

TRIBUNAL DE L'ENTREPRISE DE LIÈGE 17 NOVEMBRE 2020

PRATIQUES DU MARCHÉ

Pratiques interdites – Pratiques du marché déloyales à l'égard d'autres que les consommateurs – Pratiques commerciales trompeuses – Pratiques commerciales agressives

Un médecin enfreint la prohibition de pratiques trompeuses entre entreprises en envoyant une lettre à une collègue médecin, dans l'intention de la convaincre de ne plus prescrire un certain test médical. En outre, une telle lettre est une publicité comparative interdite. Le médecin commet aussi un acte de dénigrement, de sorte que l'article VI.104 du CDE est également violé.

MARKTPRAKTIJKEN

Verboden praktijken – Oneerlijke marktpraktijken jegens anderen dan consumenten – Misleidende marktpraktijken – Slechtmaking – Vergelijkende reclame

Een arts die een brief verzendt aan een collega-dokter, met de bedoeling om haar te overtuigen een bepaalde medische test niet meer voor te schrijven schendt het verbod van misleidende reclame. Een dergelijke brief geldt ook als verboden vergelijkende reclame. Daarnaast maakt de dokter zich op die manier schuldig aan slechtmaking, zodat ook artikel VI.104 WER is geschonden.

Dr. N. / Dr. P.

Siège: N. Bonhomme-Iouc (juge f.f. de présidente)

(...)

1. Données de la cause

a) Les parties

1. Le docteur N. est médecin gynécologue obstétricienne. Elle est responsable du service de procréation médicalement assistée (PMA) de l'hôpital Pierre Rouques Les Bluets, situé à Paris.

Le docteur N. est originaire de X. Aucun service PMA n'existant sur cette île, elle a développé à partir de 2017 un service de télémedecine dans ce domaine, via une prise en charge par le service qu'elle dirige à Paris. Elle a créé dans ce cadre un fonds de dotation appelé Y. Ce service de télémedecine a été approuvé par le Conseil territorial de X.

Le docteur N. a développé un test de réceptivité immunitaire utérine, dont l'objectif est d'identifier un potentiel déséquilibre utérin, pouvant expliquer des échecs d'implantation embryonnaire dans le cadre d'une PMA.

Ces tests sont développés et commercialisés par la société MI, qui a été constituée en 2011 par le docteur N.

MI est située au sein de l'hôpital Cochin à Paris et est encadrée par Paris Biotech Santé, qui est un incubateur d'entreprises innovantes spécialisées dans le développement de médicaments, de dispositifs médicaux et de services innovants au bénéfice des patients.

Le docteur N. a collaboré avec les équipes de gynécologie obstétrique du CHR de la Citadelle à Liège de 2004 à 2008. A partir de 2008, et jusqu'en 2010, elle a été professeure invitée par la Faculté de Médecine de l'Université de Liège.

Pour la commercialisation des tests développés par le docteur N., tant cette dernière que MI collaborent avec un grand

nombre d'hôpitaux, tant en France qu'en Belgique. Parmi ces hôpitaux figure le CHC Mont Léglia (et précédemment la Clinique C.).

2. Le docteur P. est médecin gynécologue, spécialisé en PMA. Jusqu'en 2006, il a dirigé le service PMA de la Clinique C.

En 2006, il a démissionné de ses fonctions au sein de la Clinique et est parti s'installer à l'étranger.

A son retour en Belgique en 2016, il a ouvert un cabinet privé mais n'a pas réintégré le service PMA de la Clinique. Il est par contre redevenu membre du Comité d'éthique médicale de cet hôpital.

Le docteur P. est toujours spécialisé en PMA. Dans ce cadre, il lui arrive de collaborer avec le service PMA du Mont Léglia, à qui il adresse certaines patientes, notamment pour la réalisation de tests lorsqu'une PMA est envisagée.

Il a développé un site internet, sur lequel il publie des fiches informatives à destination de ses patients.

L'une de ces fiches est consacrée aux causes d'infertilité tant masculine que féminine. Concernant la détermination des causes d'infertilité, la fiche d'information publiée sur le site internet du docteur P. promeut notamment le test post-coïtal de Hühner. Selon les demandereses, il s'agirait d'un test concurrent à celui qu'elles développent, ce que conteste le docteur P.

b) Les courriers de 2017

Le 15 août 2017, le docteur P. envoie un premier courrier au docteur S., membre du service PMA de la Clinique C.

Les docteurs P. et S. ont collaboré au sein de ce même service jusqu'au départ du docteur P. en 2006.

Ce courrier – comme les autres qui ont suivi – est envoyé au docteur S. à son adresse professionnelle au sein de la Clinique et mentionne le service PMA comme en-tête du destinataire.

Le docteur P. enverra deux autres courriers au docteur S. les 18 août et 29 septembre 2017.

Dans ces 3 courriers, le docteur P. va émettre des réserves quant à l'aspect éthique, scientifique et méthodologique des tests immunologiques de réceptivité endométriale pratiqués par la société MI dont la responsable est N.

Le docteur P. remettait également en cause le fonctionnement du fonds Y., qui permettrait, selon lui, au docteur N. de profiter de voyages et de séjours réguliers à X., ainsi que de réaliser une opération financière extrêmement fructueuse.

Le défendeur critiquait encore l'obtention de brevets par le docteur N., qui serait à la limite de l'éthique scientifique. Il affirmait également qu'en ne recourant pas aux tests développés par le docteur N., les patientes pourraient réaliser une économie de 450 .

Ces courriers ont été transmis par le docteur S. au service PMA de la Clinique C., qui a décidé de les communiquer au docteur N.

En effet, ce service collabore régulièrement avec les demandereses pour l'offre de tests d'immunité utérine.

Le conseil des demanderesses a mis en demeure le docteur P., par un courrier du 11 octobre 2017, de cesser d'envoyer des communications mettant en cause tant le docteur N. que MI.

Le docteur P. n'a réservé aucune suite à cette mise en demeure.

c) Le courrier du 20 novembre 2019

Le 20 novembre 2019, le docteur P. adresse au docteur S. un nouveau courrier ainsi rédigé:

Chère consœur,

Comme tu le sais probablement, l'aspect éthique de proposer aux patientes le test de réceptivité utérine proposé par le laboratoire Matricielabinnove du docteur N. avait déjà été publiquement mis en cause lors de son exposé du 22 mars 2019 au 31^e congrès de la BSRM, étant donné son manque de support scientifique. Ce manque de support scientifique des tests immunitaires de réceptivité endométriale avait ensuite été brillamment démontré lors de l'exposé de Samuel Dos Antos Ribeira à ce même congrès (« Immune modulation for implantation: formula for success or faulty premise? »).

Un article de *Fertility and Sterility* paru ce 15 novembre (« The ETHICS and regulation of in vitro fertility add-ons – Do 'à la carte' menus serve infertility patients? ») insiste une

nouvelle fois sur l'aspect éthique de ces pratiques non étayées par des preuves scientifiques suffisantes et plaide pour une régulation de celle-ci. (...)

Il est constant que ni le texte de l'exposé de monsieur Ribeira ni l'article dont question n'étaient joints à ce courrier.

2. Discussion

(...)

c) L'existence d'une publicité comparative interdite

MI et le docteur N. avancent que le courrier du 20 novembre 2019 est une publicité comparative illicite et partant interdite, conformément à l'article VI.17 CDE.

Elles expliquent que le test produit par MI est concurrent du test de Hühner, que le docteur P. promeut sur son site internet. Elles estiment encore que le docteur P. et le docteur N. sont des concurrents.

Le docteur P. conteste à la fois que son courrier puisse être qualifié de publicité, et qu'il existe un rapport de concurrence entre le test de Hühner et le test produit par MI, ou encore entre lui-même et le docteur N.

(...)

En droit belge, la publicité est définie comme étant toute communication ayant comme but direct ou indirect de promouvoir la vente de produits indépendamment des moyens de communication mis en œuvre.

La publicité comparative est celle qui, explicitement ou implicitement, identifie un concurrent ou des biens ou services offerts par un concurrent.

Il ressort de ces définitions que la forme dans laquelle la communication est faite importe peu. Dès lors, un simple courrier, même adressé à une seule personne, peut constituer une publicité, à condition qu'il vise à promouvoir directement ou indirectement la vente de produits ou de services (Liège, 11 février 1999, *J.T.*, 1999, p. 370).

Il n'est pas non plus nécessaire que la publicité s'adresse à des clients potentiels. L'envoi à un fournisseur potentiel est également visé, comme ayant pour objectif de promouvoir de manière indirecte la vente de biens ou de services.

S'agissant de notions issues du droit européen, il est nécessaire d'avoir égard à la jurisprudence de la Cour de justice. Ainsi, cette dernière a notamment considéré dans le domaine médical que:

(...) la diffusion par un tiers d'informations relatives à un médicament, notamment à ses propriétés curatives ou préventives, peut être considérée comme de la publicité au sens de cet article même lorsque ce tiers agit de sa propre initiative et de manière totalement indépendante, en droit comme en fait, du fabricant ou du vendeur d'un tel médicament.

(arrêt du 2 avril 2009, C-421/07, *Procédure pénale* / *Frede Damgaard*, ECLI:EU:C:2009:222, *Rec.*, p. I-2629, pt. 29).

Cet arrêt porte sur l'interprétation de l'article 86 de la directive n° 2001/83 du Parlement européen et du Conseil du 6 novembre 2001 instituant un Code communautaire relatif aux médicaments à usage humain (*J.O.*, L. 311, p. 67), telle que modifiée par la directive n° 2004/27/CE du Parlement européen et du Conseil du 31 mars 2004 (*J.O.*, L. 136, p. 34), qui prévoit :

« 1. Aux fins du présent titre, on entend par 'publicité pour des médicaments' toute forme de démarchage d'information, de prospection ou d'incitation qui vise à promouvoir la prescription, la délivrance, la vente ou la consommation de médicaments; elle comprend en particulier :

– (...)

– la publicité pour les médicaments auprès des personnes habilitées à les prescrire ou à les délivrer, (...) »

Il découle de ce qui précède qu'en adressant le courrier précité au docteur S., en sa qualité de membre du service PMA, le docteur P. lui a envoyé une publicité dont l'objet est de promouvoir indirectement la prescription par ce service de tests autres que ceux offerts par les demandereses.

S'agit-il d'une publicité comparative?

Cette notion a été définie par la Cour de justice de l'Union européenne dans son arrêt du 19 avril 2007 (C-381/05, *De Landtsheer Emmanuel SA / Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne et Veuve Clicquot Ponsardin SA*, ECLI:EU:C:2007:230, *Rec.*, p. I-3115). Il ressort de cet arrêt que :

– la notion de publicité comparative prévue à la directive n° 97/55/CE doit recevoir une définition large, permettant de couvrir toutes les formes de publicité comparative, de sorte qu'il suffit qu'il existe une communication faisant, même implicitement, référence à un concurrent ou aux biens ou aux services qu'il offre pour qu'il y ait publicité comparative (pt. 16);

– l'élément requis en vue de la constatation du caractère comparatif d'une annonce publicitaire est ainsi l'identification, explicite ou implicite, d'un concurrent de l'annonceur ou des biens ou des services qu'il offre (pt. 17);

– un tel message est susceptible de relever de la publicité comparative pour autant qu'un concurrent ou les biens ou les services qu'il offre puissent y être identifiés comme étant concrètement visés par ladite publicité, fût-ce implicitement (pt. 19);

– la qualité d'« entreprises concurrentes » repose, par définition, sur le caractère substituable des biens ou des services que ces entreprises offrent sur le marché (pt. 28);

– l'article 3bis, 1., sous b), de la directive pose comme condition de la licéité de la publicité comparative la compari-

son des biens ou des services répondant aux mêmes besoins ou ayant le même objectif.

Ainsi que la Cour l'a déjà jugé, le fait que des produits sont, dans une certaine mesure, de nature à satisfaire des besoins identiques permet de conclure à un certain degré de substitution entre eux (arrêts du 27 février 1980, n° 70/78, *Commission / Royaume-Uni*, *Rec.*, p. 417, pt. 14 et du 9 juillet 1987, n° 356/85, *Commission / Belgique*, *Rec.*, p. 3299, pt. 10; arrêt *De Landtsheer*, pt. 30).

Nous partageons ces considérations.

Dès lors, le critère à prendre en compte pour déterminer s'il existe une publicité comparative est le fait qu'une communication fait référence, même implicitement, soit à un concurrent soit à ses biens ou services.

Tel est bien le cas en l'espèce: les courriers du docteur P. identifient à la fois MI et le docteur N., ainsi que les tests qu'elles offrent.

Le docteur P. conteste que le docteur N. et/ou MI puissent être qualifiées de concurrentes en l'espèce.

En ce qui concerne le docteur N., il suffit de constater qu'elle exerce la même profession que le docteur P. Ces deux médecins sont en outre spécialisés en PMA, de sorte qu'ils offrent du point de vue des patients des services substituables.

En matière de publicité comparative, il n'est nullement exigé de déterminer quel serait le marché en cause, de sorte que le critère territorial auquel fait référence le docteur P. est inopérant.

MI produit et commercialise des tests de réceptivité utérine, prescrits dans le cadre d'une PMA. Ces tests sont dès lors concurrents dans une certaine mesure des tests de Hühner, vantés par le docteur P., du point de vue des patients.

Le fait que ces tests puissent être prescrits de manière complémentaire ou qu'ils permettent éventuellement de mesurer des paramètres différents n'est pas pertinent, si pour les patients ils présentent un certain degré de substituabilité.

Contrairement aux affirmations du docteur P., il promeut la prescription du test de Hühner sur son site internet, puisque sur les fiches informatives qu'il publie, il recommande la prescription de ce test, dont il regrette qu'il soit peu pratiqué malgré son efficacité alléguée.

Le fait d'adresser les courriers litigieux à un membre du service de PMA du Mont Légia, service important en région liégeoise pour les PMA, participe également à promouvoir le plus possible la prescription de tests, autres que ceux offerts par les demandereses, par ce service.

Il découle de ce qui précède que les courriers litigieux constituent une publicité comparative, dont la licéité est soumise au respect des conditions cumulatives prévues à l'article VI.17 du CDE.

L'article VI.17 du CDE fixe les conditions auxquelles une publicité comparative doit répondre pour être licite et partant autorisée: (...)

Ces conditions sont cumulatives et doivent être toutes remplies pour qu'une publicité comparative puisse être considérée comme licite (arrêt de la Cour du 8 février 2017, C-562/15, *Carrefour Hypermarchés SAS / ITM Alimentaire International SASU*, ECLI:EU:C:2017:95, pt. 23).

Une publicité est trompeuse par omission lorsqu'elle omet une information substantielle dont le consommateur moyen a besoin, compte tenu du contexte, pour prendre une décision commerciale en connaissance de cause, ou qui dissimule une telle information ou la fournit de façon peu claire, inintelligible, ambiguë ou à contretemps, et qui, par conséquent, peut amener le consommateur moyen à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement (arrêt de la Cour du 8 février 2017, C-562/15, *Carrefour Hypermarchés SAS / ITM Alimentaire International SASU*, ECLI:EU:C:2017:95, pt. 29).

En l'espèce, le courrier du 20 novembre 2019 ne procède à aucune comparaison des tests pouvant être prescrits dans le cadre d'une PMA.

Il fait référence à un article publié dans une revue spécialisée, ainsi qu'à un exposé oral présenté au cours d'une conférence. Cependant, aucun de ces deux documents n'est annexé audit courrier, pas plus qu'ils ne sont déposés dans le cadre de la présente procédure.

Le docteur P. n'explique pas non plus en quoi les deux articles en questions remettraient en cause le bien-fondé scientifique et éthique du test offert par les demanderesse.

Selon ces dernières, l'article publié dans la revue *Fertility and Sterility* ne parlerait même pas de leur test, ce que le docteur P. ne conteste pas.

Pourtant, dans la mesure où il fait référence à cet article dans le deuxième paragraphe de son courrier, en laissant entendre qu'il confirme ses doutes, antérieurement exprimés, quant aux justifications scientifiques et éthiques du test développé par le docteur N., il laisse entendre que ledit article confirme sa position ... ce qui n'est de toute évidence pas le cas.

En agissant de la sorte, le docteur P. procède à une comparaison trompeuse et dénigrante entre les tests offerts par les demanderesse et les autres tests disponibles, tels le test de Hühner, dont il promeut la prescription sur son site internet.

Il omet également de faire la moindre référence aux articles, également publiés dans des revues scientifiques spécialisées, qui vantent la qualité des tests offerts par les demanderesse et les travaux de recherche effectués par le docteur N.

En outre, ce courrier s'ajoute aux précédents, envoyés en 2017, qui déjà à l'époque jetaient le discrédit sur les travaux des demanderesse.

Il faut encore souligner que le courrier querellé ne procède à aucune comparaison objective des caractéristiques essentielles des tests proposés par les demanderesse par rapport à d'autres offerts par des tiers.

Il découle de l'ensemble de ce qui précède que le courrier du 20 novembre 2019 – pas plus que les précédents envoyés en 2017 – ne respecte pas les conditions légales posées par l'article VI.17 du CDE pour reconnaître le caractère licite de la publicité comparative à laquelle le docteur P. procède.

Pareille publicité comparative est par conséquent illicite et partant interdite.

d) L'existence d'une pratique du marché trompeuse

MI et le docteur N. estiment que le courrier du 20 novembre 2019 constitue une pratique du marché trompeuse, interdite par les articles VI.105 et VI.105/1 du CDE.

Ces dispositions interdisent toute pratique commerciale trompeuse, soit par affirmation soit par omission, qui amène ou est susceptible d'amener [une entreprise] à prendre une décision relative à une transaction qu'elle n'aurait pas prise autrement.

En l'espèce, les parties sont des entreprises visées par les dispositions du Livre VI du CDE. Ainsi que cela a été relevé ci-dessus, il y a lieu de retenir un rapport de concurrence entre elles.

Le courrier du docteur P. est envoyé à un membre du service PMA de la Clinique Saint Vincent en vue de l'amener à ne plus prescrire les tests offerts par les demanderesse, en remettant en cause, de manière trompeuse et dénigrante, leur fiabilité tant sur le plan scientifique qu'éthique.

Comme nous l'avons jugé ci-dessus, ledit courrier ne procède pas à une présentation objective des qualités essentielles desdits tests. Il ne fournit pas non plus une analyse scientifique de ces tests.

Au contraire, il contient une appréciation subjective et personnelle émise par le docteur P. qui semble se fonder sur deux articles scientifiques, sans toutefois les joindre à son courrier.

Or, les demanderesse expliquent que l'article publié dans la revue *Fertility and Sterility* ne parle nullement de leur test. Ce point n'est pas contesté par le docteur P.

Dès lors, la présentation faite par le docteur P. dans le courrier du 20 novembre 2019 de cet article, en lien avec les propos qu'il tient au premier paragraphe de ce courrier, est trompeuse puisqu'elle donne l'impression au lecteur que l'article en cause corrobore les doutes émis par le docteur P., ce qui n'est pas le cas.

Il faut également considérer que ce courrier est dénigrant en ce qu'il constitue une suite aux courriers envoyés par le doc-

teur P. en 2017 et qui contenaient des propos dénigrants à l'égard tant du docteur N. que de MI.

Enfin, le courrier en question dissimule une information essentielle, à savoir que l'article auquel il est fait référence ne parle pas des tests offerts par les demandereses. L'article n'est en outre pas joint en annexe audit courrier.

Le courrier querellé omet encore de faire référence aux autres articles publiés dans la même revue qui reconnaissent le bien-fondé desdits tests, aux résultats et au taux de réussite de ces tests, aux années de recherche et de travail consacrées par le docteur N. pour l'élaborer.

En conclusion, il y a lieu de dire la demande fondée également en ce qu'elle se base sur les articles VI.105 et VI.105/1 du CDE.

e) Le caractère dénigrant du courrier

L'article VI.104 interdit toute pratique commerciale déloyale par laquelle une entreprise porte atteinte – ou risque de porter atteinte – aux intérêts professionnels d'une ou plusieurs autres entreprises.

Le dénigrement est par nature une pratique concurrentielle déloyale. Il s'agit d'une norme générale et absolue, en ce sens que le dénigrement ne peut jamais être justifié ou excusé (voir D. GOL, « Actualités en matière de pratiques du marché », in *Chroniques d'actualité en droit commercial*, C.U.P., vol. 143, p. 156, n° 60).

Il n'est pas nécessaire qu'une information soit fausse pour être considérée comme dénigrante, et partant interdite. Le caractère dénigrant peut notamment résulter des termes utilisés ou du ton employé.

En l'espèce, le courrier du 20 novembre 2019 est sans conteste dénigrant. Il utilise en effet des termes qui jettent le discrédit sur le caractère scientifiquement et éthiquement justifié des tests offerts par les demandereses: « l'aspect éthique (...) avait déjà été publiquement mis en cause (...) étant donné son manque de support scientifique. Ce manque de support scientifique (...) avait été brillamment démontré » et encore en se référant à l'article publié dans la revue *Fertility and Sterility* qui insisterait « une nouvelle fois sur l'aspect éthique de ces pratiques non étayées par des preuves scientifiques suffisantes ».

Le caractère dénigrant de ces propos est encore renforcé par les trois courriers envoyés en 2017 par le docteur P. au docteur S. et mettant directement en cause tant MI que le docteur N.:

– courrier du 15 août 2017: « j'ai émis quelques réserves concernant l'aspect éthique, scientifique et méthodologique des tests (...) »; « Je me suis aperçu que cette société n'était soumise ni à un contrôle des laboratoires d'analyses médicales, ni à l'agence de biomédecine chargée des rapports d'inspection des centres de PMA en France. »; « D'anciennes

relations à X., datant de mon séjour en Guadeloupe m'ont permis d'obtenir certains éclaircissements au sujet du montage de ces sociétés (soit celles de madame N.) et du fonds de dotation Y. (...) »; « Ainsi donc ce fonds de dotation, sous des aspects très altruistes permet à madame N. et à ses collaborateurs de profiter de voyages et de séjours réguliers à X. et fait bénéficier le Centre de PMA des Bluets d'un recrutement supplémentaire »; « En outre, ce fonds de dotation a permis à madame N. de réaliser une opération financière extrêmement fructueuse »;

– courrier du 18 août 2017: « un 'bon vent' m'a envoyé les brevets qui avaient été déposés en 2013 par madame N. »; « Madame N., après avoir mené des recherches communes dans ce domaine avec d'autres auteurs grâce à des subventions publiques, dépose en son nom propre des brevets qu'elle exploite ensuite sur le plan commercial via la société MI qu'elle a créée à cet effet. »; « Tout ceci est donc parfaitement légal même si l'on se trouve à la limite de l'éthique scientifique. »;

– courrier du 29 septembre 2017: « J'avais déjà évoqué dans des courriers précédents quelques réserves concernant l'aspect éthique, scientifique et méthodologique des tests (...) »; « Ceci pourrait faire l'objet d'une communication qui, sans nul doute, déclencherait un tsunami scientifique aussi important que le cyclone IRMA qui vient d'emporter les structures métalliques anodisées placées par le fonds de dotation Y. au large de la baie à X.!!! Pour les patientes cela leur permettrait une économie de 450 € (...) »

Il y a en l'espèce des communications répétées du docteur P. adressées au docteur S., en sa qualité de membre du service PMA de la Clinique C, en vue de l'amener à ne plus prescrire les tests offerts par les demandereses.

Ces communications contiennent des propos dénigrants, tant à l'égard du docteur N. et de sa société, que de son travail, qui ne sont pas étayées de manière objective.

Il suffit de constater que le dénigrement est toujours considéré comme une pratique déloyale, ne pouvant être justifié.

Dès lors, les arguments avancés par le docteur P. quant au fait qu'il s'agirait de « communications internes concernant une patiente » ou d'une atteinte à sa liberté d'expression ne peuvent prospérer.

La liberté d'expression n'est en effet pas absolue. Les Etats peuvent y apporter des limitations justifiées par d'autres objectifs d'intérêt général, comme le respect de la réputation d'autrui (art. 10, 2. CEDH; Cass., 23 mai 2011, C.09.0216.F, disponible sur www.juridat.be).

Tel est bien le cas ici: l'Etat belge a légiféré en vue d'empêcher les entreprises de nuire aux intérêts professionnels et à la réputation des autres entreprises en adoptant des comportements déloyaux sur le marché.

Il s'agit d'une atteinte à la liberté d'expression qui est nécessaire dans une société démocratique pour éviter qu'une atteinte soit portée, sans nécessité, à la réputation d'autrui.

Le docteur P. n'explique d'ailleurs pas en quoi l'atteinte ici visée à sa liberté d'expression irait au-delà de cette nécessaire ingérence.

(...)

Par ces motifs:

Nous, Nathalie Bonhomme-Iouck, juge f.f. de présidente du tribunal de l'entreprise de Liège (art. 319 C. jud.), assistée de Céline Closse, greffier,

Statuant contradictoirement,

Recevons les demandes et les disons fondées.

Constatons qu'en:

– envoyant des messages à des médecins ou à des professionnels de la santé, comme notamment ses courriers des 15 et 18 août 2017, 29 septembre 2017 et 20 novembre 2019, qui visent explicitement le docteur N. et la société par actions simplifiée de droit français MI en critiquant leurs produits par les termes « aspect éthique », « publiquement mis en cause », « manque de support scientifique » et « pratiques non étayées par des preuves scientifiques suffisantes », le docteur P. réalise une publicité comparative illicite, dès lors qu'il se réfère aux produits des demandereses de manière trompeuse, sans comparer objectivement une ou plusieurs caractéristiques essentielles, pertinentes, vérifiables et représentatives de ces produits, et de manière à entraîner le dénigrement de ces produits, en violation des articles VI.17, § 1^{er}, 1^o, 3^o et 5^o et VI.17, § 2, du CDE *jo.* articles VI.104, VI.104/1, 1^o, VI.105, 1^o et 2^o et VI.105/1 du CDE;

– envoyant de tels messages, le docteur P. réalise une prati-

que du marché trompeuse, par laquelle il communique à une autre entreprise des informations de nature à l'induire en erreur et susceptibles de l'amener à prendre une décision qu'elle n'aurait pas prise autrement à l'égard du docteur N. et de la société par actions simplifiée de droit français MI et des produits qu'elles commercialisent, en violation des articles VI.104, VI.104/1, 1^o, VI.105, 1^o et 2^o et VI.105/1 du CDE;

– en envoyant de tels messages, le docteur P. réalise une communication dénigrante, de nature à jeter le discrédit sur le docteur N. et la société par actions simplifiée de droit français MI et les produits qu'elles commercialisent, en violation de l'article VI.104 du CDE.

En conséquence, ordonnons au docteur P. de cesser d'envoyer, notamment à des médecins ou à des professionnels de la santé, par courrier ou par tout autre moyen, écrit ou oral, des messages qui visent explicitement ou implicitement le docteur N. et la société par actions simplifiée de droit français MI et/ou leurs produits et créent ou sont susceptibles de créer, notamment par l'usage des termes « aspect éthique », « publiquement mis en cause », « manque de support scientifique », « pratiques non étayées par des preuves scientifiques suffisantes » ou tout autre terme comparable, une publicité comparative illicite, une pratique du marché trompeuse, une communication dénigrante ou tout autre acte contraire aux pratiques honnêtes du marché.

Condamnons le docteur P. au paiement d'une astreinte de 5.000 EUR par message qui interviendrait en contrariété aux présents ordres de cessation, à compter du lendemain de la signification de la présente décision, quels qu'en soient la forme et le destinataire.

Disons pour droit que le montant total des astreintes ne pourra pas dépasser 50.000 .

(...)

Noot

Het verbod op misleidende en agressieve marktpraktijken in de B2B-verhouding: eerste toepassingen in de rechtspraak

Sofie DE POURCQ¹

INLEIDING

1. Een wet van 4 april 2019 heeft de bescherming in de B2B-verhouding sterk uitgebreid.² De wet bestaat uit drie

luiken. Ze creëert een verbod op misbruik van economische afhankelijkheid³, een verbod op onrechtmatige

¹ Doctor in de rechten en advocaat bij IP Porta. Ze schreef een doctoraat over oneerlijke handelspraktijken en oneerlijke bedingen in de contractuele B2B-verhouding: S. DE POURCQ, *Oneerlijke handelspraktijken en bedingen in contracten tussen ondernemingen*, Antwerpen, Intersentia, 2018, 777 p.

² Wet van 4 april 2019 houdende wijziging van het Wetboek van economisch recht met betrekking tot misbruiken van economische afhankelijkheid, onrechtmatige bedingen en oneerlijke marktpraktijken tussen ondernemingen (*BS* 24 mei 2019, p. 50.066).

³ Art. IV.2/1 Wetboek van economisch recht (hierna: WER).