COMMUNIQUÉ DE PRESSE

12 mai 2020

Lidl condamné par la Cour d'appel de Paris pour publicité comparative illicite

Le distributeur Lidl avait lancé, en avril 2016, une importante campagne de publicité multimédia (TV, radio, affichage, presse) accompagnée d'un investissement média massif.

Cette campagne s'inscrivait dans une redéfinition de la stratégie de l'enseigne, caractérisée par une volonté de changement de son image de hard discounter vers un repositionnement plus proche des enseignes classiques.

Cette stratégie consistait notamment à positionner ses produits à marque propre comme une alternative aux produits des grandes marques, tout en maintenant une communication basée sur les prix bas.

La campagne publicitaire s'appuyait sur des écrans télévisés et des messages radio présentant des tests consommateurs au cours desquels les acteurs, après une pseudo-dégustation des produits, déclaraient « j'aime », tant la marque du distributeur que la grande marque, sans aucun critère objectif de comparaison (deux « j'aime », mais pas au même prix).

Au total, Lidl présentait ainsi vingt-cinq de ses produits comme identiques à ceux de vingt-cinq grandes marques de fabricants, la plupart adhérents de Prodimarques.

Prodimarques, association désormais fusionnée avec l'Ilec, avait estimé que cette campagne était trompeuse pour le consommateur et avait assigné Lidl en juin 2016 au tribunal de commerce pour publicité comparative illicite.

Dans son arrêt du 31 janvier 2020, la Cour d'appel de Paris a condamné Lidl pour publicité comparative illicite.

Les juges ont estimé que le critère de l'objectivité de la comparaison n'avait pas été respecté, Lidl opérant une comparaison des qualités gustatives des produits respectifs, ce qui par définition revêt un caractère subjectif (« le goût est par nature personnel et variable selon les habitudes alimentaires et la sensibilité de chacun »).

La Cour d'appel a condamné Lidl à 1 euro symbolique, ce qui correspondait à la demande de Prodimarques d'une décision de principe.

À propos de l'Ilec

L'Ilec (Institut de liaisons des entreprises de consommation) regroupe quatre-vingts entreprises fabriquant des produits de marque de grande consommation, de notoriété nationale et internationale, alimentaires et non alimentaires. Les entreprises de l'Ilec pèsent près de 37 Mds d'euros (la moitié du CA des PGC en GMS), dont plus de 18 Mds dans les filières agricoles françaises. L'activité du millier d'établissements français des adhérents de l'Ilec, sites de production, de logistique ou tertiaires, représente 400 000 emplois directs, indirects et induits.

Contacts Presse Ilec – Agence Pressario

Gypsie Bloch** – gypsie@pressario.fr - **06 23 75 21 67

Hortense Grégoire** – hortense.gregoire@pressario.fr – **01 46 24 19 80