CONCURRENCE DÉLOYALE ET INTERNET

Fiche pratique publié le **10/12/2021**, vu **1871 fois**, Auteur : Murielle Cahen

Les comportements abusifs existants en droit positif comme le dénigrement, la confusion, le parasitisme et la contrefaçon ont été assez aisément transposés à l'outil numérique.

I- Les actes de concurrences déloyales sur internet

A- Le parasitisme sur internet

Le parasitisme consiste pour une entreprise à tirer profit de façon injuste de la réussite d'une autre en utilisant sa notoriété, son savoir-faire, ses investissements intellectuels.

Transposée à l'outil numérique, elle s'appréhende comme la reproduction de fonctionnalités, de caractéristiques notamment visuelles d'un site, de son arborescence ou encore de sa publicité.

Il est devenu fréquent qu'une société qui exploite un site internet reproche à un de ses concurrents ou un tiers d'avoir repris son site ou des éléments de celui-ci.

Le seul fait de s'inspirer de la valeur économique de son concurrent qui a réalisé des investissements suffit à caractériser un agissement parasitaire.

Le parasitisme suppose :

- Inspiration ou copie d'une valeur économique individualisée ;
- L'existence d'un avantage concurrentiel, fruit d'un savoir-faire, d'un travail intellectuel et d'investissements ;
- L'exploitation d'une certaine notoriété.

Les conditions de réalisation d'investissement par le parasité et de notoriété de celui-ci sont cumulatives pour établir le parasitisme.

Par ailleurs, un acte de concurrence est fautif et provoque un trouble commercial à condition qu'il soit contraire aux usages normaux du commerce.

La concurrence déloyale suppose un risque de confusion alors que le parasitisme peut exister même sans aucun risque de confusion.

B- Le dénigrement sur internet

La propagation d'intox étant extrêmement rapide grâce à l'outil numérique, les auteurs d'actes de dénigrement ciblent un pilier de la valeur de l'entreprise, une qualité exceptionnelle ou un produit ayant une haute valeur marchande et diffusent de fausses informations, tiennent des propos péjoratifs afin de créer un dommage pour la réputation et financier.

Le dénigrement est le fait de critiquer ouvertement une entreprise concurrente ou ses produits dans le but de détourner sa clientèle. Il s'agit d'un acte de concurrence déloyale.

Le dénigrement peut être diffusé sur n'importe quel support, mais aujourd'hui, la forme la plus utilisée est le dénigrement sur internet et encore plus particulièrement le dénigrement sur Facebook.

Pour pouvoir qualifier un dénigrement, il faut réunir trois conditions cumulatives :

- Les propos doivent être péjoratifs : le but du dénigrement est de dévaloriser l'entreprise et de détourner la clientèle. Le dénigrement peut être direct ou indirect. Il peut s'agir de commentaires qui critiquent ouvertement la qualité des produits, mais aussi d'un message d'un des concurrents qui sous-entend que les produits sont de mauvaise qualité.

- Le dénigrement doit être public : concernant le dénigrement sur internet, laisser des commentaires négatifs sur un site d'avis de consommateur est considéré comme public. En revanche, critiquer une entreprise dans un groupe fermé Facebook qui n'a pas vocation à être lu par d'autres personnes n'est pas un dénigrement.

- Les propos doivent viser une entreprise : Il faut que les propos permettent d'identifier l'entreprise. Les critiques peuvent cependant porter sur n'importe quel aspect de celle-ci.

C- La contrefaçon sur internet

La contrefaçon est une pratique anticoncurrentielle visant pour un tiers à bénéficier de la réputation d'une marque en la reproduisant, l'imitant, et en exploitant un droit de propriété intellectuelle sans en avoir l'autorisation.

La contrefaçon est facilitée par internet, notamment grâce à la possibilité d'avoir accès en quelques clics à des sites de commerce internationaux basés dans des pays souvent peu contrôlés.

Parmi les cas de concurrence déloyale ayant donné lieu à jugement, il y'a :

- La copie des conditions générales d'un site concurrent ainsi que l'imitation de ses principales caractéristiques visuelles,

- La réutilisation de document client par d'anciens salariés,

- L'utilisation de la marque d'un concurrent en tant que mot clé

Copyright © 2026 Légavox.fr - Tous droits réservés

- La diffusion d’informations inexactes dans le cadre d’une publicité comparative.

II- Le contentieux et les moyens juridiques envisageables

Afin de mettre un terme à ces pratiques de concurrence déloyale les réseaux, plusieurs types de procédures peuvent être engagées.

L’action en concurrence déloyale sur internet obéit aux règles du droit commun.

Ainsi, dans un délai de 10 ans suivant la manifestation du dommage, l’action pourra être exercée devant le tribunal de commerce ou devant le tribunal judiciaire en fonction de la qualité des parties.

A- L’action en contrefaçon

Dans l’hypothèse d’une action en contrefaçon, la victime qui a subi un préjudice en France pourra saisir le juge français, alors même que les faits de contrefaçon ont été commis sur un site internet étranger non dirigé vers la France.

L’action en contrefaçon permettra non seulement de demander au juge des dommages et intérêts en réparation du préjudice subi, mais également de lui demander qu’au moyen d’astreintes, il ordonne immédiatement la cessation des actes frauduleux. De plus, lorsqu’une entreprise commerciale est touchée par des actes de concurrence déloyale sur internet, le préjudice peut rapidement s’avérer coûteux.

À ces fins, des procédures de référé spécialisées pourront être mises en place en cas de manœuvres manifestement illicites ou qui seraient susceptibles d’exposer le demandeur à un dommage imminent. Elles permettent d’obtenir une réponse en l’espace de quelques mois.

Cependant, il faut garder à l’esprit que ces abus sont appréhendés comme des délits et donc sanctionné par une action en responsabilité civile au sens de l’article 1240 du Code civil.

Ainsi, la victime qui souhaite entamer une action devra prouver :

- Une faute (au moyen par exemple de captures d’écrans, d’attestations de clients, de photos, de rapports d’experts),
- Un préjudice en découlant
- Et enfin un lien de causalité entre ces derniers.

Pour ce faire, il sera par exemple nécessaire d’apporter :

- Un constat d’huissier
- Des copies écran des pages du site au contenu prétendu contrefaisant daté ;
- Des impressions écran des pages du site au contenu prétendu contrefaisant daté,

idéalement, la victime devra justifier :

- Une baisse éventuelle dans son chiffre d’affaires,
- Les profits que son concurrent a ou aurait tirés de son action,

Copyright © 2026 Légavox.fr - Tous droits réservés

- ainsi que l'argent investi dans son site internet.

B- L'action en cas de parasitisme

Dans l'hypothèse d'une action en concurrence déloyale pour actes de parasitisme, il est seulement nécessaire pour la victime de faits parasitaires de prouver que le site internet constitue une "valeur économique" protégeable et de démontrer l'existence d'actes de concurrence déloyale ou de parasitisme au moyen notamment d'un constat d'huissier respectant les règles d'administration de la preuve et d'objectivité sur internet.

Seuls les fondements juridiques de la concurrence déloyale et du parasitisme peuvent utilement être invoqués dans ce type de situation.

Le juge compétent est le tribunal de grande instance qui peut être saisi selon la procédure dite à jour fixe, en urgence et pour gagner du temps afin de faire cesser la faute et les préjudices.

La jurisprudence est ainsi venue consacrer le principe selon lequel l'E-commerçant peut interdire la reprise de la présentation et des fonctionnalités de son site internet sur le fondement du parasitisme. (Cour d'appel de Paris, Pôle 5 – Chambre 4, 7 octobre 2015, Netuneed / Charles R, RG n° 10/11257)

Dans cette affaire, les juges ont procédé à une analyse comparative des sites internet.

En outre, le tribunal de commerce de Paris a déjà eu l'occasion de juger que le parasitisme d'un site internet ne dépend pas de la notoriété dudit site et que le parasitisme se trouve être constitué dès lors qu'un tiers s'inspire trop fortement de la valeur économique d'un site internet même banal (tribunal de Commerce de Paris, 15e chambre, jugement du 28 septembre 2015).

Idéalement, la victime devra justifier :

- De l'investissement réalisé dans son site Internet,
- D'une baisse éventuelle dans son chiffre d'affaires,
- Les profits que son concurrent a ou aurait tirés de son action.

C- L'action en dénigrement

Tout d'abord, il est impératif de réunir les preuves du dénigrement sur internet avant leur éventuelle suppression. Si vous n'avez pas préalablement constitué des preuves, il vous sera difficile, voire impossible, de montrer que vous avez été victime de dénigrement sur internet.

Il est donc conseillé d'enregistrer l'URL des publications et faire des captures d'écran.

Ensuite, il est nécessaire de demander à la personne de retirer le contenu illicite. Si elle refuse, il est possible de demander à l'hébergeur, par courrier, de retirer les propos sur le blog ou le site sur lequel ils apparaissent. L'hébergeur, en principe irresponsable, peut voir sa responsabilité engagée s'il avait une connaissance effective des propos et qu'il ne les a pas enlevés.

Copyright © 2026 Légavox.fr - Tous droits réservés

Si la voie amiable ne permet pas de résoudre le problème, une action en justice peut être intentée pour faire condamner le responsable et obtenir réparation du préjudice subi ainsi que le retrait des propos dénigrants.

SOURCES :

https://www.labase-lextenso.fr/jurisprudence/CAPARIS-02072010-09_12757

https://www.legalis.net/jurisprudences/tribunal-de-commerce-de-paris-15eme-chambre-jugement-du-28-septembre-2015/

https://www.legalis.net/jurisprudences/cour-dappel-de-paris-pole-5-chambre-4-arret-du-7-octobre-2015/

Copyright © 2026 Légavox.fr - Tous droits réservés