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

Message 981

Communication de la Commission - TRIS/(2024) 3313

Procédure d'information CE - AELE

Notification: 2024/9015/NO

Retransmission interne des observations d'un Etat membre (Austria).

MSG: 20243313.FR

1. MSG 981 IND 2024 9015 NO FR 03-01-2025 12-12-2024 AT PROJ.7 03-01-2025

2. Austria

3A. Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft
Abteilung V/8
A-1010 Wien, Stubenring 1
Telefon +43-1/71100-805433
E-Mail: not9834@bmaw.gv.at

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

4. 2024/9015/NO - X40M - Étiquetage et publicité

5.

6. Avis sur la notification 2024/9015/NO, modification de la loi norvégienne sur les denrées alimentaires et projet de nouveau règlement sur l’interdiction de la publicité de certaines denrées alimentaires et boissons destinés aux enfants

I. Introduction:

L'Autriche s'oppose au projet de loi norvégien sur la modification de la loi sur les denrées alimentaires et au projet de nouveau règlement sur l'interdiction de la publicité de certaines denrées alimentaires et boissons destinés aux enfants.
La proposition norvégienne couvre un large éventail de catégories de denrées alimentaires:
- Les catégories 1 à 6 (produits tels que le chocolat et les confiseries, les barres énergétiques, les garnitures sucrées, pâtes à tartiner et desserts, les gâteaux, les biscuits, autres pâtisseries sucrées et/ou grasses, les collations, les glaces alimentaires, les boissons énergisantes les boissons non alcoolisées et les boissons de type cordial/squash) sont des denrées alimentaires dont la publicité est interdite auprès des enfants de moins de 18 ans.
- Pour les catégories 7 à 11 (produits tels que les jus; le lait; les laits et boissons d'origine végétale’ les céréales pour petit-déjeuner, les yaourts et produits similaires, la restauration rapide et les plats composés), des seuils nutritionnels sont utilisés pour couvrir les produits les plus malsains de ces catégories.
Selon le projet, les formes de publicité suivantes sont toujours considérées comme visant les enfants: la publicité dans les cinémas en lien avec les films destinés aux enfants de moins de 13 ans et qui commencent avant 18h30; les concours ouverts aux enfants; les dégustations et échantillons destinés aux enfants et des présentations spéciales qui peuvent plaire aux enfants.
Il s'ensuit que la proposition va au-delà des objectifs énoncés car, par exemple, les films sont très souvent autorisés pour les enfants de moins de 13 ans sans être fréquemment fréquentés par des enfants. Les retraités se rendent également au cinéma avant 18h30.

II. Violation de l'article 34 du TFUE:

La législation norvégienne viole le principe de la libre circulation des marchandises énoncé à l'article 34 du TFUE: L'interdiction de publicité de certaines denrées alimentaires et boissons destinées aux enfants est susceptible d'entraver les échanges intracommunautaires et peut donc constituer une mesure d'effet équivalent à une restriction quantitative à l'importation au sens de l'article 34 TFUE. «Il résulte d'une jurisprudence constante que toute mesure d'un État membre susceptible d'entraver directement ou indirectement, actuellement ou potentiellement, le commerce au sein de l'Union doit être considérée comme une mesure d'effet équivalent à des restrictions quantitatives au sens de l'article 34 TFUE.» (voir arrêt du 23.12.2015, affaire C-333/14, Scotch Whisky Association, point 31 et références supplémentaires).
La réglementation en cause ne peut pas non plus être justifiée sur le fondement de l'article 36 TFUE (l'article 34 ne s'oppose pas aux «interdictions ou restrictions d'importation, d'exportation ou de transit, justifiées par des raisons de moralité publique, d'ordre public, de sécurité publique, de protection de la santé et de la vie des personnes et des animaux ou de préservation des végétaux, de protection des trésors nationaux ayant une valeur artistique, historique ou archéologique ou de protection de la propriété industrielle et commerciale»). En vertu de l'article 36 du TFUE, de telles interdictions ou restrictions ne doivent constituer ni un moyen de discrimination arbitraire ni une restriction déguisée dans le commerce entre les États membres. Même si l'objectif est de protéger la santé des jeunes, les mesures enfreignent l'article 34, car elles ne sont pas propres à garantir la réalisation de l'objectif poursuivi et vont au-delà de ce qui est nécessaire pour l'atteindre.
La CJUE a jugé que, en cas de dérogation au principe de la libre circulation des marchandises, les États membres sont tenus de démontrer «que leur réglementation est nécessaire pour réaliser l'objectif invoqué et que cet objectif ne pourrait pas être atteint par des interdictions ou des limitations de moins grande ampleur ou affectant de manière moindre le commerce intracommunautaire» (voir l'arrêt de la CJUE dans l'affaire C-198/14, Valev Visnapuu, point 117, avec d'autres références).
Étant donné que certaines formes de publicité sont toujours considérées comme destinées aux enfants, telles que la publicité dans les cinémas en rapport avec des films destinés aux enfants de moins de 13 ans et commençant avant 18 h 30; les concours ouverts aux enfants; Des dégustations et des échantillons pour les enfants et des présentations spéciales qui peuvent plaire aux enfants, une interdiction complète de la publicité de certaines denrées alimentaires peut être envisagée. Cette mesure peut également être très préjudiciable aux exploitants de salles de cinéma, car la publicité est un facteur économique extrêmement important. La mesure n'est donc pas proportionnée.
En ce qui concerne les boissons énergisantes, il est fait référence à un avis de l'Autorité européenne de sécurité des aliments (EFSA). Tant que quelqu'un est en bonne santé, n'appartient pas à un sous-groupe de la population sujet aux problèmes (personnes souffrant d'arythmie cardiaque, femmes enceintes/allaitantes/nourrissons allaités) et ne dépasse pas les besoins quotidiens recommandés, il n'y a aucune raison que les boissons énergisantes soient classées comme nocives pour la santé. L'EFSA considère également que l'apport sûr en caféine (3 mg/kg de poids corporel par jour) calculé pour la consommation aiguë de caféine chez l'adulte peut servir de base pour calculer des doses uniques de caféine et un apport quotidien sûr en caféine pour les enfants.
Le projet de loi norvégien constitue donc un obstacle à la libre circulation des marchandises qui ne peut être justifié par des raisons de protection de la santé. En particulier en matière de nutrition, un facteur clé est la façon dont l'alimentation dans son ensemble est gérée. De nombreux aliments en excès, tels que l'huile d'olive, sont nocifs pour l'organisme. À cet égard, ce serait un moyen moins restrictif de mieux éduquer la population sur les aspects de la nutrition.

III. Infraction à la directive sur les pratiques commerciales déloyales:

En outre, la publicité pour certaines denrées alimentaires est une pratique commerciale entreprise-consommateur au sens de l'article 2, point d), de la directive 2005/29/CE relative aux pratiques commerciales déloyales. La directive sur les pratiques commerciales déloyales s'applique donc conformément à l'article 3, paragraphe 1, de la directive 2005/29/CE. Plus précisément, outre la clause générale et l'interdiction des pratiques commerciales agressives et trompeuses, la directive sur les pratiques commerciales déloyales contient une liste de pratiques commerciales qui, en soi, sont qualifiées de déloyales. Le point 28 de l'annexe I de la directive 2005/29/CE interdit, en tant que pratique commerciale agressive, l'inclusion dans une publicité d'une exhortation directe aux enfants à acheter des produits faisant l'objet d'une publicité ou à persuader leurs parents ou d'autres adultes d'acheter des produits faisant l'objet d'une publicité pour eux. Les exhortations dans les médias de masse peuvent également fondamentalement entrer dans cette catégorie.

(Sosnitza, An Kinder gerichtete Online-Werbung für Lebensmittel, WRP 2018, 905, point 16, avec d'autres références).
Les interdictions de publicité envisagées par le projet vont au-delà de cette disposition de l'annexe de la directive.
Dans le contexte de la directive 2005/29/CE, la Cour de justice a souligné à plusieurs reprises que la directive sur les pratiques commerciales déloyales harmonise pleinement les règles relatives aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs et que, comme le prévoit expressément l'article 4 de la directive, les États membres ne peuvent donc pas adopter des mesures plus strictes que celles prévues par la directive, même afin d'atteindre un niveau plus élevé de protection des consommateurs. (CJUE 14.1.2010, C-304/08, point 41; CJUE 19.10.2017, C-295/16, point 39).
De même, l'imposition d'une sanction pour infraction à l'interdiction des pratiques commerciales déloyales doit être précédée d'une analyse, effectuée au regard des faits propres à chaque cas d'espèce, visant à déterminer si la vente doit être qualifiée de «déloyale» au regard des critères énoncés aux articles 5 à 9 de la directive (arrêt du 19.10.2017, C-295/16, point 42). Une interdiction légale de la publicité pour certaines denrées alimentaires irait à l'encontre de cette évaluation au cas par cas, qui est obligatoire en vertu de la directive.
Par conséquent, la directive 2005/29/CE sur les pratiques commerciales déloyales s'oppose à une législation nationale, telle que celle de la présente procédure de notification, qui contient une interdiction générale de la publicité pour certaines denrées alimentaires.

En résumé, force est donc de constater que la présente notification n'est pas conforme aux dispositions du droit de l'Union européenne et que la base scientifique doit également être remise en cause. L'Autriche suggère que la proposition de règlement norvégien soit examinée au regard de sa compatibilité avec l'article 34 du TFUE et la DPCD 2005/29/CE afin d'éviter les obstacles aux échanges.

****
Commission européenne
Point de contact Directive (UE) 2015/1535
email: grow-dir2015-1535-central@ec.europa.eu