

## Chronique Péchenard & associés

Département Droit de la communication

28 novembre 2011



**Eric Andrieu**, Associé au cabinet Péchenard & Associés

**A propos de Péchenard & associés :**

Créé il y a plus de 50 ans par Christian Péchenard, le cabinet d'avocats Péchenard & associés s'est développé autour de quatre départements : communication, entreprise, social, famille & patrimoine. Certifié ISO 9002 depuis 1994 et ISO 9001 depuis 2003, Péchenard & associés compte désormais 6 associés entourés de 17 collaborateurs.

### **Les sites d'annonces hôtelières dans la ligne de mire des hôteliers...**

Condamnation de TripAdvisor, Expedia et Hotels.com pour pratiques commerciales trompeuses

Le 4 octobre 2011, le tribunal de commerce de Paris a condamné le groupe américain Expedia à payer plus de 400.000 euros au Syndicat National des Hôteliers (Synhorcat) ainsi qu'à deux hôtels français en indemnisation de pratiques déloyales et trompeuses envers les hôteliers.

Troisième domaine d'activité de l'e-commerce, l'e-tourisme constitue un poids lourd de l'économie en ligne et ce malgré la conjoncture internationale qui a affecté le secteur du tourisme. C'est pourquoi, cette décision a matière à montrer l'exemple et à insister sur le fait qu'Internet ne permet pas tous les excès. Rappel des faits...

Le Syndicat National des Hôteliers (Synhorcat), ainsi que deux hôtels ont considéré que certains des éléments de présentation des hôtels sur les sites du groupe Expedia (Expedia, TripAdvisor et Hotels.com) étaient trompeurs et de nature à leur porter préjudice.

Le Ministre de l'Economie est intervenu à la procédure au soutien des demandeurs.

Par jugement du 4 octobre 2011, le Tribunal de commerce de Paris a sanctionné ces différentes pratiques pour les raisons suivantes :

**1. "Aucune chambre n'est disponible aux dates sélectionnées" ou "L'hôtel X n'est pas disponible aux dates que vous avez choisies"**

Les sociétés défenderesses soutenaient que les indications telles que "Aucune chambre n'est disponible aux dates sélectionnées" ne visaient que la disponibilité des chambres sur le site concerné.

Le Tribunal, a constaté que ces sociétés ne justifiaient pas que les internautes seraient suffisamment au fait des systèmes de réservation internationaux pour comprendre la portée de cette affirmation.

Il estime au contraire que *"l'internaute, confiant dans le caractère universel et "temps réel" de l'Internet considère [qu'une telle phrase] indique que l'hôtel est effectivement plein à ces dates, ce qui est d'ailleurs plausible"*.

Il en déduit qu'il s'agit d'une violation de l'article L.121-1 du Code de la consommation selon lequel : *"Une pratique commerciale est trompeuse [...] lorsqu'elle repose sur des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur et portant sur l'un ou plusieurs des éléments suivants : l'existence, la disponibilité ou la nature du bien ou du service..."*.

D'autre part, le Tribunal constate que, pendant la procédure, les sociétés défenderesses ont modifié leur présentation pour faire apparaître que la disponibilité est liée au système de réservation du site, ce qu'il estime cette fois conforme aux règles du Code de la consommation.

## **2. La référence à des "tarifs ultra négociés" pour mettre en avant des offres promotionnelles**

La référence à des "tarifs ultra négociés" qui, dans la plupart des cas, sont inexistant, est également sanctionnée puisque l'article L.121-1 du Code de la consommation interdit aussi les indications fausses sur le prix et son caractère promotionnel.

Là encore, l'argumentation des défenderesses, selon laquelle les internautes sauraient faire la part des choses face à de telles affirmations, n'est pas acceptée par le Tribunal.

Pour l'ensemble de ces infractions, le Tribunal condamne les sociétés défenderesses à modifier les éléments sanctionnés sous astreinte de 1.000 € par jour de retard. Il les condamne également à payer aux différents plaignants une somme globale de l'ordre de 400.000 €.

Cette décision permet de rappeler que le fait d'utiliser Internet ne permet pas tous les excès en matière de communication.

Les règles régissant les pratiques commerciales déloyales, et notamment trompeuses, y sont évidemment applicables. Et aussi, il ne suffit pas d'évoquer de manière générale une prétendue compréhension des internautes pour justifier des affirmations objectivement inexactes.

Cette décision est au demeurant conforme à la jurisprudence traditionnelle dans ce domaine qui n'est pas remise en cause par les nouvelles dispositions légales résultant de la transposition de la Directive Européenne de 2009 sur les pratiques commerciales déloyales.

**Eric Andrieu**, avocat associé au cabinet Péchenard et Associés

---

### **Relations presse**

**Agence FARGO**

Yaëlle Besnainou

Tél.: 01 44 82 95 47 / Email: [ybesnainou@agencefargo.com](mailto:ybesnainou@agencefargo.com)