



Concurrence - Distribution

SOMMAIRE

Energie

P. 1 - EDF sanctionné à hauteur de 300 millions d'euros pour abus de position dominant

Concentrations

P. 3 - La saga de la fusion TF1 – M6

DMA et DSA

P. 4 - Nouvelles règles du jeu pour les entreprises du numérique

Déséquilibre significatif

P. 6 - Condamnation du réseau de franchise Pizza Sprint

P. 7 - Déséquilibre significatif dans les contrats avec les développeurs

Publicité

P. 9 - La légende de Phenix sanctionnée

Médicaments

P. 10 - Libre circulation et modification de la marque

Agenda

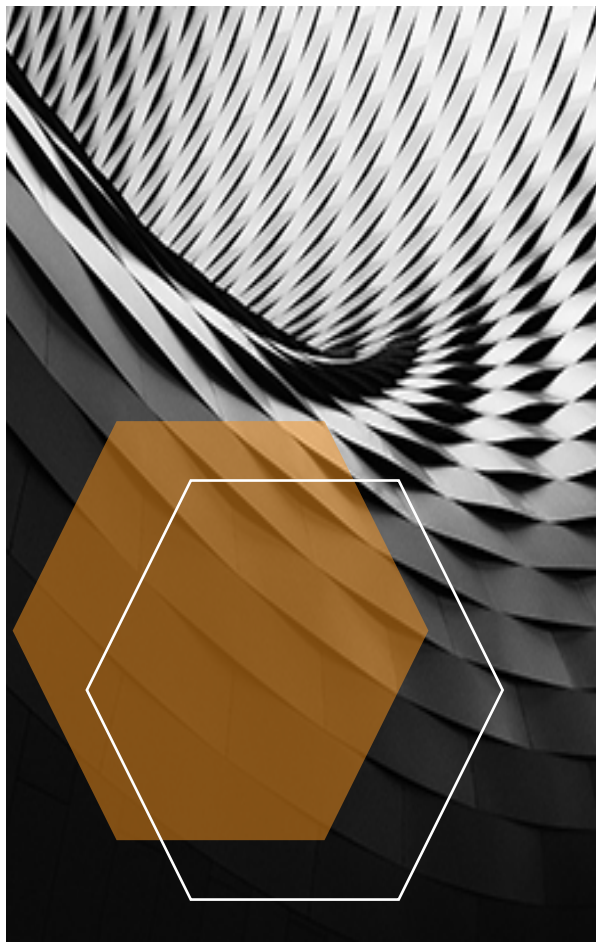
P. 10 - Conférence *Numérique et concurrence*

MARCHE DE L'ENERGIE – ELECTRICITE – ABUS DE POSITION DOMINANTE

DECISION ADLC 22-D-06 DU 22 FEVRIER 2022

Dans sa décision 22-D-06 en date du 22 février 2022, l'Autorité de la concurrence (ci-après « l'Autorité » ou « l'Adic »), à l'issue d'une procédure négociée, a sanctionné solidairement EDF et quatre de ses filiales à une amende de 300 millions d'euros pour abus de position dominante (prohibé par les articles L.420-2 du Code de commerce et 102 du TFUE).

A l'origine du dossier, une plainte déposée par ENGIE reprochait à EDF d'avoir utilisé ses fichiers clients relatifs aux tarifs réglementés (TRV) d'électricité pour mettre en œuvre différentes pratiques anticoncurrentielles sur les marchés de l'énergie et en particulier de la fourniture d'électricité et de la fourniture de gaz pour les clients professionnels comme pour les clients particuliers au moment de l'ouverture à la concurrence des marchés de l'électricité et du gaz.



En effet, depuis 2007 tous les consommateurs peuvent conclure des offres de marché avec des concurrents d'EDF. Les TRV jaune et vert pour les clients professionnels ont progressivement disparu, seuls les TRV bleu pour les particuliers ont été conservés.

ENGIE reprochait notamment à EDF d'avoir refusé à ses concurrents la communication de son fichier clients au TRV bleu (les particuliers), et d'avoir dégradé la qualité de ses fichiers clients au TRV jaune et vert (les professionnels) avant de les communiquer à ses concurrents proposant des offres de marché.

La procédure a permis de démontrer l'utilisation par EDF de moyens dont elle disposait dans le cadre de sa mission de service public de fourniture de l'électricité au TRV pour proposer à ses clients au TRV des offres de marché d'approvisionnement en gaz et en électricité, ainsi que des services complémentaires. De cette manière, EDF a maintenu ses parts de marché sur le marché de la fourniture d'électricité et renforcé sa position sur les marchés connexes de la fourniture de gaz et de services énergétiques.

En premier lieu, l'Autorité constate qu'entre 2004 et 2020, EDF a détenu une position dominante sur les marchés français de la fourniture au détail d'électricité aux sites résidentiels et aux petits sites non résidentiels, et entre 2004 et 2018 sur les marchés français de la fourniture au détail d'électricité aux moyens sites non résidentiels et aux grands sites non résidentiels.

L'Autorité rappelle qu'un opérateur historique, comme EDF, ne doit pas utiliser les avantages concurrentiels liés à l'ancien monopole, et qui ne procèdent pas d'une concurrence par les mérites, pour faire obstacle au fonctionnement concurrentiel des marchés (§449). En particulier, un opérateur historique ne peut pas exploiter de manière abusive des moyens non reproductibles par les nouveaux entrants tels que des fichiers de clientèle constitués dans le cadre d'un monopole légal ou d'une mission de service public.

L'Autorité retient qu'EDF a mis en œuvre, à partir des données issues de ses fichiers clients au TRV, une stratégie de conquête commerciale visant la souscription par ses clients professionnels d'offres de marché de fourniture d'électricité en remplacement des contrats au TRV. Ces fichiers clients au TRV sont considérées par l'Autorité comme « *un avantage concurrentiel décisif* » qui assurait à EDF une masse d'informations considérable.

De plus, EDF a utilisé l'infrastructure commerciale dédiée à son activité de service public de fourniture d'électricité au TRV pour commercialiser des offres de marché. Ainsi, EDF a utilisé des moyens matériels et humains liés aux TRV, et constituant un avantage concurrentiel, pour se développer sur les marchés ouverts à la concurrence.

Enfin, l'enquête a démontré qu'EDF a utilisé ses contacts réguliers avec des clients au TRV, y compris des appels entrants, pour proposer des offres complémentaires de fourniture de gaz, ou de services énergétiques.

Des documents internes saisis démontraient qu'EDF avait parfaitement conscience du caractère potentiellement anticoncurrentiel de certains comportements et avait fait le choix d'assumer ce risque juridique. L'Autorité en déduit l'existence d'une intention anticoncurrentielle.

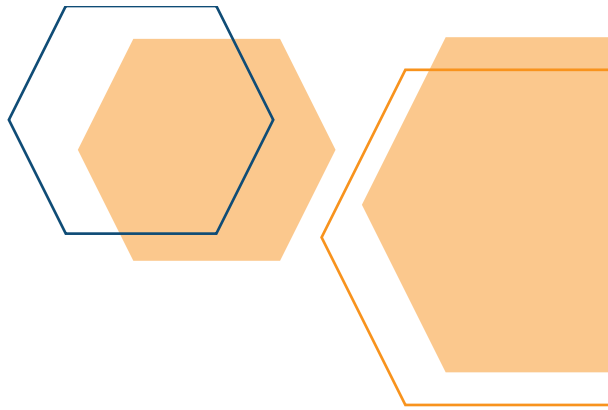
EDF, en situation de récidive après sa condamnation antérieure par l'Autorité en 2013, s'exposait à une amende d'un montant maximum de 7,559 milliards d'euros, d'après le plafond légal de 10% du chiffre d'affaires prévu par l'article L.464-2.I du Code de commerce.



La procédure de transaction, prévue par l'article L.464-2.III du Code de commerce, qui permet à une entreprise, qui ne conteste pas les faits qui lui sont reprochés, d'obtenir une sanction

pécuniaire à l'intérieur d'une fourchette négociée avec le Rapporteur général de l'Autorité a permis de réduire la sanction.

Dans ce cadre, EDF a également présenté des engagements, et s'est engagée à mettre à disposition de ses fournisseurs d'électricité concurrents son fichier clients au TRV bleu (les particuliers) d'une part, et de séparer les parcours de souscription par téléphone des clients et prospects au TRV bleu des clients et prospects en offres de marché d'autre part.



CONTRÔLE DES CONCENTRATIONS – PHASE 2 EXAMEN APPROFONDI

LA SAGA DE LA FUSION TF1 – M6

Le 18 mars 2022, l'Autorité de la concurrence a annoncé l'ouverture d'une phase d'examen approfondi (dit Phase 2) du projet de rachat de M6 par TF1 qui lui a été soumis au titre du contrôle des concentrations.

Pour mémoire, les groupes Bouygues et RTL étaient entrés en négociation exclusive sur ce projet depuis le 17 mai 2021. Ce n'est que le 17 février 2022, après plusieurs mois de pré-notification (phase d'échanges informels avec l'Autorité), que le projet d'acquisition de M6 par TF1 a été formellement notifiée à l'Autorité.

Les parties sont simultanément actives sur les marchés des chaînes de télévision en clair comme sur celui des chaînes de télévision payantes, éditent toutes les deux des services de vidéo à la demande. TF1 et M6 exploitent également ensemble avec France Télévisions la plateforme Salto.

Enfin, les parties exploitent un ensemble d'activités liées à leur activité principale d'éditeur de chaînes de télévision, telles que la production audiovisuelle et cinématographique, l'acquisition de droits audiovisuels, et la commercialisation d'espaces publicitaires.

Dans le cadre de la pré-notification, puis de la notification de l'opération envisagée, l'Autorité a déjà mené une large consultation des opérateurs des secteurs concernés par l'opération.



La réglementation du secteur audiovisuel interdit à un même groupe audiovisuel de contrôler plus de sept chaînes de la TNT. Or, après la fusion la nouvelle entité aurait contrôlé dix chaînes de la TNT. C'est pourquoi, le 8 avril dernier, TF1 et M6 ont annoncé avoir signé un accord avec le groupe Altice pour lui céder deux chaînes de télévision en clair TFX et 6ter. La restitution de la fréquence TNT de la chaîne Paris Première serait également envisagée. Ces cessions ne s'inscrivent donc pas, pour l'instant, dans le cadre d'une proposition d'engagements faite à l'AdIC, mais elles sont néanmoins soumises à l'accord de l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique.

De plus, les parties ont également conditionnées ces cessions à l'autorisation de la fusion TF1-M6 par l'AdIC.

Si l'Autorité indique dans son communiqué de presse que l'ouverture d'une Phase 2 ne préjuge en rien de l'issue du dossier et notamment de l'existence

d'éventuelles atteintes à la concurrence, elle indique tout de même que l'horizon de rendu de sa décision est l'automne 2022... bien au-delà d'un délai de 65 jours ouvrés.

Les échanges s'annoncent donc encore nombreux dans les prochains mois.





ADOPTION DEFINITIVE DU DMA ET DU DSA : DE NOUVELLES REGLES DU JEU POUR LES ENTREPRISES SUR LE MARCHÉ NUMERIQUE

[COMMUNIQUE DE PRESSE DU CONSEIL DE L'UE DU 23 AVRIL 2022](#)

[COMMUNIQUE DE PRESSE DU CONSEIL DE L'UE DU 25 MARS 2022](#)

Le 15 décembre 2020 les projets de Digital Market Act et de Digital Services Act ont été l'occasion pour la Commission européenne de révéler son plan pour adapter la législation à l'ère du numérique et proposer une véritable régulation européenne du numérique. Ces textes ont été qualifiés d'ambitieux doivent permettre la mise en œuvre d'un nouveau cadre de régulation, qui mettra fin à l'irresponsabilité des géants du numérique.

Avec le DMA, c'est le fonctionnement des marchés qui sera traité. Le constat dressé des pouvoirs des grandes plateformes, désignées sous le nom de *gatekeeper*/contrôleur d'accès, sont dès les premières lignes anxiogènes : le manque de contestabilité empêche *"le fonctionnement efficient du secteur numérique en entraînant une hausse des prix, une baisse de la qualité, ainsi qu'une réduction du choix et un ralentissement de l'innovation, au détriment des consommateurs européens"*.

L'option retenue consiste, à retenir des contrôles et une surveillance *ex ante*, passant notamment par la désignation des contrôleurs d'accès, la surveillance du respect par les contrôleurs d'accès des obligations contractuelles identifiées, le contrôle spécifique des concentrations, l'adoption de décisions constatant un manquement, l'appréciation des demandes d'exemption, la conduite d'enquêtes sur le marché et le contrôle du respect des décisions de la Commission. Le 24 mars 2022 un accord avec le parlement et le conseil a permis de faire évoluer la position de la Commission pour cibler les très grosses plateformes.

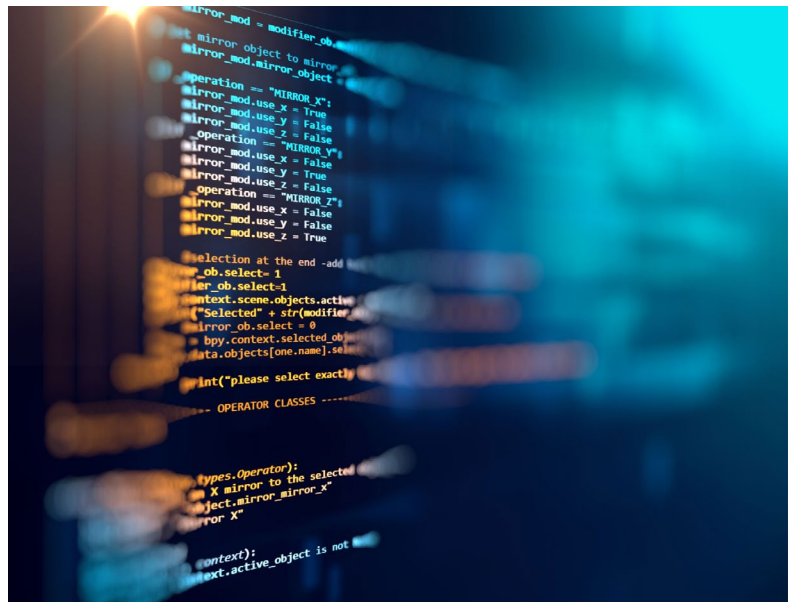
Le Conseil et le Parlement européen sont convenus que pour qu'une plateforme soit qualifiée de contrôleur d'accès ("*gatekeeper*"), elle devait, d'une part, dans les trois dernières années, soit réaliser un chiffre d'affaires annuel d'au moins **7,5 milliards d'euros** au sein de l'Union européenne (UE), soit avoir une valorisation boursière d'au moins **75 milliards d'euros**, et qu'elle devait compter au moins **45 millions d'utilisateurs finaux mensuels** et au moins **10 000 utilisateurs professionnels** établis dans l'UE.

Les contrôleurs d'accès devront notamment :

- assurer le droit des utilisateurs de se désabonner des services de la plateforme de base dans des conditions similaires à l'abonnement
- pour les logiciels les plus importants (navigateur web, par exemple): ne pas imposer ces logiciels par défaut à l'installation du système d'exploitation
- assurer l'interopérabilité des fonctionnalités de base leurs services de messagerie instantanée
- permettre aux développeurs d'applications d'accéder dans des conditions équitables aux fonctionnalités auxiliaires des smartphones (puce NFC, par exemple)
- donner aux vendeurs l'accès à leurs données de performance marketing ou publicitaire sur la plateforme
- informer la Commission européenne des acquisitions et fusions qu'ils réalisent

Ils ne pourront plus :

- classer leurs propres produits ou services de manière plus favorable que ceux des autres acteurs du marché (auto-préférence)
- réutiliser les données personnelles collectées lors d'une prestation pour les besoins d'une autre prestation
- établir des conditions déloyales pour les utilisateurs professionnels
- préinstaller certaines applications logicielles
- imposer aux développeurs d'application l'utilisation de certains services (système de paiement ou fournisseur d'identité par exemple) pour être référencés dans les magasins d'application



Le principe repose donc sur une interdiction d'office de certaines pratiques indépendamment de la structure du marché ou de la concurrence (interdiction ex ante) avec un risque de sanction de pouvant aller **jusqu'à 10 %** du chiffre d'affaires mondial total et 20 % en cas de **récidive**.

La Commission européenne sera la seule instance habilitée à faire appliquer le règlement. Même si un **comité consultatif** sera mis en place pour assister la Commission européenne et faciliter son travail. Les États membres pourront habilitier les autorités nationales de concurrence à ouvrir des enquêtes sur d'éventuelles infractions et à transmettre leurs conclusions à la Commission européenne.

Sur la question du contenu numérique le Parlement et le Conseil ont conclu le 23 Avril 2022, un accord politique sur le projet de régulation des services numériques (DSA).

Dans le cadre de ces nouvelles règles, les plateformes en ligne - telles que les médias sociaux et les places de marché - devront prendre des mesures pour protéger leurs utilisateurs contre les contenus, les biens et les services illicites.

- **Responsabilité algorithmique** : la Commission européenne ainsi que les États membres auront accès aux algorithmes des très grandes plateformes en ligne.
- **Retrait rapide des contenus illicites en ligne**, y compris des produits et services : une procédure de notification et d'action plus claire, qui permettra aux utilisateurs de signaler du contenu illicite en ligne et obligera les plateformes en ligne à réagir rapidement.
- Les droits fondamentaux seront également protégés en ligne : des garanties renforcées afin de s'assurer que les notifications soient traitées de manière non arbitraire et non discriminatoire.
- Des places de marché en ligne plus responsables : elles devront s'assurer que les consommateurs puissent acheter des produits et services en ligne sûrs, en renforçant les contrôles permettant de prouver que les informations fournies par les vendeurs sont fiables (principe de "connaissance du client"), et devront faire des efforts pour prévenir l'apparition de contenus illicites sur leurs plateformes, notamment via des contrôles aléatoires.
- **Pénalités** : les plateformes en ligne et les moteurs de recherche pourront se voir infliger des amendes allant jusqu'à 6% de leur chiffre d'affaires mondial. Concernant les très grandes plateformes (disposant de plus de 45 millions d'utilisateurs), la Commission européenne aura le pouvoir exclusif d'exiger le respect des règles.





CONTRAT DE FRANCHISE ET DESEQUILIBRE SIGNIFICATIF : CONDAMNATION DU RESEAU DE FRANCHISE PIZZA SPRINT

CA PARIS, POLE 5, CH. 4, 5 JANVIER 2022, N°20/00737 – MIN. ECONOMIE C/ DOMINOS PIZZA ET PIZZA SPRINT

Attention aux clauses non symétriques comme les clauses intuitu personae

Après Subway (*TC Paris, 13 oct. 2020, n° 2017005123*), Pizza Sprint et son repreneur Domino's Pizza ont été sanctionnés par la Cour d'appel de Paris sur le fondement de l'ancien article L.442-6, I, 2°.

Après avoir considéré que la soumission ou tentative de soumission était caractérisée, la Cour a jugé que certaines clauses des contrats créaient un déséquilibre significatif aux dépens des franchisés.

- **Sur la soumission ou tentative de soumission :**

La Cour a considéré que : « *le franchiseur occupe dans son réseau une place prépondérante dans la mesure où il en détermine unilatéralement les conditions d'accès ainsi que le mode de fonctionnement et les restrictions post-contractuelles qu'il retranscrit dans les clauses du contrat qu'il propose au franchisé.* »

Elle a également relevé que « *les 30 contrats Sprint Pizza versés aux débats sont identiques et n'ont pas été négociés. Non seulement ils n'ont pas été effectivement négociés, mais ceux-ci n'étaient pas non plus négociables du fait de la désinformation des franchisés sur le fonctionnement réel du réseau.* »

- **Sur les obligations créant un déséquilibre significatif dans les droits et obligations des parties :**

La Cour a donc annulé certaines clauses jugées déséquilibrées :

- **Les clauses d'approvisionnement et de stock minimum**

Après avoir constaté que :

- ✓ au-delà d'une apparente d'une liberté, les franchisés se heurtaient en réalité à des « *critères dissuasifs* » pour s'approvisionner ailleurs qu'auprès d'une société (Logis Pizza) structurellement liée au franchiseur ;
- ✓ les franchisés étaient également soumis à une obligation de stock minimum auprès de ce fournisseur, dont les « *ratios de marges (opérationnelle, brute et nette) sur les produits [étaient] substantiellement supérieures aux autres entreprises intervenant dans le secteur d'activité* »

La cour, infirmant les premiers juges, a jugé que les clauses d'approvisionnement et de stocks minimum procuraient au franchiseur un avantage excessif et qu'elles « *n'étaient équilibrées ni par d'autres clauses du contrat ni ne trouvaient dans leur mise en œuvre de justification quant à la préservation de l'homogénéité du réseau ou à la transmission du savoir-faire.* »

- **La clause d'intuitu personae**

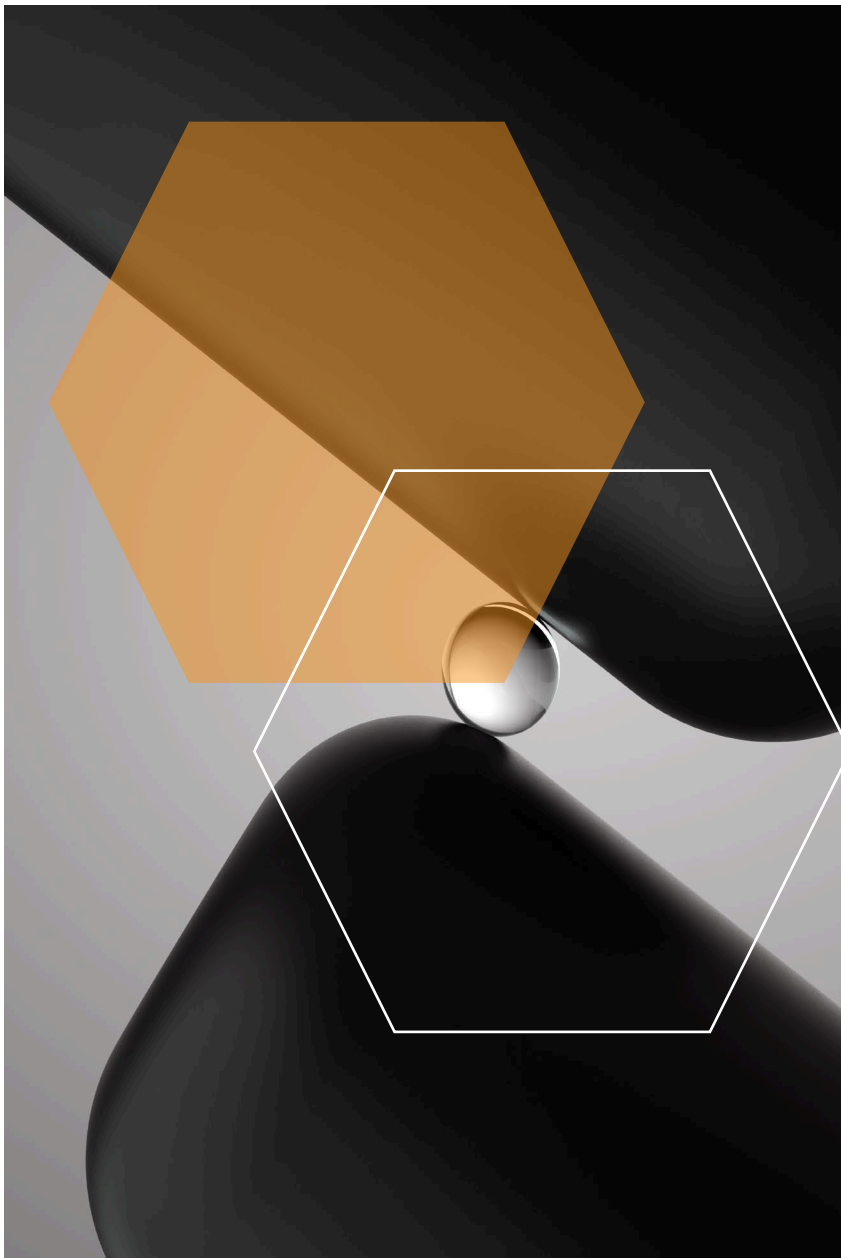
La clause d'intuitu personae est également invalidée par la Cour.

En effet, pour les magistrats, l'économie du contrat de franchise Pizza Sprint, « *comme de tout contrat de franchise, suppose également une prise en considération du franchiseur par le franchisé, qui a fait le choix de rejoindre le réseau, sur la base d'un certain nombre de critères tels que le concept de franchise, de la notoriété de la marque, de la solidité de la tête de réseau, des perspectives de développement de l'enseigne.* »

Or, selon la Cour, la clause litigieuse créait un déséquilibre significatif « *en ce qu'elle permet au franchiseur de décider de la fin anticipée du contrat de franchise sans frais pour tout projet ayant une 'incidence' sur la répartition actuelle du capital ou de celui du principal actionnaire, ou dans l'identité des dirigeants du franchisé.* »

- **La clause de résiliation**

Enfin, la Cour d'appel annule la clause de résiliation figurant dans la version n°1 du contrat antérieure à 2012, dès lors qu'elle ne prévoyait la faculté de résilier le contrat par anticipation qu'au seul bénéficiaire du franchiseur, « *avec toutes les conséquences graves pour le franchisé (paiement d'une clause pénale, arrêt de son activité ...)* », pour tout manquement « *pour des manquements du franchisé dont certains ne résultent pas directement des obligations du contrat de franchise, à savoir le non-paiement d'une facture aux fournisseurs référencés ou la violation de "l'esprit" du contrat.*»



DESEQUILIBRE SIGNIFICATIF DANS LES CONTRATS AVEC LES DEVELOPPEURS

TRIBUNAL DE COMMERCE DE PARIS 28 MARS
2022 15^E CHAMBRE, MINISTRE DE L'ÉCONOMIE
C/ GOOGLE, RG N° 2018017655

Par un jugement en date du 28 mars 2022, le Tribunal de commerce de Paris a condamné Google au paiement d'une amende civile de 2.000.000 euros pour la présence de clauses déséquilibrées dans ses contrats d'adhésion à destination des développeurs qui souhaitent proposer leurs produits sur Google Play.

Ce jugement fait suite à l'action du ministre de l'Économie qui en février 2018, avait assigné plusieurs entités juridiques de Google (ayant leurs sièges sociaux aux USA, en Irlande et en France) devant le tribunal de commerce de Paris. Le ministre après enquête considérait que sept clauses de ses contrats traduisaient un déséquilibre significatif au sens de l'article L 442-6 2° du Code de commerce.

En premier lieu, le Tribunal de commerce de Paris rappelle que l'analyse du déséquilibre significatif doit être « *menée en fonction d'une analyse globale in concreto de l'économie du contrat et du contexte dans lequel il est conclu* » puis précise que l'analyse ne peut se faire « *clause par clause* ».

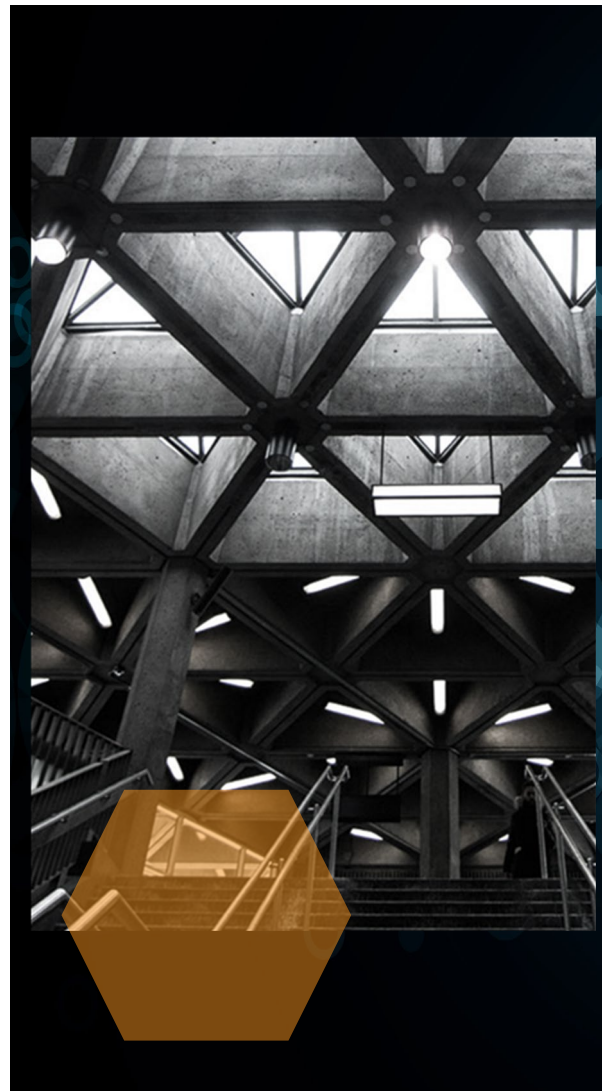
Dans les faits, la juridiction constate la contrainte du moteur de recherche sur les développeurs. Le jugement identifie la soumission en raison de la place de leader de Google (78% des parts de marché des systèmes d'exploitation mobile dans le monde et 65% en France) et du rapport de force économiquement déséquilibré entre les parties, les développeurs ne pouvant se permettre de ne pas proposer leurs produits sur Google Play sauf à perdre une clientèle considérable.

En second lieu, le Tribunal condamne Google après analyse de sept clauses litigieuses de son contrat d'adhésion. Il constate « *la gravité des pratiques* », condamnables per se, qui portent une atteinte à la loyauté des relations commerciales et créent un dommage à l'économie.

Les clauses sanctionnées sont les suivantes :

- **La perception par Google d'une commission de 30 % sur chaque vente réalisée sur le Play Store** (Google Play). Le Tribunal note que Google ne fournit aucune véritable justification sur la fourchette de prix imposée par Google (entre 0,50 et 350 euros) alors qu'elle ne supporte aucun risque financier lié au développement des applications. Le tribunal considère que le déséquilibre significatif peut résulter d'une inadéquation du prix au service, caractérisé en l'espèce dès lors que le taux de la commission prélevée par Google caractérise une asymétrie entre les parties que Google ne peut justifier.
- **La faculté de modification unilatérale du contrat par Google** : La menace de résiliation immédiate conduit, pour le Tribunal, n'importe quel développeur à accepter les modifications même si elles lui sont défavorables puisqu'aucun véritable recours ne lui est ouvert.
- **La faculté de suspension unilatérale du contrat**, Google pouvant à sa seule discrétion retirer le produit du store ou l'exclure sans aucune information a priori donnée au développeur.
- **Les conditions de résiliation asymétriques du contrat** : L'article 10 des contrats permettait à Google de résilier immédiatement le contrat alors que le développeur devrait respecter un délai de 30 jours.
- **Les conditions posées pour la confidentialité des informations** et leur utilisation au seul bénéfice de Google : Le tribunal relève qu'il est déséquilibré de prévoir que Google s'accorde la possibilité de divulguer gratuitement et librement des informations auprès de tiers alors que les développeurs sont privés de tout contrôle sur la portée de cette collecte d'informations.
- **Les signes distinctifs des parties** : L'article 6 des contrats en cause contraint les développeurs à accorder gratuitement à Google une licence lui permettant d'afficher leurs signes distinctifs pendant la durée du contrat, selon son bon vouloir, l'inverse n'étant pas vrai.
- **Les exclusions de garantie et de responsabilité de Google** : Ces dispositions privent les développeurs de toute action et traduisent également un déséquilibre dans les droits et obligations des parties, Google ne démontrant pas qu'une autre clause des contrats viendrait les rééquilibrer.

In fine, le tribunal ordonne aux sociétés Google de cesser pour l'avenir toute pratique consistant à faire figurer les clauses litigieuses sans prononcer d'astreinte (une partie des clauses n'étant plus en vigueur) mais ordonne la modification des contrats avec exécution provisoire. Après Booking (TC Paris 29 novembre 2016, Concurrences n° 1-2017, Art. n° 83199, M. Chagny) et Amazon, (TC Paris 2 septembre 2019, Concurrences, n°04/2019, Art. n° 92258, pp. 114-118, JL Fourgoux), le tribunal de commerce de Paris, à l'initiative du ministre de l'Économie, donne un signal fort aux géants internationaux sur la nécessité de prévoir des conditions contractuelles plus équilibrées, moins opaques et symétriques !





PUBLICITE POUR LES BOISSONS ALCOOLIQUES : LA LEGENDE DE PHENIX SANCTIONNEE

VERSAILLES, 1^{ERE} CHAMBRE- SECTION 1- 15 JUIN 2021- 20/02757- KRONENBOURG- RENVOI APRES CASSATION

La société Kronenbourg était poursuivie par l'ANPAA (Association nationale de prévention en alcoologie et en addictologie) pour trois films diffusés sur Internet au profit de la marque Grimbergen ainsi que pour l'utilisation du slogan « *L'intensité d'une légende* » pour publicités illicites au sens de l'article L. 3323-4 du code de la santé publique.

Le Tribunal de grande instance de Paris a condamné ces communications par jugement en date du 9 février 2017 et considéré comme illicites les publicités pour manquements aux dispositions du code de la santé publique. Alors que par arrêt en date du 13 décembre 2018, la Cour d'appel de Paris a infirmé le jugement du Tribunal, de façon peut-être plus prévisible, par arrêt en date du 20 mai 2020, la Cour de cassation a cassé et annulé en toutes ses dispositions l'appréciation de la cour de Paris et l'affaire a été à nouveau jugé par la Cour d'appel de Versailles.

Par arrêt en date du 15 juin 2021, la Cour de Versailles, revenant à une nettement lecture plus stricte des dispositions du code de la santé publique sur la publicité autorisée pour les produits alcooliques, a considéré que le film publicitaire « légende du Phénix » ne faisait pas uniquement et strictement référence aux critères objectifs énumérés et autorisés par la loi (caractéristiques du produit, modalités de vente, etc...) mais allait au-delà des critères autorisés. Il en est de même en ce qui concerne le film d'animation publicitaire « territoires d'une légende » pour lequel la cour de Versailles a considéré que le film ressemblerait dans son approche et présentation à la série culte « Game of Thrones ». Le film étant ainsi, selon la Cour, destiné à donner une image valorisante de la bière et inciter à sa consommation.

Concernant le slogan « l'intensité d'une légende », Kronenbourg avait tenté d'indiquer qu'il se rattachait aux caractéristiques gustatives du produit et à son origine historique mais la Cour n'a pas été convaincue et considéré que le jugement de première instance avait parfaitement analysé le fait que le terme « intensité » se référait au goût de la bière et l'association avec le terme « légende » créait une association d'idées sur la consommation du produit et le fait de vivre un moment exceptionnel. Le jugement avait ordonné le retrait du slogan sous astreinte. L'ANPAA a pu enfin obtenir une somme de 50.000 euros à titre de préjudice.

Si la Cour de Paris avait été plus libérale dans l'appréciation des films publicitaires et du slogan choisi par Kronenbourg en considérant qu'une publicité peut être incitative et que la communication sur Internet permet d'utiliser les différentes technologies permises par ce support, la Cour de Versailles, adoptant la position de la Cour de cassation, est revenue à une appréciation restrictive des critères autorisés par la loi Evin pour la publicité pour les boissons alcooliques.

Kronenbourg avait d'ailleurs critiqué l'arrêt de la Cour de cassation en considérant qu'elle avait rendu un arrêt de règlement qui ne pouvait être acceptable en cette matière. Pourtant dans un précédent arrêt concernant les vins de Bordeaux une campagne d'affichage critiquée par l'ANPAA avait été considéré par la cour de Versailles puis la Cour de cassation comme ne dépassant pas ce qui est nécessaire à la promotion des produits (Cour de cassation, civile, Chambre civile 1, 1 juillet 2015, 14-17.368, Publié au bulletin).

MEDICAMENTS LIBRE CIRCULATION ET MODIFICATION DE LA MARQUE

CJUE, N° C-253/20, CONCLUSIONS AG
M. SZPUNAR, 13 JANVIER 2022

Les conclusions de l'avocat général pourraient entrouvrir la porte aux limitations de l'usage de la marque apposée sur un médicament princeps et au remplacement de la dénomination du médicament générique.

En effet il propose à la CJUE de considérer que le titulaire d'une marque sur un médicament de référence peut s'opposer à l'utilisation de cette marque par un tiers afin de remplacer, dans le cadre du commerce parallèle, la marque sous laquelle un médicament générique est commercialisé par ce titulaire ou avec son consentement dans un autre État membre, à moins que, d'une part, les deux médicaments soient matériellement identiques et que, d'autre part, soient réunies, en ce qui concerne le remplacement de la marque, les conditions dégagées par la Cour dans ses arrêts du 11 juillet 1996, Bristol-Myers Squibb).

Affaire à suivre.

AGENDA



APRES-MIDI EUROPEENNE DE L'AFEC

MARDI 17 MAI 2022

DIALOGUES FRANCO-EUROPEENS EN DROIT DE LA CONCURRENCE A L'HEURE DE LA PRESIDENCE FRANÇAISE DU CONSEIL DE L'UNION EUROPEENNE

Deux sujets d'actualités seront commentés et expliqués par les décideurs du droit de la concurrence (Président AdIC, Directeur Général de la Commission Européenne, DGCCRF, Cour d'appel de Paris...) :

- QUELLE(S) RÉGULATION(S) CONCURRENTIELLE(S) DU NUMÉRIQUE APRÈS L'ADOPTION DU DMA ?
- QUELLE RÉPARATION DES PRÉJUDICES CONCURRENTIELS PLUS DE SEPT ANS APRÈS LA DIRECTIVE DOMMAGES ?

Mermoz avocats interviendra lors de ce colloque qui se tiendra en présentiel à la Maison de l'Europe de Paris - 29 avenue de Villiers, 75017 Paris - de 14h à 18h30 (nombre limité de places, avec tarif préférentiel pour les membres de l'AFEC). La conférence sera suivie d'un cocktail.

[Programme détaillé](#)

Bulletin d'actualités réalisé avec les contributions de [Leyla Djavadi](#), [Jean-Louis Fourgoux](#), [Vincent Roux](#), [Jocelyn Goubet](#), [Youri Florentin](#)

FOURGOUX DJAVADI ET ASSOCIES

22 rue Jean Mermoz
75008 Paris
+33 (0)1 81 70 01 17
<https://mermoz.law/>

MERMOZ AVOCATS

5 rue Jean Mermoz
75008 Paris
+33 (0)1 81 70 01 17
<https://mermoz.law/>