

II

*(Communications)*COMMUNICATIONS PROVENANT DES INSTITUTIONS, ORGANES ET
ORGANISMES DE L'UNION EUROPÉENNE

COMMISSION EUROPÉENNE

Communication de la Commission relative à l'application de la législation alimentaire de l'Union européenne et de la réglementation de l'Union européenne en matière de protection des consommateurs aux questions de double niveau de qualité des produits, en particulier des denrées alimentaires

(2017/C 327/01)

La libre circulation des biens est l'une des quatre libertés fondamentales du marché unique. Le marché unique des biens encourage l'innovation sur les marchés de produits tout en contribuant à la création de perspectives pour les entreprises et en élargissant le choix pour les consommateurs à travers l'Europe.

La libre circulation des biens n'implique pas nécessairement que chaque produit doit être identique dans chaque recoin du marché unique. Alors que les consommateurs sont libres d'acheter les produits de leur choix, les opérateurs économiques sont eux aussi libres de commercialiser et de vendre des produits présentant une composition ou des caractéristiques différentes, pour autant qu'ils respectent scrupuleusement la législation de l'Union (qu'il s'agisse de la sécurité des produits, de l'étiquetage ou d'autres dispositions législatives horizontales ou sectorielles). Pour continuer à être performantes, les entreprises doivent adapter et innover sans cesse leurs produits, en réagissant aux différentes tendances au niveau de la demande, aux problèmes logistiques et aux technologies émergentes. Même les produits d'une même marque peuvent présenter des caractéristiques différentes du fait de facteurs légitimes tels que le lieu de fabrication ou les préférences des consommateurs dans les régions de destination. Toutefois, la commercialisation de produits de la même marque présentant des compositions différentes, d'une manière susceptible d'induire le consommateur en erreur, est une question qui peut susciter des inquiétudes.

L'Union européenne a élaboré un cadre législatif global pour préserver les droits des consommateurs. L'efficacité et le bon fonctionnement du marché passent par une protection efficace des consommateurs. Ce cadre comprend la protection des consommateurs contre les informations et les pratiques commerciales trompeuses.

Le problème du double niveau de qualité de certains produits⁽¹⁾, et notamment des denrées alimentaires, est de plus en plus préoccupant. En mars 2017, le Conseil européen a salué la volonté exprimée par la Commission de faire avancer ce dossier. Ainsi que le président Juncker l'a clairement souligné dans son discours sur l'état de l'Union⁽²⁾, dans une Union où tous sont égaux, il ne peut y avoir de citoyens de seconde classe, et il est inacceptable que «dans certaines régions d'Europe, les gens se voient proposer des produits alimentaires de moindre qualité que dans d'autres pays, sous des marques et des emballages pourtant identiques». La Commission œuvre sur plusieurs fronts pour restaurer la confiance des citoyens dans le marché unique, et a décidé de concentrer ses efforts en premier lieu sur le secteur alimentaire.

Cette action de la Commission associe dialogue avec les parties concernées et mesures pratiques pour permettre aux autorités compétentes d'entreprendre des actions concrètes. À la suite des discussions au Conseil européen en mars 2017, la Commission a soulevé la question au Forum à haut niveau sur l'amélioration du fonctionnement de la chaîne d'approvisionnement alimentaire, dans le but d'engager un dialogue entre les entreprises, les consommateurs et les autorités nationales. Ce dialogue se poursuivra dans les prochains mois. En outre, la Commission œuvre à la mise en place de mesures concrètes pour garantir l'obtention de données fiables et comparables, à commencer par le secteur alimentaire. Le Centre commun de recherche s'attelle à l'élaboration d'orientations portant sur une méthode de test commune, une étape en vue de la mise en place de tests comparables et faisant autorité à l'échelle de l'Union européenne. Il s'agit d'une étape essentielle pour évaluer l'ampleur de ce problème et constituer une base solide d'informations probantes, préalable indispensable à toute action future.

(¹) À savoir les biens commercialisés dans le marché unique sous la même marque ou dénomination commerciale mais présentant des compositions, des qualités ou des contenus différents dans les différents États membres de l'Union.

(²) http://europa.eu/rapid/press-release_SPEECH-17-3165_fr.htm

La recherche de clarté et de transparence pourrait aussi passer par l'amélioration des informations sur le contenu exact d'un produit. Dans le domaine des denrées alimentaires, la Commission examine avec les entreprises, en particulier avec les fabricants et les détaillants de denrées alimentaires, de quelle manière il serait possible de garantir la totale transparence de la composition des produits (au-delà des obligations juridiques actuelles). Une piste explorée consiste en la rédaction d'un code de conduite pour les fabricants définissant les normes à respecter pour éviter les problèmes de double niveau de qualité des denrées alimentaires. Enfin, la Commission examine le respect de l'application des réglementations de l'Union européenne correspondantes, conjointement avec les autorités nationales de protection des consommateurs et les autorités alimentaires nationales.

La présente communication contribue à cette stratégie globale et cherche à faciliter l'application pratique de la législation existante. Plusieurs actes législatifs de l'Union sont à prendre en considération pour s'attaquer au problème du double niveau de qualité des produits. Dans le cas précis des denrées alimentaires, sur lesquelles est axée la présente communication, ces actes incluent:

- le «règlement sur la législation alimentaire générale»⁽¹⁾, dont l'objectif est de garantir que seules des denrées alimentaires sûres sont mises sur le marché de l'Union européenne et que les consommateurs sont informés comme il se doit, et non induits en erreur, au sujet de la composition et des caractéristiques des denrées alimentaires proposées à la vente,
- le «règlement concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires»⁽²⁾, qui définit des règles et des exigences générales en matière d'étiquetage, dont l'obligation de dresser une liste exhaustive des ingrédients permettant aux consommateurs d'être pleinement informés de la composition des denrées alimentaires⁽³⁾,
- la «directive sur les pratiques commerciales déloyales»⁽⁴⁾, qui garantit que les consommateurs ne sont pas induits en erreur ni exposés à un marketing agressif, et que les allégations commerciales formulées par les vendeurs dans l'Union européenne sont claires, exactes et justifiées. Son objectif est de permettre aux consommateurs de poser des choix en connaissance de cause et pertinents. Cette directive horizontale s'applique à de nombreuses pratiques commerciales qui sont également réglementées par d'autres actes législatifs de l'Union européenne de portée générale ou sectorielle, tels que ceux régissant, entre autres, les denrées alimentaires, les jouets, les cosmétiques, les détergents, mais uniquement pour les aspects qui ne sont pas couverts par la législation sectorielle.

C'est aux États membres, et en particulier aux autorités nationales de protection des consommateurs et aux autorités alimentaires nationales, qu'il appartient de veiller au respect de l'acquis de l'Union européenne en matière de protection des consommateurs et de garantir la bonne application de la législation européenne en matière de sécurité et d'étiquetage des aliments au niveau national. Pour autant, la Commission s'est engagée à aider les autorités nationales en prodiguant les conseils et le soutien nécessaires. La présente communication précise le cadre juridique pertinent afin de doter les autorités nationales des outils et des indicateurs dont elles ont besoin pour veiller à la bonne application de la législation. Elle doit être considérée comme une première étape de l'action de la Commission qui vise à aider les autorités nationales de contrôle dans les efforts qu'elles déploient pour mettre un terme aux pratiques déloyales. Elle est susceptible d'être mise à jour à la lumière de nouveaux éléments basés sur la méthode de test commune, et en ce qui concerne des produits autres que les denrées alimentaires.

1. Exigences relatives aux pratiques loyales en matière d'information en vertu du règlement (UE) n° 1169/2011

Conformément aux dispositions de l'article 8 du règlement (CE) n° 178/2002 établissant les principes généraux et les prescriptions générales de la législation alimentaire, laquelle vise à prévenir les pratiques trompant les consommateurs, le règlement (UE) n° 1169/2011 concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires (le «règlement concernant l'information sur les denrées alimentaires») instaure un cadre juridique global destiné à garantir non seulement un niveau élevé de protection de la santé des consommateurs et de leurs intérêts sociaux et économiques, mais également la libre circulation de denrées alimentaires sûres et saines dans le marché unique de l'Union européenne.

(1) Règlement (CE) n° 178/2002 du Parlement européen et du Conseil du 28 janvier 2002 établissant les principes généraux et les prescriptions générales de la législation alimentaire, instituant l'Autorité européenne de sécurité des aliments et fixant des procédures relatives à la sécurité des denrées alimentaires (JO L 31 du 1.2.2002, p. 1).

(2) Règlement (UE) n° 1169/2011 du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2011 concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires, modifiant les règlements (CE) n° 1924/2006 et (CE) n° 1925/2006 du Parlement européen et du Conseil et abrogeant la directive 87/250/CEE de la Commission, la directive 90/496/CEE du Conseil, la directive 1999/10/CE de la Commission, la directive 2000/13/CE du Parlement européen et du Conseil, les directives 2002/67/CE et 2008/5/CE de la Commission et le règlement (CE) n° 608/2004 de la Commission (JO L 304 du 22.11.2011, p. 18).

(3) Certains produits, tels que le chocolat, les jus de fruit et la confiture, font l'objet d'exigences spécifiques en matière de composition ou sont couverts par des systèmes de qualité alimentaire, en vertu de la législation harmonisée de l'Union européenne ou de la législation nationale.

(4) Directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil du 11 mai 2005 relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur et modifiant la directive 84/450/CEE du Conseil et les directives 97/7/CE, 98/27/CE et 2002/65/CE du Parlement européen et du Conseil et le règlement (CE) n° 2006/2004 du Parlement européen et du Conseil («directive sur les pratiques commerciales déloyales») (JO L 149 du 11.6.2005, p. 22).

À cet effet, le règlement concernant l'information sur les denrées alimentaires introduit un principe général selon lequel les informations sur les denrées alimentaires ne peuvent induire en erreur, en particulier:

- au sujet des caractéristiques de la denrée alimentaire et, notamment la nature, l'identité, les qualités, la composition, la quantité, la durabilité, le pays d'origine ou le lieu de provenance, le mode de fabrication ou de production de cette denrée, et
- en suggérant au consommateur, par l'aspect, la description ou une représentation graphique, la présence d'une denrée ou d'un ingrédient déterminé alors qu'il s'agit en fait d'une denrée dans laquelle un composant présent naturellement ou un ingrédient normalement utilisé dans ladite denrée a été remplacé par un composant ou un ingrédient différent.

Ce règlement dresse aussi une liste des mentions obligatoires qui doivent en principe figurer pour toutes les denrées alimentaires: notamment, la dénomination de la denrée alimentaire, la liste des ingrédients, la quantité de certains ingrédients ou catégories d'ingrédients, des informations relatives aux allergènes, une déclaration nutritionnelle, etc. Les informations sur les denrées alimentaires doivent être claires, précises et aisément compréhensibles par les consommateurs. À cette fin, le règlement définit des exigences spécifiques en ce qui concerne la présentation des mentions obligatoires, notamment la hauteur minimale du corps de caractère.

Les services de la Commission ont beaucoup travaillé avec les autorités nationales compétentes pour parvenir à une compréhension commune des dispositions du règlement concernant l'information sur les denrées alimentaires et en faciliter l'application, et finalisent actuellement une communication qui sera adoptée prochainement par la Commission. Des orientations spécifiques relatives à la fourniture d'informations sur les substances ou produits provoquant des allergies ou des intolérances ont été publiées dans la communication de la Commission C(2017) 4864 final du 13 juillet 2017.

En ce qui concerne les autorités de contrôle compétentes, la première étape d'une enquête tendant à établir la conformité de la commercialisation de denrées alimentaire devrait donc consister à vérifier le respect du règlement concernant l'information sur les denrées alimentaires.

2. Pratiques en matière d'information au sujet des caractéristiques des produits conformément à la directive 2005/29/CE sur les pratiques commerciales déloyales (la directive PCD)

Interaction avec la législation alimentaire et, en particulier, avec le règlement concernant l'information sur les denrées alimentaires — le principe de la lex specialis et ses effets sur l'application

En vertu du principe de la *lex specialis* consacré à l'article 3, paragraphe 4, de la directive PCD, en cas de conflit ou de chevauchement entre les dispositions de la directive sur les pratiques commerciales déloyales et d'autres règles sectorielles de l'Union européenne régissant des aspects spécifiques des pratiques commerciales déloyales, ces autres règles sectorielles priment et s'appliquent à ces aspects spécifiques⁽¹⁾. Pour autant, la directive PCD conserve toute sa pertinence pour apprécier d'autres éventuels aspects de la pratique commerciale qui ne sont pas couverts par les dispositions sectorielles. Par conséquent, la directive PCD peut généralement être appliquée conjointement avec les règles de l'Union européenne régissant des aspects spécifiques, de manière complémentaire. Comme l'article 11 de la directive PCD dispose que tous les États membres doivent veiller à ce qu'il existe des moyens adéquats et efficaces pour lutter contre les pratiques commerciales déloyales, dans les pays membres de l'Union européenne où le contrôle du respect de l'application de la directive PCD et des réglementations sectorielles pertinentes incombe à des autorités différentes, celles-ci devraient coopérer étroitement de manière à garantir la cohérence des conclusions de leurs enquêtes respectives quand celles-ci portent sur le même professionnel et/ou sur la même pratique commerciale⁽²⁾.

Il est également important de souligner que les informations requises par les réglementations sectorielles de l'Union européenne pour ce qui est des communications commerciales, y compris la publicité et le marketing, sont réputées «substantielles» en vertu de la directive PCD⁽³⁾. Il faut entendre par informations substantielles des informations clés que les opérateurs économiques sont tenus de communiquer aux consommateurs afin de leur permettre de prendre une décision commerciale en connaissance de cause⁽⁴⁾. La non-communication de telles informations substantielles peut être considérée comme une pratique commerciale trompeuse si ladite omission est susceptible d'amener le consommateur moyen à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement.

(1) Autres actes législatifs sectoriels, voir, par exemple, le chapitre IV du règlement (UE) n° 1379/2013 du Parlement européen et du Conseil du 11 décembre 2013 portant organisation commune des marchés dans le secteur des produits de la pêche et de l'aquaculture, modifiant les règlements (CE) n° 1184/2006 et (CE) n° 1224/2009 du Conseil et abrogeant le règlement (CE) n° 104/2000 du Conseil (JO L 354 du 28.12.2013, p. 1).

(2) Voir, en particulier, la page 17 des orientations de la Commission concernant la mise en œuvre/l'application de la directive 2005/29/CE relative aux pratiques commerciales déloyales (à consulter à l'adresse http://ec.europa.eu/consumers/consumer_rights/unfair-trade/unfair-practices/index_en.htm).

(3) Article 7, paragraphe 5, de la directive PCD et p. 17 à 19 des orientations de la Commission concernant la mise en œuvre/l'application de la directive 2005/29/CE relative aux pratiques commerciales déloyales.

(4) Article 7, paragraphe 1, et article 7, paragraphe 2, de la directive PCD et page 69 des orientations de la Commission concernant la mise en œuvre/l'application de la directive 2005/29/CE relative aux pratiques commerciales déloyales.

À titre d'exemple, le règlement concernant l'information sur les denrées alimentaires exige des opérateurs économiques qu'ils fournissent des informations spécifiques sur les produits, telles que la quantité de certains ingrédients ou d'une catégorie d'ingrédients. Il s'agit d'informations «substantielles» au sens de l'article 7, paragraphe 5, de la directive PCD. L'omission de telles informations pourrait, au terme d'une appréciation au cas par cas, être considérée comme trompeuse dans la mesure où elle est susceptible d'influencer les décisions commerciales du consommateur moyen.

Application de la directive PCD aux pratiques commerciales

La directive PCD fait office de filet de sécurité garantissant le maintien d'un niveau commun élevé de protection des consommateurs dans tous les secteurs, s'inscrivant en complément des autres réglementations de l'Union et comblant leurs lacunes. La directive PCD interdit toute pratique commerciale si elle contient des informations fausses ou si, d'une manière quelconque, elle induit ou est susceptible d'induire en erreur le consommateur moyen, même si les informations présentées sont factuellement correctes, en ce qui concerne les principales caractéristiques du produit et que, dans un cas comme dans l'autre, elle l'amène ou est susceptible de l'amener à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement.

Le fait de déterminer si une pratique commerciale ne respecte pas la directive PCD nécessite une appréciation au cas par cas

La commercialisation de produits vendus sous la même marque et le même emballage, alors qu'ils présentent une composition et un profil sensoriel différents, pourrait être contraire à la directive PCD s'il peut être démontré, au cas par cas:

- que les consommateurs nourrissent des attentes spécifiques légitimes à l'égard d'un produit par rapport à un «produit de référence» et que le produit en question déroge de manière significative à ces attentes,
- que le professionnel omet de communiquer des informations adéquates aux consommateurs, ce qui les empêche de comprendre que le produit ne correspond peut-être pas totalement à leurs attentes,
- que ces informations inadéquates ou insuffisantes risquent d'altérer le comportement économique du consommateur moyen, par exemple en l'amenant à acheter un produit qu'il n'aurait pas acheté autrement.

Les critères suivants pourraient être utiles pour caractériser le «produit de référence»:

- i) un produit est commercialisés sous «le même emballage et la même marque» dans plusieurs États membres;
- ii) ce produit est vendu dans la majorité des États membres selon une composition bien précise; et
- iii) la perception qu'ont les consommateurs des principales caractéristiques du produit correspond à la composition de ce produit, conformément à la publicité qui en est faite dans la majorité de ces États membres.

Le Centre commun de recherche s'attache actuellement à fournir davantage d'indicateurs pour affiner les tests de comparaison alimentaire.

Il pourrait être utile, aux fins d'une telle appréciation au cas par cas, d'examiner les éléments suivants:

- les principales caractéristiques d'un produit qu'un consommateur moyen est susceptible de prendre en considération au moment de prendre sa décision d'achat et qui entrent en ligne de compte dans sa décision commerciale positive ou négative ⁽¹⁾,
- la question de savoir si les informations sur les principales caractéristiques d'un produit spécifique ont été omises ou manquent de clarté,
- la question de savoir si les informations manquantes ou vagues sur les principales caractéristiques sont susceptibles de modifier la décision commerciale du consommateur moyen.

Principales caractéristiques prises en considération par les consommateurs lorsqu'ils achètent des produits de marque

La présence d'un ou de plusieurs produits de marque dans l'offre générale d'une certaine catégorie de produits alimentaires transformés (par exemple cafés, chocolats, thés, sodas, etc.) influence la plupart des consommateurs au moment de faire leur choix. La décision commerciale d'un consommateur de porter son choix sur un produit de marque repose en grande partie sur la perception de ce que cette marque représente pour lui. En ce qui concerne les denrées alimentaires, chaque consommateur se forge une opinion subjective en fonction de sa propre expérience sensorielle, de ses préférences alimentaires et de facteurs tels que l'exposition à la publicité pour les marques et aux efforts de renforcement de l'image de marque.

Le consommateur moyen peut ne pas acheter un produit de marque s'il a des raisons de penser que le produit acheté ne correspond pas à sa perception de ce que le produit en question devrait être.

⁽¹⁾ Ce test détermine les informations qui peuvent être considérées comme substantielles ou, en d'autres termes, importantes pour les consommateurs.

La difficulté d'évaluer la présence d'éléments potentiellement trompeurs dans la communication sur les produits de marque réside dans le fait que les caractéristiques «de marque» perçues pour un produit donné ne sont pas décrites de manière explicite, objective et mesurable par les créateurs de la marque. Elles sont suggérées aux consommateurs par différents moyens de communication non explicites et/ou par des affirmations génériques sur la conformité du produit avec sa marque ou sur ce qui a fait son succès au fil du temps. Par exemple, des mots et expressions tels qu'«original», «unique», «recette originale», «où que vous alliez, vous éprouverez toujours le même plaisir à manger/boire tel produit», sont fréquents sur les emballages alimentaires.

Il ressort d'études sur la loyauté à la marque que les marques sont, dans l'esprit des consommateurs, le garant d'une qualité constante et contrôlée, ce qui explique pourquoi certains d'entre eux peuvent s'attendre à ce que les produits de marque soient de qualité équivalente, voire exactement de la même qualité⁽¹⁾ quels que soient le moment ou le lieu où ils les achètent, et à ce que les propriétaires de marques les informent de toute décision de modifier un élément important, quel qu'il soit, dans la composition de leurs produits.

Il convient aussi de rappeler que dans le marché unique, perçu de manière générale par les consommateurs comme étant le marché dans lequel ils effectuent leurs achats et dans lequel la libre circulation des biens et l'égalité d'accès à ceux-ci sont garanties, ceux-ci ne s'attendent pas, a priori, à ce que les produits de marque vendus dans différents pays présentent des caractéristiques différentes.

Cependant, pour les exploitants du secteur alimentaire (aliments et boissons), une «qualité constante» ne signifie pas nécessairement des produits identiques dans les différentes zones géographiques. En effet, il est d'usage que les exploitants du secteur alimentaire adaptent leurs produits selon les préférences locales des consommateurs et d'autres circonstances. Plus particulièrement, des optimisations sensorielles sont réalisées afin de s'ajuster aux habitudes alimentaires qui peuvent grandement varier d'une région à l'autre. Par ailleurs, il peut exister des différences objectives dans l'approvisionnement, en raison de la disponibilité géographique et/ou saisonnière des matières premières (ou d'exigences locales spécifiques) qui influent sur la composition et/ou le goût de produits et sont donc difficiles à éviter pour les producteurs. De nouvelles recettes peuvent aussi être introduites pour tenir compte des progrès technologiques ou de politiques de reformulation nutritionnelle, ce qui ne peut être techniquement ni financièrement réalisé simultanément sur tous les marchés. Enfin, les exploitants du secteur alimentaire peuvent eux aussi adapter la composition de produits en fonction de l'élasticité des prix de la demande locale.

Pratiques potentiellement déloyales au niveau du marketing de produits alimentaires différenciés sur le marché unique

Des informations insuffisantes au sujet de la différenciation de produits commercialisés dans différents États membres sous la même marque peuvent influencer sur les décisions commerciales des consommateurs.

À l'issue de la vérification de la conformité avec la législation alimentaire de l'Union, lorsque les autorités de contrôle disposent d'informations précises qui leur permettent de conclure, après une analyse au cas par cas, que les pratiques de différenciation mises en place par un exploitant donné du secteur alimentaire peuvent être assimilées à des pratiques commerciales déloyales, elles peuvent envisager de procéder à des tests de marché comportant des comparaisons de produits dans différents pays et régions. De tels tests devraient être effectués selon une approche de test commune sur laquelle la Commission planche actuellement. Ce travail pourrait déboucher sur de nouveaux éléments et recommandations sur la question en jeu.

Si les tests permettent de repérer des denrées alimentaires qui:

- possèdent une présentation apparemment identique,
- sont commercialisées sous la même marque,
- mais présentent des différences considérables dans leur composition et/ou leur profil sensoriel,

les autorités de contrôle doivent déterminer, au cas par cas, s'il est nécessaire de poursuivre l'enquête pour évaluer si les produits concernés ont été commercialisés dans le respect de la directive PCD, notamment en ce qui concerne les exigences en matière de diligence professionnelle⁽²⁾ en vertu de l'article 5, paragraphe 2. Dans le cadre de la réalisation

⁽¹⁾ Pour certaines catégories de produits de marque, telles que les parfums, les articles de luxe, les voitures, les consommateurs recherchent exactement les mêmes produits et redoutent les contrefaçons. Il peut en être inféré qu'un comportement similaire peut exister pour tous les types de biens de consommation.

⁽²⁾ Par diligence professionnelle, on entend le niveau de compétence spécialisée et de soins dont l'opérateur économique est raisonnablement censé faire preuve à l'égard du consommateur, conformément aux pratiques de marché honnêtes et/ou au principe général de bonne foi dans son domaine d'activité. Elle inclut également le respect des critères de qualité et de contrôle divulgués par l'opérateur économique, tels que la certification de la qualité, entre autres. Ceci englobe des principes qui étaient déjà bien établis dans les législations des États membres avant l'adoption de la directive PCD, comme les «pratiques de marché honnêtes», la «bonne foi» et les «bonnes pratiques de marché». Ces principes mettent en évidence les valeurs normatives qui s'appliquent au domaine spécifique de l'activité commerciale. De telles valeurs normatives devraient inclure le respect de la loi sectorielle applicable et de leurs orientations, telles que décrites dans la première partie.

d'une telle appréciation au cas par cas, les raisons qui expliquent la différenciation d'un produit ainsi que les éléments suivants devraient être pris en considération, sur la base des faits et des circonstances concrètes de chaque cas particulier, afin d'évaluer s'ils sont susceptibles d'influencer le comportement des consommateurs:

- la présentation d'un produit, ou sa publicité, qui induirait les consommateurs à penser que le produit est le même partout dans le marché unique, comme la pratique consistant à vanter son caractère unique, son authenticité, son originalité, son mode de production ou sa recette traditionnels uniques, sa conformité avec une recette inventée il y a de nombreuses années dans un endroit particulier, etc.,
- les stratégies de marketing relatives à diverses versions d'un produit qui sont susceptibles de semer la confusion chez les consommateurs. Par exemple, un opérateur économique qui, dans le cadre de sa stratégie de distribution, distribue des produits de qualités différentes dans l'ensemble du marché unique, réservant la vente de produits de qualité inférieure à certains pays/régions, sans fournir aux consommateurs d'informations suffisantes leur permettant de comprendre quelle qualité est disponible sur leur marché local,
- le manque d'informations aux consommateurs, ou leur insuffisance, (par n'importe quel moyen de communication publique) au sujet de la modification significative d'éléments entrant dans la composition de produits (par exemple, introduction d'une nouvelle recette) - tout en estimant que les modifications de la composition en tant que telles, dans le cadre des politiques de reformulation nutritionnelle des États membres, sont conformes à l'exigence en matière de diligence professionnelle.

Alors que l'appréciation du caractère «significatif» des différences peut changer en fonction des faits et des circonstances de chaque cas, une différence significative au niveau des principales caractéristiques d'un produit peut en général être établie lorsque: i) un ou plusieurs ingrédients de base ou leur pourcentage dans un produit diffèrent considérablement par rapport au «produit de référence»; ii) cette variation est de nature à altérer le comportement économique du consommateur moyen, lequel aurait pris une autre décision d'achat s'il avait été informé d'une telle différence.

Considérations pratiques

Dans le cadre de ces enquêtes, les autorités chargées de veiller à l'application de la directive PCD et de la législation alimentaire devraient coopérer étroitement de manière à garantir la cohérence des conclusions de leurs enquêtes respectives quand celles-ci portent sur le même opérateur économique et/ou sur la même pratique commerciale. En particulier:

- pour chaque denrée alimentaire, il conviendrait d'effectuer une vérification préliminaire de toutes les exigences définies dans le règlement concernant l'information sur les denrées alimentaires,
- pour les denrées alimentaires dont la composition est soumise à des normes, la conformité avec les exigences légales des règlements applicables devrait elle aussi être vérifiée⁽¹⁾,
- si toute information, quelle qu'elle soit, exigée par les règlements précités, est soit manquante soit présentée d'une manière trompeuse, les autorités devraient prendre les mesures d'exécution qui s'imposent,
- des enquêtes concernant d'autres pratiques commerciales potentiellement déloyales peuvent être réalisées au titre de la directive PCD.

Coopération transfrontière

Comme ce problème porte sur les pratiques d'opérateurs économiques présents sur l'ensemble du marché unique et implique donc une dimension transfrontière, les autorités compétentes devraient chercher à mener les enquêtes susmentionnées, au besoin, de manière coordonnée, en vertu du règlement (CE) n° 2006/2004 relatif à la coopération entre les autorités nationales chargées de veiller à l'application de la législation en matière de protection des consommateurs («règlement CPC») ⁽²⁾. Le règlement CPC prévoit des obligations d'assistance mutuelle claires entre les autorités compétentes pour garantir que les autorités de l'État membre dans lequel l'opérateur économique est établi prennent les mesures qui s'imposent pour mettre fin aux infractions dont sont victimes les consommateurs relevant d'autres juridictions de l'Union européenne. Il prévoit également l'obligation, pour les autorités sur l'ensemble du territoire de l'Union européenne, de s'informer mutuellement en cas d'infractions potentielles et d'échanger des informations sur lesdites

⁽¹⁾ Tel est le cas, par exemple, des conserves de thon, dont la composition est soumise aux normes fixées par le règlement (CEE) n° 1536/92 du Conseil du 9 juin 1992 fixant les normes communes de commercialisation pour les conserves de thon et de bonite (JO L 163 du 17.6.1992, p. 1) et le règlement (CEE) n° 2136/89 du Conseil du 21 juin 1989 portant fixation de normes communes de commercialisation pour les conserves de sardines (JO L 212 du 22.7.1989, p. 79).

⁽²⁾ Règlement (CE) n° 2006/2004 du Parlement européen et du Conseil du 27 octobre 2004 relatif à la coopération entre les autorités nationales chargées de veiller à l'application de la législation en matière de protection des consommateurs («Règlement relatif à la coopération en matière de protection des consommateurs») (JO L 364 du 9.12.2004, p. 1).

infractions. En cas d'informations trompeuses au sujet des caractéristiques d'une denrée alimentaire, les autorités chargées de veiller à l'application de la législation en matière de protection des consommateurs du pays dont les consommateurs pourraient être lésés devraient faire pleinement usage des outils fournis par le règlement CPC et demander l'aide des autorités homologues dans le pays où l'opérateur économique est établi. À cet égard, le nouveau règlement CPC, qui entrera en vigueur dans l'Union européenne d'ici la fin de 2019, prévoit un renforcement de la coopération et des mécanismes de surveillance du système actuel, et permettra d'échanger des informations et des alertes concernant des infractions dans l'ensemble de l'Union européenne, et ce plus rapidement et plus efficacement. La Commission peut faciliter ce processus et des fonds peuvent être alloués au titre du programme «Consommateurs».

Appréciation de pratiques commerciales potentiellement déloyales dans le cas de denrées alimentaires de marque - graphique:

