





# Blog e-réputation

(/fr/blog/)

NOUS SUIVRE  (<https://twitter.com/reputationvip>)  (<https://www.facebook.com/reputationvip>) 

(<http://www.linkedin.com/company/reputation-vip>)  (<https://plus.google.com/114333008248288587896>)

 (<http://www.reputationvip.com/fr/blog/feed>)


 (<http://www.reputationvip.com/fr/blog/>)


- E-réputation des marques (<http://www.reputationvip.com/fr/blog/e-reputation-des-marques>)
- Condamnation liée à l'e-réputation d'une entreprise : quelles conséquences ?



## Condamnation liée à l'e-réputation d'une entreprise : quelles conséquences ?

 16 mars 2016  par Reputation VIP (<http://www.reputationvip.com/fr/>)

 E-réputation des marques (<http://www.reputationvip.com/fr/blog/e-reputation-des-marques>)

 Aucun commentaire (<http://www.reputationvip.com/fr/blog/condamnation-liee-a-le-reputation-dune-entreprise-jusquou-peut-on-aller-sur-internet#comments>)

En matière de dénigrement, la divulgation d'une information exacte ou de notoriété publique peut coûter cher si son auteur ne prend pas toutes les précautions utiles.

En l'espèce, la société A l'a peut-être appris à ses dépens. Elle a été condamnée par la Cour d'appel de Paris, dans son arrêt du 27 janvier 2016, à verser 100 000 euros de dommages-intérêts à une société concurrente, l'entreprise B, en réparation du préjudice que lui avait causé l'envoi d'e-mails à ses distributeurs.

Les e-mails de la société A mentionnaient que la société B avait été condamnée pour concurrence déloyale, sans préciser que l'affaire était en attente d'un second jugement en appel. Les e-mails étaient également ambigus sur les termes employés et proposaient une interprétation juridiquement inexacte.

*Objet : la société B condamné pour concurrence déloyale envers la société A. Le saviez-vous ?*

*Le Tribunal de commerce de Dax a jugé en audience publique le 17 juillet 2012 et a condamné la société B et ses produits pour concurrence déloyale et parasitage envers la société A et ses produits*

*Et pour cela le juge a interdit à la société B de reprendre les éléments conceptuels et visuels de la société A, en relation avec des produits cosmétiques pour sportifs, et de commercialiser tous marques, produits, concepts et idées comprenant les termes des produits de la société A ainsi que tout usage de tous autres signes identiques ou similaires aux éléments des produits de la société A*

*Méfiez-vous des copies ! Choisissez l'original... »*

(<http://www.reputationvip.com/fr/blog/wp-content/uploads/2016/03/Derriennic-4-Associés-Lettre-d'actualité-juridique-NTIC-Mars-2016.jpg>)

Le communiqué envoyé par la société A par e-mail

L'entreprise A avait également publié un communiqué sur sa page Facebook, accessible à tous, et un message sur son compte Twitter mentionnant à nouveau la **condamnation pour concurrence déloyale** de l'entreprise B, toujours en omettant de signaler l'appel.

La société B a obtenu gain de cause sur la base du dénigrement, qui est une des modalités de la concurrence déloyale, sur le fondement de l'article 1382 du Code civil disposant que « tout fait quelconque de l'homme, qui cause à autrui un dommage, oblige celui par la faute duquel il est arrivé à le réparer. »

Avec la diffamation et l'injure, le dénigrement, constitue en effet une des **principales condamnations liées à l'e-réputation d'une entreprise** qui peuvent être reprochées à une entreprise qui s'exprimerait de manière négative et préjudiciable sur une société concurrente.

Est-ce que le fait que ces faits ce soient produits sur Internet a entraîné une **condamnation** particulièrement importante ? Pour en savoir plus sur cette affaire d'ampleur et ses **liens avec l'e-réputation**, nous avons interrogé **Virginie Bensoussan-Brulé, directrice du Pôle Contentieux numérique au cabinet Alain Bensoussan.**

La société A a publié des emails, un communiqué sur sa page Facebook et un message sur son compte Twitter sur la condamnation pour concurrence déloyale de l'entreprise B. Est-ce qu'il est plus facile de prouver le dommage dans le monde « réel » que dans le monde « virtuel » ?

Il est assez facile de rapporter la preuve du préjudice subi sur Internet, notamment par le recours à un constat d'huissier.

La société B a vraisemblablement fait constater par huissier la diffusion des propos dénigrants sur Internet, afin de certifier leur date, mais aussi leur référencement sur Internet. Il est vrai que le fait d'avoir diffusé sur Internet l'information de la **condamnation pour concurrence déloyale** a porté un plus grand préjudice à la société B puisque même des clients qui ne se situant pas dans son périmètre géographique ont pu avoir connaissance de ces propos dénigrants.

Ici, la société A a également communiqué sur Twitter. Cela peut faire écho à une décision intéressante rendue récemment par une cour d'appel espagnole (<http://www.alain-bensoussan.com/tweeter-premiere-condamnation/2015/09/28/>) en matière de diffamation : l'auteur des faits, qui avait publié des propos diffamatoires sur Twitter, a été condamné à publier sur Twitter – deux fois par jour durant un mois – sa **condamnation pour diffamation**. L'objectif était que le public puisse également prendre **connaissance de la condamnation**, et n'ait pas uniquement eu accès à la publication diffamatoire.

«J'espère qu'un tribunal français pourra bientôt, à titre de réparation, condamner également un concurrent qui se serait exprimé de cette sorte sur Twitter à communiquer sur l'outil de microblogage sa propre condamnation»



**Virginie Bensoussan-Brulé**  
Directrice du Pôle Contentieux numérique au cabinet Alain Bensoussan

(<http://www.reputationvip.com/fr/blog/wp-content/uploads/2016/03/Condamnation-d'une-entreprise-liee-a-le-reputation-interview-11.jpg>)

J'espère qu'un tribunal français pourra bientôt, à titre de réparation, condamner également un concurrent qui aurait utilisé Twitter, pour diffuser des propos diffamatoires ou dénigrants, à **communiquer sur Twitter sa propre condamnation** afin qu'il y ait un équilibre dans la diffusion des propos.

Pour vous, en quoi cette condamnation est-elle particulièrement importante dans les affaires liées à l'e-réputation ?

Cette affaire est sérieuse car elle va à l'encontre des sociétés qui pensent que sur Internet la parole serait totalement libre et qu'on pourrait sans difficulté mettre en cause directement ses concurrents, ses prestations ou ses services. Dans l'affaire jugée par la Cour d'appel de Paris, la condamnation de la société accusée de concurrence déloyale par mail, sur Facebook et sur Twitter, n'est pas définitive. Cette société pourrait très bien ne pas être condamnée en appel. Si c'était le cas, elle subirait un grand

préjudice du fait de la **diffusion de sa condamnation** en première instance. Cela pourrait créer un « casier judiciaire virtuel », car on sait que les résultats sur les moteurs de recherche ne sont pas classés par ordre chronologique.



«Même si la société en question n'est finalement pas condamnée en appel, par une simple recherche sur son nom, on pourrait systématiquement tomber sur les liens faisant référence à la concurrence déloyale, ce qui lui porterait fortement préjudice. »

**Virginie Bensoussan-Brulé**  
Directrice du Pôle Contentieux numérique au cabinet Alain Bensoussan

(<http://www.reputationvip.com/fr/blog/wp-content/uploads/2016/03/Condamnation-d'une-entreprise-liee-a-l-e-reputation-interview-2.jpg>)

Même si la société en question n'est finalement pas condamnée en appel, par une simple recherche sur son nom, on pourrait systématiquement tomber sur les liens faisant référence à la concurrence déloyale, ce qui lui porterait fortement préjudice. Par ailleurs, ce préjudice serait durable puisque, contrairement aux personnes physiques, les entreprises ne peuvent bénéficier du fameux droit à l'oubli. C'est pourquoi cette jurisprudence de la Cour d'appel de Paris du 27 janvier 2016 est très importante.

**Pensez-vous que cette condamnation puisse faire changer les choses ?**

Cet arrêt de la Cour d'appel de Paris vient confirmer de façon très claire que lorsque des propos sur une **procédure ou une condamnation pénale** qui ne serait pas close ou définitive sont diffusés par un concurrent de la société qui subit la procédure pénale, ce n'est pas la diffamation mais le dénigrement qui est retenu par les tribunaux.