Image not found or type unknown

"quiestlemoinscher.com" conforme aux exigences de la publicité comparative

publié le **21/06/2010**, vu **3983 fois**, Auteur : Mourot

Brève étude jurisprudentielle du cas du site "quiestlemoinscher.com" concernant la publicité comparative

Selon l\'article L.121-8 du Code de la Consommation, toute publicité qui met encomparaison des biens ou des services en identifiant implicitement ou explicitement un concurrent ou des biens et services offerts par un concurrent n\'est licites que si elle respecte trois conditions cumulatives.

- Elle ne doit pas être trompeuse ou de nature à induire le consommateur en erreur.
- Elle doit porter sur des biens ou services répondant à un même besoin.
- Elle doit, enfin, comparer objectivement une ou plusieurs caractéristiques essentielles, pertinentes, **vérifiables** et représentatives des biens et services dont le prix peut faire partie.

Ainsi, le Groupe d\'Achat des Centres Leclerc (Galec) a-t-il crée un site internet (*quiestlemoinscher.com*) dans le but de comparer le prix de différents produits pratiquées par les grandes enseignes de la distribution.

Après avoir été contraint de suspendre le site par un jugement du Juge des référés du Tribunal de Commerce de Paris du 7 juin 2006 au motif invoqué par la société Carrefour que le caractère vérifiable des paramètres de comparaison était absent, le Galec a mis en ligne une nouvelle version de son comparateur de prix, accompagné d\'une grande campagne de publicité.

Et cette fois, bien que le groupe Carrefour critique une fois de plus le procédé, la chambre commerciale de la Cour de Cassation par son arrêt du 19 janvier 2010 considère que « *la totalité des relevés de prix en rayons, leur contrôle, leur enregistrement et leur mise en ligne sur le site litigieux ont été effectués par des opérateurs indépendants de l'annonceur, dont la compétence et le sérieux ont nullement été mise en doute par la société Carrefour* » et que « *les tickets de caisse comme le logiciel de caisse n'établissent aucunement la réalité de l'offre* ».

Leclerc fort de ce coup de PUBLICITE bénéficie qu\'un formidable moyen d\'influencer plus ou moins le consommateur bien que la Cour de Cassation nous affirme que les études sont réalisées de manière indépendantes. Où est l\'intérêt économique de la Société ? L\'issue de cette affaire de dénouera peut-être devant l\'Autorité de la Concurrence...

Copyright © 2024 Légavox.fr - Tous droits réservés