



Publicité comparative : représenter ses concurrents sous les traits de pigeons est dénigrant

Jurisprudence publié le **23/06/2022**, vu **850 fois**, Auteur : [Assistant-juridique.fr](https://www.assistant-juridique.fr)

Représenter ses concurrents sous les traits de pigeons dans une publicité comparative peut constituer un dénigrement.

Une société du groupe Leclerc lance une campagne publicitaire destinée à promouvoir à Paris son service de livraison à domicile.

Sous le slogan « Cette année, la rentrée à Paris est moins chère », la publicité comporte une comparaison de prix de produits livrés à domicile avec les prix pratiqués par les services de livraison des enseignes concurrentes ; les concurrents mentionnés comme plus chers (Carrefour, Monoprix et Franprix) y sont représentés sous les traits de pigeons, au-dessus desquels figure le pourcentage de différence avec les prix pratiqués par le service de livraison Leclerc.

La cour d'appel de Paris déclare cette publicité illicite.

D'une part, celle-ci était trompeuse : elle mettait en avant une comparaison de prix de rentrée alors que les relevés à partir desquels elle avait été réalisée dataient de début juillet, ce point étant précisé dans la publicité en très petits caractères, illisibles s'agissant notamment des affiches dans le métro ; la mention également très peu lisible indiquant que les prix s'entendaient hors frais de livraison était aussi trompeuse, le consommateur n'étant pas informé du surcoût des prix de livraison, qui diffèrent d'une enseigne à l'autre.

D'autre part, qu'elle se veuille humoristique ou non, la représentation des enseignes concurrentes par des pigeons plus ou moins gros en fonction de la différence avec les prix pratiqués par Leclerc entraînait le discrédit ou le dénigrement des concurrents concernés. Elle signifiait en effet que les clients de ces enseignes se faisaient flouer par une pratique de prix injustifiés et, selon le langage populaire, se faisaient « plumer comme des pigeons ».

Par suite, la cour d'appel a condamné la société du groupe Leclerc à verser 450 000 € de dommages-intérêts au concurrent qui l'avait poursuivie en réparation des préjudices que lui avaient causés la diffusion de la publicité.

CA Paris 15-4-2022 n° 20/15209, Sté groupement d'achats des centres Leclerc (Galec) c/ Sté Monoprix

Voir la fiche [Publicité : les mentions obligatoires](#)

Voir le guide [Récupérer une facture impayée](#)

Articles sur le même sujet :

- [Récupérer une facture impayée](#)
- [Éviter les impayés](#)
- [Démission d'un gérant de SARL : mode d'emploi](#)
- [Révoquer un gérant de SARL](#)
- [Réaliser une assemblée annuelle de SARL](#)
- [Dividendes : mode d'emploi](#)
- [Dissoudre une SARL](#)
- [Guide pratique de la SARL](#)

- [Comment faire face à un impayé ?](#)
- [Quel recours contre une facture impayée ?](#)
- [Comment trouver des informations sur une entreprise ?](#)
- [Comment recouvrer une facture impayée à l'étranger ?](#)
- [Quelle est la date limite de paiement d'une facture ?](#)
- [Délai de prescription d'une facture](#)
- [Comment accorder un délai de paiement à un client en difficulté ?](#)
- [Comment obtenir un délai de grâce ?](#)
- [Comment obtenir un délai de paiement ou une remise de dette de l'URSSAF ou des impôts ?](#)
- [Comment vérifier la solvabilité d'une entreprise ?](#)
- [Droit de rétention en cas d'impayé : conditions et procédure](#)
- [Quand la facture est-elle obligatoire ?](#)
- [Quelles sont les mentions obligatoires sur une facture ?](#)
- [Comment contester une facture ?](#)
- [Que faire en cas de litige commercial ?](#)