

Le 27 avril 1999

|  |
|--|
| <p><b>L'UNICE DEMANDE DE METTRE UN TERME<br/>AUX ENTRAVES A LA PUBLICITE</b></p> |
|--|

S'adressant aujourd'hui au Parlement européen, à l'occasion d'un séminaire organisé conjointement par l'UNICE et la CCI sur la publicité, le secrétaire général de l'UNICE, M. Dirk F. Hudig, s'est attaqué aux différentes règles et interdictions nationales en matière de publicité, qui empêchent les entreprises de promouvoir leurs produits de la même façon dans toute l'Europe.

L'actuelle fragmentation des exigences légales en matière de publicité dans les Etats membres dresse de sérieux obstacles et génère des distorsions de concurrence au sein de l'Europe, au détriment de l'industrie européenne. Ainsi que l'a déclaré M. Hudig lors du séminaire, "ces restrictions à la liberté d'expression empêchent les entreprises européennes de bénéficier pleinement des avantages du marché unique, et les placent dans une position concurrentielle désavantageuse par rapport à leurs concurrents internationaux". Cette situation est préjudiciable aux entreprises, surtout aux PME. C'est pourquoi l'UNICE souhaite qu'il soit mis rapidement un terme à toutes les entraves à la publicité dans l'Union européenne.

En ce qui concerne les interdictions de publicité, l'UNICE considère que cette politique "d'exécution du message" – l'entreprise européenne – est malvenue et contreproductive. Ce n'est pas en interdisant la publicité pour un produit légalement vendu dans l'Union que l'on protège les consommateurs.

L'UNICE, conclut le secrétaire général, est d'avis que l'auto-réglementation dans le domaine de la publicité devrait être encouragée.

