



# Procédure file

Informations de base	
COD - Procédure législative ordinaire (ex-procédure codécision) Directive	1991/0343(COD) Procédure terminée
Publicité comparative et publicité trompeuse (modif. directive 84/450/CEE)	
Abrogation <a href="#">2006/0070(COD)</a> Voir aussi <a href="#">2008/2114(INI)</a>	
Sujet 4.60.02 Information du consommateur, publicité, étiquetage	

Acteurs principaux			
Parlement européen	Commission au fond précédente		
	<b>ENVI</b> Environnement, santé publique et protection des consommateurs		27/07/1994
		PPE <a href="#">OOMEN-RUIJTEN Ria</a>	
Conseil de l'Union européenne	Formation du Conseil	Réunion	Date
	<a href="#">Affaires générales</a>	<a href="#">2027</a>	15/09/1997
	<a href="#">Affaires économiques et financières ECOFIN</a>	<a href="#">1986</a>	27/01/1997
	<a href="#">Agriculture et pêche</a>	<a href="#">1908</a>	19/03/1996
	Consommateurs	<a href="#">1881</a>	09/11/1995

Événements clés			
28/05/1991	Publication de la proposition législative	COM(1991)0147	Résumé
08/10/1991	Annonce en plénière de la saisine de la commission, 1ère lecture		
25/09/1992	Vote en commission, 1ère lecture		
25/09/1992	Dépôt du rapport de la commission, 1ère lecture	A3-0283/1992	
17/11/1992	Débat en plénière		Résumé
18/11/1992	Décision du Parlement, 1ère lecture	T3-0654/1992	Résumé
24/11/1993	Vote en commission, 1ère lecture		
24/11/1993	Dépôt du rapport de la commission confirmant la position du Parlement	A3-0365/1993	
02/12/1993	Décision du Parlement, 1ère lecture	T3-0683/1993	Résumé
21/04/1994	Publication de la proposition législative modifiée	COM(1994)0151	Résumé

19/03/1996	Publication de la position du Conseil	<a href="#">04340/3/1996</a>	Résumé
04/07/1996	Annonce en plénière de la saisine de la commission, 2ème lecture		
09/10/1996	Vote en commission, 2ème lecture		Résumé
09/10/1996	Dépôt de la recommandation de la commission, 2ème lecture	<a href="#">A4-0314/1996</a>	
22/10/1996	Débat en plénière		
23/10/1996	Décision du Parlement, 2ème lecture	T4-0519/1996	Résumé
27/01/1997	Rejet par le Conseil des amendements du Parlement		
25/06/1997	Réunion formelle du Comité de conciliation		Résumé
25/06/1997	Décision finale du comité de conciliation		
06/08/1997	Projet commun approuvé par les co-présidents du Comité de conciliation	<a href="#">3619/1997</a>	
10/09/1997	Dépôt du rapport de la commission, 3ème lecture	<a href="#">A4-0272/1997</a>	
15/09/1997	Débat en plénière		Résumé
15/09/1997	Décision du Conseil, 3ème lecture		Résumé
16/09/1997	Décision du Parlement, 3ème lecture	T4-0422/1997	Résumé
06/10/1997	Signature de l'acte final		
06/10/1997	Fin de la procédure au Parlement		
23/10/1997	Publication de l'acte final au Journal officiel		

### Informations techniques

Référence de procédure	1991/0343(COD)
Type de procédure	COD - Procédure législative ordinaire (ex-procedure codécision)
Sous-type de procédure	Législation
Instrument législatif	Directive
	Abrogation <a href="#">2006/0070(COD)</a> Voir aussi <a href="#">2008/2114(INI)</a>
Base juridique	CE avant Amsterdam E 100A
Etape de la procédure	Procédure terminée
Dossier de la commission parlementaire	CODE/4/08610

### Portail de documentation

Document de base législatif	<a href="#">COM(1991)0147</a> <a href="#">JO C 180 11.07.1991, p. 0014</a>	28/05/1991	EC	Résumé
Comité économique et social: avis, rapport	<a href="#">CES1510/1991</a> <a href="#">JO C 049 24.02.1992, p. 0035</a>	18/12/1991	ESC	Résumé
Rapport déposé de la commission, 1ère	A3-0283/1992	25/09/1992	EP	

lecture/lecture unique		<a href="#">JO C 305 23.11.1992, p. 0007</a>			
Texte adopté du Parlement, 1ère lecture/lecture unique		T3-0654/1992 <a href="#">JO C 337 21.12.1992, p. 0078-0142</a>	18/11/1992	EP	Résumé
Commission: resaisine		COM(1993)0570	10/11/1993	EC	
Rapport final déposé e la commission, 1ère lecture ou lecture unique		A3-0365/1993 <a href="#">JO C 342 20.12.1993, p. 0003</a>	24/11/1993	EP	
Texte adopté du Parlement confirmant la position arrêtée en 1ère lecture		T3-0683/1993 <a href="#">JO C 342 20.12.1993, p. 0015-0033</a>	02/12/1993	EP	Résumé
Proposition législative modifiée		COM(1994)0151 <a href="#">JO C 136 19.05.1994, p. 0004</a>	21/04/1994	EC	Résumé
Position du Conseil		<a href="#">04340/3/1996</a> <a href="#">JO C 219 27.07.1996, p. 0014</a>	19/03/1996	CSL	Résumé
Communication de la Commission sur la position du Conseil		SEC(1996)1169	03/07/1996	EC	Résumé
Recommandation déposée de la commission, 2e lecture		<a href="#">A4-0314/1996</a> <a href="#">JO C 347 18.11.1996, p. 0006</a>	09/10/1996	EP	
Texte adopté du Parlement, 2ème lecture		T4-0519/1996 <a href="#">JO C 347 18.11.1996, p. 0051-0069</a>	23/10/1996	EP	Résumé
Avis de la Commission sur la position du Parlement en 2ème lecture		COM(1996)0700 <a href="#">JO C 032 01.02.1997, p. 0007</a>	13/12/1996	EC	Résumé
Projet commun approuvé par les co-présidents du Comité de conciliation		<a href="#">3619/1997</a>	06/08/1997	CSL/EP	
Rapport déposé de la délégation du Parlement au Comité de conciliation, 3ème lecture		<a href="#">A4-0272/1997</a> <a href="#">JO C 304 06.10.1997, p. 0008</a>	10/09/1997	EP	
Texte adopté du Parlement, 3ème lecture		T4-0422/1997 <a href="#">JO C 304 06.10.1997, p. 0023-0031</a>	16/09/1997	EP	Résumé

## Acte final

### [Directive 1997/55](#)

[JO L 290 23.10.1997, p. 0018](#) Résumé

### [Rectificatif à l'acte final 31997L0055R\(03\)](#)

[JO L 317 03.12.2015, p. 0042](#)

## Publicité comparative et publicité trompeuse (modif. directive 84/450/CEE)

Il s'agit de modifier la directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse en y insérant des dispositions relatives à la publicité comparative. Selon la Commission, l'harmonisation de la publicité comparative se justifie par : 1) la nécessité d'harmoniser la réglementation pour un outil important de marketing ainsi que pour les essais comparatifs; 2) l'amélioration de l'information du consommateur; 3) la stimulation de la concurrence. Actuellement, la publicité comparative n'est autorisée que dans certains Etats membres, ce qui désavantage les annonceurs et les publicitaires des autres Etats membres et entraîne des distorsions de concurrence considérables. La proposition fixe des limites strictes pour l'utilisation de la publicité comparative. La comparaison doit porter sur les caractéristiques essentielles, pertinentes, vérifiables et choisies loyalement de biens ou de services concurrents. La publicité comparative sera soumise aux mêmes mécanismes de contrôle que la publicité trompeuse. Le recours à des formes de contrôle volontaire par le biais d'organismes autonomes n'est pas exclu. L'avis du Comité La publicité comparative peut apporter des informations utiles, à condition qu'elle soit soumise à une réglementation rigoureuse. L'exigence première ne doit pas seulement être la protection du consommateur, mais aussi le respect des droits afférents au produit comparé et à l'entreprise impliquée dans la comparaison, exactement au même titre que les droits du consommateur. Dès lors, le message ne devra être autorisé que dans la mesure où il tiendra compte de cette double exigence. Un code déontologique d'autodiscipline serait une contribution importante au respect du principe selon lequel le message publicitaire doit être une source d'information. Ce code devrait être élaboré par la Chambre de commerce internationale ou tout autre organisme suffisamment représentatif des parties en cause, qui devrait également contrôler le contenu

du message publicitaire en vérifiant la conformité de ce dernier avec le code en question. Le cadre d'un tel code pourrait être défini au préalable par voie de réglementation communautaire. Sur une base volontaire et au niveau national, des organismes représentatifs des différentes parties en cause seraient garants à la fois d'une mise sur le marché correcte du message, de sa fiabilité et de la possibilité pour le consommateur et le concurrent d'en vérifier l'exactitude. Ce type d'organisme existe déjà dans certains Etats membres et leur expérience devrait être mise à profit. L'utilisation de la marque ou du nom commercial d'un autre produit ne doit pas être malhonnête ni permettre de tirer parti de la notoriété d'autrui pour promouvoir des produits d'imitation. L'avis a été adopté à la majorité, 1 voix contre et 3 abstentions.

## Publicité comparative et publicité trompeuse (modif. directive 84/450/CEE)

---

Le Comité approuve la proposition de la Commission, sous réserve des observations suivantes. C'est la directive 84/450/CEE que l'on propose à présent de modifier, en y insérant des dispositions relatives à la publicité comparative, sur la base de l'article 100 A du Traité. Il faut noter que deux Etats membres, l'Italie et la Belgique, n'appliquent pas encore cette directive dans son intégralité, ce qui soulève certains problèmes, d'autant que, pour la publicité comparative, ce sont précisément les mécanismes de contrôle établis par la directive 84/450/CEE qui seront d'application. Il conviendra de s'assurer qu'il existe des dispositions et des moyens de contrôle permettant d'empêcher toute utilisation déloyale de cette publicité et d'en faire un instrument réel d'information et de stimulation de la concurrence. Ces moyens de contrôle devront faire l'objet d'une réglementation précise, précisément afin de garantir la fiabilité du message publicitaire en question, et de se conformer ainsi à la double et première exigence invoquée: d'une part informer, d'autre part stimuler la concurrence tout en la respectant pleinement. Le Comité attire enfin l'attention sur la spécificité du secteur des ventes par correspondance et invite à examiner l'opportunité de dispositions spécifiques.

## Publicité comparative et publicité trompeuse (modif. directive 84/450/CEE)

---

Le rapporteur Mme OOMEN-RUIJTEN (PPE,NL) souhaite que les conditions d'exercice de la publicité comparative soient mieux précisées et a déposé des amendements. La publicité comparative ne sera permise que si elle compare objectivement les caractéristiques représentatives essentielles du produit qui, par ailleurs, devront toujours être vérifiables et objectivement constatables. Le rapporteur insiste en particulier pour que la marque ou le nom commercial d'un concurrent ne puisse être utilisé que dans les cas indispensables à la comparaison. Toute référence à la personnalité ou à la situation personnelle d'un concurrent sera interdite. Toute comparaison présentant des produits comme des imitations ou répliques de produits ou services déjà protégés par des marques, noms commerciaux ou appellations d'origine, sera également interdite. Enfin, le rapporteur demande que la mention ou la reproduction, dans une publicité comparative, d'opinions ou appréciations individuelles ou collectives soit interdite. M. Jacques VERNIER (RDE, F) estime que la publicité comparative est excellente si l'on compare des choses comparables, or le texte de la Commission comporte un certain nombre de lacunes. Lorsque la comparaison porte sur les prix, il demande que l'on compare des produits identiques. Il souligne qu'on ne peut effectuer une comparaison valable entre deux produits, en principe identiques, si il sont fournis par des diffuseurs différents, par exemple, par le petit commerce ou par un supermarché. Comment comparer des produits du terroir bénéficiant d'une appellation contrôlée avec ceux n'en possédant pas? D'autre part la publicité comparative devrait mentionner les références ou dates des études et des essais sur lesquels se fonde la comparaison. Enfin, les associations de protection de consommateurs devraient avoir le droit d'agir auprès des tribunaux ou des instances administratives d'autres Etats membres. Le Commissaire Van MIERT a rappelé que l'objectif de la directive était l'harmonisation des législations en matière de publicité comparative afin de garantir le droit des annonceurs et éviter toute confusion pour les consommateurs. contrôlée avec ceux n'en possédant pas? D'autre part la publicité comparative devrait mentionner les références ou dates des études et des essais sur lesquels se fonde la comparaison. Enfin, les associations de protection de consommateurs devraient avoir le droit d'agir auprès des tribunaux ou des instances administratives d'autres Etats membres.

## Publicité comparative et publicité trompeuse (modif. directive 84/450/CEE)

---

Le Parlement européen a adopté le rapport de MME OOMEN-RUIJTEN. A noter : l'amendement de M. Alain POMPIDOU adopté par 162 voix contre 104 et 7 abstentions demandant que les dispositions relatives à la publicité comparative ne s'appliquent pas aux essais comparatifs menés par des chercheurs ou des laboratoires universitaires sur différents moyens thérapeutiques disponibles en matière pharmaceutique pour autant que la pertinence scientifique en ait été établie au préalable. En adoptant ce rapport, le Parlement européen a donné un feu vert "contrôlé" à cette forme de publicité. La plupart de ses amendements ont eu pour souci de mieux canaliser les usages de cette forme de publicité et de contenir dans des strictes observations. La publicité comparative ne sera permise que pour autant qu'elle compare objectivement les caractéristiques essentielles, pertinentes, toujours vérifiables, objectivement constatables, choisies loyalement et représentatives de biens et de services concurrents. Le recours à une marque ou à un nom commercial, dans le message, ne pourra être utilisé que s'il est véritablement indispensable pour identifier les marchandises, services ou activités du concurrent. Toute référence à la personnalité ou à la situation personnelle d'un concurrent est interdite. Est également interdite toute comparaison présentant des produits ou services comme des imitations ou répliques de produits ou services déjà protégés par des marques, noms commerciaux ou appellations d'origine. Enfin, la mention ou la reproduction dans une publicité de résultats d'essais comparatifs ne sont permis que si ces essais ont été réalisés par un institut reconnu et neutre, ou par des groupements ou organisations de consommateurs.

## Publicité comparative et publicité trompeuse (modif. directive 84/450/CEE)

---

La proposition modifiée de la Commission retient certains éléments de la proposition initiale: - maintien du titre de la proposition ainsi que de la définition de publicité comparative; - maintien du texte initial qui élargit à la publicité comparative la portée des dispositions appliquées à la publicité trompeuse; - validité du contrôle volontaire de la publicité trompeuse et de la publicité comparative par des organismes autonomes; - maintien du principe du renversement de la charge de la preuve; En revanche, la Commission a introduit les modifications suivantes: - suppression des dispositions concernant les essais comparatifs; - renforcement des limites de la publicité comparative: .élargissement des critères afin de garantir le caractère loyal de la publicité comparative; .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; .la "vérité objective", principe directeur de la formulation et de l'utilisation d'un message comparatif, devrait aussi comprendre la pleine "actualité" de l'affirmation au moment où elle est diffusée, notamment lorsque les produits et services font l'objet d'une offre spéciale ou d'une offre limitée dans le temps; - enfin, dans les domaines où la publicité est soumise à des interdictions partielles ou à des restrictions (produits médicaux, tabac, denrées alimentaires), la publicité comparative doit y être soumise également. ?

## Publicité comparative et publicité trompeuse (modif. directive 84/450/CEE)

---

La position commune du Conseil reprend, en totalité ou en partie, 6 amendements acceptés par la Commission dans sa proposition modifiée. Le Conseil a néanmoins introduit des modifications visant notamment à prévoir une harmonisation exhaustive pour la publicité comparative, un renvoi plus précis aux dispositions de la directive 84/450 sur la publicité trompeuse et à préciser les conditions de la licéité (et non d'autorisation) de la publicité comparative, pour autant que la comparaison est concernée. Ainsi, pour autant que la comparaison est concernée, la publicité comparative serait licite dès lors que les conditions suivantes sont satisfaites : - elle n'est pas trompeuse au sens de la directive 84/450/CEE; - elle compare des biens ou services répondant aux mêmes besoins ou ayant le même objectif; - elle compare objectivement une ou plusieurs caractéristiques essentielles, pertinentes, vérifiables et représentatives de ces biens et services, dont le prix peut faire partie; - elle n'engendre pas de confusion sur le marché entre l'annonceur et un concurrent ou entre les marques, noms commerciaux, autres signes distinctifs, biens ou services de l'annonceur et ceux d'un concurrent; - elle n'entraîne pas le discrédit ou le dénigrement des marques, noms commerciaux, autres signes distinctifs, biens, services ou activités d'un concurrent; - pour les produits ayant une appellation d'origine, elle se rapporte dans chaque cas à des produits ayant la même appellation; - elle ne tire pas indûment profit de la notoriété attachée à une marque, à un nom commercial ou à d'autres signes distinctifs d'un concurrent ou de l'appellation d'origine de produits concurrents. La position commune stipule également les conditions devant être respectées lors de toute comparaison faisant référence à une offre spéciale. Compte tenu du caractère exhaustif de l'harmonisation visée, les Etats membres ne seront pas autorisés, en matière de publicité comparative, à maintenir ou à adopter des dispositions plus contraignantes. Toutefois, les dispositions de la directive n'empêcheraient pas le maintien ou l'introduction, dans le respect du traité, d'interdictions de publicité pour certains biens ou services par les Etats membres. ?

## Publicité comparative et publicité trompeuse (modif. directive 84/450/CEE)

---

La Commission accepte les modifications introduites par le Conseil et soutient la position commune. Toutefois, elle estime utile de préciser, en ce qui concerne l'article 7 point 4 de la position commune, son interprétation selon laquelle si la législation nationale interdit la publicité de certains produits ou services, quels qu'ils soient, la publicité comparative de ces mêmes produits et services est interdite aussi. ?

## Publicité comparative et publicité trompeuse (modif. directive 84/450/CEE)

---

La commission a adopté un amendement visant à interdire la publicité comparative pour des biens ou services qui sont des imitations ou des copies d'autres biens et services auxquels sont attachés une marque ou un nom commercial. La commission s'est prononcée en faveur du projet de recommandation de Mme OOMEN-RUIJTEN sur la position commune du Conseil relative à l'inclusion de la publicité comparative dans le cadre de la directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse. L'un des amendements vise à interdire la publicité comparative dès lors qu'elle va à l'encontre des codes de déontologie de certains corps professionnels, tels que les barreaux d'avocats. La commission souhaite également que les tests destinés à comparer les niveaux de qualité ne soient mentionnés dans la publicité "que si la personne qui a effectué le test donne expressément son accord". L'annonceur est tenu cependant d'assumer toute responsabilité en matière de fiabilité des tests, comme si ils avaient été réalisés par lui ou sous sa direction. La commission voudrait par ailleurs encourager un contrôle volontaire de la publicité trompeuse ou comparative par des organismes autoréglementés.

## Publicité comparative et publicité trompeuse (modif. directive 84/450/CEE)

---

En adoptant le rapport de Mme Ria OOMEN-RUIJTEN (PPE, NL), le Parlement européen a approuvé, avec des amendements, la position commune du Conseil sur la modification de la directive de 1984 sur la publicité trompeuse en vue d'y inclure des dispositions sur la publicité comparative. Le Parlement souhaite que la publicité comparative soit interdite: - lorsqu'elle présente un bien ou un service comme une imitation ou une reproduction d'un bien ou d'un service portant une marque ou un nom commercial déposé; - lorsqu'elle va à l'encontre des codes de déontologie de certains corps professionnels comme les barreaux d'avocats. Le PE demande également que les tests destinés à comparer les niveaux de qualité ne soient mentionnés dans la publicité que si la personne qui a effectué les tests donne son accord exprès. Dans ce cas, l'annonceur endosse la responsabilité du test comme s'il l'avait réalisé lui-même. Enfin, le PE souhaite encourager un contrôle volontaire de la publicité trompeuse ou comparative par des organismes autonomes, et il introduit une disposition prévoyant qu'en vertu du principe de subsidiarité, le contrôle volontaire de la publicité trompeuse ou comparative est exercé, le cas échéant, par des organismes nationaux autonomes; un organisme européen serait chargé d'assurer la coordination et l'examen des plaintes transfrontalières. ?

## Publicité comparative et publicité trompeuse (modif. directive 84/450/CEE)

---

La Commission a modifié sa proposition en retenant 8 amendements sur les 16 adoptés par le Parlement européen en deuxième lecture. Les modifications introduites par la Commission visent à : - supprimer un considérant exigeant que les conditions de la publicité comparative soient cumulatives et respectées dans leur intégralité; - interdire la publicité comparative : .lorsqu'elle entraîne le discrédit ou le dénigrement des caractéristiques ou de la situation personnelle d'un concurrent; .lorsqu'elle va à l'encontre des codes de déontologie de certains corps professionnels comme les barreaux d'avocats. En revanche, la Commission n'a pu retenir les amendements concernant notamment : - les essais comparatifs; - les systèmes de contrôle volontaire et la création d'un organisme européen chargé de la supervision. ?

## Publicité comparative et publicité trompeuse (modif. directive 84/450/CEE)

---

Le comité de conciliation mixte PE/Conseil, sous la co-présidence de Mme Nicole FONTAINE, vice-président du PE et Mme Anneke VAN DOR-VAN WEELE, secrétaire d'état aux affaires économiques des Pays-Bas (rapporteur : Mme Ria OOMEN-RUIJTEN, PPE, NL) est parvenu à un compromis qui intégrant un bon nombre d'amendements du PE visant à protéger les consommateurs et les entreprises rivales contre la publicité comparative trompeuse. On parle de publicité comparative, ou de "contre-publicité" quand un vendeur vante - en se référant aux résultats obtenus à la suite de tests comparatifs - les mérites d'un produit ou service supposé supérieur à ceux proposés par ses concurrents. Le Président de la commission de la protection des consommateurs, M. Kenneth COLLINS (PSE, RU) a estimé que le compromis est "un très bon accord qui favorise le rapprochement des consommateurs et de l'industrie publicitaire." Le PE, ne voulait pas que des concurrents indécents puissent profiter honteusement des entreprises existantes et à la réputation bien établie. Par conséquent, le Conseil a accepté un amendement parlementaire interdisant la publicité comparative de biens ou de services qui sont des imitations ou des reproductions de biens ou services portant une marque ou un nom commercial protégés. Le PE a également persuadé le Conseil que la publicité comparative ne devait pas entraîner le discrédit ou le dénigrement des marques, noms commerciaux, autres signes distinctifs, biens, services, activités ou situation d'un concurrent. A propos des tests, sur lesquels les auteurs ont généralement les droits exclusifs, le comité de conciliation est convenu que les conventions internationales sur le droit d'auteur s'appliquent quand des résultats d'essais comparatifs effectués par des tiers figurent dans la publicité. En outre, le PE a insisté pour que l'annonceur soit tenu d'apporter à bref délai des preuves concernant l'exactitude matérielle des données de fait contenues dans la publicité comparative. Le PE a également convaincu le Conseil d'insérer dans la directive la faculté pour les Etats-membres de maintenir ou introduire des mesures d'interdictions ou de restrictions du recours à des comparaisons dans la publicité pour les services relevant de professions libérales. C'est ainsi que la publicité comparative pourra être interdite dès lors qu'elle va à l'encontre des codes de déontologie de certains corps professionnels, tels les barreaux d'avocats. Aux termes d'une autre disposition votée sur l'insistance du PE, la directive n'exclut pas le contrôle volontaire de la publicité trompeuse ou comparative par des organismes autonomes, ce contrôle pouvant être encouragé par les Etats membres. En outre, les organismes nationaux autonomes peuvent coordonner leurs travaux par l'intermédiaire d'associations ou organisations établies au niveau communautaire et examiner notamment les plaintes transfrontalières. La Commission est invitée à étudier la possibilité de mettre en place des moyens efficaces pour traiter de ces plaintes transfrontalières. Cette directive, proposée par la Commission européenne en mai 1991, fait entrer la publicité comparative dans le champ d'application de la directive (84/450/CEE) sur la publicité trompeuse. Dernière étape de la procédure législative, le texte voté par le Comité de conciliation doit maintenant être adopté par le Conseil (à la majorité qualifiée) et par le PE (à la majorité simple). Le délai d'application de la directive par les Etats membres est de 30 mois après sa publication au J.O. ?

## Publicité comparative et publicité trompeuse (modif. directive 84/450/CEE)

---

En rappelant qu'il faudra attendre encore 30 mois avant que les Etats membres l'intègrent dans leur législation, le rapporteur s'est félicité de cette nouvelle directive, qui offre aux consommateurs une information utile et facilite leurs choix, qui empêche la distorsion de la concurrence entre les Etats membres et, enfin, aborde l'aspect transfrontalier des conflits. Le commissaire Bangemann a expliqué que la procédure a été aussi longue parce qu'il fallait que la Commission vérifie si toutes les dispositions qu'elle entendait prendre en la matière étaient nécessaires vis-à-vis du critère de subsidiarité. Le commissaire a également promis de suivre de très près les cas de plaintes transfrontalières.

## Publicité comparative et publicité trompeuse (modif. directive 84/450/CEE)

---

A la suite de l'accord intervenu au Comité de conciliation le 25 juin dernier, le Conseil a adopté la directive modifiant la directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse afin d'y inclure la publicité comparative. Les délégations allemande et suédoise ont voté contre la directive; la délégation finlandaise a donné une explication de vote.?

## Publicité comparative et publicité trompeuse (modif. directive 84/450/CEE)

---

En adoptant le rapport de Mme Ria OOMEN-RUIJTEN (PPE, NL), le Parlement européen a approuvé le projet commun avec le Conseil concernant la modification de la directive sur la publicité trompeuse afin d'y inclure la publicité comparative. Le rapporteur s'est félicité du résultat du Comité de conciliation qui a permis d'intégrer la quasi-totalité des souhaits formulés par le Parlement. Celui-ci a en effet obtenu que le Conseil adopte un amendement interdisant la publicité comparative de biens ou de services qui sont des imitations ou des reproductions de biens ou services portant une marque ou un nom commercial protégés. Il a également obtenu que la publicité comparative ne doit pas entraîner de discrédit ou de dénigrement des marques non commerciales, autres signes distinctifs, biens, services, activités ou situation d'un concurrent. ?

## Publicité comparative et publicité trompeuse (modif. directive 84/450/CEE)

---

OBJECTIF: la nouvelle directive vise à autoriser, sous certaines conditions, la publicité comparative au niveau communautaire et à harmoniser l'application en vue de la réalisation du marché intérieur, tout en contribuant à améliorer l'information des consommateurs et à stimuler la concurrence. MESURE DE LA COMMUNAUTÉ: directive 97/55/CE du Parlement européen et du Conseil, modifiant la directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse afin d'y inclure la publicité comparative. CONTENU: aux termes de la directive, la publicité comparative est définie comme étant toute publicité qui, explicitement ou implicitement, identifie un concurrent ou des biens ou services offerts par un concurrent. La publicité comparative est licite dès lors que les conditions suivantes sont satisfaites: - elle n'est pas trompeuse au sens de la directive 84/450/CEE; - elle compare des biens ou services répondant aux mêmes besoins ou ayant le même objectif; - elle compare objectivement une ou plusieurs caractéristiques essentielles, pertinentes, vérifiables et représentatives de ces biens et services, dont le prix peut faire partie; - elle n'engendre pas de confusion sur le marché entre l'annonceur et un concurrent ou entre les marques, noms commerciaux, autres signes distinctifs, biens ou services de l'annonceur et ceux d'un concurrent; - elle n'entraîne pas le discrédit ou le

dénigrement des marques, noms commerciaux, autres signes distinctifs, biens, services ou activités d'un concurrent; - pour les produits ayant une appellation d'origine, elle se rapporte dans chaque cas à des produits ayant la même appellation; - elle ne tire pas indûment profit de la notoriété attachée à une marque, à un nom commercial ou à d'autres signes distinctifs d'un concurrent ou de l'appellation d'origine de produits concurrents; - elle ne présente pas un bien ou un service comme une imitation ou une reproduction d'un bien ou d'un service portant une marque ou un nom commercial protégés. Par ailleurs, les dispositions de la directive 84/450/CEE en matière de contrôle de la publicité trompeuse sont également applicables à la publicité comparative. Il s'agit notamment de permettre aux personnes ou organisations ayant un intérêt légitime à l'interdiction de la publicité trompeuse ou de la publicité comparative d'intenter une action en justice contre cette publicité et/ou de porter cette publicité devant un organe administratif compétent soit pour statuer sur les plaintes, soit pour engager les poursuites judiciaires appropriées. A noter également que les Etats membres ne sont pas autorisés, en matière de publicité comparative, à maintenir ou à adopter des dispositions plus contraignantes. Toutefois, les dispositions de la directive n'empêchent pas le maintien ou l'introduction, dans le respect du traité, d'interdictions de publicité pour certains biens ou services par les Etats membres. DATE D'ENTREE EN VIGUEUR: 23/04/2000 ?