Message 115

Communication de la Commission - TRIS/(2024) 1042

Directive (UE) 2015/1535

Notification: 2024/0032/BE

Retransmission d'un avis circonstancié reçu d'un Etat membre (Italy) (article 6, paragraphe 2, deuxième tiret, de la directive (UE) 2015/1535). Cet avis circonstancié prolonge le délai de statu quo jusqu'au 22-07-2024.

Detailed opinion - Avis circonstancié - Ausführliche Stellungnahme - Подробно становище - Podrobné stanovisko - Udførlig udtalelse - Εμπεριστατωμένη γνώμη - Dictamen circunstanciado - Üksikasjalik arvamus - Yksityiskohtainen lausunto - Detaljno mišljenje - Részletes vélemény - Parere circostanziato - Išsamiai išdėstyta nuomonė - Sīki izstrādāts atzinums - Opinjoni dettaljata - Uitvoerig gemotiveerde mening - Opinia szczegółowa - Parecer circunstanciado - Aviz detaliat - Podrobné stanovisko - Podrobno mnenje - Detaljerat yttrande

Extends the time limit of the status quo until 22-07-2024. - Prolonge le délai de statu quo jusqu'au 22-07-2024.- Die Laufzeit des Status quo wird verlängert bis 22-07-2024.- Удължаване на крайния срок на статуквото до 22-07-2024. - Prodlužuje lhůtu současného stavu do 22-07-2024. - Fristen for status quo forlænges til 22-07-2024. - Παρατείνει την προθεσμία του status quo 22-07-2024. - Amplía el plazo de statu quo hasta 22-07-2024. - Praeguse olukorra tähtaega pikendatakse kuni 22-07-2024. - Jatkaa status quon määräaikaa 22-07-2024 asti. - Produžuje se vremensko ograničenje statusa quo do 22-07-2024. - Meghosszabbítja a korábbi állapot határidejét 22-07-2024-ig. - Proroga il termine dello status quo fino al 22-07-2024. - Status quo terminas pratęsiamas iki 22-07-2024. - Pagarina “status quo” laika periodu līdz 22-07-2024. - Jestendi t-terminu tal-istatus quo sa 22-07-2024. - De status-quoperiode wordt verlengd tot 22-07-2024. - Przedłużenie status quo do 22-07-2024. - Prolonga o prazo do statu quo até 22-07-2024. - Prelungește termenul status quo-ului până la 22-07-2024. - Predlžuje sa lehota súčasného stavu do 22-07-2024. - Podaljša rok nespremenjenega stanja do 22-07-2024. - Förlänger tiden för status quo fram till 22-07-2024.

The Commission received this detailed opinion on the 17-04-2024. - La Commission a reçu cet avis circonstancié le 17-04-2024. - Die Kommission hat diese ausführliche Stellungnahme am 17-04-2024 empfangen. - Комисията получи настоящото подробно становище относно 17-04-2024. - Komise obdržela toto podrobné stanovisko dne 17-04-2024. - Kommissionen modtog denne udførlige udtalelse den 17-04-2024. - Η Επιτροπή έλαβε αυτή την εμπεριστατωμένη γνώμη στις 17-04-2024. - La Comisión recibió el dictamen circunstanciado el 17-04-2024. - Komisjon sai üksikasjaliku arvamuse 17-04-2024. - Komissio sai tämän yksityiskohtaisen lausunnon 17-04-2024. - Komisija je zaprimila ovo detaljno mišljenje dana 17-04-2024. - A Bizottság 17-04-2024-án/-én kapta meg ezt a részletes véleményt. - La Commissione ha ricevuto il parere circostanziato il 17-04-2024. - Komisija gavo šią išsamiai išdėstytą nuomonę 17-04-2024. - Komisija saņēma šo sīki izstrādāto atzinumu 17-04-2024. - Il-Kummissjoni rċeviet din l-opinjoni dettaljata dwar il-17-04-2024. - De Commissie heeft deze uitvoerig gemotiveerde mening op 17-04-2024 ontvangen. - Komisja otrzymała tę opinię szczegółową w dniu 17-04-2024. - A Comissão recebeu o presente parecer circunstanciado em 17-04-2024. - Comisia a primit avizul detaliat privind 17-04-2024. - Komisia dostala toto podrobné stanovisko dňa 17-04-2024. - Komisija je to podrobno mnenje prejela dne 17-04-2024. - Kommissionen mottog detta detaljerade yttrande om 17-04-2024. - Fuair an Coimisiún an tuairim mhionsonraithe sin maidir le 17-04-2024.

MSG: 20241042.FR

1. MSG 115 IND 2024 0032 BE FR 22-07-2024 17-04-2024 IT DO 6.2(2) 22-07-2024

2. Italy

3A. Ministero delle imprese e del Made in Italy
Dipartimento Mercato e Tutela

Direzione Generale Mercato e Tutela
Divisione II - Normativa tecnica - Sicurezza e conformità dei prodotti, qualità prodotti e servizi
00187 Roma - Via Molise, 2

3B. Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste

4. 2024/0032/BE - C50A - Denrées alimentaires

5. article 6, paragraphe 2, deuxième tiret, de la directive (UE) 2015/1535

6. En ce qui concerne le projet de règlement technique relatif à l'«Arrêté royal relatif à la publicité concernant les boissons contenant de l'alcool», correspondant à la notification 2024/0032/BE, le bureau législatif du ministère de l'agriculture, de la souveraineté alimentaire et des forêts a émis l'avis circonstancié suivant:

Objet: Projet de règlement technique «Arrêté royal relatif à la publicité concernant les boissons contenant de l'alcool», correspondant à la notification 2024/0032/BE — Avis circonstancié

Le 19 janvier dernier, le ministère belge de la Santé a notifié, dans le cadre de la procédure TRIS (2024/0032/BE), une mesure relative à la publicité concernant les boissons contenant de l'alcool.

L'objectif du projet, tel qu'énoncé dans la communication de la Commission — TRIS (2024)1075, est le suivant: Le présent projet d'arrêté royal a également pour objet d'imposer un avertissement sanitaire relatif à toutes les publicités concernant les boissons contenant de l'alcool. Seuls les avertissements sanitaires établis par le ministre peuvent figurer sur ces publicités. D'autres slogans, avertissements sanitaires ou autres avertissements ne peuvent donc plus figurer sur ces publicités; il s'agit notamment des slogans prévus par l'Accord sur la publicité et la commercialisation des boissons contenant de l'alcool. La règle prévoit que: «Afin de mieux informer le public sur les dangers de l'alcool, des avertissements sanitaires doivent obligatoirement figurer sur les publicités pour ce type de boissons.»

La publicité pour les boissons alcoolisées dans l'Union européenne est réglementée à la fois par la législation primaire, telle que la directive 2010/13/UE sur les services de médias audiovisuels (SMAV), et par les codes d'autoréglementation de l'industrie. En particulier, la directive 2010/13/UE, récemment modifiée par la directive (UE) 2018/1808, interdit déjà à l'article 22 la publicité pour les boissons alcoolisées destinées aux mineurs. Même le code d'autoréglementation de l'industrie, précité, indique que «la communication commerciale relative aux boissons alcooliques ne doit pas [...] s'adresser ou faire référence, même indirectement, aux mineurs et que «la communication commerciale de boissons alcoolisées ne doit jamais, même implicitement ou indirectement, être adressée à des mineurs, les attirer, ou les représenter».

L'Italie a toujours soutenu la nécessité d'encourager une consommation responsable d'alcool et de ne pas cibler la publicité de l'alcool auprès des mineurs.
En effet, en Italie depuis 2001, la loi nº 125 du 30 mars 2001 interdit la vente de boissons alcoolisées aux mineurs de moins de 18 ans et l'article 689 du code pénal prévoit une peine d'emprisonnement pouvant aller jusqu'à un an pour le service de boissons alcoolisées à des mineurs de moins de 16 ans. En outre, en vertu du nouvel article 14 ter de la loi nº 125 du 30 mars 2001, des sanctions administratives sont prévues en cas d'administration ou de vente de boissons alcoolisées à emporter à des mineurs de moins de 18 ans (sanctions et, en cas de récidive, suspension de l'activité).
Il convient également de noter qu'en Italie aussi, la publicité pour les boissons alcoolisées et les boissons spiritueuses est interdite si elle est diffusée lors d'émissions destinées aux mineurs et dans les quinze minutes précédant et suivant la diffusion de ces programmes ou si elle représente de manière positive les mineurs qui consomment des boissons alcoolisées ou des boissons spiritueuses, ou encore, si elle est destinée à des lieux principalement fréquentés par des mineurs de moins de 18 ans.

L'Italie accueille donc favorablement les initiatives visant à protéger les mineurs en ce qui concerne la consommation

d'alcool.

Le projet d'arrêté belge, bien qu'il vise à protéger les mineurs de la consommation d'alcool, présente des lacunes et des problèmes importants qui nécessitent des clarifications et des ajouts au texte, notamment en ce qui concerne l'introduction de messages d'information contenant des avertissements sanitaires.

1. Manque de détermination et d'exhaustivité de la règle

L'article 7 de l'arrêté dispose que: «Toute publicité pour une boisson contenant de l'alcool mentionne un message d'information sanitaire dont le contenu et la forme sont définis par le Ministre. Seuls les messages d'information sanitaire définis par le Ministre peuvent être mentionnés sur les publicités; tout autre message sanitaire, slogan éducatif ou autre est interdit.
Une telle règle indéterminée peut créer un état d'incertitude pour les opérateurs du secteur et donc conduire à une possible entrave à la libre circulation des marchandises à l'intérieur de l'Union.

En effet, à la lecture de la règle, il n'est pas possible de savoir quels seront le contenu et la forme du message d'information, qui seront décidés par un «règlement technique» ultérieur du ministre responsable. Cela rend la proposition belge d'arrêté difficile à évaluer, étant donné que le véritable contenu de la notion de «réglementation technique» au sens de la directive 2015/1535 n'est pas pleinement exprimé dans la proposition notifiée et est plutôt renvoyé à une mesure ultérieure par le ministre.
Le projet d'arrêté devrait donc clarifier dans les meilleurs délais:
1) quel est le message d'information de santé en termes de contenu et de format;
2) quels sont les messages qui seront autorisés dans les publicités;
3) quels messages seront interdits.

Enfin, le manque de clarté de la règle actuelle ne permet pas d'évaluer la proportionnalité de l'initiative, la base scientifique justifiant les avertissements sanitaires à imposer et la conformité avec le «Plan européen pour vaincre le cancer».

2. Ambiguïté de la définition de «publicité»

Le problème identifié est encore aggravé par la définition de la publicité figurant à l'article 1er, qui n'est pas claire du point de vue du champ d'application. En effet, selon l'article 1er du projet d'arrêté, on entend par «publicité» «toute communication, quels que soient l'endroit, le support ou les techniques utilisés, ayant comme but direct ou indirect de promouvoir la notoriété de la marque ou la vente des boissons contenant de l'alcool. Aux fins du présent arrêté, l'apposition de la marque ou du logo sont également considérés comme de la publicité.»
Cette définition de la publicité, tout d'abord, ne correspond pas à ce qui est stipulé dans la directive européenne sur les services de médias audiovisuels, mais surtout, elle semble si large et mal définie qu'il n'est pas clair ce qui est inclus et ce qui est exclu de la notion de «publicité».
Par conséquent, si le champ d'application de la règle n'est pas clarifié de manière plus complète et plus précise, il pourrait y avoir une entrave au commerce en violation de la législation européenne. En effet, si les étiquettes sont également incluses dans cette définition de la publicité, cela pourrait entraîner de nouvelles obligations pour les producteurs de boissons alcoolisées qui devraient, le cas échéant, adapter l'étiquetage des produits exportés afin de se conformer à la législation belge. Ces adaptations entraîneraient l'obligation de modifier les étiquettes afin de les rendre conformes à la législation de l'État membre d'origine du produit et produiraient une mesure d'effet équivalent à une restriction quantitative, interdite par l'article 34 du TFUE.

3. Risque de compromettre l'harmonisation de la législation au niveau européen et de créer une entrave à la libre circulation des marchandises

Bien que les avertissements sanitaires sur les boissons alcoolisées ne soient pas encore réglementés par la législation de l'UE, la Commission européenne a déjà annoncé, en 2021, son intention d'aborder cette question dans le cadre de sa

communication au Parlement européen et au Conseil sur le «Plan européen pour vaincre le cancer». Plus précisément, la Commission envisage de proposer des avertissements sanitaires obligatoires pour les boissons alcoolisées dans le cadre de ses efforts visant à réduire la consommation nocive d'alcool. D'après ce que nous savons, la phase de collecte de données, qui a débuté en 2023, devrait s'achever prochainement. Le 16 février 2022, sur la même initiative de la Commission, le Parlement européen a adopté une résolution intitulée «Renforcer l'Europe dans la lutte contre le cancer». En particulier, le paragraphe 16 de la résolution souligne la nécessité de fournir davantage d'informations aux consommateurs en améliorant l'étiquetage des boissons alcoolisées afin d'y inclure des informations sur la consommation modérée et responsable et en introduisant l'indication obligatoire de la liste des ingrédients et des informations nutritionnelles, ainsi qu'en introduisant un étiquetage numérique.
Les États membres devraient donc également, en vertu de la directive (UE) 2015/1535, s'abstenir d'adopter une législation sur les questions qui font l'objet d'une activité réglementaire au niveau européen.
Par conséquent, toute initiative relative à cette question doit tenir compte de ces éléments et initiatives unilatérales des États membres dans le domaine de l'information sanitaire, telles que le projet d'arrêté belge, qui, à ce stade, nuisent à l'harmonisation des règles de l'Union européenne ainsi qu'à l'impact et à l'efficacité de ces mesures.

******

Compte tenu des problèmes identifiés, en référence à la notification susmentionnée, il est proposé d'émettre un avis circonstancié, car il est considéré que le projet pourrait créer des obstacles à la libre circulation des marchandises dans le marché intérieur.

****

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