



Depuis plus de 25 ans, nous conseillons et accompagnons les entreprises françaises, suisses et belges ainsi que leurs filiales allemandes dans tous les aspects juridiques de leurs activités en Allemagne. Aux côtés des cadres dirigeants, des départements ressources humaines, des services juridique et financier ainsi que des équipes commerciales, nous assistons de la même manière les sociétés allemandes en France.

Publication | Droit de la concurrence | Allemagne

## Concurrence déloyale en Allemagne

17 janvier 2023

En Allemagne, contrairement à la France, la concurrence déloyale est réglementée de manière uniforme par la loi contre la concurrence déloyale (*Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb - UWG*), qui protège les consommateurs et également les entreprises contre certaines pratiques commerciales de leurs concurrents.



**Michael Ott** LL.M.  
Rechtsanwalt

[ott@rechtsanwalt.fr](mailto:ott@rechtsanwalt.fr)  
T + 33 (0) 3 88 45 65 45

[www.rechtsanwalt.fr](http://www.rechtsanwalt.fr)

### 1. L'applicabilité du droit allemand de la concurrence déloyale dans des situations internationales

En principe, toute pratique commerciale d'une entreprise, ayant son siège en Allemagne, en France ou ailleurs, doit respecter le droit allemand de la concurrence déloyale, dès lors que l'atteinte à la concurrence ou aux intérêts des consommateurs intervient en Allemagne. Le pays dans lequel cette pratique commerciale a été décidée n'a pas d'importance.

Dans le cas d'un site internet par exemple, le simple fait de s'adresser à une clientèle allemande peut suffire à l'application du droit allemand de la concurrence. Par dérogation, lorsque seuls les intérêts d'un concurrent donné sont affectés, la loi applicable est celle du siège social ou, le cas échéant, de l'établissement du concurrent lésé.

### 2. Les dispositions législatives concernant les actes commerciaux déloyaux

D'une part, la loi *UWG* établit une interdiction générale des actes commerciaux déloyaux, sans définir le caractère déloyal de manière générale. Il existe cependant de nombreuses situations appréhendées sous l'interdiction précisant les principaux aspects de la déloyauté.

#### Strasbourg

16 rue de Reims  
F-67000 Strasbourg  
T + 33 (0) 3 88 45 65 45  
F + 33 (0) 3 88 60 07 76  
[strasbourg@rechtsanwalt.fr](mailto:strasbourg@rechtsanwalt.fr)

#### Paris

4 rue Paul Baudry  
F-75008 Paris  
T + 33 (0) 1 53 93 82 90  
F + 33 (0) 1 53 93 82 99  
[paris@rechtsanwalt.fr](mailto:paris@rechtsanwalt.fr)

#### Baden-Baden

Schützenstraße 7  
D-76530 Baden-Baden  
T + 49 (0) 7221 30 23 70  
F + 49 (0) 7221 30 23 725  
[baden@rechtsanwalt.fr](mailto:baden@rechtsanwalt.fr)

#### Bordeaux

48 cours d'Alsace et Lorraine  
F-33000 Bordeaux  
T + 33 (0) 5 56 28 38 07  
F + 33 (0) 3 88 60 07 76  
[bordeaux@rechtsanwalt.fr](mailto:bordeaux@rechtsanwalt.fr)

#### Sarreguemines

50 rue de Grosbliederstroff  
F-57200 Sarreguemines  
T + 33 (0) 3 87 02 99 87  
F + 33 (0) 3 87 28 08 13  
[sarreguemines@rechtsanwalt.fr](mailto:sarreguemines@rechtsanwalt.fr)

#### Epp Rechtsanwaltsgesellschaft mbH

Cette présentation a un caractère purement informatif et ne saurait remplacer un conseil personnalisé. Toute responsabilité des auteurs est exclue. Les contenus de cette présentation sont soumis à des droits d'auteur.

Voici quelques exemples de ces cas de figure :

- **Les infractions aux règles de conduite sur le marché**, c'est-à-dire toute disposition légale visant à protéger les acteurs du marché, par exemple les consommateurs ou les concurrents. Les règles de conduite sur le marché sont, par exemple, des règles en matière de publicité ou d'étiquetage des produits. Toutefois, les dispositions relatives à la protection des salariés ou les dispositions fiscales ne sont pas incluses.
- **Le dénigrement** des signes distinctifs, des biens ou des services d'un concurrent ou **les fausses déclarations** concernant un concurrent ou ses biens et services.
- **Les imitations** de biens ou de services d'un concurrent, par exemple lorsqu'elles tirent indûment profit de la réputation de l'original ou qu'elles induisent en erreur sur son origine.
- **L'entrave ciblée à des concurrents**, par exemple en attirant et en interceptant des clients par l'incitation à la rupture de contrat, en entravant les activités publicitaires du concurrent ou en perturbant le fonctionnement de son entreprise, comme par le recours à l'espionnage.
- **Les activités commerciales agressives** qui, en entravant la liberté de choix du consommateur, l'amènent à prendre une décision qu'il n'aurait pas prise autrement.
- **Les actes commerciaux trompeurs** en faisant de **fausses indications**, par exemple sur les caractéristiques essentielles du service ou du produit ou sur l'entrepreneur, mais aussi, par exemple, par l'omission d'informations ou par la création d'un **risque de confusion** avec d'autres marques ou produits ou services.
- Certains types de **publicité comparative**.
- **Les nuisances** inacceptables pour d'autres acteurs du marché, notamment par **de la publicité non sollicitée**.

De telles infractions doivent être **significatives** pour être sanctionnées. Dans des cas exceptionnels, elles peuvent également être **justifiées**, par exemple en cas de consentement de la personne lésée, dans la mesure où aucun intérêt général n'est concerné, ou dans le cas d'une légitime défense relevant du droit de la concurrence contre des actes également déloyaux auxquels il n'est pas possible de remédier autrement.

En outre, la loi contient une sorte de « liste noire » d'actes très concrets envers les consommateurs, qui sont toujours déloyaux, qu'ils dépassent ou non un certain seuil de gravité. En voici quelques exemples :

- L'introduction, l'exploitation ou la promotion d'un système boule de neige / système pyramidal,
- L'utilisation non autorisée de labels de qualité ou autres,
- Les informations mensongères sur une prétendue cessation d'activité,
- Les allégations mensongères sur les propriétés curatives de produits ou de services,
- L'induction en erreur sur la disponibilité d'un service après-vente dans un État membre de l'UE autre que l'État de vente,
- La présentation selon laquelle l'existence de droits légaux constitue une particularité de l'offre.

### 3. Les conséquences juridiques des actes déloyaux et la procédure selon le droit allemand

La loi *UWG* ne définit pas seulement les actes déloyaux, mais fixe également les droits de l'entreprise lésée vis-à-vis de l'auteur du dommage, tels que :

- les demandes d'information,
- les demandes de suppression
- les demandes de prélèvement du bénéfice,
- le remboursement des frais de mise en demeure ou de défense,
- les demandes de dommages et intérêts ou
- les demandes visant à faire cesser un agissement.

Les entreprises françaises doivent savoir que, contrairement au droit français, le droit allemand ne requiert pas de préjudice pour pouvoir agir. Dans la pratique, ce sont plutôt les **mis en demeure** ou les **déclarations d'abstention assorties de pénalités contractuelles** qui sont significatives. Si l'auteur de l'acte déloyal refuse de cesser ses agissements et de signer une déclaration d'abstention, une **procédure de référé** est généralement mise en œuvre afin d'obtenir une protection efficace.

En Allemagne, non seulement **les concurrents** peuvent agir contre les infractions à la concurrence, mais aussi les **associations professionnelles**, telles que la « *Wettbewerbszentrale* » (*Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs Frankfurt am Main e.V.*), et **les associations de consommateurs**, telles que les centrales de consommateurs bien connues, (en cas d'infractions transfrontalières, également les organisations d'autres États membres européens), ainsi que les **chambres de commerce et d'industrie** et d'autres **organisations professionnelles**.

Pour certaines infractions à la concurrence au sens de la loi *UWG*, la loi prévoit également **des conséquences pénales** ou **réglementaires** en complément des actions à caractère civil susmentionnées. Cela vaut notamment pour :

- les cas particuliers de publicité trompeuse,
- les systèmes boule de neige / systèmes pyramidaux anticoncurrentiels à l'égard des consommateurs,
- le démarchage téléphonique non autorisé auprès des consommateurs,
- la violation de secrets d'affaires (article 23 de la loi allemande pour la protection des secrets d'affaires *GeschGehG*).

Notre équipe reste à votre disposition pour toute question complémentaire à ce sujet.

[welcome@rechtsanwalt.fr](mailto:welcome@rechtsanwalt.fr)