

## ACTUALITÉS CONCURRENCE

### *Pratiques anticoncurrentielles*

**Onze banques sanctionnées pour entente sur la mise en place de commissions interbancaires**

Par une décision du 20 septembre 2010, l'Autorité de la concurrence a lourdement sanctionné la Banque de France, la BPCE, la Banque Postale, la BNP-Paribas, le Crédit Agricole, le Crédit Mutuel, le Crédit du Nord, le Crédit Industriel et Commercial, LCL, HSBC et la Société Générale, pour s'être concertées afin de mettre en place des commissions interbancaires à l'occasion de la dématérialisation du système de compensation des chèques.

Plus précisément, l'Autorité a sanctionné la mise en place et l'application, de janvier 2002 à juillet 2007, d'une commission unitaire de 4,3 centimes d'euros, versée par la banque du bénéficiaire du chèque à la banque de l'émetteur du chèque, dite commission d'échange image chèque (« CEIC »), ainsi que de deux autres commissions interbancaires pour services connexes.

L'Autorité de la concurrence a tout d'abord pris le soin de démontrer que chacune des parties à l'entente avait accepté d'y participer sans contrainte. Après avoir retenu l'objet anticoncurrentiel de cette pratique, l'Autorité a refusé de l'exempter au motif que, même si cette pratique avait pu générer des gains d'efficacité, il n'était pas démontré que la mise en place de ces commissions était proportionnée aux pertes alléguées des banques résultant de la dématérialisation du traitement des chèques.

Dans le cadre de l'évaluation de la sanction, l'Autorité a bien entendu tenu compte de la gravité des pratiques à raison de leur nature (entente horizontale ne portant néanmoins pas sur les prix finaux et ne pouvant pas être assimilée à un cartel secret), de leur durée (plus de cinq ans) et de l'importance du marché du chèque en France.

Elle s'est surtout attachée à démontrer l'existence et l'importance du dommage à l'économie : selon l'Autorité de la concurrence cette commission a augmenté les coûts des banques des bénéficiaires et donc, indirectement, le prix des services bancaires.

Enfin, elle a majoré la sanction de 10% pour les cinq banques ayant joué un rôle actif dans la conclusion de l'accord et de 20% au titre de la réitération pour les établissements qui avaient été sanctionnés par le Conseil de la concurrence en septembre 2000 pour des pratiques d'entente. La sanction globale prononcée s'élève ainsi à 384,9 millions d'euros.

**Google s'engage à améliorer les règles de son service de publicité en ligne AdWords**

Pour mémoire, dans une décision du 30 juin 2010, l'Autorité de la concurrence avait enjoint à Google de clarifier certains aspects de son règlement AdWords applicable aux dispositifs de contournement des contrôles routiers afin de les rendre objectifs, transparents et non-discriminatoires, et de clarifier les procédures pouvant conduire à la suspension du compte AdWords d'un annonceur (voir la *Lettre Economique n°106*).

Par une décision du 28 octobre 2010, l'Autorité de la concurrence a accepté et rendu obligatoires, pour une durée de trois ans à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2011, les engagements pris par Google.

**La présomption  
de responsabilité  
d'une société-  
mère pour le  
comportement de  
sa filiale toujours  
en débat**

Ces engagements sont destinés à rendre le fonctionnement de son service Adwords relatif aux dispositifs de contournement des contrôles routiers en France plus transparent et prévisible pour les annonceurs et sont les suivants :

- préciser sur quels produits porte cette politique,
- préciser si cette politique porte sur le texte de l'annonce, sur les sites internet liés à l'annonce et /ou sur les mots-clés « *achetés* » par l'annonceur,
- porter à la connaissance des annonceurs les changements plus restrictifs apportés à cette politique au moins trois mois avant leur mise en œuvre (sauf en cas de situation créant un risque grave et immédiat pour les annonceurs ou d'une évolution de la législation imposant une modification de la politique dans un délai inférieur à trois mois),
- mettre en place une procédure de suspension de compte d'annonceur pour violation de la politique AdWords, incluant a minima (sauf violation des règles créant un risque grave et immédiat pour les annonceurs) deux avertissements motivés portés à la connaissance de l'annonceur avant la suspension de son compte.

Lors de la séance de l'Autorité, les représentants de Google ont indiqué qu'ils appliqueraient ces principes d'amélioration du service AdWords à tous les contenus et à tous les pays concernés par ce service. L'Autorité en a pris acte sans cependant encadrer formellement ces déclarations. Compte tenu de ces engagements, l'Autorité a clos la procédure ouverte à l'encontre de Google.

Le 27 octobre 2010, le Tribunal de l'Union Européenne (« le Tribunal ») a rendu un nouvel arrêt dans l'affaire du Tabac brut espagnol (T-24/05). Dans cette affaire, le Tribunal était amené à se prononcer sur la décision de la Commission européenne (« la Commission ») qui avait condamné trois sociétés-mères (Alliance One International, anciennement dénommée Standard Commercial Corp. (« SCC »), Standard Commercial Tobacco (« SCTC ») et Trans-Continental Leaf (« TCLT »)), au paiement solidaire d'une amende d'un montant de 1 822 500 euros pour le comportement infractionnel de leur filiale, la société World Wide Tobacco Espana (« WWTE »).

Les trois requérantes contestaient faire partie de la même entité économique que leur filiale WWTE et ainsi l'application par la Commission de « *la présomption selon laquelle une société-mère qui détient 100% du capital de sa filiale exerce effectivement une influence déterminante sur le comportement de celle-ci* » pour leur imputer la responsabilité du comportement infractionnel de WWTE.

Dans cet arrêt, le Tribunal rappelle d'abord que cette présomption s'applique que la relation entre la société-mère et sa filiale soit directe ou indirecte, c'est-à-dire par filiale interposée. Cette précision importait dans cette affaire car le capital de la filiale WWTE était majoritairement détenu par TCLT, elle-même détenue à 100% par STC, elle-même détenue à 100% par SCC (sociétés-mères en « cascade »).

Le Tribunal approuve ensuite le raisonnement de la Commission selon lequel l'influence déterminante de la société-mère sur la filiale ne devait pas être seulement possible mais devait avoir été « effectivement exercée ». Ainsi, selon la Commission, la présomption simple d'imputabilité des pratiques de la filiale à la société-mère dès lors qu'elle était détenue à 100% par celle-ci devait se doubler de l'exercice effectif par la société-mère d'une influence déterminante sur la filiale. Selon le Tribunal, la possibilité d'exercer une influence déterminante peut découler d'un contrôle conjoint par deux ou plusieurs sociétés et non pas nécessairement d'un contrôle exclusif.

**Rejet de l'application du droit communautaire dans l'affaire Orange Caraïbes**

Sur la décision prise par la Commission en application de ces principes, le Tribunal annule la condamnation solidaire au paiement de l'amende de la société-mère TCLT car elle était sans activité propre et avait une participation dans WWTE de nature purement financière. Elle ne pouvait donc pas exercer une influence déterminante sur le comportement de WWTE.

Pour les deux autres sociétés-mères, en revanche, le Tribunal approuve la décision de condamnation solidaire de la Commission.

Cet arrêt s'inscrit dans la ligne des conclusions rendues le 26 octobre 2010 par l'avocat général Bot, dans le cadre de l'affaire du cartel des poutrelles (affaire Arcelor Mittal C-201/09 P et C-216/09 P), dans lesquelles il dénonce la difficulté de réfuter cette présomption de responsabilité et se prononce en faveur d'une corroboration de ladite présomption par des éléments de fait prouvant l'exercice d'une influence déterminante d'une société-mère sur sa filiale. Il sera intéressant de voir la position que prendra la Cour.

Par une décision du 23 septembre 2010, la Cour d'appel de Paris a pour l'essentiel confirmé la décision n°09-D-36 de l'Autorité de la concurrence sanctionnant Orange Caraïbes et France Telecom pour des pratiques d'exclusivité et de différenciation tarifaire sur le marché de la zone Antilles-Guyane. Elle a cependant et par ailleurs infirmé la décision de l'Autorité sur deux points : l'application du droit communautaire et l'effet de ciseau tarifaire.

Relevant notamment que l'offre et la demande étaient uniquement locales, qu'aucun autre opérateur de l'Union européenne ne s'était manifesté sur ce marché et que le groupe France Telecom réalisait un chiffre d'affaires minime sur ce marché par rapport au chiffre d'affaires national, elle a conclu à l'absence d'échange entre Etats-membres et à l'absence d'affectation sensible du commerce intra-communautaire. Faisant ainsi une interprétation stricte des critères retenus en la matière, elle a écarté l'application des articles 101 et 102 du Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne.

Pour autant, ceci n'a eu aucun impact sur l'imputabilité des pratiques de la filiale Orange Caraïbes à sa société-mère France Telecom. En effet, la Cour d'appel de Paris, sans se fonder expressément sur la présomption issue du droit communautaire, n'a pourtant pas fait application de la pratique décisionnelle nationale. En fait au lieu de démontrer que la filiale n'était pas en mesure de définir sa propre stratégie commerciale, financière ou technique, elle s'est plutôt attachée à établir l'existence de liens organisationnels, économiques et juridiques entre les deux sociétés.

Par ailleurs, la Cour d'appel de Paris a considéré que la pratique d'effet de ciseau tarifaire n'était pas démontrée notamment car l'Autorité n'avait procédé à aucun test de ciseau tarifaire permettant d'établir qu'un concurrent potentiel aussi efficace que France Telecom ne pouvait pas entrer sur le marché aval sans subir de pertes. C'est pour cette raison que la sanction infligée à France Telecom a été réduite de 10,5 à 7,5 millions d'euros.

***Procédure***

**Précisions sur la confidentialité des communications entre avocats et clients**

Dans le cadre d'une enquête portant sur d'éventuelles pratiques anticoncurrentielles, différents documents avaient été saisis par les fonctionnaires de la Commission dans les locaux de la société Akzo Nobel Chemical Ltd (« Akzo Nobel ») et de sa filiale Akcros Chemicals Ltd (« Akcros »), toutes deux situées au Royaume-Uni. Les deux entreprises soutenaient que certaines correspondances échangées entre le directeur général d'Akcros et le coordinateur d'Akzo

Nobel pour le droit de la concurrence, par ailleurs avocat inscrit au barreau néerlandais, étaient couverts par la protection de la confidentialité des communications entre avocats et clients. En conséquence, ces documents devaient, selon elles, être exclus des éléments réunis par les agents de la Commission.

Le Tribunal de première instance des Communautés européennes (« TPICE ») avait jugé le 17 septembre 2007 (T 125/03 et T 253/03) que le secret des correspondances ne pouvait pas être étendu aux communications échangées avec les juristes d'entreprise dans la mesure où ces derniers n'étaient pas « structurellement, hiérarchiquement et fonctionnellement » des tiers par rapport à l'entreprise qui bénéficie de leurs conseils (§§166-168) (voir *Lettre Économique* n°82).

Malgré les différents encouragements des associations professionnelles d'avocats et des entreprises tendant à étendre la protection de la confidentialité des communications aux juristes d'entreprise, la Cour de Justice de l'Union Européenne (la « Cour »), dans un arrêt du 14 septembre 2010 (Affaire 550/07) confirme la position du TPICE et n'a pas souhaité remettre en cause les critères posés dans son précédent arrêt AM&S Europe Ltd/Commission (affaire 155/79).

La Cour rappelle ainsi que pour bénéficier de la protection, l'échange avec l'avocat (i) doit être lié à l'exercice du droit de la défense du client et (ii) doit émaner d'un avocat indépendant c'est-à-dire non lié au client par un rapport d'emploi (§41). Or, ce second critère n'était pas rempli dans les faits de l'espèce dans la mesure où un avocat interne, même s'il bénéficie des règles d'organisation professionnelle lui imposant les mêmes obligations déontologiques qu'un avocat externe, « ne jouit pas à l'égard de son employeur du même degré d'indépendance qu'un avocat exerçant ses activités dans un cabinet externe à l'égard du client » (§ 45). La Cour souligne en effet que du fait de sa situation de salarié, « il ne peut s'écarter des stratégies commerciales poursuivies par son employeur et met ainsi en cause sa capacité à agir en toute indépendance professionnelle » (§47).

La Cour a par ailleurs rejeté l'ensemble des arguments des requérantes considérant qu'une telle interprétation violerait le principe d'égalité de traitement, ne respecterait pas le principe de la

## CONTRATS / DISTRIBUTION

### *Relations commerce / industrie*

#### **Application dans le temps de la LME**

La Commission d'examen des pratiques commerciales (« CEPC ») a approuvé, le 29 septembre 2010, une étude de Madame Jacqueline Riffault-Silk, Conseiller à la Cour de cassation, portant sur l'application dans le temps des dispositions de la loi de modernisation de l'économie (« LME »).

Concernant les dispositions de la LME pour lesquelles le législateur n'a pas prévu expressément de mesures transitoires, l'étude considère qu'elles s'appliquent aux contrats conclus et aux faits survenus depuis le 6 août 2008, date d'entrée en vigueur de la loi. Elles s'appliquent également à tous les contrats expressément et tacitement reconduits après cette date.

Pour les contrats conclus avant le 6 août 2008 et toujours en cours d'exécution, l'étude estime, notamment au regard du principe de non-rétroactivité des dispositions répressives, qu'« il n'apparaît pas possible d'admettre l'application rétroactive [des autres dispositions de la LME], voire même leur

*application immédiate [à savoir à compter du 6 août 2008] à des contrats certes en cours d'exécution mais conclus avant l'entrée en vigueur de la loi ».*

**Satisfaction d'Hervé Novelli face aux engagements pris par la grande distribution**

Suite à leurs échanges avec la DGCCRF en matière de relations commerciales, les enseignes signataires (Carrefour, ITM Alimentaire France, Casino, CORA, Auchan France et Système U) ont pris trois engagements. Le 5 octobre 2010, Monsieur Hervé Novelli, secrétaire d'Etat chargé du commerce, en a pris acte « *avec satisfaction* ». Ces engagements portent d'abord sur la pratique des stocks déportés, c'est-à-dire lorsque le fournisseur ne livre pas directement les magasins du distributeur mais une plateforme logistique. Les distributeurs se sont engagés à ce que la remise correspondante soit plafonnée aux « *coûts engendrés* » et à ne pas modifier unilatéralement les conditions de fonctionnement des plateformes logistiques sans en informer les fournisseurs au moins trois mois à l'avance

Ensuite, en application de l'article L.442-6-I-8° du Code de commerce qui interdit la déduction d'office de la facture de pénalités sans possibilité pour le fournisseur de vérifier la réalité du grief invoqué, les distributeurs se sont engagés à mettre en place une procédure permettant aux fournisseurs de contrôler la matérialité des griefs qui leur sont reprochés et de leur accorder un délai pour les contester. Ils se sont également engagés à tenir compte des manquements isolés ou qui concernent des commandes exceptionnelles.

Enfin, les distributeurs se sont engagés à ne pas exiger des fournisseurs de garanties de marge (pratique consistant à obtenir du fournisseur qu'il garantisse au distributeur la réalisation d'une certaine marge et l'indemnise si cette marge garantie n'est pas atteinte), et ce, sous quelque forme que ce soit (remises rétroactives, services de coopération commerciale dénués de contrepartie).

**Pas de modification de la LME en vue**

S'inquiétant de certaines difficultés de mise en œuvre de la LME, un parlementaire a interrogé le Ministre de l'alimentation, de l'agriculture et de la pêche sur les mesures envisagées par le gouvernement pour « *assurer le respect de la LME* » et « *garantir les négociations commerciales en 2011 dans le secteur de l'industrie alimentaire* ».

S'appuyant sur un bilan du contrôle de l'application de la LME réalisé en juin 2010, le Ministre, dans une réponse publiée au Journal officiel du 10 août 2010, indique qu'« *avant d'envisager une évolution législative, le gouvernement souhaite approfondir certains points* », sans toutefois préciser lesquels, puis que la Commission des affaires économiques de l'Assemblée Nationale devait lancer en septembre 2010 un nouveau contrôle d'exécution de la LME. Il indique par ailleurs que la CEPC travaille actuellement sur la problématique de la négociabilité et sur la mise en place d'un code de bonnes pratiques.

A suivre donc...

***Rupture des relations commerciales***

**Sociétés d'assurances mutuelles et rupture brutale de relations commerciales**

Une société de réparation automobile se plaignait d'une rupture brutale de ses conventions d'agrément par deux sociétés d'assurances mutuelles.

La Chambre commerciale de la Cour de cassation, dans un arrêt du 14 septembre 2010, a cassé l'arrêt de la Cour d'appel de Limoges qui avait débouté la société de réparation au motif que l'article L.442-6-I-5° du Code de commerce ne pouvait pas s'appliquer aux sociétés d'assurances mutuelles, l'article L.322-26-1 du Code des assurances prévoyant que « *les sociétés d'assurances mutuelles ont un objet non commercial* ».

La Cour de cassation relève au contraire que « *le régime juridique des sociétés d'assurances mutuelles, comme le caractère non lucratif de leur activité, ne sont pas de nature à les exclure du champ d'application des dispositions relatives aux pratiques restrictives de concurrence dès lors qu'elles procèdent à une activité de service* ».

**De nouvelles obligations d'informations pour les prestataires de services**

***Prestations de services***

L'article 35 de la loi n° 2010-853 du 23 juillet 2010 met à la charge des prestataires de services de nouvelles obligations d'information de leurs clients, qu'ils soient professionnels ou consommateurs.

Ce texte, qui transpose l'article 22 de la directive n° 2006/123/CE du 12 décembre 2006 relative aux services dans le marché intérieur, modifie les articles L.111-2 du Code de la consommation et L.441-6 du Code de commerce et s'applique à tous les services à l'exception des prestations de services des établissements du secteur bancaire, des prestataires de services de paiement, des sociétés d'assurances, mutuelles et institutions de prévoyance, qui sont soumises à des réglementations spécifiques.

La loi distingue les informations qui doivent être communiquées en toutes circonstances de celles qui doivent être communiquées aux clients qui en font la demande.

Désormais, le professionnel prestataire de services devra communiquer ou mettre à disposition de tous les demandeurs de prestations, de manière claire et non-ambigüe, un certain nombre d'informations et notamment : les caractéristiques essentielles du service, les informations permettant d'identifier le prestataire (nom, statut, forme juridique, adresse, numéro d'inscription au Registre du Commerce et des Sociétés, son numéro de TVA intracommunautaire, ...), les coordonnées permettant d'entrer rapidement en contact avec lui et s'il en utilise, ses conditions générales de prestations.

Par ailleurs, le professionnel prestataire de services devra communiquer à tout client qui en fait la demande certaines informations complémentaires telles que, notamment, les règles professionnelles et codes de conduite auxquels son activité est soumise.

En ce qui concerne les clients professionnels, en application de l'article L.441-6-II du Code de commerce, lorsque le prix d'un service ne pourra pas être déterminé avec certitude, le prestataire de services devra leur communiquer, lorsqu'ils en feront la demande, la méthode de calcul utilisée pour établir le prix ou un devis détaillé.

**INFO PUB**

**Précisions du JDP sur une offre de réduction de prix**

***Promotion des ventes***

Dans une décision du 22 septembre 2010, le Jury de Déontologie Publicitaire (« JDP »), organe de l'ARPP qui a pour mission de statuer sur les plaintes à l'encontre d'une publicité diffusée, s'est prononcé sur la légalité de l'allégation publicitaire « *Jusqu'à 85% de réduction sur plus de 4 000 magazines, sans engagement !* » proposée dans le cadre du moteur de recherche Google par la société Viapresse.

Le plaignant considérait que cette allégation était trompeuse dès lors que les réductions de prix proposées ne portaient que sur 750 magazines et que la majorité des remises étaient comprises en général entre 5 et 55%, les remises de plus de 70% ne concernant qu'une dizaine de titres.

En se fondant sur les articles 1 à 5 du Code consolidé sur les pratiques de publicité et de communication marketing de la Chambre de Commerce Internationale (rappelés dans le préambule des recommandations de l'ARPP) qui exigent que les publicités soient véridiques et non trompeuses, le JDP a rejeté la plainte. Il a ainsi relevé que, dans la mesure où l'accroche figurait sur un moteur de recherche et conduisait le consommateur à se rendre sur le site de l'annonceur « à

son domicile et au moment de disponibilité choisi par lui » pour prendre connaissance des offres, celui-ci avait « le temps de l'analyse et de la réflexion » et était en mesure de comparer les offres et de calculer le montant de la remise accordée.

Tout en regrettant que la formulation utilisée puisse faire naître une ambiguïté sur le taux de réduction et sur l'assiette de calcul de celle-ci dans le cadre d'une lecture rapide, le JDP a considéré que cette ambiguïté était « *toutefois atténuée par la conjonction « jusqu'à » qui exprime que l'offre de réduction n'est pas uniformément de 85% et ne concerne pas tous les titres et par le fait qu'une démarche simple permet au consommateur normalement attentif de prendre connaissance de l'intégralité des conditions réelles des offres dans leurs diversités* ».

### **Publicité et pratiques commerciales trompeuses**

#### **La publication du jugement n'est pas contraire à la Constitution**

A l'occasion d'une question prioritaire de constitutionnalité initiée par la société CDiscount, le Conseil constitutionnel a, dans une décision du 29 septembre 2010, considéré que l'article L.121-4 du Code de la consommation n'était « *contraire à aucun droit ou liberté que la Constitution garantit* ».

Selon la société CDiscount, ces dispositions qui prévoient que le Tribunal ordonne la publication du jugement en cas de condamnation du délit de publicité mensongère, étaient contraires à l'article 8 de la Déclaration des droits de l'Homme de 1789. Cet article garantit en effet le principe de l'individualisation des peines qui implique que « *la peine de publication du jugement ne puisse être appliquée que si le juge l'a expressément prononcée, en tenant compte des circonstances propres à chaque espèce* ».

Le Conseil constitutionnel n'a pas retenu les arguments du requérant, considérant qu'il appartient au juge de fixer les modalités de la publication en application de l'article 131-35 du Code pénal et qu'il lui est donc possible d'en « *faire varier l'importance et la durée* ». Le juge peut au demeurant mettre en œuvre les dispositions relatives à la dispense de peine. Selon le Conseil constitutionnel, il n'est donc « *pas privé du pouvoir d'individualiser la peine* ».

## **ACTUALITÉS PRODUITS**

### **Sécurité**

#### **Confirmation de l'innocuité du bisphénol A par l'AESA**

Dans des avis de 2006 et 2008, l'Autorité européenne de sécurité des aliments (« AESA ») avait estimé que le bisphénol A ne présentait pas de risque pour la santé humaine.

Suite à la publication d'une étude sur la toxicité du bisphénol A, ayant fondé l'interdiction par le Danemark de ce produit dans les matériaux au contact avec des aliments destinés aux enfants de moins de trois ans, la Commission européenne a de nouveau saisi l'AESA de cette question.

Dans un avis du 23 septembre 2010, l'AESA met en lumière les lacunes importantes de cette étude et souligne que la littérature scientifique disponible n'établit pas que le bisphénol A a des effets indésirables sur ces comportements.

L'AESA estime donc que la sécurité sanitaire du bisphénol A n'est pas remise en cause et confirme son avis initial ainsi que la dose journalière tolérable précédemment fixée.

La France a cependant annoncé qu'elle maintiendrait la suspension de la fabrication et de la mise sur le marché de biberons produits à base de bisphénol A dans l'attente de l'adoption par l'AESA d'un avis motivé autorisant leur commercialisation.

**Traçabilité et information sur les nanoparticules**

L'article 185 de la loi dite Grenelle II du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement a introduit un nouveau chapitre 3 au Code de l'environnement consacré à la « *prévention des risques pour la santé et l'environnement résultant de l'exposition aux substances à l'état nanoparticulaire* ». Est ainsi prévue l'obligation pour tous les fabricants, importateurs et distributeurs de ces substances, en l'état ou intégrées dans des mélanges (notamment les produits biocides, médicaments et produits cosmétiques), de déclarer l'identité, les quantités et les usages de ces substances ainsi que l'identité des utilisateurs professionnels auxquels elles les ont cédées à titre onéreux ou gratuit. Par ailleurs, ces personnes devront fournir, sur demande, l'ensemble des informations relatives aux dangers de ces substances à l'autorité administrative. Un décret viendra préciser les conditions et modalités d'application de ces nouvelles dispositions.

***Étiquetage*****Loi Grenelle II (suite) : expérimentation de l'étiquetage carbone et allégations à caractère environnemental**

L'article 228 de la loi Grenelle II introduit un nouvel article L.112-10 au Code de la consommation prévoyant la mise en place progressive et en concertation avec les professionnels, d'une information sur l'équivalent carbone des produits et de leurs emballages à compter du 1<sup>er</sup> juillet 2011.

Cette expérimentation s'étendra au minimum sur une année et fera l'objet d'un bilan évaluant l'opportunité d'une généralisation du dispositif, qui sera transmis au Parlement.

Cette loi modifie l'article 214-1 du Code de la consommation en prévoyant la possibilité de statuer par décret sur les exigences de précision, de vérification et de prise en compte des éléments significatifs du cycle de vie des produits dans l'élaboration des allégations à caractère environnemental ou utilisant les termes de développement durable ou de cycle de vie des produits lorsque ces allégations sont portées sur les produits ou dans les publicités qui les accompagnent.

***Règlementations spécifiques*****Vers une interdiction communautaire de l'ajout de sucre dans les jus de fruits ?**

Le 21 septembre 2010, la Commission européenne a proposé de modifier la directive 2001/112 relative aux jus de fruits et à certains produits similaires destinés à l'alimentation humaine, qui fixe les règles concernant la composition, les dénominations et l'étiquetage.

Cette proposition de directive vise à mettre en œuvre certaines dispositions du Codex Alimentarius et du Code de bonnes pratiques de l'association de l'industrie des jus et nectars de fruits et de légumes (« AIJN »). La Commission propose de supprimer le sucre de la liste des ingrédients autorisés, à l'exception des nectars de fruits, dans lesquels les sucres pourront toujours être ajoutés dans la limite de 20% du poids total du produit. Elle confirme par ailleurs la distinction faite entre les jus de fruits et le jus de fruits à base de concentré et ajoute la tomate dans la liste des fruits autorisés pour la production de jus de fruits.

**Pour toute information ou précision complémentaire, contacter Christophe Pecnard, Emmanuelle Voisset (associés) ou Gaëlle Robic.**

Ont participé à la rédaction de ce numéro : Hélène Barthélemy, Laure Brochet, Béatrice Crévieux, Anne-Sophie Delorme, Agathe Duperray, Sarah Dupond, Anne Passy et Clément Tournaire.