



La concurrence déloyale

Dr. Aïssa MOUHOUBI

Ce qu'on verra

1. Définition de la concurrence déloyale
2. Condition de la concurrence déloyale
3. Méthodes de la concurrence déloyale
4. Conséquences de la concurrence déloyale

Définition de la concurrence déloyale

La concurrence déloyale se définit comme un ensemble de techniques ou pratiques commerciales abusives utilisées par une entreprise et qui nuisent à la concurrence.

Conditions de la concurrence déloyale

Pour parler de concurrence déloyale, trois conditions cumulatives doivent être réunies.

1. Un préjudice
2. Une faute
3. Un lien de causalité

Une faute

La faute est souvent un acte intentionnel qui vise à nuire à une entreprise concurrente. Le caractère intentionnel n'est pas une obligation. Un acte non intentionnel peut constituer un acte de concurrence déloyale.

Exemple : Un acte contraire à une loi ou à un règlement peut par exemple être considéré comme un acte de concurrence déloyale.

Un préjudice

L'existence d'une faute doit s'ajouter à celle d'un préjudice. La faute ne causant pas de préjudice ne peut pas être considérée comme de la concurrence déloyale.

Exemple : Une perte excessive de clients ou un débauchage anormal de salariés peut être considéré comme un préjudice certain.

Un lien de causalité

Pour qu'un acte soit déloyal, il doit exister un lien de cause à effet entre la faute commise et le préjudice subi. La faute doit être à l'origine du préjudice subi. Si aucun lien de causalité ne peut être établi, la concurrence déloyale ne sera pas caractérisée.

Méthodes de la concurrence déloyale

Parmi toutes les techniques et pratiques commerciales abusives existantes, on peut en retenir quatre principales, qui sont le plus souvent utilisées.

1. L'imitation
2. Le parasitisme
3. Le dénigrement
4. La désorganisation

L'imitation

L'imitation est le fait d'utiliser les mêmes signes distinctifs qu'une entreprise concurrente. Cette technique est déloyale lorsqu'elle crée une confusion entre les entreprises dans l'esprit du consommateur.

Exemple : dénomination sociale, *sigle*, *logo*.

L'imitation



L'imitation



Le parasitisme

Cette technique commerciale, plus subtile, consiste à profiter des efforts d'un concurrent sans y participer. C'est un comportement global et non un acte isolé ou particulier.

Exemple : Un concurrent tire profit de la notoriété d'un produit déjà connu du public et fabriqué par un concurrent (capsule Nespresso).

Le parasitisme



Le parasitisme



Le dénigrement

Le dénigrement consiste à critiquer ouvertement et publiquement les produits d'une entreprise concurrente. La critique peut aussi porter sur son travail ou ses méthodes. Il faut cependant que la critique identifie clairement l'entreprise visée. Le caractère public de la critique est primordial : sans lui, le dénigrement ne peut pas être caractérisé.

Le dénigrement



Le dénigrement



La désorganisation

Cette forme de concurrence déloyale peut revêtir plusieurs formes. Dans la majorité des cas, il s'agit de débauchage massif et abusif de salariés.

Exemple : révélation de secrets de l'entreprise (*secrets de fabrication, secrets liés à son organisation par exemple*).

La désorganisation

Vol de fichiers-clients



La désorganisation

Vol de plans industriels



Conséquences de la concurrence déloyale

- Découragement des initiatives innovantes.
- Perte des parts du marché.
- Eviction d'entreprises compétentes.

Et alors ?

- Se protéger par des brevets.
- Acquérir des progiciels et des ERP centralisant les données.
- Se protéger par des clauses de confidentialités vis-à-vis des employés.