

- g) N° 155/24
(Télécommunication – Publicité avec «Internet en Europe» et usage d'un drapeau «européen»)

La Deuxième Chambre,

considérant ce qui suit:

- 1 La partie plaignante considère comme déloyale une publicité pour une offre d'Internet mobile. Dans la description du produit, un insigne similaire au drapeau européen serait représenté. Selon elle, on s'attend à ce que ce paquet de prestations couvre tous les pays européens. Mais ce n'est pas le cas pour la Slovénie et la Croatie.
- 2 La partie défenderesse demande le rejet de la plainte. Elle estime que ce n'est pas le drapeau de l'UE qui a été utilisé, mais seulement un symbole similaire à ce dernier. En outre, selon elle, un bouton d'information se trouve directement à côté de ce symbole, et ce bouton permet en un clic de voir tous les pays contenus dans le paquet de prestations. Ces informations seraient clairement caractérisées sur le site web et seraient facilement accessibles. Dès lors, il serait immédiatement évident que la Croatie et la Slovénie n'y figurent pas. De plus, la description du produit fournirait des explications détaillées sur le paquet de prestations. La partie défenderesse dit comprendre que l'utilisation d'un symbole qui serait similaire à un drapeau de l'UE peut prêter à des malentendus, raison pour laquelle elle aurait remplacé ce symbole par un avion. En outre, elle aurait aussi modifié la désignation du paquet de prestations.
- 3 Conformément à la Règle n° B.2 de la Commission Suisse pour la Loyauté, la communication commerciale est déloyale et illicite lorsqu'une entreprise se présente de manière plus avantageuse que ses concurrentes par le biais d'une communication d'indications inexactes ou fallacieuses. En particulier, les présentations, les assertions et les indications sur les produits qu'elle propose (p. ex. indications sur le contenu, la capacité de performance, etc.) doivent être vraies et claires. C'est ce qu'exige également l'art. 3, al. 1, let. b de la loi contre la concurrence déloyale (LCD). Pour savoir si l'on est en présence d'une tromperie déloyale ou d'une induction en erreur, il faut se fonder sur l'impression générale d'un moyen publicitaire selon la compréhension du destinataire moyen auquel on s'adresse (voir Règle n° A.1, ch. 3 de la Commission Suisse pour la Loyauté).
- 4 Pour le destinataire moyen auquel s'adresse la publicité, la mention «En Europe» en combinaison avec un symbole qui est manifestement similaire au drapeau de l'UE suscite la fausse impression selon laquelle l'offre serait valable dans tous les pays membres de l'UE. Le bouton d'information ne saurait changer ce qui précède. Il ne ressort d'aucune manière de la publicité qu'il pourrait exister des restrictions géographiques au sein de l'Europe.
- 5 Avec sa prise de position selon laquelle une utilisation d'un symbole qui est similaire au drapeau de l'UE peut donner lieu à des malentendus et qu'elle a pris les mesures nécessaires pour instaurer la clarté, la partie défenderesse se soumet à la plainte. Partant, il y a lieu d'approuver la plainte.

rend la décision suivante:

La plainte est approuvée. Il est recommandé à la partie défenderesse de ne plus utiliser la communication commerciale incriminée.

