

ACTUALITÉS CONCURRENCE

Pratiques anticoncurrentielles

L'ADLC remet en cause les exclusivités d'affiliation dans le secteur des cartes cadeaux

Par une décision du 27 avril 2011 (n°11-D-08), l'Autorité de la concurrence (« ADLC ») a accepté et rendu obligatoires les engagements pris par la société Accentiv/Kadéos dans le secteur des cartes cadeaux multi-enseignes.

Pour mémoire, dans une décision du 2 mars 2010, l'ADLC avait rejeté la demande de mesures conservatoires dirigée par la société Titres Cadeaux contre Kadéos mais avait poursuivi l'instruction au fond.

Kadeos a mis en place des exclusivités avec ses enseignes partenaires, leur interdisant de s'affilier auprès d'un autre émetteur de cartes cadeaux. Compte tenu de la portée des exclusivités (l'exclusivité concerne la plupart des enseignes référencées chez Kadéos), de leur durée (cinq ans ou trois ans renouvelables tacitement), de la renommée des enseignes liées par une exclusivité et de la forte position de Kadéos sur le marché, l'ADLC a considéré que cette pratique était susceptible de créer des barrières à l'entrée.

Après une première proposition rejetée, l'ADLC a finalement accepté les engagements de Kadéos qui permettraient l'arrivée de nouveaux entrants sur le marché des cartes cadeaux multi-enseignes dans les meilleurs délais. Kadéos s'est donc engagée à supprimer les clauses d'exclusivité des contrats en cours dès le 1er mai 2011 et à ne pas solliciter d'exclusivité avec les enseignes déjà affiliées qui n'ont pas d'exclusivité. De plus, Kadéos a pris l'engagement de limiter à trois ans (sans tacite reconduction) la durée des exclusivités avec d'éventuelles nouvelles enseignes qui ne sont pas encore référencées.

Précisions sur l'application du coefficient multiplicateur à des fins dissuasives

Le 8 mars 2011, le Tribunal de l'Union Européenne (« le Tribunal ») a rendu un nouvel arrêt dans l'affaire des ententes du Tabac brut espagnol (T-37/05). Dans cette affaire, à la demande de la société World Wide Tobacco Espana (« WWTE »), le Tribunal devait se prononcer sur la décision de la Commission européenne (« la Commission ») qui avait appliqué un coefficient multiplicateur de 1,5 au montant de départ de l'amende infligée à ses trois sociétés mères, afin d'assurer un effet suffisamment dissuasif. La Commission avait en effet estimé qu'il y avait lieu de tenir compte du fait que, « *malgré [sa] part de marché relativement limitée sur le marché de l'achat de tabac brut espagnol, [la requérante appartenait] à des multinationales disposant d'une force économique et financière considérable et qu'en outre [elle avait] agi sous l'influence décisive de [ses] maisons mères* ».

Dans cette affaire, la requérante estimait notamment que la Commission avait « *violé le principe d'égalité de traitement en appliquant un coefficient multiplicateur aux fins de dissuasion au montant de départ de son amende, et non à celui déterminé pour Cetarsa, Taes et Deltafina* », trois autres sociétés également condamnées.

Dans son arrêt, le Tribunal rappelle tout d'abord que la notion de dissuasion « *constitue l'un des éléments à prendre en compte dans le calcul du montant de l'amende* » et que « *la taille et la puissance économi-*

que de l'entreprise concernée constituent des facteurs susceptibles d'être pris en compte aux fins du calcul de l'amende et, partant, de la fixation du coefficient multiplicateur visant à assurer à celle-ci un effet dissuasif ».

Il rejette ensuite les arguments de la requérante en rappelant que si la Commission a appliqué un coefficient multiplicateur à l'amende de WWTE et non aux trois autres sociétés c'est parce que la requérante, en plus d'appartenir à un groupe de sociétés, « formait avec celui-ci une entité économique unique ou, en d'autres termes, une seule et même entreprise » au sens de l'article 101 du TFUE. Selon le Tribunal « ce n'est que lorsque la filiale ayant commis l'infraction aux règles communautaires de la concurrence ne détermine pas de façon autonome son comportement sur le marché, mais est soumise à l'influence déterminante de ses sociétés mères, que ces dernières forment avec elle une seule et même entreprise au sens de l'article [101 du TFUE] et peuvent être tenues pour solidairement responsables de cette infraction ».

Le Tribunal rappelle enfin que « le principe d'égalité de traitement n'est violé que lorsque des situations comparables sont traitées de manière différente ou que des situations différentes sont traitées de manière identique ». Or, selon lui, en l'espèce, « la requérante, d'une part, et Cetarsa, Taes et Deltafina, d'autre part, ne se trouvaient pas dans des situations comparables dans la mesure où les sociétés mères de la première, à la différence de celles des secondes, ont été tenues pour solidairement responsables de l'infraction commise par leur filiale dès lors que, selon la Commission, elles exerçaient effectivement une influence déterminante sur la politique commerciale de celle-ci ».

Concentrations

Le rachat du chocolatier allemand KVB par l'américain Cargill autorisé

Dans un communiqué de presse du 2 mai 2011, la Commission européenne a annoncé avoir autorisé l'acquisition du contrôle exclusif des actifs du chocolatier allemand KVB, présent dans la vente et la distribution de produits semi-finis à base de cacao, par la société américaine Cargill, opérant dans la production et la commercialisation de produits et de services alimentaires, agricoles et de gestion des risques.

La Commission a estimé qu'à l'issue de l'opération, les clients auraient encore accès à un nombre suffisants de fournisseurs sur les marchés de l'approvisionnement en fèves de cacao et de produits semi-finis à base de cacao (liqueur de cacao, beurre de cacao, cacao en poudre) sur lesquels se chevauchent l'activité des deux entreprises.

Feu vert de la Commission européenne dans le secteur du jus d'orange

Dans un communiqué de presse du 4 mai 2011, la Commission européenne a annoncé avoir autorisé après son enquête approfondie (voir la *Lettre économique n°110*) le projet de création d'une entreprise commune par les deux groupes brésiliens Votorantim et Fisher.

A l'issue de cette enquête, la Commission a estimé que la création de cette entreprise commune, qui sera le plus grand producteur et fournisseur de jus d'orange au monde, n'entravera pas de manière significative le marché et que les consommateurs européens ne subiront aucun effet négatif.

Procédure

La prescription décennale s'applique aux affaires en cours

Par un arrêt en date du 5 mai 2011, la Cour d'appel de Paris a considéré que la prescription décennale, issue de l'ordonnance du 13 novembre 2008 portant modernisation de la régulation de la concurrence, devait s'appliquer de façon immédiate même à des faits antérieurs à son entrée en vigueur.

Cette ordonnance a ajouté à l'article L. 462-7 du Code de commerce un alinéa qui prévoit que les faits sont prescrits lorsqu'un délai de dix ans s'est écoulé entre la cessation de la pratique anticoncurrentielle et le moment où l'Autorité de la concurrence statue.

La Cour d'appel de Paris relève que, s'agissant d'une loi de procédure, cette prescription extinc-

tive doit s'appliquer immédiatement aux faits commis antérieurement à son entrée en vigueur. Par ailleurs, elle relève que l'Autorité de la concurrence avait fait une application immédiate des dispositions de l'ordonnance de 2004 allongeant le délai de prescription des pratiques anti-concurrentielles de trois à cinq ans. Le délai de prescription complémentaire de dix ans doit donc, selon la Cour d'appel de Paris, suivre le même régime. Il convient tout de même de relever que les dispositions de l'ordonnance de 2008 font expressément référence à l'Autorité de la concurrence, ce qui aurait pu exclure l'application de la prescription décennale aux décisions rendues par le Conseil de la concurrence.

Cet arrêt intervient dans le cadre de l'affaire « Drapo », nom du logiciel ayant permis à des entreprises de travaux publics de s'échanger des données afin de présenter des offres de couvertures dans les marchés publics, et fait suite à un arrêt de renvoi de la Chambre commerciale de la Cour de cassation en date du 13 octobre 2009.

Dans le cas d'espèce, le Conseil de la concurrence avait rendu sa décision en 2006 alors que les pratiques avaient cessé en 1995. En conséquence, la Cour d'appel de Paris, relevant que la prescription était acquise, a annulé la décision du Conseil de la concurrence et a ordonné la restitution aux parties des sommes versées.

CONTRATS / DISTRIBUTION

Relations commerce / industrie

La LME de nouveau déclarée conforme à la Constitution

La question prioritaire de constitutionnalité (« QPC ») relative aux pouvoirs du Ministre de l'économie a fait l'objet d'une décision rendue le 13 mai 2011. Le Conseil constitutionnel estime, sous une réserve, que l'article L.442-6 III, alinéa 2, du Code de commerce est conforme à la Constitution.

Pour mémoire, la Cour de cassation interrogeait le Conseil constitutionnel sur le point de savoir si l'article L.442-6 III, alinéa 2, du Code de commerce, par application duquel le Ministre de l'économie peut solliciter la nullité des clauses ou contrats illicites et demander la répétition de l'indu, en l'absence dans la procédure du ou des fournisseurs concerné(s), voire sans l'accord de ce(s) dernier(s), portait ou non atteinte aux droits et libertés garantis par la Constitution et, plus précisément, à la liberté d'entreprendre, au principe du contradictoire, au droit à un recours effectif et au droit de propriété.

Le Conseil constitutionnel considère que cette disposition ne porte pas atteinte à la liberté d'entreprendre dans la mesure où elle n'est pas disproportionnée au regard de l'objectif poursuivi, à savoir le maintien d'un équilibre dans les relations commerciales dans un but de préservation de l'ordre public économique.

Il indique en outre que le texte ne porte pas atteinte au droit de propriété dans la mesure où les sommes versées par la partie condamnée au titre de la répétition de l'indu et perçues par l'autorité publique, sont reversées à la partie lésée ou sont tenues à sa disposition.

Enfin, le Conseil estime que l'article L.442-6 III, alinéa 2, ne porte pas non plus atteinte au principe du contradictoire et au droit à un recours effectif, sous réserve toutefois que le Ministre informe les parties au contrat (à savoir les fournisseurs et distributeurs concernés) de l'introduction d'une action sur le fondement de ce texte. Le Conseil relève notamment que la partie victime de la pratique restrictive de concurrence peut elle-même engager une action ou intervenir à l'instance introduite par le Ministre et que la partie poursuivie peut mettre en cause son co-contractant afin de faire entendre sa position à la juridiction saisie.

Rapport de l'Assemblée nationale sur la mise en application de la LME

Christine Lagarde et Frédéric Lefebvre se sont félicités « *de cette décision importante qui confirme la constitutionnalité d'un élément clef de la LME* ».

La Commission des affaires économiques de l'Assemblée nationale a rendu public, le 11 avril 2011, un rapport sur la mise en application de la LME.

Ce rapport porte sur trois volets : l'Autorité de la concurrence, les relations commerciales et les soldes flottants.

S'agissant des relations commerciales, ce rapport formule en substance les recommandations suivantes :

Le rapport constate en premier lieu que la LME a permis une baisse efficace des délais de paiements, tout en regrettant que des entreprises mettent en œuvre des mécanismes (stocks déportés, renvois de factures au fournisseur) visant à s'affranchir des dispositions légales, et en s'inquiétant des effets de la directive du 16 février 2011 qui doit être transposée avant mars 2013.

Le rapport s'intéresse également aux négociations commerciales et à la convention unique. Il relève que la date butoir du 1^{er} mars de chaque année ne revêt aucune signification pour nombre de filières et pose des difficultés pour certaines d'entre elles, qui ne disposent pas avant cette date de certaines informations nécessaires pour mener les négociations commerciales. Il propose donc de réformer l'article L.441-7 du Code de commerce afin de préciser que la convention unique est conclue pour une durée de douze mois à une date déterminée librement au sein de chaque branche, sous réserve d'une communication des conditions générales de vente au moins deux mois avant cette date.

Notons enfin que le rapport propose, en cas de recours à un mandat dans le cadre de mise en place de nouveaux instruments promotionnels (« NIP »), d'exiger une reddition systématique des comptes et l'annexion du mandat à la convention unique.

En ce qui concerne les soldes flottants, le rapport adresse certains reproches à ce dispositif : il brouillerait la vision du consommateur en ne lui permettant plus de déterminer le juste prix d'un produit, il aurait banalisé le dispositif même des soldes, et aurait eu un faible impact sur l'industrie de l'habillement.

Le rapport préconise donc de procéder à une analyse sociologique et économique du dispositif des soldes flottants afin de déterminer s'il convient ou non de le supprimer, ainsi qu'une analyse globale du dispositif des soldes.

Pas d'obligation de résultat pour les services de coopération commerciale

L'article L.442-6-I-1^o du Code de commerce prohibe le fait « *d'obtenir ou de tenter d'obtenir d'un partenaire commercial un avantage quelconque ne correspondant à aucun service commercial effectivement rendu ou manifestement disproportionné au regard de la valeur du service rendu* ».

Par un arrêt du 27 avril 2011, la Cour de cassation a apporté des précisions sur les modalités de preuve de cette pratique restrictive de concurrence. Dans cette affaire, une Cour d'appel avait considéré que Carrefour avait obtenu un avantage manifestement disproportionné au sens de l'article susvisé et considéré qu'elle avait perçu, pour vingt-deux contrats, une rémunération de plus de 50 000 euros au titre de services de coopération commerciale alors que les profits pour les fournisseurs avaient été nettement inférieurs.

Dans son arrêt, la Cour de cassation a indiqué que la faiblesse du chiffre d'affaires réalisé par le distributeur du fait de la vente du ou des produits concernés par l'opération de coopération commerciale (en l'espèce, des prestations de « tête de gondole » et de « mise en avant allée saisonnière ») par rapport au prix de cette opération, ou l'absence de progression significative des ventes peuvent être prises en compte dans l'appréciation d'une disproportion manifeste entre le

prix du service de coopération commerciale et sa valeur.

Mais elle précise que ces deux éléments ne peuvent pas à eux seuls suffire à démontrer cette disproportion manifeste, les distributeurs n'étant pas tenus à une obligation de résultat quant aux effets des services de coopération commerciale rendus aux fournisseurs.

Rupture des relations commerciales

Validité d'une clause attributive de compétence

Le Tribunal de commerce de Lyon a été saisi par une société s'estimant victime d'une rupture brutale de relations commerciales établies et d'abus de dépendance économique de la part de son ancien partenaire commercial. Les parties avaient noué des relations commerciales par la conclusion de contrats successifs.

Ces contrats comportaient une clause attribuant compétence aux juridictions de Paris, pour « [...] tout litige ou différend, quel qu'il soit, entre les parties, dans le cadre ou du fait du contrat, notamment en ce qui concerne son existence, sa validité, son interprétation, son exécution ou non exécution ou sa résiliation ».

Le Tribunal devait donc dire si cette clause pouvait s'appliquer à un litige fondé sur une rupture brutale de relations commerciales établies, une rupture abusive et une exploitation abusive d'un état de dépendance économique, susceptibles d'engager la responsabilité délictuelle de leur auteur.

Par un jugement du 7 mars 2011, il a répondu par l'affirmative, considérant que le libellé de la clause impliquait que les parties avaient voulu soumettre leurs actions en responsabilité contractuelle (« dans le cadre [du contrat] ») et en responsabilité délictuelle (« du fait du contrat ») à la compétence des juridictions parisiennes.

Le Tribunal a donc jugé fondée l'exception d'incompétence soulevée par la demanderesse et s'est déclaré incompétent au profit du Tribunal de commerce de Paris.

Franchise

Effets de la tacite reconduction d'un contrat sur la clause de non-réaffiliation

Une société animant un réseau de franchise spécialisé dans l'entretien et la réparation rapide d'une gamme restreinte de pièces automobiles avait conclu un contrat d'une durée déterminée de neuf ans avec un franchisé. Bien que ce contrat ne comportait pas de disposition prévoyant les modalités de renouvellement de celui-ci, les parties ont cependant continué de l'exécuter au-delà de son terme.

Le contrat contenait par ailleurs une clause de non-réaffiliation par laquelle le franchisé s'obligeait à ne pas s'affilier à un réseau concurrent pendant une durée d'un an. Cette obligation de non-réaffiliation était applicable sous des conditions strictes définies par la clause elle-même.

Le franchisé ayant rompu les relations et s'étant affilié à un réseau concurrent, le franchiseur l'a assigné en violation de la clause de non-réaffiliation.

La Cour d'appel de Versailles, par un arrêt du 17 mars 2011, a considéré que le contrat avait été tacitement reconduit. La Cour a relevé qu'en l'absence de dispositions contractuelles, la tacite reconduction donne naissance à un nouveau contrat à durée indéterminée dont les stipulations ne sont pas nécessairement identiques au contrat initial. Elle a interprété strictement la clause de non-réaffiliation et a estimé qu'elle ne visait que les hypothèses d'expiration du contrat initial à l'échéance de son terme et de résiliation anticipée du contrat initial, hypothèses prévues par la clause elle-même.

En conséquence, elle juge qu'en cas de résiliation du contrat reconduit, la clause n'est pas applicable et que le franchisé pouvait valablement s'affilier à un réseau concurrent.

A titre surabondant, la Cour a fait valoir que la clause était en tout état de cause nulle car l'activité d'entretien et réparation rapide d'une gamme restreinte de pièces automobiles s'exerce quasi systématiquement dans le cadre de réseaux de franchise organisés avec des enseignes de renommée souvent nationale, et que par conséquent l'application de la clause aurait eu pour effet d'interdire de fait à l'ex-franchisé d'exercer son activité pendant une durée d'une année.

En bref...

La loi de simplification et d'amélioration de la qualité du droit du 17 mai 2011 a apporté une modification à l'article L.310-3 du Code de commerce. On sait que quatorze départements métropolitains bénéficient d'un régime dérogatoire en ce qui concerne les dates des soldes saisonniers. En application du nouvel article L.310-3 du Code de commerce, ces régimes dérogatoires ne s'appliqueront pas aux ventes à distance effectuées par des entreprises ayant leur siège dans ces départements, qui se verront appliquer les dates de soldes définies au plan national. L'objectif est que les entreprises de commerce électronique, dont la clientèle est nationale, bénéficient toutes des mêmes dates de soldes saisonniers, lesquelles doivent être identiques à celles s'appliquant aux entreprises de commerce traditionnel.

INFO PUB

Publicité et déontologie

Vers une nouvelle recommandation de l'ARPP sur la présentation des prix

Le 28 mars 2011, le Conseil paritaire de la publicité (« CPP »), organe de l'ARPP qui a pour mission d'alerter celle-ci sur les attentes des associations en ce qui concerne le contenu de la publicité et de sa régulation professionnelle, a publié un avis lui demandant d'élaborer une nouvelle recommandation spécifiquement consacrée à « *l'argument prix en publicité* ».

Cette nouvelle recommandation devrait reprendre les dispositions de la recommandation « Mentions et renvois » actuellement en vigueur. Elle devrait également élaborer de nouvelles règles ayant pour objet d'encadrer, par exemple, l'hypothèse où une publicité affiche uniquement le prix à l'unité alors que, pour en bénéficier, le consommateur doit acheter un lot, le cas où la publicité fait apparaître plusieurs prix dans une même annonce ou encore les publicités faisant apparaître le prix TTC et le prix HT mais avec une moindre lisibilité du prix TTC.

Selon le CPP, le champ d'application de cette recommandation devra couvrir la présentation des prix et des mentions liées aux prix dans les publicités, un rappel des règles générales de lisibilité et d'intelligibilité du prix et des mentions liées au prix, un rappel des règles spécifiques relatives aux mentions rectificatives du prix, ainsi qu'une modification des règles existantes sur l'intelligibilité des mentions liées au prix, l'introduction de nouvelles règles sur la transparence, la clarté des offres tarifaires et la présentation du prix.

L'AMF et l'ARPP envisagent un encadrement conjoint des publicités sur les produits financiers

Le 18 mai 2011, l'Autorité des marchés financiers (« AMF ») et l'ARPP ont signé une convention de partenariat ayant pour but d'organiser les relations entre ces deux autorités afin d'améliorer la régularisation de la publicité sur les produits financiers.

Cette convention prévoit la possibilité pour les deux institutions d'échanger toutes les informations intéressant le sujet et d'organiser des manifestations publiques. Elle donne également la possibilité à l'AMF de participer à l'élaboration des recommandations de l'ARPP sur les produits financiers et de saisir le Jury de Déontologie Populaire (« JDP ») qui a pour mission de se prononcer publiquement sur les plaintes émises à l'encontre de publicités susceptibles de contrevenir aux règles professionnelles relatives aux messages publicitaires.

Le CSA maintient sa délibération relative aux publicités en faveur des jeux d'argent et de hasard

Le 27 avril 2011, le Conseil supérieur de l'audiovisuel (« CSA ») a publié une délibération relative aux conditions de diffusion, par les services de télévision et de radio, des communications commerciales en faveur d'opérateurs de jeux d'argent et de hasard légalement autorisés.

Pour mémoire, la loi du 12 mai 2010 (voir la *Lettre économique n°105*) a organisé l'ouverture à la concurrence du marché des jeux d'argent et de hasard. L'article 7 de cette loi prévoit qu'« une délibération du Conseil supérieur de l'audiovisuel précise les conditions de diffusion, par les services de communication audiovisuelle, des communications commerciales » en faveur d'opérateurs de jeux d'argent et de hasard.

La délibération du 27 avril reprend les termes de la délibération n° 2010-23 du 18 mai 2010 et réaffirme ainsi les critères permettant de définir les services et les programmes présentés comme s'adressant aux mineurs, la nécessité d'identifier les publicités et leur objet, de protéger les mineurs et de lutter contre l'addiction aux jeux.

Elle ajoute néanmoins une disposition précisant que « lorsqu'un pari sportif ou hippique est évoqué dans une émission parrainée par un opérateur de paris, faire référence à « la » cote d'une épreuve ou d'une course peut constituer une publicité non identifiée en faveur du parrain de l'émission. Il est recommandé que soit mentionnée une cote moyenne ou, à défaut, plusieurs cotes émanant de différents opérateurs ».

Pratiques commerciales trompeuses

Pas de pratique commerciale trompeuse sans altération de la décision d'achat du consommateur

Par un arrêt du 30 mars 2010, la Cour d'appel de Colmar avait débouté la SAS Univers Pharmacie et l'Union des Groupements de Pharmaciens d'Officine (« UGDPO ») de leurs demandes visant à faire condamner le GALEC pour des faits de pratique commerciale trompeuse et de concurrence déloyale. Leurs requêtes faisaient suite à une campagne publicitaire des magasins E. Leclerc sur le prix des médicaments non remboursés. Cette campagne avait pour slogan « *En France, le prix d'un même médicament peut varier du simple au triple : il faut changer de traitement !* » et comportait un texte illustré du dessin d'un verre d'eau contenant une pièce d'un euro à l'image d'un comprimé effervescent.

Saisie par la SAS Univers Pharmacie et l'UGDPO, la Cour de cassation a confirmé par un arrêt du 27 avril 2011, la décision de la Cour d'appel sur le grief de publicité trompeuse. La Cour indique ainsi qu'une pratique commerciale trompeuse au sens de l'article L. 121-1 du Code de la consommation « implique que la décision d'achat du produit par les consommateurs auxquels s'adresse la publicité litigieuse soit susceptible d'être altérée ». Or, en l'état de la législation, le GALEC ne peut pas commercialiser de médicaments non remboursés. Une telle publicité n'est donc pas susceptible d'altérer la décision d'achat des consommateurs et ne peut par conséquent pas être trompeuse au sens de l'article L. 121-1 du Code de la consommation.

Sur le grief de concurrence déloyale par dénigrement et concurrence parasitaire, la Cour d'appel avait également débouté la SAS Univers Pharmacie et l'UGDPO au motif qu'il n'y avait pas, en l'état actuel, de concurrence entre les pharmaciens en officine et les magasins de la grande distribution. La Cour de cassation casse sur ce point la décision au motif que « l'existence d'une situation de concurrence directe et effective entre les sociétés considérées n'est pas une condition de l'action en concurrence déloyale ou parasitaire qui exige seulement l'existence de faits fautifs générateurs d'un préjudice ».

Promotion des ventes

La loi modifiant le droit de la promotion des ventes enfin adoptée !

La loi n° 2011-525 du 17 mai 2011 de simplification et d'amélioration de la qualité du droit a été publiée au journal officiel du 18 mai 2011. L'article 45 destiné à mettre en conformité le droit français de la promotion des ventes avec la Directive n° 2005/29 du 11 mai 2005 relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs et avec la jurisprudence communautaire et française intervenue depuis (voir la *Lettre économique n°111*), est en-

tré en vigueur le même jour.

Pour mémoire, cet article prévoit notamment que les interdictions des ventes avec primes, des ventes liées et des loteries par voie d'écrit conditionnées à une obligation d'achat ne doivent désormais s'appliquer que si la pratique « *revêt un caractère déloyal au sens de l'article L.120-1 du Code de la consommation* ».

ACTUALITÉS PRODUITS

Sécurité des produits

Vers une interdiction des phtalates, des parabènes et des alkyphénols ?

Le 3 mai 2011, l'Assemblée nationale a adopté en première lecture une proposition de loi visant à interdire la fabrication, l'importation, la vente ou l'offre de produits contenant des phtalates (plastifiants), des parabènes (conservateurs) ou des alkyphénols (surfactants).

Selon le rapporteur de cette proposition de loi, une telle interdiction générale se justifie par la mise en œuvre du principe de précaution, les substances visées étant des perturbateurs endocriniens dont les risques sur la santé humaine ne seraient pas suffisamment identifiés.

Précisons que la proposition avait initialement été rejetée par la Commission des affaires sociales de l'Assemblée nationale. Le texte devrait être examiné par le Sénat au cours de l'automne 2011.

Affaire à suivre...

Additifs

Nouveaux additifs autorisés dans les denrées alimentaires

Un arrêté du 25 mars 2011 est venu modifier l'arrêté du 2 octobre 1997 relatif aux additifs pouvant être employés dans la fabrication des denrées destinées à l'alimentation humaine.

Le nouvel arrêté insère, notamment, dans l'annexe III D relative aux denrées alimentaires prêtes à la consommation, la possibilité d'utiliser le néotame (E961), nouvel édulcorant autorisé par la directive 2009/163 du 22 décembre 2009, dans les boissons aromatisées à base d'eau ou de lait, snacks, confiseries sans sucres ajoutés, chewing gum, confitures, sauces, compléments alimentaires.

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 et Clément Tournaire.

Comme toute information à caractère général, la Lettre Economique ne saurait engager la responsabilité de NomoS