

[INFO PUB]

Pratiques commerciales déloyales

**Leguide.com fait la promotion de ses marchands**

Le 4 décembre 2012, la Cour de cassation a confirmé l'arrêt de la Cour d'appel de Paris du 28 septembre 2011 qui avait condamné la société Leguide.com, site comparateur de prix, à identifier ses sites Internet comme étant des sites publicitaires et à réparer le préjudice causé à la société Pewterpassion.com du fait de pratiques commerciales trompeuses sur lesdits sites.

Dans son arrêt, la Cour de cassation a considéré que dans la mesure où Leguide.com permettait aux e-marchand rémunérant leur référencement de « voir leurs produits ou offres classés de façon prioritaire avant ceux des autres », et où il était « nécessaire à l'internaute, pour être informé de la différence de classement entre e-commerçants « payants » ou non, de consulter les mots « en savoir plus sur les résultats » ou « en savoir plus » ou encore « espaces marchands » », la Cour d'appel avait justement estimé « que la société Leguide.com assurait de façon indirecte la promotion des produits ou services proposés par les e-marchands bénéficiant du référencement prioritaire et que, de ce fait, elle exerçait une activité de prestataire de service commercial et publicitaire ».

La Cour suprême a également confirmé l'analyse de la Cour d'appel selon laquelle « l'absence d'identification claire du référencement prioritaire est susceptible d'altérer de manière substantielle le comportement économique du consommateur qui est orienté d'abord vers les produits et offres des e-marchands « payants » et ne dispose pas ainsi de critères objectifs de choix ». Elle a ainsi considéré que la société Leguide.com s'était rendue coupable d'une pratique commerciale déloyale et trompeuse en n'indiquant pas clairement l'existence d'un système de référencement prioritaire.

<http://legifrance.gouv.fr/affichJuriJudi.do?oldAction=rechJuriJudi&cidTexte=JURITEXT000026742544&fastReqId=1831258857&fastPos=1>