



**HAL**  
open science

**Note sous Cour d'appel de Saint-Denis de La Réunion,  
30 septembre 2006, numéro 05/02048**

Jean-Stéphane Bertille

► **To cite this version:**

Jean-Stéphane Bertille. Note sous Cour d'appel de Saint-Denis de La Réunion, 30 septembre 2006, numéro 05/02048. Revue juridique de l'Océan Indien, 2007, 07, pp.179-180. hal-02587269

**HAL Id: hal-02587269**

**<https://hal.univ-reunion.fr/hal-02587269v1>**

Submitted on 15 May 2020

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

**Concurrence déloyale - publicité mensongère – cartes de téléphone**  
**C. Saint Denis, ch. com., 30 septembre 2006, RG. N° 05/02048**

*La publicité laissant croire au consommateur qu'une carte prépayée lui permet de téléphoner à un tarif préférentiel alors que ce tarif n'est applicable qu'en période creuse est une publicité de nature à induire en erreur le consommateur et, donc, un acte de concurrence déloyale à l'égard d'un concurrent.*

**Note :** Deux sociétés concurrentes commercialisent des cartes téléphoniques prépayées. Un litige va naître ayant pour origine une publicité portant sur les caractéristiques de ces cartes de téléphone. Selon la société A, la campagne de publicité organisée par la société B pour promouvoir son produit ne respecterait pas les règles de concurrence, car le prix affiché serait trompeur. Il résulte en effet d'un constat d'huissier que le tarif indiqué sur la carte n'est, en réalité, applicable que pendant les heures creuses et même pendant ce créneau horaire, le prix des communications téléphoniques vers la métropole demeure plus élevé que celui indiqué dans la publicité.

La demande de cessation de toute publicité ayant été rejeté en première instance la société A fait alors appel. La Cour d'appel infirme l'ordonnance de référé et, se fondant sur l'article 1382 du code civil, juge «...*qu' une telle publicité qui peut avoir pour effet de détourner la clientèle de la société A cause à son concurrent direct, un trouble illicite que le juge des référés doit faire cesser* ». La Cour d'appel adopte un raisonnement qui est en accord avec la jurisprudence de la cour de cassation en matière de concurrence déloyale. Selon la juridiction régulatrice il suffit en effet que la publicité suggère quelque chose d'inexact (v. la fameuse affaire "Tang" : cass. Crim. 13 mars 1979, Gaz. Pal. 1979,2,404), du moins de façon suffisamment crédible pour un consommateur moyen. Ici encore on observe que l'acte de publicité trompeuse, s'il cause un dommage au consommateur, peut aussi être constitutif d'un acte de concurrence déloyale.

**Jean Stéphane Bertille**