

## Pratiques commerciales : mise en garde de la clientèle et dénigrement

---

Un litige opposant deux entreprises concurrentes dans le secteur de l'organisation de salons sur le mariage dans la région bordelaise a été tranché le 6 août 2015 par la Cour d'appel de Bordeaux se prononce sur la question délicate, car très subjective, du dénigrement.

Dans cette affaire, l'une des entreprises reprochait à l'autre d'avoir organisé un salon du mariage dans la région bordelaise identique à ceux qu'elle avait l'habitude d'organiser et avait donc engagé une action en concurrence déloyale et parasitaire.

Pour se défendre et contre-attaquer, l'autre entreprise a soutenu qu'elle avait été victime d'un dénigrement, car son concurrent avait adressé des mailings à sa clientèle et à ses partenaires commerciaux les mettant en garde sur son comportement « parasitaire » alors que les tribunaux ne s'étaient pas encore prononcés.

Bien que l'action en concurrence déloyale et parasitaire ait été rejetée, la Cour a considéré pour autant qu'il n'y avait pas eu dénigrement par l'envoi des mailings de mise en garde à la clientèle contre les agissements du concurrent, finalement mis hors de cause.

La Cour rappelle que l'action en dénigrement suppose d'apporter la preuve indiscutable de la volonté de son auteur de porter atteinte en toute mauvaise foi à la réputation commerciale de son adversaire et ce en utilisant des moyens déloyaux.

La Cour de Bordeaux observe alors que l'envoi des mails ne saurait « s'assimiler complètement à une action systématique de dénigrement ».

L'exigence d'une « systématité » dans le comportement fautif n'est pas une condition requise par la jurisprudence de la Cour de cassation qui considère qu'un seul acte ou comportement peut suffire à caractériser un dénigrement.

Bien mieux, la Cour de cassation a déjà considéré que « la divulgation d'une information de nature à jeter le discrédit sur un concurrent constitue un dénigrement, peu important qu'elle soit exacte ». (Arrêt du 24 septembre 2013 n°12-19790)

En matière de dénigrement, même la vérité sur un concurrent n'est pas toujours bonne à dire...La plus grande prudence s'impose donc quand il s'agit de communiquer au public des informations sur un concurrent.

### Article écrit par :

**Suzana JOAQUIM-MAUDSLAY**

Avocate

Tel: +33.1.58.44.92.92

[sjoaquim-maudslay@courtois-lebel.com](mailto:sjoaquim-maudslay@courtois-lebel.com)