les Etats membres peuvent conférer aux tribunaux ou aux organes administratifs des compétences les habilitant en vue d'éliminer les effets persistants d'une publicité trompeuse ou d'une publicité comparative dont la cessation a été ordonnée par une décision définitive :

Inchangé

- à exiger la publication de cette décision en tout ou en partie et dans la forme qu'ils jugent adéquate,	
- à exiger, en outre, la publication d'un communiqué rectificatif."	
6) L'article 5 est remplacé par le texte suivant :	6) Inchangé
"Article 5	
La présente directive n'exclut pas le contrôle volontaire de la publicité trompeuse ou de la publicité comparative par des organismes autonomes et le recours à de tels organismes par des personnes ou organisations visées à l'article 4, s'il existe des procédures devant de tels organismes en sus des procédures juridictionnelles ou administratives visées audit article."	
7) L'article 7 est remplacé par le texte suivant :	7) L'article 7 est remplacé par le texte suivant :
"Article 7	"Article 7
1. La présente directive ne fait pas obstacle au maintien ou à l'adoption par les Etats membres de dispositions visant à assurer une protection plus étendue, en matière de publicité trompeuse, des consommateurs, des personnes qui exercent une activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale ainsi que du public en général.	1. Inchangé

2. Le paragraphe 1 n'est pas applicable à la publicité comparative"	2. Inchangé
	3. Les réglementations communautaires applicables à la publicité concernant des produits et/ou services spécifiques ou relatives au contenu publicitaire des média particuliers ne sont pas affectées par la présente directive.
Article 2	Article 2
Les Etats membres mettent en vigueur les dispositions législatives, réglementaires et administratives nécessaires pour se conformer à la présente directive au plus tard le 31 décembre 1992. Ils en informent immédiatement la Commission.	1. Les Etats membres mettent en vigueur les dispositions législatives, réglementaires et administratives nécessaires pour se conformer à la présente directive au plus tard le 31 décembre 1995. Ils en informent immédiatement la Commission.
Lorsque les Etats membres adoptent ces dispositions, celles-ci contiennent une référence à la présente directive ou sont accompagnées d'une telle référence lors de leur publication officielle. Les modalités de cette référence sont arrêtées par les Etats membres.	2. Lorsque les Etats membres adoptent ces dispositions, celles-ci contiennent une référence à la présente directive ou sont accompagnées d'une telle référence lors de leur publication officielle. Les modalités de cette référence sont arrêtées par les Etats membres.
	3. Les Etats membres communiquent à la Commission le texte des dispositions essentielles de droit interne qu'ils adoptent dans le domaine régi par la présente directive.
Article 3	Article 3
Les Etats membres sont destinataires de la présente directive.	Inchangé.

FICHE D'EVALUATION D'IMPACT REVISEE

Titre : Proposition modifiée de directive du Parlement européen et du Conseil concernant la publicité comparative et modifiant la directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse.

N° de référence : COM(91) 147 final - SYN 343.

1.Q. Compte tenu du principe de subsidiarité, pourquoi une législation communautaire est-elle nécessaire dans ce domaine et quels sont ses principaux objectifs ?

R. La situation actuelle dans laquelle la publicité comparative est autorisée dans certains Etats membres et interdite dans d'autres désavantage les consommateurs, les annonceurs et les publicitaires de certains Etats membres, et le support utilisé (presse, radio ou télévision) entraîne des distorsions de concurrence considérables; donc la solution la plus pratique et efficace consiste à harmoniser les législations en matière de publicité comparative afin de garantir que le droit à l'information du consommateur est respecté et que des sauvegardes appropriées sont prévues pour éviter les conflits entre les annonceurs dus à des législations incompatibles.
L'action a pour objet de faciliter l'établissement et le fonctionnement du marché intérieur, et ceci à un niveau de protection des consommateurs élevé; l'action donc améliorera la libre circulation des services publicitaires, dans la mesure où ils seront soumis dans tous les Etats membres à un régime harmonisé.

L'impact sur les entreprises

2.Q. Qui sera affecté par la proposition ?

R. Les entreprises, de n'importe quelle taille, qui souhaitent utiliser la publicité comparative afin de faire connaître les caractéristiques de leurs produits ou de leurs services avec plus de précision.

Ces entreprises ne sont pas concentrées dans des zones géographiques particulières.

3.Q. Quelles mesures les entreprises devront-elles prendre pour se conformer à la proposiiton ?

R. La proposition n'exige pas de mesures spécifiques à prendre; les annonceurs seront désormais libres d'utiliser la publicité comparative dans les Etats membres où elle est actuellement interdite ou potentiellement risquée.

4.Q. Quels effets économiques la proposition est-elle susceptible d'avoir ?

- sur l'emploi
- sur les investissements et la création de nouvelles entreprises
- sur la compétitivité des entreprises.

R. Aucun effet spécial ne doit avoir lieu sur l'emploi ni sur la création de nouvelles entreprises ou les investissements. Quant aux effets sur la compétitivité, la proposition exige le respect d'un certain nombre de conditions qui risquent d'exposer les entreprises à des poursuites judiciaires en cas d'utilisation incorrecte de la publicité comparative; en conséquence les entreprises ne possèdant pas un département juridique, et notamment les PME, pourraient avoir tendance à éviter le recours à la publicité comparative; si au départ en devait découler un certain désavantage concurrentiel, ce désavantage devra disparaître avec l'établissement d'une jurisprudence constante en la matière.

5.Q. La proposition contient-elle des mesures visant à tenir compte de la situation spécifique des petites et moyennes entreprises ?

R. La proposition ne prévoit pas de mesures particulières pour les PME.

Consultation

6. Liste des organisations qui ont été consultées sur la proposition et exposé des éléments essentiels de leur position.

- Conseil Consultatif des Consommateurs : il signale n'avoir pas demandé cette directive bien qu'il reconnaît que la publicité comparative est un élément d'information, bien que partiel, dont disposeront les consommateurs.

- UNICE est favorable à l'harmonisation des règles sur la publicité comparative mais souhaite que l'autorisation de la publicité comparative soit assortie de conditions afin d'assurer la protection de la marque et que la concurrence demeure loyale.

En général l'industrie est divisée sur cette matière et les avis oscillent entre ceux qui préfèrent l'interdiction totale, l'autorisation claire et l'autorisation conditionnée de la publicité comparative.

26

ISSN 0254-1491

COM(94) 151 final

DOCUMENTS

FR **10**

N° de catalogue : CB-CO-94-158-FR-C

ISBN 92-77-67730-9

Office des publications officielles des Communautés européennes
L-2985 Luxembourg