



INTERPROFESSION

FICIME • Loteries publicitaires, primes, ventes liées ou subordonnées, les opérations promotionnelles font l'objet en France d'une réglementation stricte maîtrisée depuis plusieurs années par les entreprises.

Le point sur la promotion des ventes...

Les dispositions vont-elles définitivement disparaître de notre cadre juridique et laisser une plus grande liberté aux entreprises dans l'organisation de leurs offres promotionnelles ? Explications avec la **FICIME** - Fédération des Entreprises Internationales de la Mécanique et de l'Électronique -

À l'origine de cette question, l'adoption de la directive européenne n° 2005/29/CE sur les pratiques commerciales déloyales à l'égard des consommateurs. Cette directive prohibe les pratiques commerciales agressives ou trompeuses vis-à-vis du consommateur et prévoit une liste de 31 pratiques déloyales interdites.

L'objectif de cette directive était clairement affiché par la Commission Européenne : élaborer un texte d'harmonisation maximale pour l'ensemble de l'Union Européenne. Par harmonisation maximale, on entend que les 27 États membres n'ont pas d'autres choix que de transposer la directive à la lettre sans autre possibilité. La conséquence non anticipée de cette harmonisation totale est toutefois que toutes les dispositions existantes dans les droits internes, et qui vont plus loin que le dispositif de la directive, sont nulles à l'issue de la période de transposition.

C'est ainsi que par deux fois déjà, la Cour de Justice des Communautés Européennes s'est prononcée contre des réglementations nationales plus protectrices que ce que prévoit la directive 2005/29. En avril 2009¹, la Cour de Justice a condamné la législation belge sur les ventes liées jugeant que l'interdiction des ventes liées ne constituait pas l'une des 31 pratiques prohibées par la directive. En janvier dernier², c'est la législation allemande sur les loteries promotionnelles qui a été invalidée par la Cour de Justice.



FICIME
L'alliée de votre réussite

La FICIME - Fédération des Entreprises Internationales de la Mécanique et de l'Électronique - regroupe plus de 250 entreprises avec une forte représentativité dans les secteurs des biens durables et d'équipement. Avec un chiffre d'affaires total estimé à 45 milliards d'euros et 290 000 emplois, la FICIME apporte un accompagnement et un soutien aux entreprises à travers une large gamme de services dans le domaine juridique, droit social, douane, environnement, formation, technique, statistiques, documentation. FICIME CONSEIL apporte la gestion individuelle des plans de formation. Pour toute information : 01 44 69 40 82 ou www.ficime.org



En France, les juges suivent la jurisprudence européenne et des premières décisions sont déjà venues écarter la réglementation française relative à l'interdiction des ventes liées. Free et SFR³, dans une affaire qui les opposait à France Télécom, reprochaient l'obligation faite au consommateur de contracter un abonnement "Triple Play" pour profiter de la chaîne Orange Sport. La Cour d'appel de Paris n'a pas fait droit à la demande de Free et SFR et a considéré que l'interdiction de ventes liées prévues à l'article L. 122-1 du code de la consommation ne figurait pas dans les 31 pratiques prohibées par la directive. Même conclusion de la Cour d'appel de Paris en novembre dernier⁴ concernant la vente d'ordinateurs avec des logiciels préinstallés.

Alors que la Belgique, tirant les conséquences de la décision de la Cour de Justice du 23 avril 2009, est en train de faire évoluer sa législation en matière de ventes promotionnelles, la France ne s'est pas encore prononcée sur une suppression de ses dispositions internes et ce malgré la mise en demeure qui lui a été adressée par la Commission Européenne en juin dernier. Sont concernés les règles relatives aux annonces de réduction de prix, à l'information du consommateur, les loteries publicitaires, les ventes avec primes et la subordination de vente, l'interdiction des ventes sans commande préalable et l'interdiction des certifications trompeuses.

Une telle situation est source d'insécurité juridique pour

les entreprises et pour les organisateurs d'opérations promotionnelles. On constate des décisions divergentes des juges. Le Tribunal de grande instance de Bobigny⁵, le 15 mai 2009, dans une affaire similaire à celle de la vente liée ordinateur/logiciels préinstallés, a suivi la position de la Cour d'appel de Paris tandis que le Tribunal de grande instance de Nanterre⁶ sur des faits similaires a estimé que la disposition française pouvait s'appliquer.

Une clarification législative s'impose avant de pouvoir affirmer haut et fort que les entreprises sont désormais libres d'organiser leurs promotions. On ne voit toutefois pas comment il pourrait en être autrement pour la France déjà menacée par une procédure d'infraction par la Commission Européenne. Le domaine de la promotion des ventes devrait connaître une véritable révolution. A suivre...

La Ficime

¹ Cour de Justice des Communautés Européennes, aff. C-261/07 et C-299-07 du 23 avril 2009, VTM-VAB NV c/ Total Belgium NV et Galatea BVBA c/ Sanoma Magazines Belgium NV.

² Cour de Justice des Communautés Européennes, aff. C-304/08 du 14 janvier 2010, Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs eV c/ Plus Warenhandels-gesellschaft mbH

³ Cour d'appel de Paris du 14 mai 2009

⁴ Cour d'appel de Paris du 26 novembre 2009, UFC Que Choisir c/ Darty

⁵ TGI de Bobigny, 15 mai 2009, UFC Que Choisir c/ Auchan France

⁶ TGI de Nanterre, 30 octobre 2009, UFC Que Choisir c/ HP France