



Sanction du dénigrement commercial attentatoire à la réputation sur internet et les réseaux sociaux

publié le 05/08/2011, vu 7811 fois, Auteur : [Anthony BEM](#)

Le 26 juillet 2011, le tribunal de commerce de Paris a, pour la première fois, ordonné la publication du jugement rendu, en faveur de la société Référencement.com, sur internet, dans la presse papier et surtout sur le réseau social Twitter à la suite de commentaires dénigrants (Tribunal de commerce de Paris, 26 juillet 2011, Référencement.com / Zlio, inédit).

A titre liminaire, le dénigrement concerne l'atteinte à la réputation et à l'honneur des personnes morales (associations, sociétés, groupements, etc ...) **par un concurrent** tandis que la diffamation concerne celle des personnes physiques et morales par quiconque (<http://www.legavox.fr/blog/maitre-anthony-bem/injure-diffamation-publique-819.htm>).

Le dénigrement est un phénomène aussi ancien que celui du commerce et des relations commerciales, où certains **commerçants jettent le discrédit sur un concurrent, en répandant à son propos, ou au sujet de ses produits ou services, des informations malveillantes.**

C'est d'ailleurs, cette définition qu'en donne un arrêt rendu le 21 mai 1974 par la Cour d'appel de Lyon.

Avec l'Internet, le dénigrement commercial se répand, se développe et innove dans ses modalités de diffusion.

Tout comme les actes de concurrence déloyale, le dénigrement est protéiforme.

La jurisprudence a déjà eu l'occasion de juger que caractérise un dénigrement sanctionné sur le fondement de la concurrence déloyale :

- Une simple comparaison, même fondée sur des faits exacts, mais pouvant « *entraîner le discrédit ou le dénigrement des marques, noms commerciaux, autres signes distinctifs, biens, services, activité ou situation d'un concurrent* » ;
- Un tableau comparatif comportant des allégations fausses sur un produit concurrent (CA Versailles, 12^e ch., 30 janv. 1997) ;
- La présentation d'un produit concurrent comme obsolète (CA Paris, 4^e ch., 14 janv. 2000)
- La présentation d'un produit comme « *l'aliment n° 1* », ce qui implique une comparaison dénigrante avec les autres aliments (T. com. Paris, 6 nov. 2002) ;
- Soutenir l'incompétence professionnelle du concurrent (Cass. com., 5 janv. 1961 ; CA Versailles,

12^e ch., 9 sept. 1999) ;

- Remettre en cause l'honorabilité du concurrent (CA Paris, 7 juill. 1954 ; TGI Strasbourg, 1^{re} ch. civ., 29 févr. 2000), son honnêteté (CA Versailles, 12^e ch., 19 févr. 1998), son crédit (Cass. com., 22 févr. 2005) ;

- Révéler l'appartenance du concurrent à une religion, une secte, ou une obédience (CA Rennes, 27 déc. 1904), ses sentiments prétendument antisémites (TGI Paris, 2 mai 1968), sa nationalité (CA Lyon, 27 juill. 1936), sa race ou celle de ses clients (TGI Paris, 2 mai 1968).

- Critiquer la qualité des services rendus par l'entreprise concurrente (Cass. com., 20 janv. 1987 ; T. com. Paris, 12^e ch., 15 janv. 2002), le prix de ses services (Cass. com., 15 nov. 1982), les conditions de vente et notamment la garantie (T. com. Paris, 19 févr. 1969).

- Divulguer des poursuites intentées contre un concurrent, mais tant que la décision n'est pas devenue définitive (Cass. com., 8 févr. 1967 ; CA Paris, 4^e ch., sect. A, 3 avr. 1995, Cass. com., 12 mai 2004).

En l'espèce, une société éditrice de sites internet, Zlio, avait constaté que ses sites internet avaient disparu du référencement des premières pages de résultats du moteur de recherche de Google.

C'est ainsi que la société Zlio a sollicité les services de la société Référencement.com spécialisée, comme son nom l'indique, dans le référencement et la visibilité des sites, des produits et des services sur internet.

Bien que le premier acompte contractuellement fixé entre les parties ait été réglé, la société Zlio a refusé de paiement du second acompte en invoquant une prétendue inexécution de la prestation contractuelle de la société Référencement.com.

Dans ce contexte, la société Référencement.com a assigné la société Zlio devant le tribunal de commerce de Paris afin d'obtenir le règlement de sa créance.

Aux termes d'un jugement du 26 juillet 2011, le tribunal de commerce de Paris a considéré que la société Référencement.com avait bien respecté les termes du contrat et par voie de conséquence a condamné la société Zlio à régler la dette de la société Référencement.com avec intérêts au taux légal à compter de la date de l'assignation.

Par ailleurs, le dirigeant de la société Zlio avait posté, notamment sur le réseau social Twitter, des commentaires dénigrants à l'égard de la société Référencement.com.

La société Référencement.com a donc sollicité parallèlement l'indemnisation du préjudice d'image subi suite au dénigrement commercial dont elle estime avoir été victime sur Internet.

Bien que les parties au litige ne soient pas concurrentes, le tribunal a jugé sur ce point que :

« Les propos du dirigeant de ZLIO, dénigrent indiscutablement la qualité des prestations de REFERENCEMENT , alors qu'il a été démontré plus haut que la prestation convenue a été réalisée [...]

La notoriété du dirigeant de ZLIO dans le monde internet permet d'être sûr de la portée du dénigrement opéré par la tenue des tels propos, que bien que le quantum du préjudice d'image ne soit pas démontré, le tribunal évalue le préjudice lié au trouble commercial inévitablement engendré par de tels actes de concurrence déloyale à la somme de 10,000 € au paiement de laquelle il condamnera ZLIO

[...]

En outre, le tribunal condamnera ZLIO à prendre toutes les mesures d'ordre technique qui s'imposent, à ses seuls frais, afin que soit retiré définitivement l'ensemble des propos portant atteinte à l'image de REFERENCEMENT, sur tous les supports sur lesquels M.B. ou ZLIO sont intervenus pour publier lesdits propos et sous astreinte de 2.000 € par jour de retard à compter du 16^{ème} jour après la signification du présent jugement et ordonnera la publication du jugement à intervenir dans trois journaux au choix de REFERENCEMENT, notamment électroniques et sur tous les supports sur lesquels M.B. ou ZLIO sont intervenus pour publier les dénigrements, aux frais de ZLIO [...] »

Il convient de souligner que la publication judiciaire est une mesure rarement octroyée par les juges.

Au cas d'espèce, cette mesure démontre la prise de conscience de la part des juges de la nécessité de réparer le préjudice d'image non pas seulement par l'octroi de dommages et intérêts mais aussi par une mesure de publication devenue impérieuse surtout pour les entreprises dont l'Internet et les problématiques de réputation et de référencement numérique est devenu leur fonds de commerce.

Pour conclure, la valeur des marques, produits et services dépendent pour beaucoup de leur réputation sur Internet et des résultats de recherche sur Google avec comme mots clés leur nom.

Ainsi, de manière préventive, les entreprises doivent veiller à leur réputation sur internet afin, le cas échéant, de faire retirer tout contenu illicite et/ou attentatoire à leur réputation numérique et être indemnisée de leurs préjudices subis en engageant une procédure judiciaire à cet effet.

Internet et les réseaux sociaux ne sont pas des zones de non droit où les atteintes à la réputation des personnes et des entreprises seraient permises en toute impunité.

La décision commentée ci-dessus en constitue un exemple intéressant et à conserver en mémoire pour tout recours éventuel ultérieur.

Je suis à votre disposition pour toute information ou action.

PS : Pour une recherche facile et rapide des articles rédigés sur ces thèmes, vous pouvez taper vos "mots clés" dans la barre de recherche du blog en haut à droite, au dessus de la photographie.

Anthony Bem
Avocat à la Cour
27 bd Malesherbes - 75008 Paris
Tel : 01 40 26 25 01

Email : abem@cabinetbem.com

www.cabinetbem.com