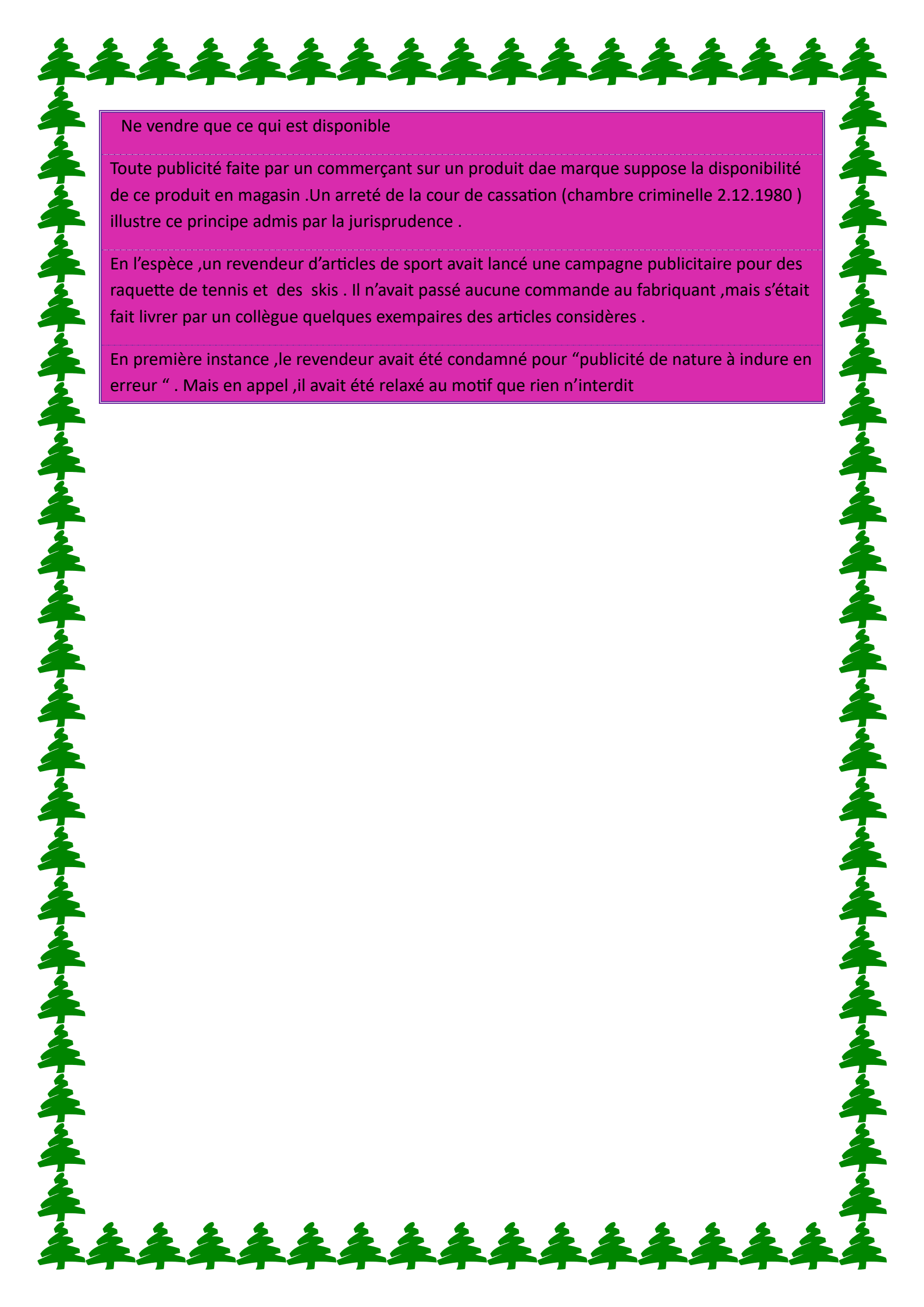




Ne vendre que ce qui est disponible

Toute publicité faite par un commerçant sur un produit d'une marque suppose la disponibilité de ce produit en magasin. Un arrêt de la cour de cassation (chambre criminelle 2.12.1980) illustre ce principe admis par la jurisprudence.

En l'espèce, un revendeur d'articles de sport avait lancé une campagne publicitaire pour des raquettes de tennis et des skis. Il n'avait passé aucune commande au fabricant, mais s'était fait livrer par un collègue quelques exemplaires des articles considérés.

En première instance, le revendeur avait été condamné pour "publicité de nature à induire en erreur". Mais en appel, il avait été relaxé au motif que rien n'interdit