



## EUROPEAN COMMISSION

Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs  
Single Market Enforcement  
Notification of Regulatory Barriers

Message 103

Communication de la Commission - TRIS/(2024) 3418

Directive (UE) 2015/1535

Notification: 2024/0560/IT

Retransmission des observations d'un Etat membre (Austria) (l'article 5, paragraphe 2, de la directive (UE) 2015/1535).  
Ces observations ne prolongent pas le délai de statu quo.

MSG: 20243418.FR

1. MSG 103 IND 2024 0560 IT FR 08-04-2025 18-12-2024 AT COMMS 5.2 08-04-2025

2. Austria

3A. Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft  
Abteilung V/8  
A-1010 Wien, Stubenring 1  
Telefon +43-1/71100-808805  
E-Mail: not9834@bmaw.gv.at

3B. Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft  
Abteilung V/5  
A-1010 Wien, Stubenring 1

4. 2024/0560/IT - C00A - Agriculture, pêche et denrées alimentaires

5. l'article 5, paragraphe 2, de la directive (UE) 2015/1535

6. L'Italie a présenté un projet de loi sur les mesures de lutte contre le phénomène de «shrinkflation», qui a une incidence sur les exigences déjà réglementées de manière exhaustive par la législation sur l'étiquetage des denrées alimentaires au niveau de l'UE (voir ci-dessous pour plus de détails).

Le projet de modification législative italien oblige les fabricants qui mettent en vente, y compris par l'intermédiaire de détaillants opérant en Italie, un produit de consommation qui, tout en conservant son emballage précédent, a subi une réduction de sa quantité nominale et, par conséquent, une augmentation de son prix unitaire, à informer le consommateur de la quantité réduite et du pourcentage d'augmentation du prix, en apposant sur l'emballage de vente une étiquette spéciale avec une mise en évidence graphique particulière. Cette obligation d'information incombant aux fabricants s'applique pendant une période de six mois à compter de la date à laquelle le produit est présenté dans sa quantité réduite.

Du point de vue de l'Autriche, le projet de modification législative italien actuel est incompatible avec le droit de l'Union.

Dans les médias, le phénomène de shrinkflation est souvent assimilé à une tromperie des consommateurs. Or, ce n'est pas automatiquement le cas en cas de modification du contenu d'un produit. La position négative concernant le projet de loi italien en détail:

Présentation et conditionnement des produits:

La liberté d'entreprise s'exprime, entre autres, par le fait que les entreprises développent leurs produits comme elles l'entendent. Ce faisant, elles doivent se conformer aux dispositions légales. Outre la liberté de formulation des produits,



## EUROPEAN COMMISSION

Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs  
Single Market Enforcement  
Notification of Regulatory Barriers

la présentation ainsi que le choix de l'emballage, de la conception de l'emballage et de la taille de l'emballage sont fondamentalement laissés à l'appréciation des entreprises. Divers critères déterminent le choix de l'emballage et de la taille de l'emballage, y compris les spécifications technologiques, la préservation des ressources, la recyclabilité, la présence de la marque, la (re)connaissabilité, la disponibilité et le prix. Depuis la crise du coronavirus, la disponibilité des emballages est toujours associée à de longs délais: Les emballages doivent généralement être commandés des mois à l'avance et en grandes quantités. Les changements d'emballage sont compliqués et coûteux pour les entreprises et sont généralement évités autant que possible.

### Tailles des emballages:

Des exigences légales relatives à la taille des emballages existent, par exemple, pour les produits préemballés qui sont mis sur le marché en quantités nominales constantes et uniformes (règlement sur les pré-emballages). Une inadéquation flagrante entre le contenu et la taille de l'emballage peut être juridiquement pertinente dans le cas de denrées alimentaires «trompeuses pour le consommateur». Selon la jurisprudence autrichienne, on peut considérer qu'un «emballage trompeur» est inadmissible s'il est rempli à moins de 50 % sans raison compréhensible. Dans certains cas, les consommateurs peuvent également être induits en erreur par une taille d'emballage trompeuse avec moins d'espace vide ou un remplissage allant jusqu'à deux tiers. Ainsi, la jurisprudence fondée sur les réglementations existantes en matière de tromperie a déjà clairement établi ce que les entreprises doivent respecter lors du remplissage des emballages.

### Quantité effectivement contenue dans un emballage (quantité nette):

Il existe des règles claires et uniformes à l'échelle de l'UE (règlement communautaire concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires) pour informer les consommateurs de la quantité réellement contenue dans un emballage. L'indication de la quantité nette de la denrée alimentaire est l'une des mentions obligatoires et doit répondre à des exigences strictes (article 9, paragraphe 1, point e), en liaison avec l'article 23 du règlement communautaire concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires). Dans le cas des pré-emballages, la quantité nette doit être indiquée dans une taille de police minimale de 2 à 6 millimètres, en fonction des dimensions de l'emballage, afin de garantir une bonne lisibilité (règlement sur les pré-emballages). Elle doit être indiquée dans la même zone que le nom du produit et ne doit pas être masquée ou rendue peu claire par d'autres informations. Si la quantité contenue dans l'emballage est réduite, la quantité réduite doit également être indiquée sur l'emballage. Par conséquent, les dispositions suivantes s'appliquent: La lecture de la quantité nette déclarée permet de connaître la quantité de contenu réelle de l'emballage.

### Étiquetage du prix (prix de base):

Le principe de transparence des prix vis-à-vis des consommateurs énoncé dans le droit de l'Union dans la directive 98/6/CE relative à l'indication des prix s'applique également à l'étiquetage du prix à l'unité, qui doit être assuré par le détaillant. Cela permet au consommateur de calculer rapidement le coût d'une certaine quantité et de savoir si un produit est devenu plus cher.

Le règlement proposé suppose que les fabricants fixent les prix de vente de leurs clients (détaillants). Dans le cas contraire, comment le fabricant pourrait-il savoir comment la modification de l'emballage affecte le prix de base?

### Article 101, paragraphe 1, du TFUE, règlement (UE) 2022/720:

Une telle pratique est considérée comme un maintien du prix de revente et concerne donc une restriction caractérisée au sens de l'article 4, point a), du règlement (UE) 2022/720 [voir les lignes directrices de la Commission européenne sur les restrictions verticales (2022/C 248/01), points 185 à 189]. Conformément au considérant 15 du règlement (UE) 2022/720, les accords sur les prix fixes de revente doivent être considérés comme des restrictions sévères de la concurrence qui, en raison du préjudice qu'ils causent aux consommateurs, sont exclues des exemptions prévues par le présent règlement parce que, indépendamment de la position des parties sur le marché et de l'environnement concurrentiel respectif, une infraction à l'article 101, paragraphe 1, du TFUE doit être présumée. En outre, il est présumé que l'exemption prévue à l'article 101, paragraphe 3, du TFUE n'est pas applicable à de telles restrictions de concurrence (lignes directrices de la Commission européenne sur les restrictions verticales (2022/C 248/01), point 179; Schultze/Pautke/Wagener, Introduction au règlement d'exemption par catégorie applicable aux accords verticaux, point 49; Jurisprudence: Arrêt de la CJUE



## EUROPEAN COMMISSION

Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs  
Single Market Enforcement  
Notification of Regulatory Barriers

18.11.2021, affaire C-306/20 (Visma Enterprise), point 44; 29.7.2023 (Super Bock Bebidas), C-211/22). Selon la jurisprudence, cela se produit lorsque la concurrence intramarque est affaiblie, ce qui est en tout état de cause l'effet de la fixation du prix de vente par le fabricant. En outre, la présente modification législative italienne ne remplit pas les conditions d'exemption pour les effets améliorant l'efficacité qui, pris dans leur ensemble, ont un effet proconcurrentiel au titre de l'article 101, paragraphe 3, du TFUE. L'indication par le fabricant du pourcentage d'augmentation du prix de vente requis par le projet de modification législative italien n'a pas d'effet bénéfique sur l'efficacité et affecte négativement la concurrence (voir les lignes directrices de la Commission européenne sur les restrictions verticales (2022/C 248/01), point 197).

Il résulte de ces considérations que, pour des raisons de droit de la concurrence uniquement, la législation est contraire au droit de l'Union.

D'un point de vue pratique, la question se pose également de savoir sur quelle base les fabricants doivent calculer l'augmentation en pourcentage du prix de vente, d'autant plus que les produits sont vendus au consommateur à des prix différents en fonction du détaillant, de la période et d'éventuelles campagnes de réduction.

En cas de prix fixes, tels qu'ils résultent du présent projet de modification législative, la concurrence intramarque par les prix est réduite, voire éliminée. En outre, la réduction de la concurrence intramarque par les prix et la prévisibilité des prix de vente peuvent, par la suite, favoriser la coordination horizontale des prix au niveau des détaillants (lignes directrices de la Commission européenne sur les restrictions verticales (2022/C 248/01), point 196).

Globalement, en réduisant la concurrence par les prix, le projet de modification législative en question entraînerait une hausse des prix des produits alimentaires concernés et aurait donc une incidence négative sur les consommateurs.

### Directive 2005/29/CEE:

La directive sur les pratiques commerciales déloyales (directive 2005/29/CE) établit une base juridique pour assurer une protection uniforme contre les pratiques trompeuses. En raison de l'harmonisation complète prévue à l'article 4, il n'est pas permis aux États membres d'établir des règles qui vont au-delà du contenu de la directive, même si l'objectif est d'atteindre un niveau plus élevé de protection des consommateurs (CJUE 14.1.2010, C-304/08 (Plus Warenhandelsgesellschaft), point 41). La modification législative italienne va au-delà du champ d'application de la présente directive et est donc incompatible avec la directive 2005/29/CE.

### Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne:

Un règlement tel que prévu dans le projet de modification législative italien constitue une violation du droit d'entreprise garanti par l'article 16 de la charte des droits fondamentaux, qui garantit «la liberté d'exercer une activité économique ou commerciale, la liberté contractuelle et la libre concurrence» et donc «le droit pour toute entreprise de pouvoir utiliser librement, dans les limites de sa responsabilité pour ses propres actes, les ressources économiques, techniques et financières dont elle dispose». La liberté d'entreprise comprend la liberté contractuelle, «la liberté de choisir avec qui faire des affaires et la liberté de déterminer le prix d'un service» (Bezemek dans Holoubek/Lienbacher, Commentaire sur la Charte des droits fondamentaux, article 16, paragraphe 6; CJUE 22.1.2013, C-283/11 (Sky Österreich), point 41; 30.6.2016, C-134/15 (Lidl), paragraphes 27 et suivants).

En outre, il est souligné que «le consommateur moyen qui est normalement informé et raisonnablement attentif et avisé», tient compte d'autres caractéristiques du produit, en particulier la qualité du produit, en plus du prix lorsqu'il prend sa décision d'achat (voir considérant 18 de la directive 2005/29/CE). Un tel étiquetage frappant, tel que prévu par ce projet de modification législative italien, peut d'autant plus influencer de manière inappropriée les consommateurs dans leurs décisions d'achat et les induire en erreur. En combinaison avec la question de l'augmentation des prix déjà décrite, l'article 21 du projet de modification législative italien n'est pas apte à promouvoir la protection des consommateurs et ne répond donc pas aux exigences de l'article 52, paragraphe 1, de la charte des droits fondamentaux (Rumler-Korinek/Vranes in Holoubek/Lienbacher, Commentaire sur l'article 52, paragraphe 16, de la charte des droits fondamentaux).



## EUROPEAN COMMISSION

Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs  
Single Market Enforcement  
Notification of Regulatory Barriers

Les besoins d'information des consommateurs concernant la quantité contenue dans un emballage, tels qu'ils sont abordés dans la proposition législative italienne, sont déjà pleinement pris en compte dans la législation actuelle de l'UE et visent également à prévenir les pratiques trompeuses, telles que le phénomène de «shrinkflation» (règlement de l'UE concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires, directive sur les pré-emballages, etc.).

La législation de l'UE en matière d'étiquetage est harmonisée dans toute l'Europe et relève de la compétence exclusive des institutions de l'UE. En conséquence, il n'y a pas de place pour les réglementations nationales dans le cadre du droit juridictionnel; une approche nationale unilatérale à cet égard serait contraire au droit de l'Union. Assurer la libre circulation des marchandises exige que: Le droit de l'étiquetage doit être exclusivement communautaire.

Les mesures envisagées restreignent la libre circulation des marchandises au sein du marché intérieur de l'UE et devraient donc être rejetées, étant donné que le projet notifié constitue une mesure d'effet équivalent interdite en vertu de l'article 34 du TFUE. Il n'existe manifestement aucune justification au titre de l'article 36 du TFUE (y compris en ce qui concerne la santé ou la protection des consommateurs), étant donné que le projet ne se prête pas à la promotion de la protection des consommateurs (comme indiqué ci-dessus).

Il convient également de noter que l'article 21 du projet de modification législative italien est contraire à l'article 101, paragraphe 1, du TFUE, à la directive 2005/29/CE et aux objectifs de protection des consommateurs du TFUE.

\*\*\*\*\*

Commission européenne

Point de contact Directive (UE) 2015/1535

email: [grow-dir2015-1535-central@ec.europa.eu](mailto:grow-dir2015-1535-central@ec.europa.eu)