

Directive en matière de publicité trompeuse et de publicité comparative (2006/11

QUEL EST L'OBJET DE CETTE DIRECTIVE?

Elle vise à protéger les professionnels contre la publicité trompeuse d'autres entreprises (par ex. le B2B), qui est assimilée à une [pratique commerciale déloyale](#). Dans ce contexte, elle détermine également les conditions dans lesquelles la publicité comparative peut être autorisée.

POINTS CLÉS

Publicité trompeuse

Les publicités qui trompent ou peuvent tromper les personnes qui les reçoivent sont interdites. En effet, leur caractère trompeur peut affecter le comportement économique des consommateurs et des professionnels, ou porter préjudice à un professionnel concurrent.

Le caractère trompeur d'une publicité dépend d'une série de critères:

- les caractéristiques des biens et des services (disponibilité, composition ou nature, mode de fabrication ou de prestation, origine, etc.), les résultats qui peuvent être attendus de leur utilisation et les résultats des contrôles de qualité effectués;
- le prix ou son mode d'établissement;
- les conditions de fourniture des biens et des services;
- la nature, les qualités et les droits de l'annonceur (identité et patrimoine, qualifications, droits de propriété industrielle, etc.).

Publicité comparative

Les publicités comparatives font référence à un concurrent ou des biens et services concurrents, de façon explicite ou implicite.

Ce type de publicité n'est autorisé que lorsqu'elle n'est pas trompeuse. Elle peut alors être un moyen légitime d'informer les consommateurs de leurs intérêts. Ainsi les comparaisons doivent notamment:

- porter sur des biens ou services qui répondent à des besoins identiques ou ayant le même objectif;
- se rapporter à des produits ayant une même appellation d'origine;
- traiter objectivement des caractéristiques essentielles, pertinentes, vérifiables et représentatives de ces biens ou services, dont le prix peut faire partie;
- éviter de créer des confusions parmi les professionnels, ne pas discréditer, imiter ou tirer profit de marques ou noms commerciaux concurrents.

Recours

Les pays de l'Union européenne (UE) doivent veiller à ce que les personnes ou organisations ayant un intérêt légitime puissent entreprendre une action en justice ou un recours administratif contre les publicités illicites.

Ainsi, les tribunaux ou organes administratifs des pays de l'Union doivent pouvoir:

- ordonner la cessation d'une publicité illicite, même en l'absence de preuve d'une perte, d'un préjudice réel ou d'une intention de négligence; ou
- interdire une publicité illicite qui n'a pas encore été publiée.

DEPUIS QUAND CETTE DIRECTIVE S'APPLIQUE-T-ELLE?

Elle s'applique depuis le 12 décembre 2007. Cette directive [☞ codifie](#) et abroge la directive [☞ 84/450/CEE](#), que les pays de l'UE devaient transposer dans leur droit national avant le 1^{er} octobre 1986.

CONTEXTE

Pour de plus amples informations, veuillez consulter:

- la page consacrée à la [☞ publicité trompeuse](#) sur le site Internet de la Commission européenne

DOCUMENT PRINCIPAL

Directive [☞ 2006/114/CE](#) du Parlement européen et du Conseil du 12 décembre 2006 en matière de publicité trompeuse et de publicité comparative (JO L 376 du 27.12.2006, p. 21-27).

Cette page est gérée par la Commission européenne. Les informations qui y figurent ne reflètent pas nécessairement la position officielle de la Commission européenne. Celle-ci décline toute responsabilité vis-à-vis des informations ou des données contenues ou auxquelles il est fait référence dans le présent document. Veuillez consulter l'avis juridique pour connaître les règles de droits d'auteur applicables aux pages européennes.

Dernière mise à jour: 08/08/2018