

COPIE

TRIBUNAL DE COMMERCE DE LYON

24/04/2017

ORDONNANCE DU VINGT-QUATRE AVRIL DEUX MILLE DIX-SEPT

La Juridiction des référés a été saisie de la présente affaire par assignation en référé d'heure à heure en date du 5 avril 2017

La cause a été entendue à l'audience des référés du 10 avril 2017 à laquelle siégeait :

- Monsieur Jean-Pierre DURAND, Président,

assisté de :

- Monsieur Christian BRAVARD, greffier,

après quoi le Président en a délibéré pour rendre ce jour la présente décision :

Rôle n°
2017R474

ENTRE

- La société FEU VERT

11 ALLÉE MOULIN BERGER

69130 ECULLY

DEMANDEUR - *représenté(e) par*

Maître Sophie DECHELETTE-ROY - Avocat -

Toque n° 669 139 Rue Vendôme 69477 LYON CEDEX 06

ET

- la société EUROMASTER FRANCE SNC

180 AVENUE DE L'EUROPE

38330 MONTBONNOT-SAINT-MARTIN

DÉFENDEUR - *représenté(e) par*

Maître Antoine ARMINJON - Avocat -

Toque n° 693 30 Rue de la République CS 60080 69289 LYON CEDEX 03

Maître Eric ANDRIEU -

17 bis Rue Legendre 75017 PARIS

Frais de Greffe compris dans les dépens (Art. 701 du code de procédure civile) : 37,55 € HT, 7,51 € TVA, 45,06 € TTC

Copie exécutoire délivrée le 24-04-2017 à Me Sophie DECHELETTE-ROY - Avocat

I – OBJET DE LA DEMANDE ET CONCLUSIONS DES PARTIES

Attendu que le contenu et les motifs de la demande sont exprimés dans l'acte introductif d'instance joint à la présente ordonnance.

Pour la société EUROMASTER FRANCE, voir conclusions en annexe et ce, conformément aux dispositions de l'article 455 du Code de procédure civile.

Attendu qu'il est sollicité par assignation d'heure à heure à l'initiative de la société FEU VERT et délivrée le 6 avril 2017, de :

- CONSTATER que la publicité comparative « Révision au meilleur prix – Euromaster reconnue enseigne la moins chère en France en moyenne » diffusée par la société EUROMASTER France est trompeuse et de nature à induire en erreur les consommateurs,
- CONSTATER que la publicité comparative « Révision au meilleur prix – Euromaster reconnue enseigne la moins chère en France en moyenne » diffusée par la société EUROMASTER France repose sur des éléments erronés,
- DIRE ET JUGER que cette publicité est illicite, et constitutive d'un trouble manifestement illicite et cause un dommage imminent,
- Partant, ORDONNER sa cessation immédiate, sur tous les médias et sous astreinte de 1.000 € par jour à compter du prononcé d l'ordonnance à intervenir,
- RESERVER la liquidation de l'astreinte,
- ORDONNER la publication de l'ordonnance à intervenir sur le site internet d'EUROMASTER France pendant une durée d'un mois,
- CONSTATER que la société FEU VERT a subi un préjudice commercial,
- CONDAMNER la société EUROMASTER France à 20.000 € de dommages-intérêts à titre provisionnel,
- CONDAMNER la société EUROMASTER France à 7.000 € au titre de l'article 700 du code de procédure civile, outre frais et dépens de l'instance.

Attendu que la société EUROMASTER s'y oppose et soutient essentiellement qu'il convient de :

Vu les articles L.121-1 et L.122-1 du code de la consommation :

- CONSTATER l'absence de caractère trompeur de la publicité « Révision au meilleur prix-Euromaster reconnue l'enseigne la moins chère de France en moyenne »,
- CONSTATER qu'aucune pratique commerciale déloyale n'est caractérisée,
- CONSTATER qu'aucune publicité comparative n'est caractérisée,
- DIRE qu'il n'y a pas lieu à référé,
- DEBOUTER Feu Vert de l'ensemble de ses demandes,
- CONDAMNER Feu Vert à payer à Euromaster la somme de 20.000 € sur le fondement de l'article 700 du Code de procédure civile ;

Attendu que la société FEU VERT, constate qu'en date du 8 mars 2017, la publicité comparative présentée par la société EUROMASTER est mensongère puisque cette dernière affirme que :

- grâce à des appels mystères du 4 au 11 janvier 2017 relayés par une campagne publicitaire du 10 mars 2017 sur la radio RTL, elle serait en moyenne moins chère de 41 € et ce, quelle que soit la région concernée,
- la situation concurrentielle au regard d'une étude IPSOS sur Internet, précisait que :
 - o le prix moyen EUROMASTER était de 186 €
 - o le prix moyen autres centres auto et réparateurs était de 227 €
 - o le prix moyen concessionnaire était de 315 € ;

Attendu qu'alors, la société FEU VERT :

- par LRAR du 09/03/2017 demeurée infructueuse, a demandé à EUROMASTER de lui adresser l'ensemble des éléments susceptibles de démontrer l'exactitude des chiffres par eux avancés,
- a alors constaté que le prix moyen concerné correspond à :
 - o 185,83 € pour EUROMASTER
 - o 186,78 € pour FEU VERT ramenant l'écart de prix à + 0,95 € pour FEU VERT et non à + 41,00 € comme indiqué, de façon mensongère,

- o une publication erronée puisque FEU VERT apporte la preuve que dans 3 régions, elle reste moins chère,
- par LRAR du 13/03/2017 et du 15/03/2017 a mis en demeure la société EUROMASTER de lui fournir les informations suivantes :
 - o la liste des 100 véhicules testés par EUROMASTER,
 - o le détail des devis et prix proposés par les réseaux concurrents : FEU VERT – EUROMASTER – MIDAS – AUTODISTRIBUTION – NORAUTO et SPEEDY,
 - o le scénario délivré à IPSOS
- considère que par une attitude abusive et constitutive d'un trouble manifestement illicite, elle est la victime d'un préjudice commercial certain, lequel s'accroît de jour en jour et qu'il convient d'y mettre bonne fin ;

Attendu que la société EUROMASTER, quant à elle, soutient essentiellement que :

- il n'y a pas lieu à référé car :
 - o la publicité comparative supposée illicite par la société FEU VERT nécessite un débat au fond qui ne peut appartenir au juge des référés,
 - o les demandes excèdent le pouvoir du juge des référés car ce dernier n'est pas compétent pour apprécier le caractère loyal et trouble d'une publicité,
 - o l'illicéité doit être patente pour relever de la compétence du juge des référés alors que tel n'est pas le cas dans la présente instance,
- l'institut IPSOS utilise des méthodes normées en accord avec les règles de l'art et a retenu les prix moyens appliqués par un certain nombre de centres auto concernés, confirmant ainsi les résultats de l'étude concernée,
 - rien ne permet d'indiquer que les régions retenues par FEU VERT sont identiques à celles déterminées par IPSOS,
 - la présence de Monsieur Emmanuel Forget, responsable juridique de FEU VERT, lors du constat, correspond à un stratagème déloyal amenant à l'annulation dudit constat établi par huissier,
 - les comparaisons de ce type sont courantes et FEU VERT y a souvent recours,
 - le rapport de comparaison fait une étude des prix moyens constatés sans dévoiler l'identité des concurrents, rendant impossible l'identification du réseau cité,
 - FEU VERT ne fournit aucun élément susceptible de démontrer qu'un nombre significatif de consommateurs :
 - o a été trompé par le message publicitaire,
 - o a pris sa décision d'achat au vu de cette publicité du fait de la tromperie évoquée,
 - o aurait renoncé à cet achat s'il avait eu connaissance de l'ensemble desdits éléments,

Attendu, dans ces conditions, qu'il convient de considérer que la contestation sérieuse s'impose, qu'il n'y a pas lieu à référé et de renvoyer les parties à mieux se pourvoir

II – MOTIFS DE L'ORDONNANCE

Sur la compétence du juge des référés

Attendu que l'article 873 du code de procédure civile dispose que :

- *« Le président peut, dans les mêmes limites, et même en présence d'une contestation sérieuse, prescrire en référé les mesures conservatoires ou de remise en état qui s'imposent, soit pour prévenir un dommage imminent, soit pour faire cesser un trouble manifestement illicite.*
- *Dans les cas où l'existence de l'obligation n'est pas sérieusement contestable, il peut accorder une provision au créancier, ou ordonner l'exécution de l'obligation même s'il s'agit d'une obligation de faire »*

Attendu que dans ses ultimes conclusions, la société FEU VERT entend qu'il soit constaté l'existence d'un trouble manifestement illicite ;

Attendu qu'il est observé qu'une société qui s'estime victime d'une publicité comparative illicite a tout loisir d'obtenir du juge des référés sa cessation sous astreinte, sous la réserve de démontrer qu'elle lui cause un trouble manifestement illicite ;

Attendu, dans ces conditions et de façon liminaire, qu'il convient de dire que le juge des référés est compétent ratione materiae pour statuer sur le présent litige ;

Sur les demandes de la société FEU VERT

Attendu que les parties en la présente matière, sont directement concurrentes sur le marché de l'entretien de véhicules automobiles ;

Attendu que les parties s'accordent à reconnaître que la société EUROMASTER diffuse à grand périmètre, une publicité comparative par le biais de plusieurs spots publicitaires aux termes desquels elle affirme, qu'ensuite d'une étude réalisée par IPSOS sur 100 véhicules automobiles en France :

- elle délivre auprès des consommateurs une « Révision au meilleur prix »
- elle est reconnue « Enseigne la moins chère en France en moyenne »
- l'écart de prix constaté dans ladite enquête, correspond à une somme de + 41,00 € en sa faveur pour des prestations identiques ;

Attendu qu'après plusieurs invites, la société EUROMASTER a fourni à la société FEU VERT les documents correspondant à l'étude effectuée par IPSOS, lesquels documents prennent en considération les différents prix pratiqués par les principaux concurrents de la société EUROMASTER ;

Attendu que le tableau de comparaison des prix qui en ressort permet de démontrer que :

- les caractéristiques essentielles, pertinentes, vérifiables et représentatives des services sont clairement définies dans cette étude,
- les prestations, objets de la comparaison, sont identiques,
- les prix sont comparés dans leur globalité,
- la société FEU VERT présente un prix moyen de 186,78 €
- la société EUROMASTER présente un prix moyen de 185,83 €
- l'écart de prix est de + 0,95 € pour FEU VERT et non à + 41,00 € comme indiqué, par la société EUROMASTER aux termes de la publicité comparative ;

Attendu que la société FEU VERT soutient que les prix annoncés la société EUROMASTER seraient contraires à cinq constats d'huissier qu'elle a fait pratiquer ;

Attendu qu'il est relevé que le responsable juridique de la société FEU VERT a diligenté les constats d'huissier ;

Attendu, dans ces conditions et en raison de l'assistance d'un salarié de la société FEU VERT lors de l'établissement du constat, il convient de rejeter les arguments tirés desdits constats d'huissier ;

Attendu que l'article L121-8 du Code de la consommation auquel les parties font référence, dispose que :

« Toute publicité qui met en comparaison des biens ou services en identifiant, implicitement ou explicitement, un concurrent ou des biens ou services offerts par un concurrent n'est licite que si :

- 1° Elle n'est pas trompeuse ou de nature à induire en erreur ;
- 2° Elle porte sur des biens ou services répondant aux mêmes besoins ou ayant le même objectif ;
- 3° Elle compare objectivement une ou plusieurs caractéristiques essentielles, pertinentes, vérifiables et représentatives de ces biens ou services, dont le prix peut faire partie. »

Attendu qu'il est constaté dans cette étude, que pour des prestations identiques, les prix pratiqués par la société FEU VERT sont de + 0,96 € plus élevés que ceux pratiqués par la société EUROMASTER ;

Attendu qu'il convient, à l'évidence, d'observer que dans ce support publicitaire, la comparaison n'est pas objective car les allégations, indications ou présentations pratiquées par la société EUROMASTER relatives aux prix pratiqués, sont fausses et de nature à induire en erreur le consommateur ;

Attendu qu'il est constaté que, par les arguments utilisés pour cette publicité comparative à destination de consommateurs, en cherchant à faire passer un message selon lequel l'ensemble de ses concurrents est à un

niveau de prix supérieur de + 41,00 € aux prix par elle pratiqués pour des prestations identiques, la société EUROMASTER induit en erreur les consommateurs et altère leurs comportements ;

Attendu, de surcroît et s'agissant d'un écart de prix proposé par la société EUROMASTER significatif, concernant un marché d'entretien de véhicules par ailleurs fort concurrentiel, il convient d'observer que la capacité de discernement du consommateur se trouve altérée ;

Attendu, ce faisant, qu'il convient de considérer que la société EUROMASTER a effectué une publicité comparative illicite qui cause un trouble manifestement illicite à la société FEU VERT ;

Attendu, dans ces conditions, qu'il convient d'ordonner la cessation immédiate, sur tous les médias, de la publicité comparative « *Révision au meilleur prix – Euromaster reconnue enseigne la moins chère en France en moyenne* » diffusée par la société EUROMASTER et ce, sous astreinte de 600 € par jour à compter du prononcé de la présente ordonnance ;

Attendu que le juge des référés se réserve la liquidation de l'astreinte ;

Attenu qu'il convient d'ordonner la publication de la présente ordonnance sur le site d'EUROMASTER pendant une durée de 3 semaines ;

Sur les demandes au titre d'un préjudice commercial et des dommages-intérêts provisionnels

Attendu que la société FEU VERT soutient que les divers communiqués de presse ont été relayés depuis plusieurs mois et qu'un préjudice commercial naît de cette publicité comparative, qu'il est genèse d'un dommage imminent et qu'il convient d'y adjoindre des dommages et intérêts à titre provisionnel ;

Attendu qu'il est rappelé qu'il ne relève pas des pouvoirs du juge des référés, juge de l'évidence, de prévenir un dommage imminent ou d'accorder des dommages et intérêts, sans que ces derniers ne soient motivés et chiffrés avec exactitude ;

Attendu, de surcroît, que l'octroi d'une provision n'a lieu d'être qu'en présence d'une obligation non sérieusement contestable alors que tel n'est pas le cas en la présente instance ;

Attendu, enfin, qu'il convient de constater que la société EUROMASTER soulève des moyens de défense qui constituent une contestation sérieuse ;

Attendu dès lors, les présentes demandes excèdent les pouvoirs du Juge des référés qui renvoie ainsi la société FEU VERT à se mieux pourvoir, de ce chef, devant les Juges du fond ;

Attendu, ce faisant, qu'il convient de dire qu'il n'y a pas lieu à référé de ce chef et de renvoyer la société FEU VERT à se pourvoir au fond ainsi qu'elle avisera ;

Attendu que sont écartés tous autres fins, moyens et conclusions ;

Attendu qu'il convient de condamner la société EUROMASTER à la somme de 5.000 € en application de l'article 700 du Code de procédure civile ;

Attendu que les dépens sont à la charge de la société EUROMASTER ;

PAR CES MOTIFS

STATUANT PUBLIQUEMENT, PAR ORDONNANCE CONTRADICTOIRE ET EN PREMIER RESSORT :

In limine litis

DISONS le juge des référés compétent *ratione materiae* ;

En conséquence,

RECEVONS en l'état les demandes de la société FEU VERT ;

LES DISONS partiellement fondées ;

REJETONS les cinq constats d'huissier pratiqués par la société FEU VERT ;

DISONS que la publicité comparative « *Révision au meilleur prix – Euromaster reconnue enseigne la moins chère en France en moyenne* » diffusée par la société EUROMASTER France est trompeuse et de nature à induire en erreur les consommateurs,

DISONS que la société EUROMASTER a effectué une publicité comparative illicite qui cause un trouble manifestement illicite à la société FEU VERT ;

En conséquence,

ORDONNONS la cessation immédiate sur tous les médias de la publicité comparative « *Révision au meilleur prix – Euromaster reconnue enseigne la moins chère en France en moyenne* » diffusée par la société EUROMASTER sous astreinte de 600 € par jour à compter du prononcé de la présente ordonnance ;

NOUS RESERVONS le droit de liquider l'astreinte ;

ORDONNONS la publication de l'ordonnance à intervenir sur le site internet d'EUROMASTER pendant une durée de trois semaines à compter du prononcé de la présente ordonnance ;

REJETONS la demande au titre des dommages et intérêts ;

CONDAMNONS la société EUROMASTER à la somme de 5.000 € en application de l'article 700 du Code de procédure civile ;

DISONS que les dépens sont à la charge de la société EUROMASTER.

Prononcé par mise à disposition au greffe, après avis aux parties, conformément à l'article 450 al. 2 du code de procédure civile.

Ainsi jugé et prononcé

COPIE sur 6 pages + 36 en annexe

Minute de la décision signée par Jean-Pierre DURAND, *Président*, et Christian BRAVARD, *Greffier*



REPUBLIQUE FRANCAISE
AU NOM DU PEUPLE FRANÇAIS
TRIBUNAL DE COMMERCE DE LYON

ORDONNANCE

Nous, Michel THOMAS, Président du tribunal de commerce de Lyon,

Vu la requête ci-jointe et les moyens exposés par :

La société FEU VERT SAS, sise 11 allée Moulin Berger 69130 ECULLY RCS Lyon 327 359 980 représentée par Maître Sophie DECHELETTE-ROY - Avocat 139 rue Vendôme 69477 LYON Cedex 06

Vu les dispositions de l'article 485 du code de procédure civile.

AUTORISONS La société FEU VERT SAS, sise 11 allée Moulin Berger 69130 ECULLY

A ASSIGNER D'HEURE A HEURE :

La société EUROMASTER FRANCE SNC, dont le siège social est situé 180 avenue de l'Europe 38330 MONTBONNOT-SAINT-MARTIN, RCS Grenoble 392 527 404

Devant nous, statuant en état des référés, pour notre audience du :

Lundi 10 avril 2017 à 08h30 - salle F -

Afin qu'il soit statué sur les fins de l'assignation.

COMMETTONS tel huissier qu'il plaira au requérant pour délivrer l'assignation et ce, au plus tard le vendredi 07 avril 2017 à 12H00.

DISONS que la copie des pièces jointes à la requête devra être notifiée avec l'assignation.

DISONS que la présente ordonnance demeurera en minute au greffe.

G.T.C. Lyon

LAISSONS les dépens dans lesquels seront compris les frais de greffe, ^{Mis au rôle ci-joint} ~~notifiés~~ ^{notifiés} selon le tarif en vigueur, à la charge de la requérante.

06 AVR. 2017

Fait à Lyon, le 05/04/2017

N° du Rôle
N° Répertoire
Date d'Audience

2017 R 474

Le Greffier
Yves MOULIN

Le Président
Michel THOMAS



FEU VERT / EUROMASTER
101703002 - SVD / MCA / MCA

**REQUETE AUX FINS D'ASSIGNER D'HEURE A HEURE
(Article 485 alinéa 2 du Code de Procédure Civile)**

A Monsieur Le Président du Tribunal de Commerce de Lyon

La société FEU VERT, SAS à associé unique, inscrite au Registre du Commerce et des Sociétés de Lyon sous le n° 327 359 980, dont le siège social est 11 allée du Moulin Berger 69130 ECULLY, prise en la personne de son représentant légal domicilié en cette qualité audit siège,

Ayant pour avocat la SELARL Colbert, par Maître Sophie DECHELETTE-ROY, avocats au Barreau de Lyon, y demeurant 139, rue Vendôme 69006 Lyon,

A L'HONNEUR DE VOUS EXPOSER:

La société FEU VERT exploite depuis 40 ans un réseau de centres auto qui propose la vente de pièces et accessoires automobiles ainsi que des services d'entretien et réparation de véhicules de toutes marques.

Le 8 mars 2017, la société FEU VERT a constaté que la société EUROMASTER, avec laquelle elle se trouve en situation de concurrence, se livrait à une campagne de publicité comparative sous le titre « Révision à meilleur prix ».

À cette occasion, la société EUROMASTER se présentait sur son site internet comme l'« enseigne la moins chère de France en moyenne sur la révision garantie constructeur ».

Pièce n°1 : Constat du 8 mars 2017

Cette publicité comparative a été réalisée sur la base d'une étude IPSOS, établie grâce « à des appels mystères du 4 au 11 janvier 2017 auprès de 700 centres d'entretiens auto français sur la base de 100 modèles représentatifs du parc automobile roulant ».

Or, à la date du 8 mars 2017, l'étude IPSOS citée n'était pas accessible sur le site d'EUROMASTER (cf ; Pièce n°1, page 11).

La publicité comparative litigieuse présentait – et présente toujours – la situation concurrentielle de la façon suivante :

1. Prix moyen EUROMASTER : 186€,
2. Prix moyen autres centres auto et réparateurs : 227€
3. Prix moyen concessionnaires : 315€

La société FEU VERT est classée dans la catégorie des autres centres auto et réparateurs.

Ainsi, la société EUROMASTER serait en moyenne moins chère de 41€ que la société FEU VERT, et ce quelle que soit la région concernée.

Face à cette situation, la société FEU VERT a demandé à la société EUROMASTER de lui adresser l'ensemble des éléments propres à démontrer l'exactitude des prix mentionnés dans la publicité, en ce compris l'étude IPSOS réalisée du 4 au 7 janvier 2017.

Pièce n°2 : LRAR de FEU VERT à EUROMASTER du 9 mars 2017

Le 10 mars 2017, la société FEU VERT a constaté que la même campagne publicitaire était déployée sur la radio RTL.

Pièce n°3 : Constat du 10 mars 2017

Le 13 mars 2017, la société FEU VERT a constaté que l'étude IPSOS était accessible sur le site internet d'EUROMASTER.

Pièce n°4 : Constat du 13 mars 2017

Toutefois, les informations contenues dans l'étude IPSOS étant lacunaires, la société FEU VERT mettait en demeure la société EUROMASTER de lui adresser les informations suivantes :

- Liste des 100 modèles de véhicules testés ;
- Pour les 100 modèles, le détail et le prix des devis proposés par chacun des points de vente interrogés des réseaux FEU VERT, EUROMASTER, MIDAS, AUTODISTRIBUTION, NORAUTO et SPEEDY.
- Le scénario délivré à IPSOS.

Pièce n° 5 : LRAR de FEU VERT à EUROMASTER du 13 mars 2017

Sans réponse, le conseil de la société FEU VERT a réitéré cette demande par LRAR et courriel du 15 mars 2017. Le même jour, la société EUROMASTER transmettait enfin ces éléments.

Pièce n°6 : LRAR et MAIL COLBERT à EUROMASTER du 15 mars 2017

Pièce n°7 : LRAR d'EUROMASTER à FEU VERT du 15 mars 2017

Or, l'examen des éléments transmis par la société EUROMASTER montre que le prix moyen de la société EUROMASTER ressort à 185,83€, et celui de la société FEU VERT ressort à 186,78€.

L'écart de prix entre FEU VERT et EUROMASTER relevé par IPSOS lors de son étude, s'établit donc à 0,95 €.

Pièce n°8 : relevé des prix

Pourtant, la société FEU VERT est présentée dans le cadre de la publicité comparative litigieuse comme appartenant à un ensemble de concurrents proposant des prix en moyenne 41 € plus chers que ceux proposés par EUROMASTER, ce qui est totalement contraire à la vérité.

De plus, il apparaît que les moyennes par région sont erronées, et que FEU VERT en réalité moins cher qu'EUROMASTER dans trois régions, comme cela est expliqué en détail dans le projet d'assignation joint à la présente requête.

Pièce n°14 : prix par région après retraitement

Enfin, il apparaît également que certains prix relevés pour le compte d'EUROMASTER sont erronés, changeant de fait le résultat de l'étude.

Pièce n°16 : Constat d'huissier du 23 mars 2017

Ainsi, la présentation de la publicité diffusée par EUROMASTER est gravement trompeuse et dénigrante à l'encontre de FEU VERT, et ne respecte pas les dispositions légales et notamment l'article L122-1 du code de la consommation.

C'est ainsi que le conseil de la société FEU VERT a adressé plusieurs courriers de mise en demeure de cesser immédiatement toute diffusion de cette campagne publicitaire, quel que soit le support (Internet, radio, catalogues, PLV,...).

Pièces n°9 & 12 : LRAR de COLBERT à EUROMASTER des 23 et 27 mars 2017

Pièces n°11 & 13 : Lettres officielles de PECHENARD à COLBERT des 24 & 29 mars 2017

Sans résultat : à ce jour, la publicité litigieuse, pourtant entachée d'illicéité, est toujours accessible sur le site internet d'EUROMASTER et continue à être diffusée à la radio.

Pire, le 30 mars 2017, EUROMASTER a diffusé un communiqué de presse reprenant exactement les termes de la publicité litigieuse. Ce communiqué de presse a été relayé dans la presse spécialisée, ce qui aura des répercussions importantes et dommageables pour la société FEU VERT.

Cette attitude, totalement abusive et constitutive d'un trouble manifestement illicite, cause un préjudice commercial certain à la société FEU VERT, lequel s'accroît de jour en jour.

Il est donc urgent qu'il soit ordonné à la société EUROMASTER de cesser la diffusion de cette publicité illicite sans délai.

C'EST POURQUOI

La société FEU VERT sollicite de Monsieur le Président du Tribunal de Commerce de Lyon l'autorisation de délivrer d'heure à heure, en raison de l'urgence, l'assignation en référé ci-après transcrite et ce en application des dispositions de l'article 485 alinéa 2 du code de procédure civile.

Présentée à Lyon, le 4 avril 2017



Pièces communiquées au soutien de la requête (identiques aux pièces de l'assignation) :

Pièce n°1 : Constat du 8 mars 2017

Pièce n°2 : LRAR de FEU VERT à EUROMASTER du 9 mars 2017

Pièce n°3 : Constat du 10 mars 2017

Pièce n°4 : Constat du 13 mars 2017

Pièce n°5 : LRAR de FEU VERT à EUROMASTER du 13 mars 2017

Pièce n°6 : LRAR et MAIL COLBERT à EUROMASTER du 15 mars 2017

Pièce n°7 : LRAR d'EUROMASTER à FEU VERT du 15 mars 2017

Pièce n°8 : relevé des prix (8-1 et 8-2)

Pièce n°9 : LRAR de COLBERT à EUROMASTER du 23 mars 2017

Pièce n°10 : LRAR de FEU VERT à EUROMASTER du 23 mars 2017

Pièce n°11 : Lettre officielle de PECHENARD à COLBERT du 24 mars 2017

Pièce n°12 : Lettre officielle de COLBERT à PECHENARD du 27 mars 2017

Pièce n°13 : Lettre officielle de PECHENARD à COLBERT du 29 mars 2017

Pièce n°14 : prix par région après retraitement

Pièce n°15 : communiqué de presse du 30 mars 2017

Pièce n°16 : constat d'huissier du 23 mars 2017

Pièce n°17 : constat d'huissier du 3 avril 2017

FEU VERT / EUROMASTER
101703002 - SVD / MCA / MCA

**ASSIGNATION EN REFERE D'HEURE A HEURE
DEVANT LE TRIBUNAL DE COMMERCE DE LYON**

L'AN DEUX MILLE DIX-SEPT ET LE :

A :

La société EUROMASTER FRANCE, immatriculée au RCS de Grenoble sous le numéro 392 527 404 ayant son siège social 180 avenue de l'Europe, 38330 MONTBONNOT-SAINT-MARTIN, prise en la personne de son représentant légal en exercice,

Je vous fais connaître qu'un procès vous est intenté devant Monsieur le Président du TRIBUNAL DE COMMERCE de LYON, statuant en référé, suite à l'ordonnance sur requête autorisant à assigner d'heure à heure en date du _____ 2017, rendue par Monsieur le Président du Tribunal de commerce de Lyon.

PAR :

La société FEU VERT, SAS à associé unique, inscrite au Registre du Commerce et des Sociétés de Lyon sous le n° 327 359 980, dont le siège social est 11 allée du Moulin Berger 69130 ECULLY, prise en la personne de son représentant légal domicilié en cette qualité audit siège,

Qui a pour avocat la société COLBERT, représentée par **Maitre Sophie DECHELETTE-ROY**, avocat du barreau de LYON, y demeurant 139 rue Vendôme 69006 LYON.

Vous trouverez ci-après l'objet du procès et les raisons pour lesquelles il vous est intenté.

TRES IMPORTANT

Cette affaire est inscrite à l'audience des référés qui se tiendra le : ____ 2017

à partir de ____ heures

AU TRIBUNAL DE COMMERCE de LYON,

44 RUE DE BONNEL, 69003 LYON

VOUS ETES TENU :

- Soit de vous présenter personnellement à cette audience, seul(e) ou assisté(e) d'un Avocat, ou de toute autre personne de votre choix.

- Soit de vous y faire représenter par un Avocat ou par une personne de votre choix, munie d'un pouvoir écrit et établi spécialement pour ce procès.

Si vous ne le faites pas, vous vous exposez à ce que le jugement soit rendu contre vous sur les seuls éléments fournis par votre adversaire.

Conformément à l'article 861-2 du Code de Procédure Civile, il est précisé que :
« Sans préjudice des dispositions de l'article 68, la demande incidente tendant à l'octroi d'un délai de paiement en application de l'article 1244-1 du code civil peut être formée par déclaration faite, remise ou adressée au greffe, où elle est enregistrée. L'auteur de cette demande doit justifier avant l'audience que l'adversaire en a eu connaissance par lettre recommandée avec demande d'avis de réception. Les pièces que la partie invoque à l'appui de sa demande de délai de paiement sont jointes à la déclaration. L'auteur de cette demande incidente peut ne pas se présenter à l'audience, conformément au second alinéa de l'article 446-1. Dans ce cas, le juge ne fait droit aux demandes présentées contre cette partie que s'il les estime régulières, recevables et bien fondées».

RAISONS DU PROCES

I. LES FAITS

La société FEU VERT exploite depuis 40 ans un réseau de centres auto qui propose la vente de pièces et accessoires automobiles ainsi que des services d'entretien et réparation de véhicules de toutes marques.

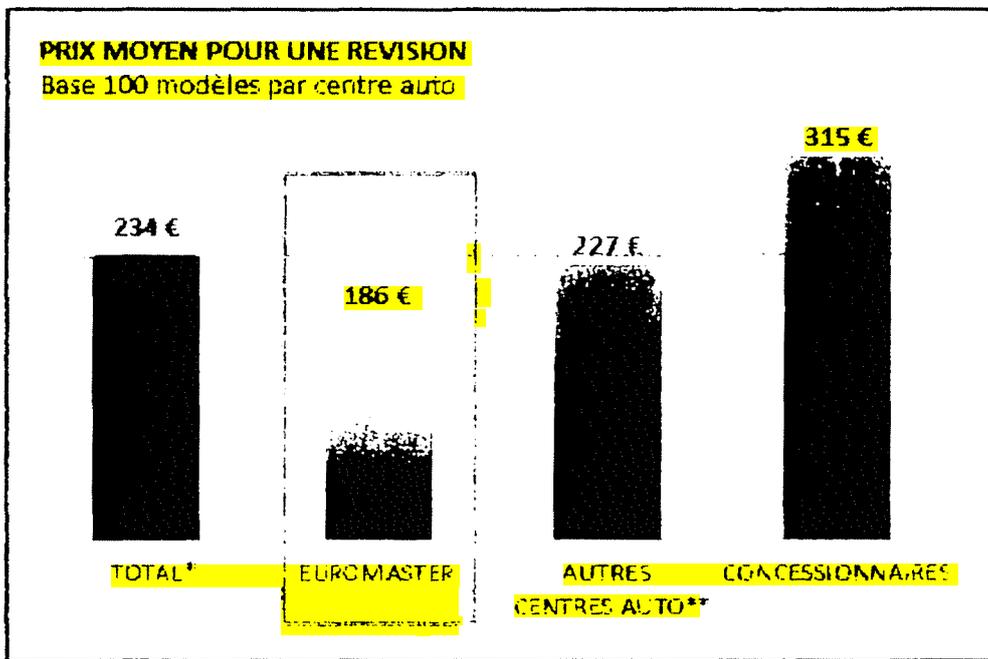
Le 8 mars 2017, la société FEU VERT a constaté que la société EUROMASTER, avec laquelle elle se trouve en situation de concurrence, se livrait à une campagne de publicité comparative sous le titre « Révision à meilleur prix ».

À cette occasion, la société EUROMASTER se présente ainsi sur son site internet comme l'« enseigne la moins chère de France en moyenne sur la révision garantie constructeur ».

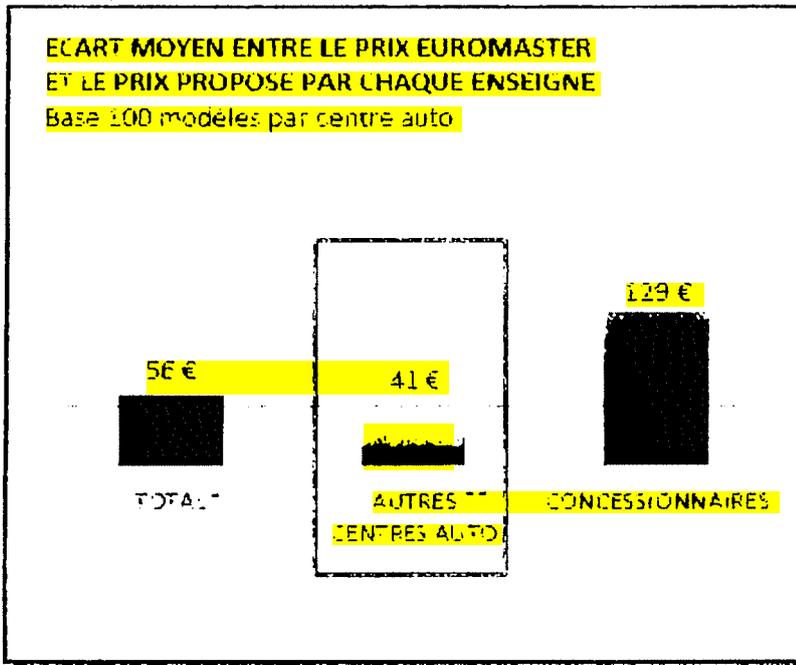
Pièce n°1 : Constat du 8 mars 2017

La publicité comparative litigieuse présente sur son site internet la situation concurrentielle de la façon suivante :

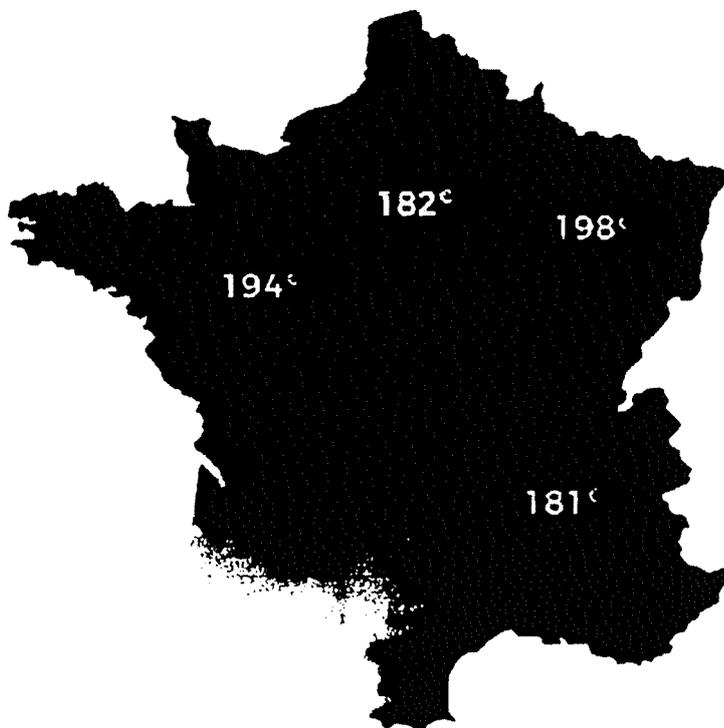
1. Prix moyen EUROMASTER : 186€,
2. Prix moyen autres centres auto et réparateurs (dont FEU VERT) : 227€
3. Prix moyen concessionnaires : 315€



Ainsi, la société EUROMASTER serait en moyenne moins chère de 41€ que la société FEU VERT, et ce, quelle que soit la région concernée.



Un prix moyen proposé par Euromaster inférieur au prix moyen constaté sur le marché quelle que soit la région⁽¹⁾



PRIX MOYEN CONSTATÉ SELON LA RÉGION

Base 100 modèles par centre auto

TOTAL* 246 €
 AUTRES CENTRES AUTO** 234 €
 CONCESSIONNAIRES 356 €

TOTAL* 242 €
 AUTRES CENTRES AUTO** 234 €
 CONCESSIONNAIRES 356 €

TOTAL* 242 €
 AUTRES CENTRES AUTO** 234 €
 CONCESSIONNAIRES 356 €

TOTAL* 242 €
 AUTRES CENTRES AUTO** 234 €
 CONCESSIONNAIRES 356 €

TOTAL* 246 €
 AUTRES CENTRES AUTO** 234 €
 CONCESSIONNAIRES 356 €

⁽¹⁾ Il est indiqué sur le site internet d'EUROMASTER que cette publicité comparative a été réalisée sur la base d'une étude IPSOS, établie grâce « à des appels mystères du 4 au 11 janvier 2017 auprès de 700 centres d'entretiens auto français sur la base de 100 modèles représentatifs du parc automobile roulant. ».

Or, à la date du 8 mars 2017, l'étude IPSOS citée n'était pas accessible sur le site d'EUROMASTER (cf. Pièce n°1, page 11).

Face à cette situation, la société FEU VERT a mis en demeure la société EUROMASTER de lui adresser l'ensemble des éléments propres à démontrer l'exactitude des prix mentionnés dans la publicité, en ce compris l'étude IPSOS réalisée du 4 au 7 janvier 2017.

Pièce n°2 : LRAR de FEU VERT à EUROMASTER du 9 mars 2017

Le 10 mars 2017, la société FEU VERT a constaté que la même campagne publicitaire était déployée sur la radio RTL.

En voici un extrait :

« - Où peut-on faire la révision au meilleur prix ?

-Fastoche ! Chez Euromaster et ils sont hyper pros !

.../...

Et oui, avec EUROMASTER reconnu enseigne la moins chère de France en moyenne sur la révision garantie constructeur, entretenir sa voiture devient un jeu d'enfants... »

Pièce n°3 : Constat du 10 mars 2017

Le 13 mars 2017, la société FEU VERT a constaté que l'étude IPSOS était rendue accessible sur le site internet d'EUROMASTER.

Pièce n°4 : Constat du 13 mars 2017

Toutefois, les informations contenues dans l'étude IPSOS étant lacunaires, la société FEU VERT a immédiatement mis en demeure la société EUROMASTER de lui adresser les informations suivantes :

- Liste des 100 modèles de véhicules testés ;
- Pour les 100 modèles, le détail et le prix des devis proposés par chacun des points de vente interrogés des réseaux FEU VERT, EUROMASTER, MIDAS, AUTODISTRIBUTION, NORAUTO et SPEEDY.
- Le scénario délivré à IPSOS.

Pièce n°5 : LRAR de FEU VERT à EUROMASTER du 13 mars 2017

Sans réponse, le conseil de la société FEU VERT a réitéré cette demande par LRAR et courriel du 15 mars 2017. Le même jour, la société EUROMASTER transmettait enfin les éléments sollicités.

Pièce n°6 : LRAR et MAIL COLBERT à EUROMASTER du 15 mars 2017

Pièce n°7 : LRAR d'EUROMASTER à FEU VERT du 15 mars 2017

Or, l'examen des éléments transmis par la société EUROMASTER montre notamment que le prix moyen de la société EUROMASTER au titre des prestations de révision ressort à 185,83€, et celui de la société FEU VERT ressort à 186,78€.

L'écart de prix entre FEU VERT et EUROMASTER relevé par IPSOS lors de son étude, s'établit donc à 0,95 €.

Pièce n°8 : relevé des prix

Pourtant, la société FEU VERT est présentée dans le cadre de la publicité comparative litigieuse comme appartenant à un ensemble de concurrents proposant des prix en moyenne 41 € plus chers que ceux proposés par EUROMASTER, ce qui constitue une présentation des faits totalement contraire à la vérité.

Ainsi, la présentation de la publicité diffusée par EUROMASTER est gravement trompeuse et dénigrante à l'encontre de FEU VERT, et contrevient à l'article L122-1 du code de la consommation.

C'est ainsi que le conseil de la société FEU VERT a adressé un premier courrier en demeure le 23 mars 2017, sollicitant un engagement écrit au plus tard le 25 mars 2017 à 12h de cesser immédiatement toute diffusion de cette campagne publicitaire, quel que soit le support (Internet, radio, catalogues, PLV,...).

Pièce n°9 : LRAR de COLBERT à EUROMASTER du 23 mars 2017

Le 24 mars 2017, aucune réponse satisfaisante n'était apportée par le conseil de l'agence de publicité responsable de la publicité comparative.

Pièce n°11 : Lettre officielle de PECHENARD à COLBERT du 24 mars 2017

Le 27 mars 2017, le conseil de la société FEU VERT indiquait à nouveau que la publicité litigieuse ne respectait pas les dispositions des articles L122-1 et suivants du code de la consommation.

Pièce n°12 : Lettre officielle COLBERT à EUROMASTER u 27 mars 2017

Sans résultat : à ce jour, la publicité litigieuse est toujours accessible sur le site internet d'EUROMASTER et continue à être diffusée à la radio.

Pièce n°13 : Lettre officielle de PECHENARD à COLBERT du 29 mars 2017

Pire, le 30 mars 2017, la société EUROMASTER n'a pas hésité à diffuser un communiqué de presse reprenant les éléments de sa publicité, communiqué relayé dans la presse automobile spécialisée.

Pièce n°15 : Communiqué de Presse du 30 mars 2017

Pièce n°17 : Constat d'huissier du 3 avril 2017

Cette attitude, totalement abusive, est constitutive d'un trouble commercial manifestement illicite, et cause un préjudice commercial certain à la société FEU VERT, lequel préjudice s'accroît de jour en jour.

Il est donc urgent qu'il soit ordonné à la société EUROMASTER de cesser la diffusion de cette publicité illicite, et que le préjudice de la société FEU VERT soit réparé, à titre provisionnel.

C'est en l'état que l'affaire se présente devant votre juridiction.

II. DISCUSSION

En droit :

La publicité comparative est licite sous réserve qu'elle respecte les dispositions des articles L122-1 et suivants du code de la consommation.

Selon l'article L122-1 du code de la consommation :

« Toute publicité qui met en comparaison des biens ou services en identifiant, implicitement ou explicitement, un concurrent ou des biens ou services offerts par un concurrent n'est licite que si :

1° Elle n'est pas trompeuse ou de nature à induire en erreur ;

2° Elle porte sur des biens ou services répondant aux mêmes besoins ou ayant le même objectif ;

3° Elle compare objectivement une ou plusieurs caractéristiques essentielles, pertinentes, vérifiables et représentatives de ces biens ou services, dont le prix peut faire partie. »

L'article L122-2 du code de la consommation précise :

« La publicité comparative ne peut :

1° Tirer indûment profit de la notoriété attachée à une marque de fabrique, de commerce ou de service, à un nom commercial, à d'autres signes distinctifs d'un concurrent ou à l'appellation d'origine ainsi qu'à l'indication géographique protégée d'un produit concurrent ;

2° Entraîner le discrédit ou le dénigrement des marques, noms commerciaux, autres signes distinctifs, biens, services, activité ou situation d'un concurrent ;

3° Engendrer de confusion entre l'annonceur et un concurrent ou entre les marques, noms commerciaux, autres signes distinctifs, biens ou services de l'annonceur et ceux d'un concurrent ;

4° Présenter des biens ou des services comme une imitation ou une reproduction d'un bien ou d'un service bénéficiant d'une marque ou d'un nom commercial protégé. »

Enfin, l'article L122-5 du code de la consommation énonce que :

« L'annonceur pour le compte duquel la publicité comparative est diffusée doit être en mesure de prouver dans un bref délai l'exactitude matérielle des énonciations, indications et présentations contenues dans la publicité. »

Ainsi, la comparaison n'est admise que dans la mesure où elle est établie en toute clarté, respecte les signes du concurrent et ne les utilise pas à des fins parasites, ou ne cherche pas à discréditer ou dénigrer le concurrent, directement, ou au travers de ses produits ou services.

La comparaison doit être objective, et fondée sur des éléments mesurables ou quantifiables. Ainsi, une publicité comparative du prix n'est licite que si elle limite à comparer des prix, sous réserve de leur exactitude (ex : Cass.com 22 juillet 1986 Juris-data 1986-098650). En revanche, est tendancieux le commentaire qui conduit à une généralisation, alors que la comparaison n'a porté que sur un nombre limité de produits.

Par ailleurs, l'exactitude des éléments invoqués par l'annonceur d'une publicité comparative est une condition de sa licéité, et l'annonceur doit être en mesure de prouver la véracité des éléments comparés.

Lorsque la publicité comparative porte sur les prix, il a été jugé par la Cour de justice que la comparaison des prix moyens des produits offerts par l'annonceur et des produits concurrents serait contraire à l'exigence d'objectivité, qui implique que les personnes destinataires de la publicité puissent avoir connaissance des différences réelles de prix des produits comparés et pas seulement de l'écart moyen (CJCE, 8 avril 2003 aff. C44-01).

Dans une autre affaire (CJCE 19/09/2006 aff. C356/04), la Cour de justice a précisé qu'une publicité vantant le niveau général des prix plus bas de l'annonceur par rapport à ses principaux concurrents, alors que la comparaison a porté sur un échantillon de produits, peut revêtir un caractère trompeur lorsque le message publicitaire :

- Soit ne fait pas apparaître que la comparaison n'a porté que sur un échantillon et non sur l'ensemble des produits de l'annonceur,
- Soit n'identifie pas les éléments de la comparaison intervenue ou ne renseigne pas le destinataire sur la source d'information auprès de laquelle une telle identification est accessible,
- Soit comporte une référence collective à une fourchette d'économies pouvant être réalisées par le consommateur qui effectue ses achats auprès de l'annonceur plutôt qu'auprès de ses concurrents sans individualiser, d'une part le niveau général des prix pratiqués par chacun de ces concurrents, et d'autre part le montant des économies susceptibles d'être réalisées en effectuant ses achats auprès de l'annonceur plutôt que de chacun d'entre eux.

Par ailleurs, l'article 873 du code de procédure civile dispose :

« Le président peut, dans les mêmes limites, et même en présence d'une contestation sérieuse, prescrire en référé les mesures conservatoires ou de remise en état qui s'imposent, soit pour prévenir un dommage imminent, soit pour faire cesser un trouble manifestement illicite.

Dans les cas où l'existence de l'obligation n'est pas sérieusement contestable, il peut accorder une provision au créancier, ou ordonner l'exécution de l'obligation même s'il s'agit d'une obligation de faire. »

Sur ce fondement, il a jugé qu'une publicité comparative conforme aux dispositions légales ne constitue pas en soi un trouble manifestement illicite. A contrario, lorsque la publicité contrevient aux dispositions légales, le trouble manifestement illicite est caractérisé.

En fait :

- **Sur le trouble manifestement illicite**

La publicité comparative litigieuse « Révision au meilleur prix » accessible sur le site internet d'EUROMASTER présente la situation concurrentielle de la façon suivante :

1. Prix moyen d'EUROMASTER : 186€,
2. Prix moyen des autres centres auto et réparateurs (dont FEU VERT) : 227€,
3. Prix moyen des concessionnaires : 315€

Ainsi, selon cette publicité, la société EUROMASTER serait en moyenne moins chère de 41€ par rapport aux autres centres auto dont la société FEU VERT, et ce quelle que soit la région concernée.

Pièce n°1 : Constat du 8 mars 2017

Après plusieurs relances, la société EUROMASTER a accepté, comme elle y était obligée par l'article L122-5 du code de la consommation, de communiquer les résultats de l'étude IPSOS ayant servi de base à cette publicité (cf. Pièces n°2, 5 et 6 et 7).

L'étude des données relevées par l'IPSOS révèle à l'évidence que la publicité litigieuse est illicite, car contraire aux dispositions des articles L122-1 et suivants du code de la consommation.

En effet, selon cet article, la licéité d'une publicité comparative est subordonnée au respect des conditions suivantes :

- 1° Elle n'est pas trompeuse ou de nature à induire en erreur ;
- 2° Elle porte sur des biens ou services répondant aux mêmes besoins ou ayant le même objectif ;
- 3° Elle compare objectivement une ou plusieurs caractéristiques essentielles, pertinentes, vérifiables et représentatives de ces biens ou services, dont le prix peut faire partie.

Or, au cas particulier, la publicité comparative diffusée par EUROMASTER est trompeuse et de nature à induire en erreur le consommateur, comme cela sera démontré.

1. Sur le caractère trompeur de la différence de prix entre EUROMASTER et FEU VERT

Tout d'abord, la liste des prix relevés par IPSOS et servant de base à la publicité comparative montre que la moyenne de prix de la société FEU VERT s'élève à 186,78€, et celle d'EUROMASTER à 185,83€, soit un écart de 0,95€.

Pièce n°8-1 : relevé des prix

Il est donc tout à fait mensonger et trompeur :

- D'une part, d'inclure FEU VERT dans le groupe des « autres centres autos » pratiquant un prix moyens de 227€, alors que la moyenne des prix de FEU VERT ressort à 186,78€,
- D'autre part, d'indiquer qu'il existerait un écart de 41€ entre les prix moyens des autres centres auto et d'EUROMASTER, alors que cet écart est en réalité égal à 0,95€ vis-à-vis de FEU VERT.

De même, le juge des référés relèvera qu'est inclus dans la catégorie « autres centres auto », le réseau Autodistribution qui représente un segment de marché totalement différent, en ce qu'il regroupe sous la même enseigne des garagistes répondant à la définition de « MRA » (Mécanicien réparateur automobile) selon la classification GIPA (Groupement inter professionnel de l'automobile).

À la différence d'enseignes comme Feu Vert, Norauto, Speedy, Midas ou encore Euromaster qui se limitent à des opérations d'entretien automobile, dont la révision, le réseau Autodistribution intervient par ailleurs dans la réparation de véhicules automobile (mécanique, carrosserie...), tout comme les réseaux de concessionnaires d'ailleurs....

Ainsi rien ne permet de justifier un tel rattachement du réseau Autodistribution à ceux des centres autos comme Feu Vert ou Norauto ou encore des fast-fitters (montage rapide) comme Speedy, Midas... sauf à vouloir artificiellement augmenter le prix moyen pratiqué par vos concurrents ce qui semble être bien le cas en l'espèce.

En tout état de cause, cette présentation des faits est trompeuse et de nature à induire en erreur le consommateur, lequel n'a pas accès au détail des moyennes relevées pour les différents réseaux (NORAUTO, SPEEDY,...). À la lecture de la publicité, le consommateur peut au contraire penser que la moyenne des prix de FEU VERT se situe aux alentours de 227€, alors qu'en réalité, la moyenne des prix de FEU VERT est égale à 186,78€, soit une moyenne quasiment identique à celle de la société EUROMASTER.

Il en va de même pour le prétendu écart de 41€ entre les prestations proposées par EUROMASTER et celles de FEU VERT, qui n'est en réalité que de 0,95€.

En réalité, les prix moyens pratiqués par EUROMASTER pour les prestations de révision et ceux de FEU VERT sont quasiment identiques.

Dès lors, le consommateur est induit en erreur par la présentation des prix telle qu'elle est réalisée dans le cadre de cette publicité.

À ce stade, la publicité comparative litigieuse est déjà contraire, de façon manifeste, aux dispositions de l'article L122-1 du code de la consommation, car de trompeuse ou de nature à induire en erreur.

2. FEU VERT est moins cher ou présente un prix moyen équivalent à EUROMASTER dans 4 des 5 régions de France, contrairement à ce qu'indique la publicité

Ensuite, la société EUROMASTER présente les prix moyens des prestations de révisions par région, pour en arriver à la conclusion qu'elle est la moins chère sur ce type de prestations, quelle que soit la région en France.

Un prix moyen proposé par Euromaster inférieur au prix moyen constaté sur le marché quelle que soit la région⁽¹⁾

Or, la société FEU VERT a retraité les relevés de prix par région sur la base du relevé de prix communiqué par EUROMASTER.

Là encore, il apparaît que la présentation des faits telle qu'elle est réalisée par EUROMASTER est trompeuse.

En effet, les moyennes par région annoncées dans le cadre de la publicité comparative sont erronées.

Ainsi, selon la publicité EUROMASTER, les prix relevés par région amène aux résultats suivants :

	Centres Auto dont FEU VERT (selon publicité comparative)	EUROMASTER (selon publicité comparative)
Région Ouest	237€	194€
Région Ile de France	234€	182€
Région Nord Est	238€	198€
Région Sud Ouest	216€	176€
Région Sud Est	234€	181€

En réalité, les prix moyens par région pour FEU VERT sont les suivants :

	FEU VERT (après retraitement des relevés)	EUROMASTER (selon publicité comparative)
Région Ouest	204,40€	194€
Région Ile de France	182€	182€
Région Nord Est	189,32€	198€
Région Sud Ouest	173,68€	176€
Région Sud Est	179,74€	181€

Pour réaliser ce retraitement, la société FEU VERT a calculé (sur la base de l'étude réalisée par EUROMASTER) le prix moyen pratiqué dans ses propres centres.

Pièce n°8-2 : relevé de prix IPSO avec indication du centre FEU VERT interrogé

Pièce n°14 : prix par région après retraitement

Ce retraitement des prix relevés région par région est sans appel :

- les prix de FEU VERT sont en réalité inférieurs à ceux d'EUROMASTER dans trois régions sur cinq (Nord Est, Sud Ouest, Sud Est), et égal dans une région (Ile de France) !

Ainsi, outre la présentation tendancieuse de la réalité, la publicité comparative est erronée et matériellement inexacte : la ventilation régionale des résultats réalisée par FEU VERT démontre le caractère mensonger de la publicité comparative étant précisé que la société EUROMASTER ne justifie pas de son côté les calculs réalisés pour obtenir les résultats région par région dont elle fait état et en particulier pour ses propres points de vente.

Il sera d'ailleurs relevé que malgré les demandes faites en ce sens, EUROMASTER a refusé de divulguer les coordonnées des centres autos EUROMASTERS interrogés.

Il est donc tout à fait mensonger de présenter les moyennes de prix par région sans justifier du mode de calcul, et d'indiquer qu'EUROMASTER serait moins cher que FEU VERT quelle que soit la région concernée, alors qu'en réalité FEU VERT est moins chère qu'EUROMASTER dans trois régions. Là encore, la publicité revêt un caractère d'illicéité et sa cessation doit être ordonnée, car de trompeuse et de nature à induire en erreur le consommateur.

3. Les relevés de prix sont manifestement erronés

Enfin, la société FEU VERT a relevé des erreurs dans les relevés de prix servant de base à la publicité comparative. Or, pour qu'une publicité comparative soit licite, elle doit reposer sur des éléments exacts et il appartient à l'annonceur de démontrer la véracité des prix comparés.

Au cas particulier, il apparaît que des devis en ligne réalisés sur le site EUROMASTER font ressortir des prix nettement plus élevés que ceux relevés par IPSOS, à véhicule et prestation égaux.

Par exemple :

	Prix EUROMASTER relevé par IPSOS	Prix relevé sur le site internet EUROMASTER
Clio III 5P, 120.000 km (ligne 5)	156,83€	364,67€
C4 II 5P, 20.000 km (ligne 9)	116,45€	172,99€
Twingo I 3P, 180.000 km (ligne 63)	195,82€	306,45€ (343,95€-37,5€ correspondant aux bougies d'allumage non incluses dans les recherches)
Honda Civic VII 5P, 180.000 km (ligne 64)	96€	137,40€
FIAT 500 HAYON 3P II PHASE 1 2007, 60.000 km (ligne 87)	205€	276,18€

Pièce n°8-1 : relevé de prix

Ces différences de prix ont été constatées par Me Stéphanie Faÿsse, huissier de justice, par Procès-verbal en date du 23 mars 2017.

Pièce n°16 : constat d'huissier du 23 mars 2017

Le Juge des référés ne pourra que relever le trouble manifestement illicite. En effet, il va de soi que de telles erreurs sont de nature à inverser totalement le résultat de la publicité comparative, et cela d'autant plus que l'écart des moyennes de prix relevé entre FEU VERT et EUROMASTER n'est que de 0,95€.

A titre d'exemple, alors qu'EUROMASTER annonce un prix de 156,83 € pour la Clio III 5P, 120.000 km (ligne 5), le simple fait de remplacer ce prix visiblement erroné par le prix de 364,67 € tel que constaté par huissier suffit à faire passer le prix moyen d'EUROMASTER de 185,83 € à 187,90€ soit au-dessus de celui calculé pour FEU VERT (qui est 186,78€).

Ainsi, en rectifiant ces données erronées, le résultat de la publicité comparative serait différent, et EUROMASTER ne pourrait pas se présenter comme l'opérateur en moyenne le moins cher du marché.

En réalité, selon la propre méthodologie de EUROMASTER, FEU VERT apparaîtrait alors comme l'enseigne en moyenne la moins chère du marché.

Là encore, la publicité comparative est de nature à induire le consommateur en erreur, en lui faisant croire à tort, sur la base d'éléments chiffrés erronés, qu'EUROMASTER est le prestataire le moins cher du marché.

De plus fort, la publicité comparative litigieuse est trompeuse, et partant, contraire aux dispositions de l'article L122-1 du code de la consommation.

POUR RÉSUMER, la publicité comparative diffusée par la société EUROMASTER contrevient à l'article L122-1 du code de la consommation, en ce qu'elle présente une situation concurrentielle par le biais de relevés de prix erronés, et présentés de façon trompeuse.

Cette présentation trompeuse est de nature à induire le consommateur en erreur, en lui faisant croire de façon erronée que les prix proposés par EUROMASTER seraient moins chers en moyenne que ceux proposés par FEU VERT, alors qu'en réalité ils sont *a minima* équivalents, avec un écart moyen de 0,95€, sans même tenir compte des relevés erronés !

Dans ces conditions, la publicité litigieuse est entachée d'illicéité, et sa diffusion est constitutive d'un trouble manifestement illicite à l'encontre de la société FEU VERT : elle doit cesser sans délai, et sous astreinte.

Dans la mesure où les mises en demeure de la société FEU VERT sont restées lettre morte, compte tenu de l'urgence, et du trouble manifestement illicite, il est demandé au Président du tribunal de commerce d'ordonner la cessation sous astreinte de 1.000€ par jour à compter du prononcé de l'ordonnance à intervenir, de la publicité litigieuse « *Révision au meilleure prix* », et ce que qu'en soit le média (site internet, radio,).

- **Sur le dommage imminent :**

Outre le trouble manifestement illicite, le juge des référés relèvera que la société EUROMASTER s'est rendue coupable d'un dommage imminent.

En effet, dès que la société FEU VERT a eu connaissance de la publicité trompeuse, elle a immédiatement alerté EUROMASTER.

C'est ainsi que par plusieurs courriers, la société FEU VERT a rappelé le caractère trompeur de la publicité.

Or, sans corriger ni retirer sa publicité, la société FEU VERT a cru bon, au contraire, de diffuser un communiqué de presse, le 30 mars 2017, lequel reprend intégralement les termes de la publicité qui sont reprochés à EUROMASTER.

C'est ainsi qu'EUROMASTER :

- Mentionne la différence de 41 € sans distinguer entre les enseignes et alors que la différence pour FEU VERT est de 0.95 €,
- Fait état d'un prix inférieur quelle que soit la région, ce qui est faux.

Pièce n°15

Or si, en soi la publicité radiophonique aura des répercussions importantes auprès du public, il est évident que ce communiqué de presse, strictement identique à la publicité initiale, aura des conséquences très dommageables pour la société FEU VERT en ce qu'il risque d'être de plus en plus relayé dans la presse spécialisée comme FEU VERT a pu déjà le constater.

Pièce n°17

Dans ces conditions, le juge des référés relèvera le dommage imminent.

En conséquence, la société EUROMASTER sera également condamnée à indemniser le préjudice commercial subi par la société FEU VERT, évalué à titre provisionnel à 20.000€.

De même, afin de réparer le préjudice d'image subi par la société FEU VERT, le président condamnera également la société EUROMASTER à publier l'ordonnance à intervenir sur son site internet, pendant un mois à compter du prononcé de l'ordonnance.

Entre outre, la société FEU VERT a dû engager des frais pour assurer sa défense, frais qu'il serait inéquitable de laisser à sa charge. La société EUROMASTER sera donc condamnée à verser 7.000€ au titre de l'article 700 du code de procédure civile, outre frais et dépens de l'instance.

PAR CES MOTIFS

Vu l'article 873 du code de procédure civile,

Vu les articles L122-1 et suivants du code de la consommation,

Vu les pièces versées aux débats,

Il est demandé au Président du tribunal de commerce de Lyon de :

- CONSTATER que la publicité comparative « Révision au meilleur prix – Euromaster reconnue enseigne la moins chère en France en moyenne » diffusée par la société EUROMASTER FRANCE est trompeuse et de nature à induire en erreur les consommateurs,
- CONSTATER que la publicité comparative « Révision au meilleur prix – Euromaster reconnue enseigne la moins chère en France en moyenne » diffusée par la société EUROMASTER FRANCE repose sur des éléments erronés,
- DIRE ET JUGER que cette publicité est illicite, et constitutive d'un trouble manifestement illicite et cause un dommage imminent,
- Partant, ORDONNER sa cessation immédiate, sur tous médias et sous astreinte de 1.000€ par jour à compter du prononcé de l'ordonnance à intervenir,
- RESERVER la liquidation de l'astreinte,
- ORDONNER la publication de l'ordonnance à intervenir sur le site internet d'EUROMASTER France pendant une durée d'un mois,
- CONSTATER que la société FEU VERT a subi un préjudice commercial,
- CONDAMNER la société EUROMASTER FRANCE à 20.000€ de dommages-intérêts à titre provisionnel,
- CONDAMNER la société EUROMASTER FRANCE à 7.000€ au titre de l'article 700 du code de procédure civile, outre frais et dépens de l'instance.

SOUS TOUTES RESERVES

Pièce(s) versée(s) aux débats :

Pièce n°1 : Constat du 8 mars 2017

Pièce n°2 : LRAR de FEU VERT à EUROMASTER du 9 mars 2017

Pièce n°3 : Constat du 10 mars 2017

Pièce n°4 : Constat du 13 mars 2017

Pièce n°5 : LRAR de FEU VERT à EUROMASTER du 13 mars 2017

Pièce n°6 : LRAR et MAIL COLBERT à EUROMASTER du 15 mars 2017

Pièce n°7 : LRAR d'EUROMASTER à FEU VERT du 15 mars 2017

Pièce n°8 : relevé des prix (8-1 et 8-2)

Pièce n°9 : LRAR de COLBERT à EUROMASTER du 23 mars 2017

Pièce n°10 : LRAR de FEU VERT à EUROMASTER du 23 mars 2017

Pièce n°11 : Lettre officielle de PECHENARD à COLBERT du 24 mars 2017

Pièce n°12 : Lettre officielle de COLBERT à PECHENARD du 27 mars 2017

Pièce n°13 : Lettre officielle de PECHENARD à COLBERT du 29 mars 2017

Pièce n°14 : prix par région après retraitement

Pièce n°15 : communiqué de presse du 30 mars 2017

Pièce n°16 : constat d'huissier du 23 mars 2017

Pièce n°17 : constat d'huissier du 3 avril 2017

*A Monsieur Le Président
du Tribunal de Commerce de Lyon*

AUDIENCE DE REFERE DU LUNDI 10 AVRIL 2017 A 8 HEURES 30



CONCLUSIONS

POUR :

La société EUROMASTER FRANCE, Société en nom collectif au capital de 29.217.520 €, dont le siège social est 180, avenue de l'Europe - 38330 MONTBONNOT-SAINT-MARTIN, immatriculée au Registre du Commerce et des Sociétés de Grenoble sous le numéro 392 527 404, prise en la personne de son représentant légal domicilié en cette qualité audit siège

Défenderesse

Ayant pour avocats la SCP BIGNON-LEBRAY AVOCATS, dont le siège social est 30, rue de la République - CS 60080 - 69289 LYON CEDEX 02, représentée par son gérant, Téléphone : 04 72 11 33 00 – Télécopie: 04 72 11 33 01, intervenant par **Maître Antoine ARMINJON**, avocat au Barreau de Lyon.

Ayant pour avocats la SCP PECHENARD & ASSOCIES dont le siège social est 17 bis rue Legendre - 75017 PARIS, représentée par son gérant, Téléphone : 01 44 70 73 73 – Télécopie : 01 44 70 73 74 – Toque R047, intervenant par **Maître Eric ANDRIEU**, avocat au Barreau de Paris.

CONTRE :

La Société FEU VERT, SAS à associé unique au capital de 25.000.000 €, dont le siège social est 11, allée du Moulin Berger, BP 70162 - 69136 ECULLY CEDEX, immatriculée au Registre du Commerce et des Sociétés de Lyon sous le numéro 327 359 980, prise en la personne de son représentant légal domicilié en cette qualité audit siège

Demanderesse

Ayant pour avocat la S.E.L.A.R.L. COLBERT, dont le siège social est 139, rue Vendôme - 69477 LYON CEDEX 06, intervenant par **Maître Sophie DECHELETTE-ROY**, avocat au Barreau de Lyon.

PLAISE A MONSIEUR LE PRESIDENT

1. Rappel des faits et de la procédure

1.1 La société Feu Vert (ci-après "Feu Vert") a fait citer la société Euromaster (ci-après "Euromaster") dans le cadre d'un référé d'heure à heure afin de solliciter la cessation immédiate sur tous médias et sous astreinte de 1.000 € par jour de la publicité :

"Révision au meilleur prix – Euromaster reconnue enseigne la moins chère de France en moyenne"

qui serait une publicité comparative illicite car trompeuse et constituerait un trouble manifestement illicite et causerait un dommage imminent.

Elle sollicite également une publication, une somme de 20.000 € de dommages et intérêts à titre provisionnel et une somme de 7.000 € au titre de l'article 700 du Code de procédure civile.

Ses demandes seront rejetées, Monsieur le Président constatant qu'il n'y a pas lieu à référé pour les raisons suivantes :

- Le débat ouvert par Feu Vert se caractérise par une complexité factuelle, technique et juridique importante exclusive de la condition d'évidence et de trouble manifestement illicite.
- Feu Vert tente de dénaturer les règles gouvernant la procédure de référé.
- Les conditions juridiques d'interdiction d'une telle publicité ne sont pas réunies.
- La communication d'Euromaster est parfaitement exacte.
- Il n'existe aucune pratique commerciale déloyale de la part d'Euromaster, dont la communication est conforme aux exigences de la diligence professionnelle et insusceptible d'altérer de manière substantielle le comportement économique des consommateurs.
- Dans tous les cas, il n'y a ni trouble manifestement illicite, ni dommage imminent.

Monsieur le Président débouterà donc Feu Vert de l'ensemble de ses demandes et prétentions.

1.2 Euromaster diffuse depuis 16 janvier 2017 une campagne sur le thème *"Révision au meilleur prix"*.

Depuis le 6 mars 2017, cette campagne a été remplacée par la campagne *"Révision au meilleur prix – Euromaster reconnue enseigne la moins chère de France en moyenne"*.

Il s'agit pour Euromaster de publier les résultats d'une étude réalisée par l'Institut Ipsos entre le 4 et le 11 janvier 2017 portant sur des "*Relevés de prix. Révision constructeur*".

Cette étude a été réalisée par téléphone auprès de 100 centres auto de 6 enseignes (Euromaster, Midas, Speedy, Autodistribution, Norauto et Feu Vert) et des concessionnaires automobiles.

Elle portait sur l'étude de 100 modèles d'automobiles représentatifs du parc roulant français.

Son résultat essentiel faisait ressortir que tant en France que dans un découpage en 5 régions, Euromaster proposait en moyenne le prix le moins cher du marché.

Plus précisément, il était indiqué que le prix moyen pour une révision sur une base de 100 modèles par enseigne était de :

- 186 € chez Euromaster,
- 227 € dans les autres centres auto,
- 315 € chez les concessionnaires.

Feu Vert a sollicité d'Euromaster le 9 mars 2017 par lettre recommandée avec avis de réception la remise de l'ensemble des éléments propres à démontrer l'exactitude des prix mentionnés dans sa publicité (Pièce adverse n°2).

Par lettre recommandée avec avis de réception du 13 mars 2017, Feu Vert demandait à Euromaster plus précisément l'envoi de (Pièce adverse n°5) :

- la liste des 100 modèles de véhicules testés,
- le détail et le prix des devis proposés par chacun des points de vente interrogés,
- le scénario délivré à Ipsos.

Euromaster répondait dès le 15 mars 2017 en fournissant l'ensemble des documents sollicités (Pièce adverse n°7).

Feu Vert contestait la régularité de la campagne d'Euromaster et sollicitait qu'elle soit cessée sans délai, ce qu'Euromaster a refusé.

C'est dans ces circonstances que l'affaire est appelée devant le Tribunal.

2. Une tentative de dénaturation des règles gouvernant le référé

2.1 Feu Vert entend voir juger que la publicité diffusée par Euromaster constitue une publicité comparative illicite car trompeuse, ce qui, par nature, suppose un examen au fond qui ne peut appartenir au juge des référés.

Le trouble manifestement illicite se définit comme une "*perturbation résultant d'un fait matériel ou juridique qui, directement ou indirectement, constitue une violation évidente de la règle de droit*" [soulignement ajouté] (Solus et Perrot, traité de droit judiciaire privé, p 1088).

Il en résulte qu'il "*doit sauter aux yeux que le comportement du défendeur est contraire à la morale, à la loi, au règlement, à la convention ...Si cela ne saute pas aux yeux, le trouble est*

peut-être illicite, il ne l'est pas "manifestement" et donc la mesure (...) ne s'impose pas" [soulignement ajouté] (R. Tendler, Le juge des référés: Une "procédure ordinaire?", recueil Dalloz 1991, p 139, Ph. Bertin, Un trouble manifestement illicite : la lutte contre la vie chère : Gaz.pal. 1983, doc. p. 2).

Selon la formule habituelle de l'ensemble des juridictions du fond et de la Cour de Cassation, le demandeur en référé doit démontrer ses allégations d'un trouble manifestement illicite "avec l'évidence requise en référé" (cf par exemple Soc. 16 avril 2015, pourvoi n°13-21531; Civ. 3, 9 février 2005, pourvoi n°03-17572; Civ. 3, 4 avril 2002, pourvoi n°00-21270).

Il a ainsi notamment été considéré par la jurisprudence que ne constituent pas un trouble manifestement illicite :

- L'utilisation dans une publicité, d'une norme britannique pour mesurer un écran de télévision, contrairement aux règles issues du décret du 3 mai 1961 (CA Rennes, chambre 1B, 22 avril 2011, n°282 10/01970 – Pièce n°1).

- L'apposition d'une enseigne publicitaire "*Parapharmacie moins chère qu'une para*" par une pharmacie à côté de laquelle était située une parapharmacie intitulée "*Parasanté*" (Cass. Com. 14 juin 2000 n° de pourvoi : 98-11490).

La jurisprudence retient de plus que le juge des référés n'est pas compétent pour qualifier une éventuelle infraction et notamment pour apprécier le caractère loyal et véridique d'une publicité (CA Paris, 14^e Ch. A, 2 juillet 1997, n° 97/12438 – Pièce n°2) :

"L'application de l'article L.121-8 du Code de la consommation suppose, de surcroît, l'appréciation du caractère loyal et véridique de la publicité en cause et du fait qu'elle n'est pas de nature à induire en erreur le consommateur.

Cet examen ne saurait incomber au juge des référés, juge de l'évident, qui n'a pas à rechercher la valeur des tests comparatifs réalisés et si les qualités des tuyaux sont réellement celles annoncées.

La demande de la société Discap tendant à faire apprécier la conformité des parutions aux exigences de l'article L. 121-8 précité ne peut relever que des pouvoirs du juge du fond".

Elle estime encore dans une affaire où les parties opposaient chacune des tests aux résultats apparemment contradictoires, que (CA Paris 4 novembre 2005 n°05/05926 – Pièce n°3):

"Considérant que la discussion à laquelle se livrent les parties sur la pertinence des éléments de preuve que chacune apporte au soutien de sa thèse excède largement les limites du débat admissible devant le juge des référés lequel, en présence d'avis contradictoires et d'expériences aux conclusions discutées, ne peut trancher la question de savoir si le mécanisme d'action du rasoir M3 Power, mis en exergue par la publicité litigieuse, aboutit aux effets annoncés"

2.2 Il faut donc pour que des mesures conservatoires puissent être ordonnées en référé que le trouble allégué soit une violation évidente de la règle de droit.

Il en est ainsi à plus forte raison lorsque les mesures sollicitées sont extrêmement lourdes et s'apparentent, comme en l'espèce, à une véritable censure de nature à entraver la liberté du commerce et de l'industrie.

Or, le principe même des demandes formulées par Feu Vert excède le pouvoir du juge des référés puisqu'il lui est demandé d'une part d'interpréter le sens et la portée des éléments figurant dans la publicité d'Euromaster et, d'autre part, de juger que l'allégation serait à la fois contraire aux exigences de la diligence professionnelle et altérerait de manière substantielle le comportement économique des consommateurs.

Le juge des référés n'est en effet pas compétent pour qualifier une publicité comparative illicite ou une pratique commerciale trompeuse ni la violation d'un règlement communautaire qui relèvent de l'office du seul juge du fond.

A titre d'exemple, dans une affaire relative à une publicité sur des dentifrices, le Président du Tribunal de commerce de Nanterre a considéré que *"il n'appartient pas au juge des référés de se prononcer sur le caractère licite ou illicite de ladite publicité dont l'analyse est du ressort du juge du fond"* pour conclure qu'il n'y avait pas à lieu à statuer en référé sur le caractère trompeur de l'annonce. (TCom Nanterre, Ord. 5 mars 2013, n°2013R00194 – Pièce n°4).

De même, dans une affaire de publicité comparative, le Président du Tribunal de commerce de Nanterre a jugé (TCom Nanterre, Ord. 14 mars 2013, n°2013R00196 – Pièce n°5)

"Attendu qu'il est constant que l'application de l'article L.121-8 du Code de la consommation suppose l'appréciation du caractère loyal et véridique de la publicité en cause et du fait qu'elle n'est pas de nature à induire en erreur le consommateur, Que cet examen ne saurait incomber au juge des référés, juge de l'évidence...".

De la même manière, le Président dira n'y avoir lieu à référé.

Dans tous les cas, il retiendra qu'aucune pratique commerciale déloyale ne saurait être caractérisée en l'espèce.

3. Les conditions pouvant permettre l'interdiction d'une publicité comparative illicite du fait de son caractère trompeur ne sont pas réunies.

La demande de Feu Vert est formée au visa des articles 873 du Code de procédure civile et L.122-1 et suivants du Code de la consommation qui concernent la publicité comparative.

Ils évoquent que cette publicité serait *"trompeuse et de nature à induire en erreur les consommateurs"*.

Il est exact que selon l'article L.122-1, la publicité comparative ne doit pas être *"trompeuse ou de nature à induire en erreur"*.

Il convient cependant de rappeler que le caractère trompeur d'une publicité doit s'apprécier en fonction des articles L.121-1 et suivants du Code de la consommation, ce qui implique que soit démontrée la double condition :

- d'une violation des exigences de la diligence professionnelle,

- d'une altération substantielle du comportement économique des consommateurs.

Ces règles sont directement issues de la directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil du 11 mai 2005 relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur.

Les articles L.122-1 et suivants sur la publicité comparative sont quant à eux issus de la directive de 2006/114/CE en matière de publicité trompeuse et de publicité comparative.

Aux termes de l'article 4 de cette directive :

"Pour ce qui concerne la comparaison, la publicité comparative est licite dès lors que les conditions suivantes sont remplies :

a) elle n'est pas trompeuse au sens de l'article 2.b), de l'article 3 et de l'article 8 paragraphe 1 de la présente directive ou des articles 6 et 7 de la directive 2005/29/CE..."

Les articles 6 et 7 de la directive sur les pratiques commerciales déloyales visent les pratiques commerciales trompeuses et l'article 5, après avoir rappelé que qu'une pratique commerciale est déloyale si elle est contraire aux exigences de la diligence professionnelle et altère ou est susceptible d'altérer de manière substantielle le comportement économique du consommateur, indique qu' *"en particulier, sont déloyales les pratiques commerciales qui (...) sont trompeuses au sens des articles 6 et 7"*.

Il résulte de ce qui précède qu'une publicité comparative ne peut être sanctionnée au motif qu'elle serait trompeuse que dans la mesure où sont établis les manquements aux deux critères ci-dessus.

Force est de constater d'une part que l'examen de ces critères relève d'une analyse au fond qui ne peut appartenir au juge des référés et d'autre part que Feu Vert, qui ne fournit aucune explication à cet égard, ne rapporte pas la preuve de leur existence et donc du caractère illicite – et a fortiori manifestement illicite - de la publicité qu'elle entend faire interdire.

Ce simple constat suffira à rejeter ses demandes.

4. La régularité de la publicité Euromaster

4.1 Le rappel des principes de la publicité comparative

Il faut tout d'abord observer que compte tenu des objectifs de la directive sur la publicité comparative (directive 2006/114/CE du 12 décembre 2006) et notamment du fait que *"la publicité comparative contribue à mettre en évidence de manière objective les avantages des différents produits comparables et ainsi à stimuler la concurrence entre les fournisseurs de biens et de services dans l'intérêt des consommateurs"* (considérant 6), il est de jurisprudence constante que les conditions exigées de la publicité comparative doivent être interprétées dans le sens le plus favorable à celle-ci (CJUE, 3 février 2006, Siemens C-59/05; CJUE, 19 avril 2007, CIVB C-381/05).

Par ailleurs, il est également de jurisprudence constante que l'annonceur est libre de choisir les éléments qu'il souhaite mettre en avant dans une publicité comparative (TCom Paris 23 juin 2006 – Pièce n°6; CJCE 19 septembre 2016 Colruyt C-356/04).

Il est également constant que le prix peut faire partie des caractéristiques pouvant faire l'objet d'une publicité comparative (article L.122-1, 3° du Code de la consommation).

4.2 La publicité d'Euromaster est conforme aux règles de la publicité comparative

La publicité Euromaster se présente de la manière suivante :

— La révision au meilleur prix !



Profitez de la révision avec garantie constructeur préservée au meilleur prix dans le réseau Euromaster !

Demandez un devis en ligne ou prenez rendez-vous dans le centre le plus proche !

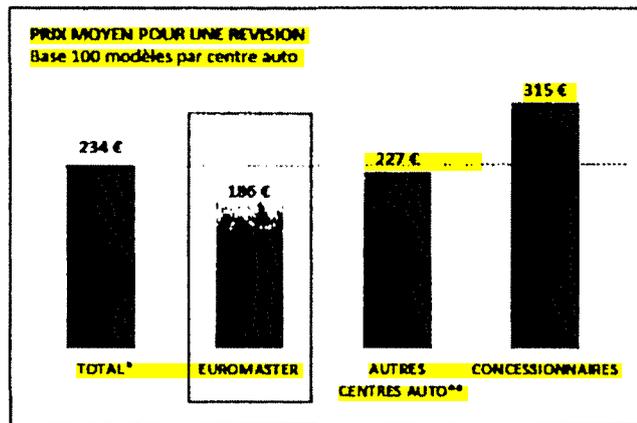


d'après un relevé de prix réalisé par Ipsos via des appels mystères du 4 au 11 janvier 2017 auprès de 700 centres d'entretiens auto français sur la base de 100 modèles représentatifs du parc automobile roulant.

Euromaster, la révision constructeur la moins chère de France⁽¹⁾



Euromaster propose en moyenne le prix le moins cher du marché⁽¹⁾

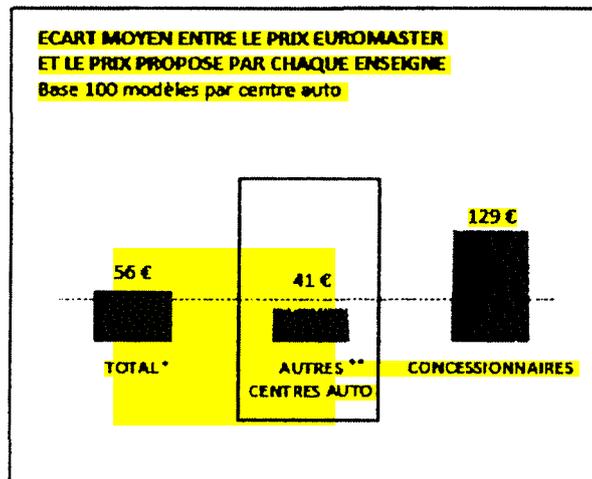


Prix utilisé dans l'analyse : Pour l'analyse, le prix retenu est par défaut le prix sans marque si disponible, sinon le prix avec marques. Pour Euromaster, Speedy et les concessionnaires, le prix pris en compte est systématiquement celui avec huile et filtre de marque.

* Ensemble des enseignes auditées : Euromaster, Midas, Autodistribution, Norauto, Feu Vert, Speedy, les concessionnaires

** Midas, Autodistribution, Norauto, Feu Vert, Speedy

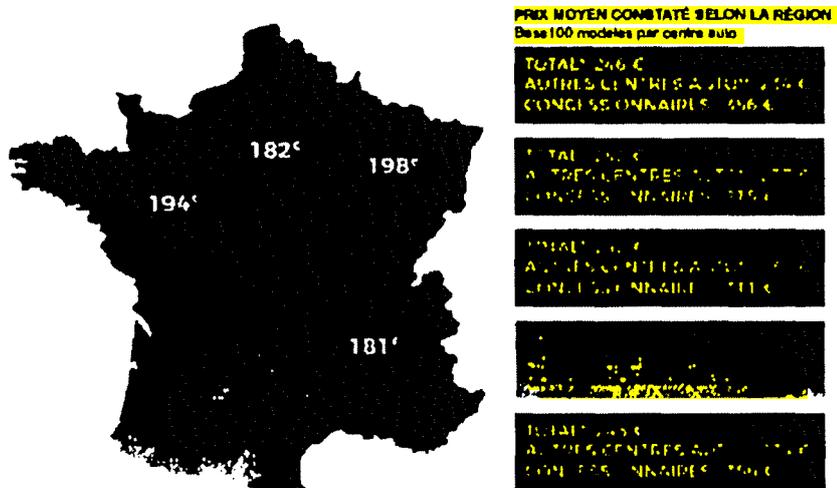
Euromaster propose un prix en moyenne 41€ inférieur à celui des autres centres auto⁽¹⁾



* Ensemble des enseignes auditées HORS Euromaster

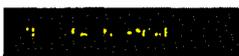
** Midas, Autodistribution, Norauto, Feu Vert, Speedy

Un prix moyen proposé par Euromaster inférieur au prix moyen constaté sur le marché quelle que soit la région⁽¹⁾



* Ensemble des enseignes auditées : Euromaster, Midas, Autodistribution, Norauto, Feu Vert, Speedy, les concessionnaires

**Midas, Autodistribution, Norauto, Feu Vert, Speedy



(1) Selon l'étude menée par l'institut Ipsos du 4 au 10 janvier 2017 grâce à un recueil de prix effectué par téléphone auprès de 700 professionnels de la réparation automobile (concessionnaires, centres auto, réparateurs et garagistes). Les relevés de prix ont été effectués sur 100 véhicules choisis en respect des critères Gipa de constitution du Parc automobile (marque, énergie, kilométrage). Les appels ont été répartis sur toute la France afin de respecter le poids de chacune des régions.

[Voir l'étude IPSOS](#)

[Liste des centres participants](#)

Il s'agit purement et simplement de comparer les prix des révisions effectuées dans les centres Euromaster par rapport à ses concurrents, à savoir d'une part les "autres centres auto et réparateurs" et d'autre part les "concessionnaires".

Il ne fait pas de doute que la comparaison porte sur des services répondant aux mêmes besoins, ce qui est conforme à l'article L.122-1, 2° du Code de la consommation.

La comparaison est objective et porte sur le prix des prestations, ce qui est expressément autorisé par l'article L.122-1, 3° du Code de la consommation.

Il s'agit en effet d'un élément essentiel pour les consommateurs et la comparaison à laquelle il est procédé est purement objective puisqu'elle se contente de reprendre les résultats de l'étude chiffrée à laquelle a procédé l'Institut Ipsos selon une méthodologie qui est elle-même objective.

Il convient d'observer qu'en s'adressant à l'Institut Ipsos, Euromaster a pris toutes les précautions nécessaires.

Il suffira à cet égard de rappeler qu'Ipsos (Pièce n°7) :

- est le 3^{ème} groupe mondial des études,
- est cotée au SBF120,
- est signataire du Code ICC/Esomar des études et marché d'opinion.

A ce titre, elle utilise des méthodes parfaitement normées et totalement en accord avec les règles de l'art.

4.3 La dénaturation de la publicité Euromaster

Feu Vert, pour tenter d'obtenir la mesure très exceptionnelle d'interdiction qu'elle sollicite, est contrainte de dénaturer la publicité d'Euromaster.

Il est indiqué, dès le début de son assignation, que selon la publicité, "*La société Euromaster serait en moyenne moins chère de 41€ que la société Feu Vert*" (assignation page 3), avant de faire état du "*prétendu écart de 41 € entre les prestations proposées par Euromaster et celles de Feu Vert*" (assignation page 9) ce qui est tout à fait inexact.

Ce n'est pas la publicité d'Euromaster qui est fautive, c'est la présentation qu'en fait Feu Vert.

Cette affirmation est totalement contraire à la communication Euromaster.

La publicité précise en effet, dès son accroche et sans ambiguïté, que c'est "*en moyenne*" qu'Euromaster est moins chère. Le terme "*en moyenne*" est d'ailleurs mis en valeur par l'emploi d'une couleur tranchant sur le reste du message (comme l'expression "*la moins chère*").



Sont ensuite mis en parallèle le "*Prix moyen Euromaster*" avec le "*Prix moyen autres centres auto et réparateurs*" et le "*Prix moyen concessionnaire*".

Ainsi, il est clair que les prix indiqués ne sont pas les prix pratiqués individuellement par chacune des enseignes considérées mais en moyenne par la catégorie à laquelle il est fait référence.

Ceci est ensuite précisé par les indications "*Euromaster propose en moyenne le prix le moins cher du marché*" et "*Euromaster propose un prix en moyenne 41€ inférieur à celui des autres centres auto*", chacune de ces affirmations étant accompagnée d'un tableau présentant les prix respectifs ou les écarts de prix, la colonne "*Autres centres auto*" étant clairement indiquée comme visant "*Midas, Autodistribution, Norauto, Feu Vert et Speedy*".

Ainsi à aucun moment, le consommateur normalement attentif et avisé ne peut comprendre que les prix indiqués sont des prix spécifiques de Feu Vert.

Il s'agit simplement d'une référence à un prix moyen des centres auto concernés.

Rien d'autre n'est affirmé par Euromaster.

A ce titre les jurisprudences de la Cour de justice citées par Feu Vert n'ont aucune pertinence dès lors qu'elles ne condamnent pas des publicités comparatives basées sur une moyenne.

Il faut tout d'abord noter que l'arrêt Colruyt vient préciser, s'agissant de l'arrêt Pippig, que: "Il y a lieu de préciser que, par cette affirmation, la Cour n'a aucunement entendu exclure de manière générale toute possibilité de publicité comparative portant sur le niveau général des prix pratiqués par deux concurrents en ce qui concerne leur assortiment comparable".

De plus, dans l'arrêt Colruyt, la publicité vantait le niveau général des prix plus bas de l'annonceur par rapport à ses concurrents alors que la comparaison n'avait porté que sur un échantillon de produit, ce qui n'a rigoureusement rien à voir avec les faits de la présente espèce.

D'ailleurs, la jurisprudence française a retenu la validité d'une publicité qui comparait, pour des produits de gammes différentes, des prix moyens relevés dans un échantillonnage de magasins, retenant que "*les mentions du prospectus publicitaire informaient clairement le consommateur que la comparaison des prix n'était pas réalisée entre deux magasins déterminés, mais sur une moyenne des prix pratiqués par deux enseignes*" (CA Caen 26 septembre 2013 – Pièce n°13).

Tel est également le cas en l'espèce.

Sa publicité est en conséquence tout à fait exacte et, pour cette raison également, les demandes de Feu Vert seront rejetées.

4.4 Sur l'argumentation de Feu Vert

4.4.1 Feu Vert soutient qu'elle n'aurait pas dû être incluse dans le groupe des "*Autres centres auto*" pratiquant un prix moyen de 227€ alors que la moyenne de ses propres prix serait de 186,78€.

Feu Vert reproche ainsi à Euromaster de l'avoir placée dans un groupe sans tenir compte des prix qu'elle pratique individuellement.

Il suffira de rappeler à cet égard que l'annonceur procédant à une publicité comparative a la liberté de choisir les éléments qu'il veut mettre en avant.

Rien ne lui interdit de se comparer à la moyenne des prix pratiqués dans une catégorie à laquelle il appartient ou dans une catégorie concurrente.

Feu Vert met en cause l'intitulé de la catégorie "*Autres centres auto*".

Il n'existe pas de définition légale des centres auto.

Il s'agit cependant d'une catégorie qui est claire pour les consommateurs.

- Elle est ici utilisée en opposition aux concessionnaires, c'est-à-dire aux représentants des marques automobiles, ce qui suffit à la caractériser.

- Elle est accompagnée, dans la communication d'Euromaster, de l'indication des enseignes concernées, ce qui là non plus ne laisse place à aucune ambiguïté.

- Il s'agit de surcroît d'une dénomination habituelle comme le montre par exemple l'enquête réalisée par le magazine Auto Plus dans son édition datée du 24 mars 2017 "*Révision et entretien en centre-auto*" qui a comparé les prix de 12 sites parmi lesquels Euromaster et Feu Vert.

On trouve également dans cette enquête les enseignes Midas, Norauto et Speedy qui figurent également dans le groupe analysé par Ipsos pour Euromaster ainsi que Groupauto Top Garage qui est le concurrent direct d'Autodistribution dont Feu Vert prétend à tort qu'elle appartiendrait à un segment de marché totalement différent (Pièce n°8).

Il sera indiqué en complément que le résultat de cette enquête sur le prix des révisions fait apparaître des prix respectifs de 162,03€ et 246,11€ pour Euromaster et Feu Vert au titre de la révision d'une Renault Clio 2 et de 257,17€ pour Euromaster et 327,12€ pour Feu Vert au titre de la révision d'une Peugeot 308 SW, ce qui confirme, si besoin était, les résultats de l'étude Ipsos.

4.4.2 Feu Vert se plaint également de la comparaison des prix par région à laquelle elle déclare avoir procédé et qui parviendrait à des résultats contraires de ceux annoncés par Euromaster.

Outre qu'il a été matériellement impossible à cette dernière de procéder à la vérification exhaustive des indications communiquées par Feu Vert dans le bref délai d'un référé d'heure à heure, il sera observé que rien ne permet d'indiquer que les régions retenues par Feu Vert sont identiques à celles déterminées par Ipsos.

4.4.3 Feu Vert soutient que les prix figurant dans l'étude Ipsos seraient manifestement erronés.

A cet égard, elle fournit 5 exemples qui résulteraient de la comparaison entre les prix de l'étude Ipsos et les prix relevés sur le site Internet Euromaster.

- Ces derniers proviendraient d'un constat réalisé le 23 mars 2017 par Maître Stéphanie Faÿsse, huissier de justice à Lyon.

Le Tribunal ne pourra cependant que constater et prononcer la nullité de ce constat.

Ainsi que l'a jugé la 1^{ère} Chambre civile de la Cour de Cassation le 25 janvier 2017 (n°15-25210) :

"Vu les articles 6, paragraphe 1 de la Convention de sauvegarde des Droits de l'homme et des libertés fondamentales et 9 du Code de procédure civile, ensemble le principe de loyauté dans l'administration de la preuve,

Attendu que le droit à un procès équitable consacré par le premier de ces textes commande que la personne qui assiste l'huissier instrumentaire lors de l'établissement d'un procès-verbal de constat soit indépendante de la partie requérante.

Attendu que pour rejeter la demande d'annulation du procès-verbal de constat dressé le 11 août 2009 dans deux magasins à l enseigne H&M, l'arrêt retient que la circonstance que la personne assistant l'huissier de justice, qui a pénétré, seule, dans les deux magasins avant d'en ressortir avec les pantalons en jean litigieux, soit un avocat stagiaire au cabinet de l'avocat de la société G-STAR RAW, est indifférente, dès lors qu'il n'est argué d'aucun stratagème déloyal.

Qu'en statuant ainsi, la Cour d'appel, qui n'a pas tiré les conséquences légales de ses propres constatations, a violé les textes susvisés."

En l'occurrence, il est indiqué que le constat est établi à la demande de la société Feu Vert et qu'elle "souhaite que je constate le déroulement des demandes de devis qui seront effectuées par Monsieur Emmanuel Forget, responsable juridique de la requérante sur un poste informatique de mon étude" (PV page 1), ou encore que "A partir de ce moment, les opérations suivantes seront effectuées par Monsieur Emmanuel Forget" (PV page 7) (Pièce adverse n°16).

Il est par conséquent manifeste que le constat réalisé dans de telles conditions, à savoir avec l'assistance d'un salarié de la société Feu Vert, viole les principes rappelés ci-dessus et devra en conséquence être annulé.

L'ensemble de l'argumentation de Feu Vert sur ce point ne pourra donc qu'être rejetée.

- A titre subsidiaire, il sera observé que les relevés de prix effectués le 23 mars 2017 sont nécessairement différents de ceux auxquels il a été procédé du 4 au 11 janvier 2017 par Ipsos.

- Enfin, l'enquête a été réalisée sur du déclaratif dans des conditions réelles, c'est-à-dire correspondant à la situation d'un automobiliste appelant pour obtenir un devis.

Elle a été effectuée par Ipsos de manière identique auprès des centres Euromaster et des autres enseignes.

Il est possible dans ces conditions qu'une très légère marge d'erreur intervienne dans les prix recueillis sans que soient remis en cause ni le sérieux, ni les résultats globaux de l'étude.

5. Sur les exigences de l'article L.121-1 du Code de la consommation

Il a été rappelé qu'en application des dispositions des articles L.121-1 et suivants du Code de la consommation, transposition de la directive européenne de 2005, il convient que soit constatées à la fois sa non-conformité aux exigences de la diligence professionnelle et cumulativement l'altération substantielle du comportement économique des consommateurs.

5.1 Le respect des exigences de la diligence professionnelle

Les exigences de la diligence professionnelle correspondent aux pratiques habituelles des différents intervenants sur un marché donné.

Pour ce qui concerne les centres auto, les comparaisons du type de celles réalisées par Euromaster et critiquées par Feu Vert sont particulièrement fréquentes et les consommateurs y sont habitués.

- Feu Vert elle-même y procède habituellement.

Il apparaît ainsi qu'elle a lancé en avril 2015 une étude via l'Institut GFK pour appuyer son positionnement d'enseigne : "*Expert et Moins Cher*" (Pièce n°9)

Cette étude (sensiblement moins pertinente que celle d'Euromaster – 400 appels téléphoniques sur 10 véhicules seulement) a été commentée comme générant "*un écart constaté de 48€ en moyenne entre la révision expert Feu Vert et la révision des constructeurs au sein des réseaux audités*".

Cette étude a été relayée à la télévision dans des conditions particulièrement agressives puisque les clients des concurrents de Feu Vert recevaient littéralement un coup de bambou sur la tête en prenant connaissance de leur facture.

Les résultats de l'enquête proposée par FeuVert sur son site Internet étaient de même nature que ceux d'Euromaster, à savoir qu'ils présentaient une synthèse des résultats avec l'écart de prix entre l'ensemble des points de vente et ceux pratiqués par Feu Vert.

S'il y avait une page montrant les résultats par rapport aux autres enseignes, celles-ci étaient présentées comme "*Réseau A, Réseau G, Réseau C, Réseau D et Réseau E*", ce qui rendait impossible aux consommateurs d'apprécier de quel réseau il s'agissait.

- Il en allait de même pour une campagne diffusée par Feu Vert en 2010 (1.200 appels sur 12 véhicules de 6 réseaux de constructeurs) (Pièce n°10).

Le rapport d'étude faisait état uniquement de prix moyens constatés sans que puisse être appréhendée l'identité de l'un ou l'autre des constructeurs.

- De même, Midas a communiqué en 2016 sur une étude réalisée sur le thème "*La révision Midas, 25% moins chère en moyenne que chez votre constructeur*" dans laquelle des résultats étaient fournis en moyenne sous la forme d'un tableau contenant des prix concessionnaires et des prix Midas avec des écarts en prix et en pourcentages puis d'un tableau visant les écarts par enseigne avec la mention "*Marque 1, Marque 2...*", ce qui ne permettait aucune identification pour les consommateurs (Pièce n°11).

Il apparaît ainsi que Feu Vert est particulièrement mal fondée à reprocher la méthode retenue par Euromaster dont le Tribunal constatera qu'elle est conforme aux règles de la diligence professionnelle et aux pratiques de Feu Vert elle-même.

5.2 L'absence d'altération substantielle du comportement économique du consommateur

Il revient par ailleurs à Feu Vert d'établir que la publicité d'Euromaster altère ou est susceptible d'altérer de manière substantielle le comportement économique des consommateurs.

Il s'agit d'une exigence qui est rappelée de manière permanente par la jurisprudence.

La Cour de cassation a en effet censuré une Cour d'appel qui avait condamné la société Kelkoo pour pratique trompeuse pour avoir omis un certain nombre d'informations (identification comme un site publicitaire, mise à jour des prix, date de validité des offres, frais de port) dans la mesure où la Cour d'appel n'avait pas relevé une altération substantielle du comportement du consommateur (Cass. Com. 29 novembre 2011 n° de pourvoi : 10-27402) :

"Vu les articles L. 120-1 et L. 121-1 du code de la consommation (...) Attendu qu'en se déterminant ainsi, sans vérifier si ces omissions étaient susceptibles d'altérer de manière substantielle le comportement économique du consommateur, ce que la société Kelkoo contestait, la cour d'appel n'a pas donné de base légale à sa décision".

Cette solution a également été retenue par le Tribunal correctionnel de Nanterre statuant sur des poursuites diligentées à la demande de la DGCCRF sur le fondement de l'article L. 121-1 du code de la consommation (T. corr. Nanterre 6 janvier 2012 – Pièce n°12) :

"Il n'est pas établi par l'accusation que la pratique commerciale visée ait impliqué que la décision d'achat du produit par les consommateurs auxquels s'adresserait la publicité litigieuse ait été susceptible d'être altérée".

Elle l'a encore été très récemment par la Cour de cassation qui, pour censurer une cour d'appel qui avait condamné une société à retirer de la vente ses produits commercialisés sous la dénomination "savon tradition Alep" alors qu'ils étaient d'une tout autre origine, retient (Cass. Com. 1^{er} mars 2017 n° de pourvoi: 15-15448):

"Qu'en se déterminant ainsi, sans vérifier si les éléments qu'elle avait retenus altéraient ou étaient de nature à altérer de manière substantielle le comportement économique du consommateur, la cour d'appel n'a pas donné de base légale à sa décision"

Ainsi Feu Vert devrait démontrer :

- Qu'un nombre significatif des consommateurs a été trompé par le message publicitaire;
- Qu'un nombre significatif des consommateurs a pris sa décision d'achat au vu de cette publicité du fait de la tromperie évoquée;
- Qu'un nombre significatif des consommateurs aurait renoncé à cet achat s'il avait eu connaissance de l'ensemble desdits éléments.

Feu Vert ne fournit rigoureusement aucun élément à cet égard.

Le Tribunal ne peut évidemment se substituer à elle dans l'administration de sa preuve.

Pour cette raison encore, la demande sera rejetée.

6. L'absence de dommage imminent à prévenir

Feu Vert évoque enfin l'existence d'un dommage imminent qui justifierait la condamnation provisionnelle d'Euromaster à lui verser la somme de 20.000 €.

Il faut tout d'abord rappeler que l'octroi d'une provision ne peut être accordée que "dans les cas où l'existence de l'obligation n'est pas sérieusement contestable" et non en alléguant un prétendu dommage imminent.

Or, il a été largement démontré l'existence d'une contestation sérieuse.

De plus, on ne voit pas en quoi en l'espèce l'existence d'un dommage imminent se différencierait du trouble manifestement illicite dont FeuVert demande la cessation.

Le dommage imminent consiste dans un "*dommage qui n'est pas encore réalisé, mais qui se produira sûrement si la situation présente doit se perpétuer*" (H. Solus et R. Perrot n° 1289).

Il ne suffit donc pas d'établir l'existence d'un dommage mais il convient d'établir une illicéité qui doit être suffisamment patente pour relever, là encore, de l'office du juge des référés.

Par ailleurs, il ne relève du pouvoir du juge des référés que de "*prévenir*" un dommage imminent qui doit être établi avec certitude.

En en l'espèce, la communication d'Euromaster est en cours et il n'y a donc aucun dommage à prévenir, rien ne permettant d'indiquer au Tribunal qu'Euromaster devrait lancer une nouvelle campagne ou prévoir d'autres développements de celle qui est en cours.

Ainsi, la jurisprudence retient que "*Considérant que par contre l'interdiction de reproduire les clichés litigieux à l'avenir n'apparaît pas ressortir des pouvoirs du juge des référés; qu'en effet, tant le trouble manifestement illicite que le dommage imminent qui justifie son intervention n'existent pas en l'état, la nouvelle publication invoquée n'étant qu'éventuelle et hypothétique en l'absence d'éléments laissant présumer que la société Hachette Filipacchi & Associés aurait l'intention d'en faire l'usage à nouveau*" (CA Versailles, 14^{ème} Chambre, 3 mai 2006, RG n°05/07241).

Pour tenter de justifier l'existence d'un dommage imminent FeuVert évoque la diffusion par Euromaster d'un communiqué de presse le 30 mars 2017 qui, selon ses termes "*risque d'être de plus en plus relayé dans la presse*".

Outre le fait que le simple "risque" ne saurait caractériser le dommage imminent qui doit se réaliser de manière certaine, la reprise ou non du communiqué de presse par la presse n'est pas de la responsabilité d'Euromaster.

**

Il est donc demandé à Monsieur le Président de constater que la campagne mise en œuvre par Euromaster est parfaitement conforme à la réglementation et que dans tous les cas, il n'existe aucun trouble manifestement illicite et aucun dommage imminent justifiant les mesures sollicitées par Feu Vert, qu'il s'agisse de l'interdiction de la campagne ou de l'allocation de dommages et intérêts, la demande sur ce point se heurtant à l'évidence à l'existence d'une contestation sérieuse pour l'ensemble des raisons développées ci-dessus.

PAR CES MOTIFS

Vu l'article 873 du code de procédure civile,

Vu les articles L. 121-1 et L. 122-1 du code de la consommation,

- **CONSTATER** l'absence de caractère trompeur de la publicité "*Révision au meilleur prix – Euromaster reconnue enseigne la moins chère de France en moyenne*",
- **CONSTATER** qu'aucune pratique commerciale déloyale n'est caractérisée,
- **CONSTATER** qu'aucune publicité comparative illicite n'est caractérisée,
- **DIRE** n'y avoir lieu à référé,
- **DEBOUTER** Feu Vert de l'ensemble de ses demandes,
- **CONDAMNER** Feu Vert à payer à Euromaster la somme de 20.000 € sur le fondement de l'article 700 du Code de procédure civile,

SOUS TOUTES RESERVES

Liste des pièces :

- 1- CA Rennes, chambre 1B, 22 avril 2011, n°282 10/01970
- 2- CA Paris, 14^e Ch. A, 2 juillet 1997, n° 97/12438
- 3- CA Paris 4 novembre 2005 n°05/05926
- 4- TCom Nanterre, Ord. 5 mars 2013, n°2013R00194
- 5- TCom Nanterre, Ord. 14 mars 2013, n°2013R00196
- 6- TCom Paris 23 juin 2006
- 7- Certification Ipsos
- 8- Enquête réalisée par le magazine Auto Plus dans son édition datée du 24 mars 2017 "*Révision et entretien en centre-auto*"
- 9- Communiqué de presse Feu Vert du 26 mai 2015 + Programme appels mystère Feu Vert – Révisions avril 2015



10- Rapport d'étude révision Feu Vert décembre 2010

11- Extrait du site www.midas.fr + Benchmark constructeurs Révision – 2016

12- T. corr. Nanterre 6 janvier 2012

13- CA Caen 26 septembre 2013