

RLC 4168

Interactions entre le droit de la concurrence déloyale et le droit des pratiques anticoncurrentielles : extension du domaine du dénigrement

À l'heure d'une multiplication des modalités de communication, la concurrence déloyale et les pratiques anticoncurrentielles se rejoignent sur le terrain du dénigrement. Celui-ci fait effectivement l'objet d'une triple mutation : celle du champ personnel et de la forme du dénigrement, mais aussi une extension de son contenu. L'article, qui aborde en particulier le secteur pharmaceutique, livre quatre recommandations clés pour se prémunir des risques afférents au dénigrement.

Introduction : des interactions constantes et variées, une analyse indissociable

Il pourrait être tentant de considérer le droit de la concurrence déloyale et celui des pratiques anticoncurrentielles comme deux domaines certes complémentaires, mais séparés et répondant à une logique entièrement différente. En effet, la concurrence déloyale appartient à la sphère des relations entre parties privées, et vise à protéger les opérateurs économiques en réparant leur préjudice individuel ; tandis que l'interdiction des pratiques anticoncurrentielles a pour objectif de protéger les mécanismes de fonctionnement du marché et de la libre concurrence, sans prendre en compte, en principe, les intérêts particuliers des opérateurs.

Il est vrai en outre que la physionomie des procédures devant les autorités de concurrence et les tribunaux de commerce ne sont pas comparables, et surtout, leurs conséquences respectives sont sans commune mesure. Une action en concurrence déloyale devant le juge du commerce peut certes donner lieu à des dommages-intérêts très substantiels, se comptant parfois en dizaines de millions d'euros. Mais les amendes imposées par l'Autorité de la concurrence (« ADLC ») au titre de l'interdiction des pratiques anticoncurrentielles sont en général d'un ordre de grandeur

bien supérieur, et peuvent atteindre jusqu'à 10 % du chiffre d'affaires global des parties impliquées ; elles peuvent en outre être suivies d'actions privées en réparation du dommage, sans compter le préjudice réputationnel, et les frais de préparation de la défense dans le cadre d'une procédure lourde et complexe. Par conséquent, les deux domaines ne sont en général pas traités de la même manière au sein des entreprises, au regard de la conformité et de la gestion des risques : les efforts consacrés à prévenir le risque d'une procédure devant l'ADLC seront souvent plus conséquents.

Cependant, et malgré ces points de divergence, de nombreux auteurs ont souligné le caractère quelque peu artificiel de cette dichotomie : Yves Picod indique qu'il est possible d'adopter une approche globale, la concurrence déloyale « étant incluse parmi l'ensemble des moyens qui permettent d'obtenir une concurrence saine et efficace »⁽¹⁾. Il est vrai par ailleurs que la pratique décisionnelle de l'ADLC et la jurisprudence des tribunaux en matière de concurrence déloyale semblent, sur de nombreux points, suivre des évolutions semblables, comme s'il existait une influence réciproque entre les deux domaines. Du point de vue du praticien,

(1) Encyclopédie Dalloz, Répertoire commercial, Concurrence déloyale, Y. Picod, Y. Auguet et N. Dorandeu, § 32.



Par Marta
GINER ASINS
Avocate, associée
Norton Rose
Fulbright



Et Hélène
PIGASSOU
Avocate
Norton Rose
Fulbright

il serait artificiel et incomplet d'analyser les règles applicables en matière de pratiques anticoncurrentielles sans prendre en compte la jurisprudence connexe en matière de concurrence déloyale, et vice-versa.

Un des exemples les plus illustratifs de cette interaction est fourni par les décisions en matière de dénigrement. Dans ce domaine, l'ADLC a progressivement construit un standard parmi les plus stricts du monde, et son ancienne Présidente est d'ailleurs intervenue dans de nombreux forums pour présenter ce standard pionnier, même pour des juridictions pourtant précurseurs en termes d'*enforcement*, comme les États-Unis⁽²⁾.

Cette extension de la notion du dénigrement sur le plan des pratiques anticoncurrentielles va de pair avec un développement de la jurisprudence commerciale sur le fondement de la concurrence déloyale : on assiste en effet, dans les deux domaines, à un élargissement du concept, que ce soit sur le plan des entités concernées, de la forme utilisée ou du contenu.

I. – Extension du champ personnel : entités destinataires et objet des messages dénigrants

Dans les affaires de dénigrement en tant qu'abus de position dominante, l'ADLC effectue un véritable « 360° » des communications réalisées par l'entreprise en position dominante. En particulier dans les affaires pharma, elle intègre dans le « faisceau d'indices graves, précis et concordants » l'ensemble des contacts réalisés auprès d'un large éventail de parties prenantes :

- bien sûr les « clients directs » (médecins, pharmaciens, hôpitaux et professionnels de santé en général), ainsi que leurs associations et syndicats, y compris l'Ordre des Pharmaciens, qui sont susceptibles de faire passer un message à leurs membres et agir ainsi en tant que caisse de résonance ;
- mais aussi les patients, en tant que clients « indirects », ainsi que leurs associations ;
- tous ceux qui peuvent avoir une influence sur les comportements, tels que par exemple les médecins « key opinion leaders » (KOL), ainsi que la presse, en particulier la presse s'adressant aux professionnels de santé (Quotidien du Pharmacien, Quotidien du Médecin, ...) ;
- il convient également de faire attention aux relations avec des prestataires tiers, tels que des consultants, et en particulier ceux qui conseillent sur la définition d'une stratégie de communication ou qui peuvent être sollicités pour des missions ponctuelles d'aide à la visite médicale ;
- et même les autorités de santé.

(2) V. l'interview de Mme Isabelle de Silva par l'American Bar Association (ABA) dans le cadre du podcast « Our curious amalgam » : <https://ourcuriousamalgam.com/episode/96-can-they-really-say-that-product-denigration-under-french-antitrust-law/>.

Prise en compte des communications à l'égard des autorités

Ce dernier point, présent dans un certain nombre de décisions, semble avoir pris toute son ampleur dans l'affaire *Roche/Novartis* :

- initialement, la position prise par l'ADLC dans la décision de mesures conservatoires dans l'affaire *Janssen Cilag* semblait suggérer que les démarches effectuées auprès des autorités de santé avant l'octroi de l'AMM aux génériques ne pouvaient pas relever du droit de la concurrence ni, par conséquent, être constitutives de dénigrement, dans la mesure où la vérification des allégations du laboratoire faisait partie de la mission et des pouvoirs de l'autorité saisie. En effet, l'ADLC soulignait que les actions de communication étaient intervenues « pendant le déroulement de la phase réglementaire auprès de l'AFSSAPS, qui est une autorité publique et dispose de la compétence et de l'expertise nécessaires pour évaluer la bio-équivalence d'un générique et les risques que peut entraîner la substitution du princeps par le générique. Dès lors, l'Autorité de la concurrence n'est pas compétente pour apprécier les modalités de mise en œuvre par cette autorité de sécurité sanitaire des produits de santé de ses prérogatives de puissance publique »⁽³⁾.

Cette approche était en ligne avec celle qui semblait transparaître de l'affaire *AstraZeneca*, dans laquelle le Tribunal et la Cour de justice de l'UE avaient, pour retenir la qualification d'abus, pris en compte la marge d'appréciation limitée des autorités publiques ou l'absence d'obligation leur incombant de vérifier l'exactitude ou la véracité des informations communiquées⁽⁴⁾. Les autorités saisies n'ayant pas à vérifier les informations fournies, les déclarations de l'entreprise dominante lui avaient **effectivement** permis d'obtenir indûment des droits : il y avait un lien direct entre le comportement de l'entreprise et le résultat obtenu. *A contrario*, il était possible d'en déduire que, face à une autorité dont la mission comprend un rôle de vérification, il serait plus difficile de retenir l'existence d'un abus constitué par des déclarations, puisque le lien entre le comportement et le résultat ne serait pas direct.

- L'ADLC s'est toutefois départie de cette approche dans la décision au fond dans *Janssen Cilag*, en considérant que les démarches auprès des autorités pouvaient constituer un abus, y compris lorsqu'elles sont entreprises avant l'octroi de l'AMM. Elle a toutefois gardé une référence aux principes énoncés dans *AstraZeneca*, en retenant que les échanges entre Janssen et l'AFSSAPS étaient intervenus dans un contexte dans lequel cette dernière « ne disposait d'aucune marge d'appréciation concernant la reconnaissance du statut de générique des spécialités concurrentes »⁽⁵⁾. En effet,

(3) Cons. conc., déc. n° 09-D-28, 31 juill. 2009, § 115, soulignement ajouté.

(4) CJUE, 6 déc. 2012, aff. C-457/10 P, *AstraZeneca*, §§ 105 et s.

(5) Aut. conc., déc. n° 17-D-25, 20 déc. 2017, §§ 439 et s., confirmée par CA Paris, 11 juill. 2019, n° 18/01945. Cet arrêt est frappé d'un pourvoi en cassation.

dans la mesure où l'autorité compétente pour l'octroi de l'AMM était l'Agence européenne du médicament, l'ADLC a estimé que l'intervention auprès de l'AFSSAPS était « *juridiquement infondée* » et, partant, abusive.

Même si cette analyse est contestable⁽⁶⁾, elle permettait néanmoins de considérer, là encore *a contrario*, qu'une intervention auprès d'une autorité compétente, disposant d'une marge d'appréciation, et dont le rôle comprend la vérification des informations qui lui sont transmises, serait moins à risque d'être considérée comme étant abusive.

- Toutefois, les contours de ce critère sont devenus encore plus flous dans le cadre de la décision dans *Roche Novartis*⁽⁷⁾. En effet, l'analyse menée par l'ADLC quant à la marge d'appréciation dont disposaient les autorités de santé en l'espèce semble laisser des zones d'ombre. D'une part, l'ADLC indique que « *l'éclatement des compétences entre la HAS et le CEPS notamment, en matière d'évaluation du SMR, d'une part, et d'analyse pharmaco-économique, d'autre part, limite leur possibilité d'une réplique rapide et efficace à l'encontre de pratiques de laboratoires pharmaceutiques telles que celles en cause en l'espèce* » – affirmation qui ne manquera pas de surprendre tous ceux qui ont une expérience pratique des négociations avec le CEPS. D'autre part, elle relève que « *le CEPS aurait pu renégocier à la baisse le prix de Lucentis, sans qu'Avastin soit un comparateur nécessairement officiel au sens de la HAS* »⁽⁸⁾.

Cette décision soulève ainsi de nombreuses questions, et il est difficile de comprendre, au regard de sa teneur, en quoi les prétendues pratiques anticoncurrentielles ont pu mettre le CEPS dans l'incapacité de réagir en exerçant ses pouvoirs réglementaires. Mais, en attendant les clarifications que la cour d'appel pourrait apporter, il est recommandé pour les entreprises d'appliquer une prudence extrême dans leurs communications à l'égard des autorités publiques (voir ci-dessous les recommandations pratiques).

Ce point des relations avec les autorités est important car il marque une divergence entre la pratique décisionnelle de l'ADLC et la jurisprudence commerciale en matière de concurrence déloyale. En effet, les tribunaux ont rarement considéré qu'une démarche d'information auprès des autorités publiques est constitutive de dénigrement déloyal. Au contraire, un certain nombre de décisions indiquent qu'il est légitime pour une entreprise de saisir les autorités afin de, par exemple, faire cesser un comportement illégal ou simplement contestable d'un concurrent ; et ce par opposition au

fait de dénoncer ce comportement illégal auprès des clients du concurrent, ce qui serait constitutif de dénigrement⁽⁹⁾.

Cependant, certaines décisions récentes ont pris en compte les contacts avec les autorités dans le cadre d'une campagne de dénigrement comportant plusieurs actions (auprès de la presse et sur les réseaux sociaux, par exemple), se rapprochant ainsi de la pratique de l'ADLC, qui procède à une analyse globale des stratégies abusives comprenant des actions de dénigrement⁽¹⁰⁾. Cette tendance sera à suivre dans les années qui viennent.

La prise en compte du rapport de concurrence

Il existe en principe un autre élément de différenciation entre les décisions de l'ADLC et celles des tribunaux, en ce qui concerne l'auteur du dénigrement. Si la jurisprudence traditionnelle en matière de concurrence déloyale exigeait qu'il y ait un rapport de concurrence entre l'auteur du dénigrement et la victime, cette condition a été progressivement abandonnée, et la Cour de cassation a très clairement établi que le rapport de concurrence n'est pas une condition de l'action en dénigrement⁽¹¹⁾. Ainsi, en 2021, l'application Yuka a pu être condamnée à plusieurs reprises pour dénigrement de produits de charcuterie, alors que la société ayant créé l'application n'entretient pas de rapport de concurrence direct avec les industriels concernés⁽¹²⁾. Cette évolution semble marquer une différenciation avec les actions en pratiques anticoncurrentielles, qui ne sont en principe possibles que lorsque l'auteur du dénigrement et la victime agissent sur le même marché.

Cependant, cette différence n'est peut-être pas si importante en pratique. En effet, l'ADLC, comme d'ailleurs la Commission européenne, adopte une approche particulièrement large de la notion de concurrence, prenant notamment en compte les concurrents potentiels, au sens très large⁽¹³⁾. Par ailleurs, il est admis, en droit de la concurrence, qu'un abus commis par une entreprise en position dominante sur un marché peut avoir un effet sur un autre marché sur lequel elle n'est pas présente, élargissant ainsi le domaine des abus de position dominante au-delà de la stricte relation de concurrence. À l'inverse, si les tribunaux de commerce ont confirmé que le rapport de concurrence n'était pas requis pour l'action en

(6) Malgré la confirmation de la cour d'appel de Paris en ce sens, il n'est pas certain que la marge de manœuvre de l'AFSSAPS était totalement inexistante.

(7) Aut. conc., déc. n° 20-D-11, 9 sept. 2020, v. en particulier le § 747.

(8) Même décision, § 879.

(9) Pour un exemple, v. CA Limoges, 9 nov. 2006, n° 05/01311 : « *Si Mme Z... estimait qu'il en était ainsi, elle avait d'autres moyens d'agir auprès des autorités administratives, professionnelles et/ ou dans un cadre judiciaire, au lieu de discréditer ainsi son concurrent aux yeux de son client* ».

(10) Cass. com., 15 janv. 2020, n°17-27778, publié au Bulletin : « *Le président de la société SRP a adressé des courriels à plusieurs destinataires, dont un responsable d'un groupe de presse australien, des responsables d'une banque et des autorités gouvernementales australiennes, stigmatisant le comportement, selon lui frauduleux, de la société DPF* ».

(11) Cass. com., 20 nov. 2007, n°05-15.643.

(12) V. not. T. com. Paris, 25 mai 2021, n° 2021001119, et T. com. Brive, 24 sept. 2021.

(13) CJUE, 23 janv. 2018, aff. C-179/16, Hoffmann-Laroche.

dénigrement, ils vérifient tout de même l'existence de deux conditions relatives à l'impact sur le marché : d'une part, les propos tenus doivent avoir un objectif de disqualification des produits visés et, d'autre part, ils doivent avoir un impact sur le comportement de la clientèle.

De ce fait, et compte tenu de cette convergence, des propos dénigrants ayant un impact sur le marché pourraient avoir de fortes chances d'attirer la qualification de dénigrement, à la fois en tant que pratique anticoncurrentielle et en tant qu'acte de concurrence déloyale.

II. – Extension de la forme : la multiplication des supports par le développement du digital

Le droit de la concurrence étant par nature pragmatique et axé sur la réalité des comportements sur les marchés, l'ADLC est en général peu attachée à la forme matérielle des communications réalisées. En effet, dans le cadre d'une enquête concurrence, l'ADLC peut saisir des données stockées sur tout type de support, et les utiliser en tant qu'indice : bien entendu, des données informatiques stockées sur ordinateurs et serveurs, mais également des messages privés de type gmail, des messages de chat internes aux entreprises, des messages de type Whatsapp ou Telegramm, des publications sur des réseaux sociaux, etc.

Cependant, l'ADLC ne semble pas avoir eu l'occasion, dans les affaires de dénigrement, d'utiliser souvent les formes les plus innovatrices de communication, et ce sont surtout les décisions des tribunaux de commerce qui fournissent des exemples intéressants, reflétant la multiplication des supports digitaux :

- nous avons déjà cité l'application Yuka, qui permet aux consommateurs de scanner des produits au moment de l'achat, et qui leur attribue une note en fonction de leur composition et notamment de l'utilisation d'additifs. Cette application offre également la possibilité d'adresser des messages aux consommateurs : ainsi, le consommateur qui scannait, avec l'application Yuka, un produit de charcuterie contenant des additifs nitrés voyait apparaître une note suivie en général de l'adjectif « Mauvais ». Le menu déroulant concernant les additifs ouvrait en outre une cartouche représentant un poing fermé levé accompagné du texte : « Pétition interdiction des nitrates (ces mots en gras) Additifs favorisant l'apparition du cancer colorectal et de l'estomac ». Le juge du commerce a considéré que ce format avait un impact particulièrement fort du fait que le consommateur recevait l'information à l'instant précis de l'acte d'achat, et qu'il ne permet pas aux industriels visés de répondre aux allégations et de défendre leur point de vue dans les mêmes conditions ;
- les propos tenus sur les réseaux sociaux ainsi que sur les forums de discussion sont régulièrement retenus par les tribunaux comme étant constitutifs de dénigrement.

Ainsi, la cour d'appel de Paris a estimé en janvier 2021 que des commentaires sur le forum Tripadvisor pouvaient être attaqués sur le fondement du dénigrement⁽¹⁴⁾ ;

- l'affaire *Speed Rabbit Pizza / Domino's Pizza France*⁽¹⁵⁾, précitée, fournit tout un éventail de supports pouvant être utilisés dans le cadre d'une campagne de dénigrement : commentaires clients sur un site marchand, propos sur un « blog » personnel, vidéo postée sur Internet faisant référence à des enquêtes ouvertes par les autorités américaines à l'encontre du concurrent visé, courriels adressés à de nombreux destinataires, etc.
- ce même arrêt fait référence à un support particulièrement intéressant, dans la mesure où il pourrait plus facilement passer inaperçu au regard de la conformité interne à l'entreprise : il s'agit d'un questionnaire diffusé lors d'un salon professionnel, en apparence neutre, puisqu'il visait différents concurrents. Cependant, l'arrêt retient que « la teneur de l'ensemble des questions figurant sur ce questionnaire conduisait à des réponses nécessairement péjoratives pour la ou les sociétés désignées par les candidats incités à répondre et que les franchisés pouvaient aisément reconnaître derrière chacune des questions le concurrent visé et notamment la société DPF ». Ainsi, et compte tenu également de l'approche adoptée dans les affaires Yuka, il est important de faire attention aux supports dont le but premier ne semble pas être la transmission d'un message dénigrant, mais qui néanmoins aboutissent indirectement au même résultat.

Ces quelques exemples sont intéressants, non seulement au regard des règles de concurrence déloyale, mais également des pratiques anticoncurrentielles : en effet, rien n'empêcherait l'ADLC de prendre en compte des supports semblables dans le cadre d'une enquête, obligeant ainsi les entreprises, et particulièrement les entreprises pharmaceutiques, à adopter des précautions extrêmes en matière de communication.

Il est également utile de souligner une différence d'approche entre l'ADLC et les tribunaux en ce qui concerne les documents destinés à une circulation interne à l'entreprise. En effet, la jurisprudence commerciale a confirmé à plusieurs reprises qu'il ne peut pas y avoir de dénigrement si les propos tenus ne sont pas publics, et qu'on ne leur a pas donné une publicité suffisante. Ainsi, les tribunaux se sont attachés dans un certain nombre de décisions à déterminer si des documents qui étaient initialement de nature interne ont finalement eu une circulation au-delà des limites de l'entreprise⁽¹⁶⁾. La condition du caractère public des propos existe également en droit des pratiques

(14) CA Paris, 6 janv. 2021, n° 20/08857.

(15) Cass. com., 15 janv. 2020, n° 17-27778, préc.

(16) Cass. com., 3 juill. 2001, n° 98-18.352 : des propos tenus par le gérant d'une SARL figurant dans le rapport interne destiné à l'assemblée des associés, ont été considérés comme étant dénigrants car le rapport était annexé aux comptes annuels déposés au registre du commerce ; il pouvait par conséquent être consulté par toute personne qui en demandait une copie.

anticoncurrentielles : cependant, il ne faut pas oublier que les documents internes, tels que des présentations stratégiques pourront être saisis et retenus par l'ADLC en tant qu'indice, afin notamment d'apporter un contexte et de permettre d'interpréter le sens des propos tenus publiquement. Ainsi, dans les affaires de dénigrement devant l'ADLC, les documents publics sont quasiment systématiquement lus à la lumière des documents internes.

III. – Extension du contenu : des frontières difficiles à appréhender

Il existe un point commun essentiel dans la définition du dénigrement au regard des règles de concurrence déloyale, ainsi que des pratiques anticoncurrentielles : les deux corps de règles rejettent en effet l'existence d'une *exceptio veritatis*. Ainsi, et à la différence des actions en diffamation, des propos peuvent être qualifiés de dénigrants, alors qu'ils sont factuellement exacts⁽¹⁷⁾.

Nous notons cependant une différence d'appréciation entre l'ADLC et les tribunaux, conduisant la première à adopter un champ plus élargi de la notion de dénigrement. En effet, les tribunaux fondent leur appréciation de l'exactitude des propos sur la double condition suivante : (i) l'absence de limitation de l'information divulguée à la seule contribution sur un sujet général et (ii) l'absence d'une base factuelle suffisante d'observations objectives au regard de la gravité des allégations en cause⁽¹⁸⁾.

Les tribunaux réalisent ainsi une analyse de proportionnalité : les propos tenus publiquement doivent être étayés par **une base factuelle suffisante, au regard de leur gravité** et de leur caractère spécifique, visant des produits en particulier. Ainsi, dans les affaires Yuka, le juge du commerce a retenu la particulière gravité des propos tenus, qui alertaient sur un risque accru de cancer ; il a de ce fait considéré que la base factuelle était insuffisante au regard du caractère inquiétant des allégations.

Cette exigence de proportionnalité va de pair avec une notion qui se retrouve à la fois dans la jurisprudence commerciale et la pratique de l'ADLC : pour éviter la qualification de dénigrement, les propos doivent être exprimés avec **mesure**⁽¹⁹⁾. Ce concept peut être difficile à évaluer en pratique, dans la mesure où il comporte souvent un élément de subjectivité – il attire cependant l'attention des entreprises sur l'attention à accorder non seulement au contenu des messages mais également à leur forme, y compris dans le cadre d'un discours marketing.

(17) Cass. com., 24 sept. 2013, n° 12-19.790.

(18) T. com Paris, 25 mai 2021, n° 2021001119.

(19) Aut. conc., déc. n° 17-D-25, préc., § 803 : « le discours diffusé par Novartis n'était pas fondé sur une base factuelle suffisante et n'a pas été exprimé avec suffisamment de mesure ».

Cependant, l'ADLC va plus loin, et retient non seulement les messages qui sont manifestement disproportionnés ou démesurés, mais également ceux qui sont de nature à « instiller un doute », notion beaucoup plus subtile et difficile à appréhender, qui a néanmoins été utilisée dans un certain nombre de décisions, et tout particulièrement dans l'affaire *Plavix* : « la diffusion d'une information négative, voire l'instillation d'un doute sur les qualités intrinsèques d'un médicament peut suffire à le discréditer immédiatement auprès des professionnels de santé »⁽²⁰⁾.

Cette approche particulièrement large semble être spécifique au secteur pharmaceutique, et reposer sur une vision particulière des professionnels de santé, dont l'ADLC retient une prudence extrême, voire une aversion au risque, ainsi que le fait que « les médecins ne disposent pas toujours des connaissances précises et complètes sur tous les médicaments disponibles »⁽²¹⁾. Une telle appréciation ne semble pas totalement en phase avec la réalité pratique des professionnels de santé, et ne manque pas de surprendre, dans une décision qui retient par ailleurs que les professionnels de santé n'hésitaient pas à utiliser un médicament hors AMM. L'absence de connaissances est également étonnante en ce qui concerne les médecins spécialistes et en particulier les KOL, dont l'ADLC retient qu'ils étaient un des principaux destinataires des communications des laboratoires sanctionnés.

Cependant, et malgré les critiques qui peuvent être formulées à l'encontre de ce standard particulièrement strict imposé dans le domaine pharmaceutique, sa confirmation par des décisions répétées oblige les entreprises à une prudence extrême en la matière. De manière plus générale, l'extension progressive du domaine du dénigrement, autant en matière de concurrence déloyale que de pratiques anticoncurrentielles, en fait un point d'attention particulièrement important dans le cadre des programmes de conformité des entreprises.

Recommandations pratiques :

- Effectuer une analyse 360° des communications effectuées à l'égard de toutes les parties prenantes, y compris les autorités publiques – ne pas se limiter aux communications de nature commerciale.
- Faire attention à tous les supports, y compris dématérialisés et ceux dont l'objet premier ne semble pas être de diffuser un message dénigrant. Exercer une certaine précaution également vis-à-vis des messages internes, pouvant être retenus comme indice par les autorités de concurrence.
- Dans le cadre des relations avec les autorités, éviter la multiplication des démarches, et privilégier les contacts avec les autorités compétentes.
- Maintenir un discours objectif, complet et mesuré. ■

(20) CA Paris, 18 déc. 2014.

(21) Aut. conc., déc. n° 20-D-11, préc., v. en particulier les §§ 761 et 765.