

[INFO PUB]

Publicité comparative

Approximation et illicéité d'une publicité comparative

Par un arrêt du 14 mai 2013, la Cour d'appel de Toulouse a confirmé la condamnation de la société Ginkgo pour avoir diffusé une publicité comparative illicite.

Cette publicité, qui comparait les prix d'un magasin Intermarché avec ceux du magasin Super U le plus proche, prétendait notamment que 7 000 produits identiques avaient été comparés pour justifier la véracité de la comparaison. Or, certains produits avaient été comparés plusieurs fois sur une même période de telle sorte que la comparaison avait porté en définitive sur moins de 3000 articles.

La Cour a considéré qu'une « *telle présentation approximative dans un contexte de présentation des résultats d'une étude de type statistique [était] de nature à induire en erreur le consommateur moyen* », et qu'il s'agissait donc d'une publicité comparative illégale.

L'appelante n'étant pas en mesure de démontrer son préjudice, la Cour a confirmé la condamnation de la société Ginkgo à un euro symbolique en réparation du trouble commercial s'inférant nécessairement des actes de concurrence déloyale commis par cette dernière.

Cour d'appel de Toulouse, 14 mai 2013, 11-05916