

Cette fiche règlementaire a été réalisée en collaboration avec la Direction Départementale de la Protection des Populations.

I. CADRE JURIDIQUE DEFINITION

- ✓ La publicité comparative est une publicité qui met en comparaison des biens et des services en identifiant explicitement ou implicitement les biens ou les services d'un concurrent.
- ✓ La publicité comparative n'est pas interdite.
- ✓ En revanche, il est interdit de faire une publicité comparative sur un support dont l'objet premier n'est pas de faire de la publicité.
- ✓ Elle est encadrée par le Code de la consommation aux articles L 121-8 et L 121-9.

II. CONDITIONS DE LICITE

Pour que la publicité comparative soit licite, cette dernière doit respecter deux types de conditions :

- des conditions positives
- des conditions négatives

A) Les conditions positives (L 122-1)

- ✓ La publicité comparative doit être loyale (elle ne doit pas être trompeuse).
- ✓ La publicité comparative doit porter sur des services et des produits qui ont le même besoin et le même objectif (on doit comparer ce qui est comparable).
- ✓ La publicité comparative doit comparer objectivement une ou plusieurs caractéristiques qui sont essentielles et qui sont vérifiables (le prix par exemple).

B) Les conditions négatives (L 122-2 et L 122-3)

- ✓ La publicité comparative ne peut pas indûment tirer profit de la notoriété d'une marque, d'un nom commercial ou des signes distinctifs d'un concurrent.
- ✓ La publicité comparative ne peut pas entraîner le discrédit ou le dénigrement d'une marque ou d'un nom commercial d'un concurrent (on peut vanter les mérites de son produit, mais on ne peut pas dénigrer le produit du concurrent).
- ✓ La publicité comparative ne peut pas engendrer de confusions entre les biens ou les services du professionnel et ceux du concurrent (renvoi à l'obligation de loyauté).
- ✓ Le professionnel ne doit pas présenter ses biens et ses services comme une imitation de ceux d'un concurrent.
- ✓ Les produits qui bénéficient d'une appellation d'origine ou d'une indication géographique protégée ne peuvent être comparés qu'à des produits qui bénéficient des mêmes appellations, des mêmes indications.

Ces conditions sont cumulatives !

III. LES SANCTIONS

Les sanctions sont répertoriées au sein de l'article L 122-7 du Code de la consommation.

Trois différentes sanctions peuvent être mises en œuvre :

- ✓ Octroi de dommages et intérêts en engageant la responsabilité civile délictuelle
- ✓ Sanctions pénales :
 - Les peines principales : emprisonnement de deux ans et amende de 300 000 euros. Le montant de l'amende peut être porté, de manière proportionnée aux avantages tirés du manquement, à 10 % du chiffre d'affaires moyen annuel, calculé sur les trois derniers chiffres d'affaires annuels connus à la date des faits, ou à 50 % des dépenses engagées pour la réalisation de la publicité ou de la pratique constituant le délit.
 - Les peines complémentaires : les personnes physiques encourent également à titre de peines complémentaires l'interdiction d'exercer une profession commerciale ou industrielle, de diriger, d'administrer, de gérer ou de contrôler à un titre quelconque, directement ou indirectement, pour leur propre compte ou pour le compte d'autrui, une entreprise commerciale ou industrielle ou une société commerciale, pour une durée de cinq ans au plus. Les personnes morales déclarées responsables pénalement encourent une amende de 1 500 000 euros ainsi que les peines complémentaires prévues aux 2° à 9° de l'article 131-39 du Code pénal. En cas de condamnation, le tribunal peut ordonner l'affichage ou la diffusion de la décision. Il peut, de plus, ordonner la diffusion, aux frais du condamné, d'une ou de plusieurs annonces rectificatives. Ou 4 ans d'emprisonnement et de 400 000 euros d'amende pour infraction d'imitation qui est le fait pour toute personne, de vendre, fournir, offrir à la vente ou louer des marchandises présentées sous une marque contrefaisante (articles L 716-9 à L 716-12 Code de Propriété Intellectuelle).



Contact

Service Commerce Services Tourisme
commerce@pau.cci.fr
05 59 82 51 03