Union européenne : communications commerciales - évolutions récentes

IRIS 1998-4:1/3

Jan J.C. Kabel
Institut du droit de l'information (IViR), Université d'Amsterdam

La Commission européenne vient de publier le Suivi du Livre vert sur les communications commerciales dans le marché intérieur (Bruxelles, 4 mars 1998, COM (1998) 121 final). La Ligue Internationale du Droit de la Concurrence a consacré son colloque annuel à ce sujet (Bruxelles, 20 mars) ; un résumé sera publié dans la Revue de la Ligue Internationale du Droit de la Concurrence. Une lettre d'information intitulée "Communications commerciales", le Journal de la stratégie et de la pratique de la publicité et du marketing dans la Communauté européenne, parrainée par la DG XV, fournit aux intéressés des informations sur les développements dans ce domaine.

Le problème des communications commerciales internationales, tel que la Commission le présente, réside dans l'ampleur des divergences dans les limitations fixées en matière publicitaire par les Etats membres. La réglementation de la promotion des ventes illustre très bien cette situation. La jurisprudence de la Cour de Justice des Communautés européennes ne fournit pas à la Commission les outils nécessaires à la suppression de ces obstacles à la communication transfrontalière. L'affaire Keck (JOCE du 24 novembre 1993, C-267/91 et C-268/91, Rec. 1993, p. I-6097) prouve que les autorités nationales conservent d'amples possibilités de mise en place de restrictions nationales en matière de publicité. Par conséquent, la Commission recherche de nouvelles solutions pour sécuriser l'accroissement des communications commerciales transfrontalières. Sa première approche était essentiellement d'ordre économique. La Commission a proposé une méthodologie d'évaluation dont l'objectif serait d'établir un portrait exhaustif des impacts économiques de la mesure considérée. Dans le document de suivi, deux critères supplémentaires ont été ajoutés, visant à reconnaître les différences culturelles et sociales entre Etats membres et le besoin d'assurer la cohérence des objectifs d'intérêt public. Sur la base de cette évaluation économique, une évaluation d'ordre juridique doit être menée à bien afin de déterminer si la mesure peut être considérée sous l'angle de la proportionnalité : la Commission espère que ces deux étapes, même si leur application n'est pas rendue obligatoire, seront utiles à l'examen des cas d'infraction ainsi qu'aux débats sur les problèmes de réglementation des communications commerciales transfrontalières. D'après les propositions de la Commission, ces débats seront formalisés au sein d'un groupe d'experts sur la communication commerciale, présidé par un membre de la Commission et dont les membres seront deux représentants nommés par chaque Etat membre. En

© Observatoire européen de l'audiovisuel (Conseil de l'Europe) 2026

outre, en complément de la lettre d'information existante, la Commission ouvrira un point de contact et un réseau d'informations sur la communication commerciale, ainsi qu'une base de données, le tout accessible sur le Web.

Communication from the Commission to the European Parliament, the Council and the Economic and Social Committe. Follow-up to the Green Paper on Commercial Communications in the Internal Market. Brussels, 4 March 1998; COM (1998) 121 final

http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:1998:0121:FIN:EN:PDF

Communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil et au Comité économique et social. Suivi du Livre vert "Les communications commerciales dans le marché intérieur". Bruxelles, 4 mars 1998; COM (1998) 121 final

http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:1998:0121:FIN:fr:PDF

© Observatoire européen de l'audiovisuel (Conseil de l'Europe) 2026

© Observatoire européen de l'audiovisuel (Conseil de l'Europe) 2026