

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

1991/0343(COD) - 17/11/1992

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.