



# Mieux protéger les entreprises contre les pratiques commerciales trompeuses:

## Vers un renforcement du cadre législatif européen



**Luxembourg, 18 mars 2013**  
**Chambre de commerce,**  
**Robert Mathiak, DG Justice-A3**

# Aperçu de la législation européenne

- **Directive 2006/114/CE en matière de publicité trompeuse de de publicité comparative (version codifiée de la directive 84/450 telle que modifiée par la directive 97/55)**
- **Directive 2005/29/CE relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs**
- **Règlement (CE) n° 2006/2004 relatif à la coopération en matière de protection des consommateurs ( "le règlement CPC")**

# Développements récents

- **Communication de la Commission du 27 novembre 2012 sur la révision de la directive 2006/114/CE en matière de publicité trompeuse et de publicité comparative (COM(2012) 702 final) – suivi par un atelier**
- **Communication et rapport de la Commission du 14 mars 2013 relative à l'application de la directive 2005/29/CE sur les pratiques commerciales déloyales**
- **Modification du règlement (CE) n° 2006/2004 par le règlement (UE) N° 954/2011 du 14 septembre 2011**



# **Communication et rapport de la Commission sur l'application de la directive 2005/29/CE**

- **Bilan généralement positif, combinaison de clauses générales avec une liste noire**
- **Prématuré de considérer une modification des règles substantielles**
- **Des efforts supplémentaires sont nécessaires pour intensifier son application à l'échelle nationale et transfrontière avec un rôle plus prépondérant de la Commission, par ex. ateliers thématiques, actions coordonnées dites "coups de balai"**
- **Concentration sur des secteurs spécifiques tels que voyages et transports, marchés numériques/en ligne, allégations écologiques, services financiers et biens immobiliers**

# Evaluation et révision éventuelle du Règlement (CE) No 2004/2006

**Rapport de la Commission au plus tard fin 2014**

- **Évaluation des mécanismes de fonctionnement du règlement**
- **Analyse de l'inclusion éventuelle d'actes législatives supplémentaires**
- **Fondation sur une large consultation de toutes les parties intéressées**
- **Accompagné, le cas échéant, par une proposition législative**

# European Consumer Summit 2013

*A lieu en ce moment à Bruxelles et se concentre sur l'application du droit de protection des consommateurs.*



European  
Commission

# **Communication COM(2012)702 adoptée le 27 novembre 2012:**

## **Protéger les entreprises contre les pratiques commerciales trompeuses et garantir l'application efficace des règles**

- Identifie les problèmes existants pour les entreprises
- Donne une vue d'ensemble sur l'application de la directive dans les Etats membres
- Présente des idées pour la révision de la directive dans l'avenir

## Quels sont les pratiques commerciales trompeuses les plus courantes affectant les entreprises?

- Des formes divergentes, mais des traits communs
- Pratiques souvent frauduleuses – distribution de masse – mauvaise foi

Exemples:

Les annuaires trompeuses, factures sur des services non commandés, offres frauduleuses concernant les noms de domaines ou les marques déposées, services prétendument commandés par téléphone

## Les annuaires trompeuses en particulier

- Une étude initiée par le Parlement européen en 2008 sur les annuaires trompeuses
- Plus de **13 000 plaintes** en provenance de 16 Etats membres – seulement la "partie émergée de l'iceberg"
- Deux résolutions du Parlement européen en 2008 et 2011 demandant à la Commission d'agir
- préjudice financier + harcèlement continu
- Difficultés dans l'application des règles notamment dans les cas transfrontières

# Consultation publique en 2011

- La Commission a demandé des informations et des avis sur pratiques commerciales déloyales entre entreprises et a reçu 280 réponses de la part notamment des organisations professionnelles et des entreprises, notamment des PME, ainsi que des autorités nationales
- 81% pensent que le problème est sérieux
- 47% ont été directement affectés par ces pratiques
- 79% en faveur d'une meilleure protection
- 84% soutiennent une législation européenne contre les pratiques les plus préjudiciables

## Consultation publique en 2011 (continuation)

- Le problème principale sont les arnaques de marketing
- De plus en plus souvent par internet
- Appel à une protection renforcée des entreprises et pour une meilleure coopération transfrontière
- Soutien très large pour une action législative
- Absence de système de coopération structuré et absence de mesures transfrontières



# Situation légale actuelle – quelques constats

- La directive 2006/114/EC interdit déjà les pratiques trompeuses des marketing entre entreprises grâce à une définition large de "publicité".
- Mais: les règles sont très générales, sont interprétés différemment, y inclus le terme "publicité"
- faiblesses très nettes dans l'application surtout au niveau transfrontière.
- Par contre, les consommateurs sont protégés par des règles plus spécifiques: la directive 2005/29 contient des clauses générales et une liste noire de pratiques défendues.
- Pas toujours évident d'utiliser le droit pénal.

# Comment sont ces règles mises en œuvre dans les Etats membres?

- Le niveau de protection entre Etats membres varie énormément (harmonisation minimale),
- Dans quelques Etats membres la directive sur les pratiques commerciales déloyales (2005/29) s'applique aussi à des situations B2B (même niveau de protection pour les entreprises).
- Différences entre les dispositifs d'application, systèmes d'application par autorités publiques ou d'application privée.

# Quelles solutions?

1. Des mesures immédiates pour appliquer plus efficacement les règles existantes
  - Création par la Commission d'un groupe de travail ad-hoc groupe de travail composé des autorités nationales compétentes
2. Modernisation de la directive sur la publicité trompeuse et comparative (2006/114)

# Priorités pour la révision

## I. Meilleure application

L'objectif est de renforcer l'application des règles **dans les cas transfrontières.**

- Installer une procédure de coopération entre les autorités nationales– échanges d'informations et assistance mutuelle
- Désignation par les Etats membres d'une autorité compétente munie des compétences nécessaires pour mettre fin à des pratiques déloyales B2B

# Priorités pour la révision

## II. Protection renforcée

- **Liste noire** – certaines pratiques (les plus préjudiciables) seront interdites de manière explicite – plus de clarté et transparence pour les entreprises
- **Sanctions** – les Etats membre seront obligés d'introduire des sanctions effectives, proportionnées et dissuasives
- **Définitions** – clarifier certaines définitions légales pour combler des lacunes potentielles

# Les prochaines étapes

- L'analyse d'impact est en cours pour évaluer les différentes options réglementaires et non-réglementaires – toutes les options restent ouvertes.
- Le Centre for Strategy and Evaluation Services (CSES) est en train de préparer une étude pour rassembler plus d'informations,
- Si l'analyse d'impact confirme la nécessité d'une action législative, la Commission va présenter une proposition encore en 2013.



# Merci beaucoup pour votre attention!

Link to the Communication:

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2012:0702:FIN:EN:PDF>

Commission website on B2B misleading marketing practices:

[http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/unfair-trade/false-advertising/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/unfair-trade/false-advertising/index_en.htm)

**Robert Mathiak**  
Consumer and marketing law  
DG Justice  
[robert.mathiak@ec.europa.eu](mailto:robert.mathiak@ec.europa.eu)

