

**COUR CIVILE**

---

---

Ordonnance de mesures provisionnelles dans la cause divisant **Y.\_\_\_\_\_ HOLDING SA, Y.\_\_\_\_\_ (MARKETING) SA**, et **MT.\_\_\_\_\_ SA**, toutes trois au [...], d'avec **H.\_\_\_\_\_**, à [...].

---

Audience du 29 août 2011

---

Présidence de M. HACK, juge délégué  
Greffier : Mme Maradan

\*\*\*\*\*

Statuant immédiatement à huis clos, le juge instructeur considère :

**En fait :**

**1.** Les requérantes Y.\_\_\_\_\_ Holding SA, Y.\_\_\_\_\_ (Marketing) SA et MT.\_\_\_\_\_ SA sont des sociétés anonymes de droit suisse dont le siège se trouve au [...]. Elles constituent le groupe Y.\_\_\_\_\_.

Le but de Y.\_\_\_\_\_ Holding SA est la participation à la gestion et le financement d'entreprises de toute nature, en particulier dans le domaine de l'horlogerie.

Y.\_\_\_\_\_ (Marketing) SA a pour but la vente, la promotion, la distribution et le service d'entretien après-vente d'articles d'horlogerie, de bijouterie, de joaillerie, d'articles de luxe et de tout produit se rapportant à l'industrie horlogère et à ses activités annexes.

Le but de MT.\_\_\_\_\_ SA est la fabrication, la vente et le service d'entretien après-vente d'articles d'horlogerie, de bijouterie, de joaillerie, d'articles de luxe et de tout produit se rapportant à l'industrie horlogère et à ses activités annexes ainsi que l'exploitation et la gestion de tout droit de propriété intellectuelle, notamment des brevets, licences et marques.

L'intimé H.\_\_\_\_\_ est directeur de la publication et responsable de la rédaction du magazine L.\_\_\_\_\_ (ci après : L.\_\_\_\_\_). Ce magazine Internet peut être consulté moyennant la conclusion d'un abonnement. Cet abonnement permet également d'accéder à la newsletter du magazine. Certaines informations, présentées sous forme de "brèves", sont en outre accessibles à tous, gratuitement, sur Internet.

**2.** Pendant les mois d'avril et mai 2010, l'intimé a publié des brèves et articles concernant le groupe des requérantes. Ces publications contenaient notamment les passages suivants :

" Y.\_\_\_\_\_ : le malaise est ici plus mental qu'économique, la manufacture du [...] n'ayant toujours pas fait son deuil du retrait des affaires de [...] — désormais observateur légèrement goguenard d'une situation qui s'effiloche sans que la nouvelle direction arrive à la reprendre vraiment en main. Toujours substantiels, les ventes et les profits ne sont plus ce qu'ils étaient, mais le ver est dans le fruit quand une marque doute d'elle-même et temporise, le nez sur l'obstacle, faute d'une vision claire de son devenir. Secouées par des allées venues successives et contradictoires, les équipes doutent autant que le board — ce qui commence à se remarquer dans la stratégie marketing, dans la politique produits et sur le terrain. **Pathétique spectacle que celui de la spirale négative où semble aspirée une des plus belles marques du marché...**"

**"Décidément, rien ne va plus pour Y.\_\_\_\_\_, manufacture classée parmi celles qui n'ont pas vraiment su** tirer leur épingle du jeu au cours de la crise (L.\_\_\_\_\_ du 25 avril, marque n° 2). Le pronostic était lucide : « Le ver est dans le fruit quand une

marque doute d'elle-même et tempore, le nez sur l'obstacle, faute d'une vision claire de son devenir. Secouées par des allées-venues successives et contradictoires, les équipes doutent autant que le board ce qui commence à se remarquer dans la stratégie marketing, dans la politique produits et sur le terrain. Pathétique spectacle que celui de la spirale négative où semble aspirée une des plus belles marques du marché.

(...) [...] (un designer américain d'origine mexicaine, passé par [...] et par [...]) jette l'éponge de ce qui commence à **ressembler à une déroute pour [...], actuel CEO, qui reste à présent le dernier (le prochain?) fusible au sein de l'actuelle direction.**"

"(...) Quitter Y. \_\_\_\_\_ pour rejoindre [...] c'est affaiblir une marque vacillante, pour enrichir une marque conquérante. Dououreux pour les égos du [...] et fatal pour les stratèges du cru! C'est surtout porter le fer à l'endroit le plus sensible : l'absence de créativité désormais manifeste de la manufacture du [...], **les incohérences d'une stratégie devenue illisible et incompréhensible. La confiance est entamée**, dans la vallée comme sur les marchés. Les messages sont brouillés, chez les détaillants comme chez les fournisseurs. Ce n'est pas le départ d'un directeur artistique devenu emblématique qui va enrayer la spirale mortifère où la marque semble durablement engagée.

(...) Plus facile à dire qu'à faire, sans doute, mais il y a le feu dans la maison! La direction - **plus autiste que jamais** - s'en rend-elle compte?"

"(...) **La situation serait déjà embarrassante pour Y. \_\_\_\_\_, mais elle est aggravée par le point de chute** choisi par [...] ni plus, ni moins que la manufacture [...] de [...], lequel est devenu, avec sa [...], la « bête noire » de la direction d'Y. \_\_\_\_\_ (dont les ventes de la [...] sont directement impactées par le succès international de la [...]). Le même [...] s'était récemment **offert le luxe de souffler [...] sous le nez d'Y. \_\_\_\_\_** (effaçant ainsi huit ans d'investissements de la marque dans l' [...]) et de préempter non seulement la Formule 1, mais aussi les poignets de quelques footballeurs, champions automobiles et autres célébrités jusque là « accros » de la [...] - **qui reste cependant la montre préférée des rappeurs noirs américains...**

(...) **On passera ici pour mémoire une autre « perte » sèche pour Y. \_\_\_\_\_** : la déconfiture totale de l'entreprise [...] (micro-électronique et ingénierie médicale), société née d'une fusion avec [...], filiale diversifiée d'Y. \_\_\_\_\_. [...] a récemment été reprise - pour une bouchée de pain, soit une très mauvaise affaire pour les actionnaires d'Y. \_\_\_\_\_ - par des investisseurs valdo-zougois."

"L'aspect prioritaire de cet argument T.S.B (Ndr : Tout sauf [...]) en dit d'ailleurs long sur le désarroi d'une direction dont la boussole s'est affolée et sur la posture d'actionnaires qui se déchirent trop pour garder assez de lucidité dès qu'il s'agit de mieux comprendre les évolutions du marché."

"La grande faiblesse, voire même la détresse psychologique d'une grande maison qui ne trouve plus ses marques et dont le haut management fait eau de toute part. Ce qui commence à se voir, et, surtout, à se savoir, l'article de L. \_\_\_\_\_ ayant ouvert les yeux de ceux qui ne s'en doutaient pas encore..."

"Et si la rédaction de L. \_\_\_\_\_ avait été sournoisement manipulée par [...] et [...], dans le but machiavélique d'obliger [...] à rester à son poste? Ça c'est de l'info, coco!"

**3.** Par requête de mesures provisionnelles et d'extrême urgence du 14 mai 2010, Y. \_\_\_\_\_ Holding SA, Y. \_\_\_\_\_ (Marketing) SA et MT. \_\_\_\_\_ SA ont requis le Juge instructeur de la Cour civile de prononcer ce qui suit :

**"Par voie de mesures d'extrême urgence**

- I. Ordre est donné à H. \_\_\_\_\_ de cesser immédiatement de dénigrer les marchandises, les prestations ou les affaires d'Y. \_\_\_\_\_ Holding SA, Y. \_\_\_\_\_ (Marketing) SA et MT. \_\_\_\_\_ SA, par des allégations inexactes, fallacieuses ou inutilement blessantes, relatives notamment au comportement de leurs organes ou à leur stratégie produits et marketing, par voie de publication dans le magazine Internet L. \_\_\_\_\_, ou de toute autre manière.
- II. Interdiction est faite à H. \_\_\_\_\_ de dénigrer les marchandises, les prestations ou les affaires d'Y. \_\_\_\_\_ Holding SA, Y. \_\_\_\_\_ (Marketing) SA et MT. \_\_\_\_\_ SA, par des allégations inexactes, fallacieuses ou inutilement blessantes, relatives notamment au comportement de leurs organes ou à leur stratégie produits et marketing, par voie de publication dans le magazine Internet L. \_\_\_\_\_, ou de toute autre manière.
- III. Ordre est donné à H. \_\_\_\_\_ de retirer immédiatement du site Internet www. L. \_\_\_\_\_ .com et des pages correspondantes du magazine en ligne «L. \_\_\_\_\_ » les allégations et commentaires suivants :

Du 25 et 30 avril 2010 : « *Pathétique spectacle que celui de la spirale négative où semble aspirée une des plus belles marques du marché...* »

Du 30 avril 2010: « *Ce n'est pas le départ d'un directeur artistique devenu emblématique qui va enrayer la spirale mortifère où la marque semble durablement engagée* » et « *la direction - plus autiste que jamais - s'en rend-elle compte?* »

Du 5 mai 2010: « *La grande faiblesse, voire même la détresse psychologique d'une grande maison qui ne trouve plus ses marques et dont le haut management fait eau de toute part* »

7 mai 2010: « *Et si la rédaction de L.\_\_\_\_\_ avait été sournoisement manipulée par [...] et [...], dans le but machiavélique d'obliger [...] à rester à son poste ?* »

- IV. Les injonctions qui précèdent sont assorties de la menace des peines d'amende prévue par l'article 292 CP à l'encontre de celui qui ne se sera pas conformé à une décision signifiée par une autorité ou un fonctionnaire.

### **Subsidiairement aux conclusions I à III**

- V. Interdiction est faite à H.\_\_\_\_\_ de dénigrer les marchandises, les prestations ou les affaires d'Y.\_\_\_\_\_ Holding SA, Y.\_\_\_\_\_ (Marketing) SA et MT.\_\_\_\_\_ SA, par des allégations inexactes, fallacieuses ou inutilement blessantes, relatives notamment au comportement de leurs organes ou à leur stratégie produits et marketing, par voie de publication dans le magazine Internet L.\_\_\_\_\_, ou de toute autre manière.

### **Par voie de mesures provisionnelles**

- VI. Ordre est donné à H.\_\_\_\_\_ de cesser immédiatement de dénigrer les marchandises, les prestations ou les affaires d'Y.\_\_\_\_\_ Holding SA, Y.\_\_\_\_\_ (Marketing) SA et MT.\_\_\_\_\_ SA, par des allégations inexactes, fallacieuses ou inutilement blessantes, relatives notamment au comportement de leurs organes ou à leur stratégie produits et marketing, par voie de publication dans le magazine Internet L.\_\_\_\_\_, ou de toute autre manière.
- VII. Interdiction est faite à H.\_\_\_\_\_ de dénigrer les marchandises, les prestations ou les affaires d'Y.\_\_\_\_\_ Holding SA, Y.\_\_\_\_\_ (Marketing) SA et MT.\_\_\_\_\_ SA, par des allégations inexactes, fallacieuses ou inutilement blessantes, relatives notamment au comportement de leurs organes ou à leur stratégie produits et marketing, par voie de publication dans le magazine Internet L.\_\_\_\_\_, ou de toute autre manière.
- VIII. Ordre est donné à H.\_\_\_\_\_ de retirer immédiatement du site Internet [www. L.\\_\\_\\_\\_\\_.com](http://www.L._____.com) et des pages correspondantes du magazine en ligne «L.\_\_\_\_\_ » les allégations et commentaires suivants :

Du 25 et 30 avril 2010 : « *Pathétique spectacle que celui de la spirale négative où semble aspirée une des plus belles marques du marché...* »

Du 30 avril 2010 : « *Ce n'est pas le départ d'un directeur artistique devenu emblématique qui va enrayer la spirale mortifère où la marque semble durablement engagée* » et « *la direction - plus autiste que jamais - s'en rend-elle compte?* »

Du 5 mai 2010 : « *La grande faiblesse, voire même la détresse psychologique d'une grande maison qui ne trouve plus ses marques et dont le haut management fait eau de toute part* »

7 mai 2010 : « *Et si la rédaction de L.\_\_\_\_\_ avait été sournoisement manipulée par [...] et [...], dans le but machiavélique d'obliger [...] à rester à son poste ?* »

IX. Les injonctions qui précèdent sont assorties de la menace des peines d'amende prévue par l'article 292 CP à l'encontre de celui qui ne se sera pas conformé à une décision signifiée par une autorité ou un fonctionnaire."

4. Par ordonnance de mesures préprovisionnelles du 14 mai 2010, déclarée immédiatement exécutoire, le juge instructeur de la Cour civile a fait droit à la requête de mesures d'extrême urgence.

5. Par procédé complémentaire du 21 juin 2010, Y.\_\_\_\_\_ Holding SA, Y.\_\_\_\_\_ (Marketing) SA et MT.\_\_\_\_\_ SA ont complété l'état de fait de leur requête. Elles ont notamment indiqué que H.\_\_\_\_\_ avait remplacé les passages dont le retrait lui avait été ordonné par le texte suivant :

*"[ ... texte censuré - provisoirement - par Y.\_\_\_\_\_ (Marketing) SA, après une première « décision de justice » rendue en l'absence de L.\_\_\_\_\_, sans convocation préalable, et sans que la rédaction ait pu seulement faire entendre son point de vue sur les commentaires contestés...]"*

et qu'il avait publié, les 17 mai 2010 et 2 juin 2010, les deux brèves suivantes :

"Les faits sont têtus et la réalité pesante ! Même constat désolant avec les onze montres Y.\_\_\_\_\_ du catalogue [...] : 8 montres « ravalées » (dont une chrono tourbillon [...] et une répétition minutes [...]!), et 3 vendues, dont deux superbes [...] (lots n° 14 et n° 97, de toute rareté et d'un immense intérêt).

Pas vraiment terrible pour une marque qui « ne risque pas de perdre son aura auprès des collectionneurs » (selon [...]), mais relativement facile à décoder dans l'esprit de ce qu'affirmait [...] ci-dessus : le bon, le vrai, le rare, le vieil Y.\_\_\_\_\_ a toujours son public, mais les errances marketing de ces dernières années et le récent « flou managérial » dont parlait L.\_\_\_\_\_ se paient désormais cash auprès des collectionneurs..."

" L.\_\_\_\_\_ a enquêté dans l'entourage du footballeur [...], le nouvel ambassadeur d'Y.\_\_\_\_\_ pour le ballon rond. On sait que la manufacture du [...] est vraiment décidée à marquer à la culotte [...], mais on n'imaginait pas à quel point la marque poussait très loin la stratégie T.S.B (« Tout sauf [...] » : L.\_\_\_\_\_ du 5 mai, info n° 4). En effet, de l'aveu même des coéquipiers barcelonais de [...], ce dernier

rêvait d'intégrer l'équipe officielle des footballeurs constituée par [...] : malheureusement, le programme (très chargé) des partenariats de [...] ne permettait pas d'y intégrer le milieu de terrain offensif du FC [...] avant 2011. Le contrat était prêt, mais [...] était pressé de trouver un sponsor horloger dès 2010. **Non sans difficultés, il s'est donc résigné à son deuxième choix : Y. \_\_\_\_\_, qui picore ainsi les miettes tombées du gâteau [...]. Deuxième choix ? Un rang auquel nous n'étions pas habitués avec les prédécesseurs de [...]**(all. 65).

**6.** Lors de l'audience de mesures provisionnelles du 22 juin 2010, les parties ont conclu la convention suivante :

I. H. \_\_\_\_\_ s'interdit de présenter de manière dénigrante ou inutilement blessante à l'avenir les activités, les produits et/ou les employés et dirigeants d'Y. \_\_\_\_\_, en particulier de les comparer de manière dénigrante ou inutilement blessante à celles et ceux d'entreprises concurrentes d'Y. \_\_\_\_\_, notamment en faisant usage d'expressions ou formules produisant un effet similaire à celles contenues à la conclusion VIII de la requête mesures provisionnelles du 14 mai 2010.

II. H. \_\_\_\_\_ s'engage à retirer, en leur substituant la phrase "passages retirés suite à un accord judiciaire avec Y. \_\_\_\_\_", sans commentaire, dans les trois jours dès signature de la présente, du site [www. L.\\_\\_\\_\\_\\_.com](http://www.L._____.com) les passages des articles et brèves contenus à la conclusion VII de la requête de mesures provisionnelles du 14 mai 2010, ainsi que les quatre lignes mentionnées en gras au final de la citation de l'allégué 65 du procédé complémentaire du 21 juin 2010.

III. En cas d'infraction à l'engagement souscrit au chiffre I ci-dessus Y. \_\_\_\_\_ sera en droit de requérir le retrait immédiat et par toute voie de droit utile des textes ou parties de texte incriminés et de réclamer à H. \_\_\_\_\_, à titre de peine conventionnelle, la somme de CHF 10'000.- pour chaque infraction, tout dommage supplémentaire demeurant réservé. Y. \_\_\_\_\_ ne sera en droit de faire valoir la clause pénale susmentionnée que selon les modalités suivantes :

- lors d'une première infraction, après vaine sommation de retirer le texte ou passage de texte dans un délai de cinq jours;

- pour toute infraction ultérieure dès la commission de celle-ci.

IV. Parties s'engagent à conserver le contenu de la présente convention confidentiel, hormis s'agissant du passage entre guillemets prévu au chiffre II ci-dessus.

V. Moyennant fidèle exécution des chiffres I et II ci-dessus, parties se donnent réciproquement quittance pour solde de tout compte et de toute prétention du chef des publications intervenues à ce jour sur le site [www. L.\\_\\_\\_\\_\\_.com](http://www.L._____.com). Y. \_\_\_\_\_ s'engage en particulier à retirer dans les cinq jours dès signature de la présente convention la plainte/dénonciation adressée le 4 juin 2010 à Monsieur le Procureur de la République du Canton de Genève.

VI. Parties requièrent ratification de la présente convention par Madame le Juge instructeur de la Cour civile pour valoir jugement au fond, chaque partie gardant ses frais et renonçant à l'allocation de dépens."

Le juge instructeur a pris acte de cette convention pour valoir jugement au fond.

7. Les 7 et 13 mars 2011, l'intimé a publié les brèves suivantes :

**"• • • LA RUMEUR LA PLUS AMUSANTE DE CE DÉBUT DE SEMAINE...**

**On sait que les rumeurs pré-Bâle sont toujours à prendre avec les pincettes**, mais celle-là est trop amusante – et si crédible, au vu de la source – pour qu'on n'en fasse pas état : une célèbre manufacture s'apprête à recruter son nouveau directeur marketing. Le choix se serait porté sur une « pointure », débauchée chez [...] (hygiène bébé). Commentaire de celui qui nous l'a racontée : « Faut-il qu'ils soient dans la m... pour s'offrir un expert en couches-culottes » !

• **La suite dans quelques jours**, avec la publication du communiqué officiel. A moins qu'un membre du conseil d'administration n'ait compris le ridicule de la situation d'un *choix gênant au mauvais moment...*"

**LA PLUS AMUSANTE DE LA SEMAINE...**

**Où une grande marque très chahutée ces derniers temps s'apprêterait-elle à trouver son nouveau directeur marketing?** Chez [...], histoire de crier sur tous les toits qu'elle est vraiment dans la m... Et si ce n'était pas une rumeur... (...)"

Il ressort des pièces produites par les requérantes que le nouveau directeur marketing a bien travaillé pour le groupe [...], mais non pas pour la marque [...], qui appartient à ce groupe.

Le 15 avril 2011, l'intimé a encore publié ce qui suit :

"• • • **Y. \_\_\_\_\_ vs [...]** : « La guerre des gangs aux Etats-unis? » Traduction libre de l'américain pour «*Y. \_\_\_\_\_ vs [...]: The Turf Wars Continue in America* »! Cet article d' [...] dans [A Blog to Read](#) reprend l'information signalée par L. \_\_\_\_\_ le 11 avril (info n° 9) à propos du recrutement par Y. \_\_\_\_\_ de [...], un des animateurs de l'équipe des [...]. Vraie compétition entre les deux marques ou illusion d'optique? Pour votre *Quotidien des Montres*, et contrairement à ce que pense notre ami [...], il n'y a guère que [...] (patron américain d'Y. \_\_\_\_\_ aux Etats-Unis) pour s'imaginer en concurrence frontale avec [...] et pour vouloir ainsi le «marquer à la culotte», avec une attitude qui sent un peu trop le *me too*

suviviste. Erreur tactique ! [...] n'est déjà *plus* en compétition avec Y.\_\_\_\_\_, qui se trompe de train. [...] est déjà loin, ailleurs, devant, avec une stratégie *alternative*, dans une autre gare et à bord d'un autre train..."

Le 25 avril 2011, l'intimé écrivait ce qui suit au sujet des requérantes sur le site de son magazine :

**"••• QUELLE EST LA RUMEUR HORLOGÈRE LA PLUS FOLLE DE CE PRINTEMPS?**

**C'est le bobard de fin de banquet lancé par les copains d'«Arnie»** (« Schwarzie » : [...]) qui rêverait de devenir le prochain président de l'Union européenne. Depuis qu'il n'est plus super-*governator* de Californie, l'ex-*terminator* s'ennuie. Il voulait devenir président d'Y.\_\_\_\_\_, sa marque de montres préférée, mais on l'a éconduit. Alors pourquoi pas l'Europe, comme *presidentor* d'un conglomérat politico-industriel qui aurait bien besoin d'une forte tête pour l'incarner aux yeux du monde. Né Autrichien, et donc potentiellement désignable [*le président de l'Union est coopté, par élu par les peules*], « Arnie » ne manque pas de personnalité et son carnet d'adresses est bien rempli. Non, ce n'est pas encore vrai, ne le croyez pas si on vous le raconte : chez Y.\_\_\_\_\_, [...] ne prépare pas encore une 283<sup>e</sup> série limitée de [...], la future [...] [*pour les 27 pays membres de l'Union*] et elle ne sera pas rouge, comme d'habitude, mais bleue comme le drapeau de l'Union avec ses vingt-sept étoiles sur le cadran..."

Le 27 mai 2011, l'intimé a encore publié la brève suivante :

**"La toujours jeune et toujours sympathique manufacture Y.\_\_\_\_\_** n'allait tout de même pas utiliser des peaux de brochet du lac de [...] ! Dans la vallée, on a dû rater les campagnes anti-galuchat, pourtant signées par de nombreuses marques, dont toutes celles du [...] Group. Donc, autant continuer à utiliser les bracelets en galuchat dont on dispose et dont on sait par ailleurs qu'ils ne doivent pas être si écologiquement corrects que ça, puisqu'on a décidé, parallèlement, de ne plus en acheter. **Des économies de bouts de chandelle, pitoyables** pour une marque qui met si volontiers en avant sa conscience environnementale et son éthique « responsable »..."

Le galuchat est un cuir de poisson cartilagineux (de raie ou de requin) utilisé en maroquinerie, notamment. Dès lors qu'il provient d'espèces sauvages, des mouvements de protestation contre son utilisation se sont développés. En avril 2011, les requérantes avaient décidé de ne plus se servir de ce matériau, et d'en détruire les stocks.

La brève publiée par l'intimé du 24 juin 2011 contenait le passage suivant :

**"PARIÉ SUR LE SUCESSEUR (PROBABLE) DE [...] À LA DIRECTION D'Y. \_\_\_\_\_...**

(...) on apprend de source singapourienne bien informée que le choix du conseil d'administration se porterait plutôt, *in fine*, sur [...], l'actuel directeur financier de la manufacture. D'origine syrienne, ce dernier affiche un parcours purement financier (même s'il a fait un détour par [...]) à dominante médico-pharmaceutique : autant dire qu'il aurait le profil idéal pour *soigner* les bleus à l'âme d'une marque tirée à hue et à dia ces dernières années."

Les 8 et 9 juillet 2011, l'intimé a encore mis en ligne ce qui suit

:

**"• • • CONSTATÉ QUE LE NEZ DES PINOCCHIO DU [...] VENAIT DE S'ALLONGER A LA HAUTEUR DE LA [...]...**

**On imagine bien que le dernier écho de L. \_\_\_\_\_ (24 juin, info n° 1)** sur la succession annoncée de [...] a fait grincer des dents au [...], **où on pratique simultanément l'omerta, le refus autiste de répondre aux questions et le démenti non convaincant.** Message de [...] à l'ensemble des collaborateurs (pas à L. \_\_\_\_\_, qui a heureusement un bon copain au *board*) : « Depuis quelques mois déjà, des articles dans la presse ainsi que sur Internet évoquent de prétendus changements dans la structure familiale de notre Société ainsi que dans notre Direction. Le Conseil d'Administration tient à démentir formellement ces allégations. Le rythme de croissance soutenu de ces dernières années a généré de nombreux défis, tant stratégiques qu'organisationnels, et la direction actuelle réunie autour de [...] ainsi que l'ensemble de nos collaborateurs, ont toute notre confiance et notre appui pour les relever ». Si Pinocchio était [...], son nez s'élèverait à la hauteur de la [...]...

**• • • Décodage pour les non-initiés,** sachant que L. \_\_\_\_\_ est clairement visé. Ce n'est pas un démenti de la fin du contrat de [...] fin 2011 : L'*hypothèse* préférée de votre *Quotidien des Montres* (la solution [...] pour le remplacer) reste une *hypothèse* plus qu'intéressante parmi les spéculations en cours - même si le fait d'en faire état peut avoir un effet aussi bien autoréalisateur qu'autodestructeur.

**• Pour ce qui est de la « redistribution du capital »** évoquée par votre *Quotidien des Montres*, le démenti formel des « prétendus changements dans la structure familiale » amusera beaucoup les *insiders*, mais sans convaincre les sceptiques, tellement la « redistribution en cours » dont nous parlions est l'objet d'âpres négociations « familiales » - ce qui est une procédure on ne peut plus normale et naturelle, à propos de laquelle de simples explications seraient préférables au présent déni de réalité..."

**"...LE NEZ DES PINOCCHIO DU [...] QUI S'ALLONGE MAINTENANT AU-DESSUS DE LA [...]... C'est la roche qui**

**domine la vallée de [...], mais Pinocchio a un nez qui peut battre tous les records** dès qu'il raconte des salades ! Apparemment, chez Y.\_\_\_\_\_, on n'a pas apprécié les hypothèses de L.\_\_\_\_\_ sur la succession de [...], d'où le démenti du conseil d'administration, qui a visiblement du mal à faire la différence entre démentir et mentir (L.\_\_\_\_\_ du 8 juillet, info n° 6)..."

Enfin, le 10 juillet 2011, l'intimé a publié la brève suivante :

"... Y.\_\_\_\_\_

**La mort dans l'âme, ceux qui aiment cette grande maison la voient s'enfoncer**, mois après mois, dans une ankylose stratégique que ne sanctionnent pas encore vraiment les résultats commerciaux, mais qui n'en obère pas moins l'avenir. La reprise par l'Espagne du marché français (!) est tout sauf un signal positif. Les départs commencent à se remarquer. Les changements annoncés au sommet de la hiérarchie et la « redistribution du capital » que certains préparent (indiscrétion L.\_\_\_\_\_ du 24 juin, info n° 7) suffiront-ils à redresser la barre?"

**8.** Le 11 juillet 2011 le conseil des requérantes a adressé à l'intimé un courrier dans lequel il lui reprochait de ne pas avoir respecté les termes de la convention, faisant référence aux nouvelles brèves. Ce courrier, qui détaille et explique les divers extraits de textes concernés, se termine par le passage suivant :

"(...) Comme elles l'ont clairement confirmé par le passé, notamment devant le juge vaudois, mes clientes ne mésestiment aucunement le droit des « journalistes » de faire leur travail et d'informer. Il y a en revanche un fossé entre information d'une part et dénigrement et désinformation de l'autre.

La plupart de vos brèves et, considéré plus globalement, l'ensemble de vos articles récents, tiennent de la désinformation et témoignent, comme par le passé, de votre volonté de porter gratuitement préjudice à Y.\_\_\_\_\_.

Avec, comme par le passé également, une tendance inquiétante à l'escalade, probablement causée par le silence que vous opposent mes clientes depuis que vous avez recommencé à vous « occuper » d'elles.

Même si elles ne surestiment pas l'audience de vos soi-disant scoop, mes clientes ne peuvent négliger l'image systématiquement négative, souvent jusqu'à la caricature, que vos textes véhiculent. Leur patience, que vous avez mise à l'épreuve depuis de long mois, est aujourd'hui épuisée.

Dès lors, je vous impartis un délai de cinq jours ouvrables dès réception de la présente, soit au 18 juillet 2011 pour retirer tous les articles concernant Y.\_\_\_\_\_ mentionnés ci-dessus de votre site Internet. Vous êtes par ailleurs tenus de vous conformer strictement à

la convention que vous avez signée et il vous est, plus généralement, interdit de porter atteinte intentionnellement et gratuitement à Y.\_\_\_\_\_, ses organes, actionnaires et employés.

A défaut de retrait des articles susmentionnés dans le délai imparti, mes clientes agiront sans autre avis à votre encontre par toute voie de droit et vous réclameront, au surplus, la peine conventionnelle mentionnée au chiffre I de la convention susmentionnée.

Par ailleurs, vous êtes prié de vous abstenir de tout commentaire, sur votre site, s'agissant des conditions du retrait des brèves incriminées: ce retrait est dû au fait que lesdites brèves portent atteinte aux droits de mes clientes et constituent des infractions à vos engagements exprès; toute allusion à une censure serait dès lors non seulement déplacée, mais qui plus est mensongère.

Eu égard à vos antécédents de même nature, je ne doute pas qu'un juge saisi à nouveau se montrerait extrêmement agacé par la répétition de ce type d'actes.

Il sera fait état de la présente."

Par lettre du 13 juillet 2011, l'intimé a répondu aux reproches des requérantes, concluant comme il suit :

"(...) J'ai parfaitement en tête les termes de notre accord précédent, mais je ne vois en rien dans ces informations (qu'elles relatent des faits, des rumeurs ou des analyses personnelles) la moindre volonté systématique de dénigrement ou - pire - de désinformation : une telle qualification publique de mon travail relèverait effectivement du dénigrement professionnel et d'une atteinte à mon honneur de journaliste. En faire état vous mettrait dans l'obligation d'argumenter en profondeur sur toutes ces informations, et donc d'ouvrir un débat à leur sujet, qui m'obligerait à produire les éléments qui m'ont conduit à ces jugements.

Peut-on parler d'« image systématiquement négative » quand il m'arrive de féliciter la direction pour un geste positif concernant telle ou telle initiative?

S'il faut parler de « patience », je vous rappelle qu'il y avait, dans la convention précédente, un engagement clair de votre cliente concernant la reprise de relations « normales » avec moi comme avec tout journaliste. Je dois constater qu'il n'en a rien été et que mes questions, systématiquement préalables à tout article, n'ont pas bénéficié d'un accusé de réception, ni serait-ce que d'un « no comment »...

Je considère donc que les textes qui me sont reprochés ne relèvent que de l'exercice normal du droit d'informer et ne contreviennent en rien aux accords précédents. M'obliger à les retirer réclamerait un minimum d'explications auprès de mes lecteurs, qui ne pourraient que constater la mauvaise foi de cette censure. Compte tenu des explications données dans les pages précédentes, je crois que n'importe quel juge ne pourrait que constater ma bonne foi et mon droit à la critique comme à la liberté d'information."

9. Par requête de mesures provisionnelles et superprovisionnelles du 26 juillet 2011, les requérantes ont pris les conclusions suivantes :

**"Par voie de mesures superprovisionnelles**

- I. Ordre est donné à H.\_\_\_\_\_ de cesser immédiatement de dénigrer les marchandises, les prestations ou les affaires d'Y.\_\_\_\_\_ Holding SA, Y.\_\_\_\_\_ (Marketing) SA et MT.\_\_\_\_\_ SA, leurs organes et/ou dirigeants, par des allégations inexactes, fallacieuses ou inutilement blessantes, relatives notamment au comportement de leurs organes ou à leur stratégie produits et marketing, par voie de publication dans le magazine Internet L.\_\_\_\_\_, ou de toute autre manière.
- II. Interdiction est faite à H.\_\_\_\_\_ de dénigrer les marchandises, les prestations ou les affaires d'Y.\_\_\_\_\_ Holding SA, Y.\_\_\_\_\_ (Marketing) SA et MT.\_\_\_\_\_ SA, leurs organes et/ou dirigeants, par des allégations inexactes, fallacieuses ou inutilement blessantes, relatives notamment au comportement de leurs organes ou à leur stratégie produits et marketing, par voie de publication dans le magazine Internet L.\_\_\_\_\_, ou de toute autre manière.
- III. Ordre est donné à H.\_\_\_\_\_ de retirer immédiatement du site www. L.\_\_\_\_\_.com et des pages correspondantes du magazine en ligne «L.\_\_\_\_\_ » les allégations et commentaires suivants, sans accompagner ces suppressions de quelque commentaire que ce soit :

A. Suppressions :

7 mars : « *Commentaire de celui qui nous l'a racontée : « Faut-il qu'ils soient dans la m... pour s'offrir un expert en couches-culottes » ! « A moins qu'un membre du conseil d'administration n'ait compris le ridicule de la situation d'un choix gênant au mauvais moment...»*

13 mars : « *Chez [...], histoire de crier sur tous les toits qu'elle est vraiment dans la m...*»

15 avril : « *... et pour vouloir ainsi le « marquer à la culotte », avec une attitude qui sent un peu trop le me too suiviste. Erreur tactique ! »*

25 avril : « *283<sup>e</sup> » et « comme d'habitude »*

27 mai 2011 : « **La toujours jeune et toujours sympathique manufacture Y.\_\_\_\_\_** n'allait tout de même pas utiliser des peaux de brochet du lac de [...] ! Dans la vallée, on a dû rater les campagnes anti-galuchat, pourtant signées par de nombreuses marques, dont toutes celles du [...] Group. Donc, autant continuer à utiliser les bracelets en galuchat dont on dispose et dont on sait par ailleurs qu'ils ne doivent pas être si écologiquement corrects que ça, puisqu'on a décidé, parallèlement de ne plus en acheter. Des économies de bouts de chandelle, pitoyables pour une marque qui met si volontiers en avant sa conscience environnementale et son éthique « responsable »... »

24 juin : « *une marque tirée à hue et à dia ces dernières années »*

8 juillet : « **... CONSTATÉ QUE LE NEZ DES PINOCCHIO DU [...] VENAIT DE S'ALLONGER A LA HAUTEUR DE LA [...]...», « où on**

*pratique simultanément l'omerta, le refus autiste de répondre aux questions et le démenti non convaincant. » « qui a heureusement un bon copain au board » « Si Pinocchio était [...], son nez s'élèverait à la hauteur de la [...]... »*

**• Pour ce qui est de la « redistribution du capital »** évoquée par votre Quotidien des Montres, le démenti formel des « prétendus changements dans la structure familiale » amusera beaucoup les insiders, mais sans convaincre les sceptiques, tellement la « redistribution en cours » dont nous parlions est l'objet d'âpres négociations « familiales » - ce qui est une procédure on ne peut plus normale et naturelle, à propos de laquelle de simples explications seraient préférables au présent déni de réalité...»

9 juillet «**...LE NEZ DES PINOCCHIO DU [...] QUI S'ALLONGE MAINTENANT AU-DESSUS DE LA [...]... C'est la roche qui domine la vallée de [...], mais Pinocchio a un nez qui peut battre tous les records** dès qu'il raconte des salades ! Apparemment, chez Y.\_\_\_\_\_, on n'a pas apprécié les hypothèses de L.\_\_\_\_\_ sur la succession de [...], d'où le démenti du conseil d'administration, qui a visiblement du mal à faire la différence entre démentir et mentir (L.\_\_\_\_\_ du 8 juillet, info n° 6)... »

10 juillet : « **La mort dans l'âme, ceux qui aiment cette grande maison la voient s'enfoncer**, mois après mois, dans une ankylose stratégique que ne sanctionnent pas encore vraiment les résultats commerciaux, mais qui n'en obère pas moins l'avenir. » et « Les changements annoncés au sommet de la hiérarchie et la « redistribution du capital » que certains préparent (indiscrétion L.\_\_\_\_\_ du 24 juin, info n° 7) suffiront-ils à redresser la barre? »

B. Modifications (telles que soulignées) :

24 juin « **Selon L.\_\_\_\_\_, il serait de moins en moins probable que le contrat de Philippe [...]** soit renouvelé en fin d'année »

« *Alors qu'un puissant lobby interne s'emploierait à servir les intérêts [...] [...] (l'actuel directeur commercial) »*

« *qui aurait selon nous à faire face au traumatisme de l'éventuelle ouverture de ce capital à des investisseurs extérieurs aux « familles »*

IV. Les injonctions qui précèdent sont assorties de la menace des peines d'amende prévue par l'article 292 CP à l'encontre de celui qui ne se sera pas conformé à une décision signifiée par une autorité ou un fonctionnaire compétent.

### **Par voie de mesures provisionnelles**

V. Ordre est donné à H.\_\_\_\_\_ de cesser immédiatement de dénigrer les marchandises, les prestations ou les affaires d'Y.\_\_\_\_\_ Holding SA, Y.\_\_\_\_\_ (Marketing) SA et MT.\_\_\_\_\_ SA, leurs organes et/ou dirigeants, par des allégations inexactes, fallacieuses ou inutilement blessantes, relatives notamment au comportement de leurs organes ou à leur stratégie produits et marketing, par voie de publication dans le magazine Internet L.\_\_\_\_\_, ou de toute autre manière.

- VI. Interdiction est faite à H. \_\_\_\_\_ de dénigrer les marchandises, les prestations ou les affaires d'Y. \_\_\_\_\_ Holding SA, Y. \_\_\_\_\_ (Marketing) SA et MT. \_\_\_\_\_ SA, leurs organes et/ou dirigeants, par des allégations inexactes, fallacieuses ou inutilement blessantes, relatives notamment au comportement de leurs organes ou à leur stratégie produits et marketing, par voie de publication dans le magazine Internet L. \_\_\_\_\_, ou de toute autre manière.
- VII. Ordre est donné à H. \_\_\_\_\_ de retirer immédiatement du site www. L. \_\_\_\_\_ .com et des pages correspondantes du magazine en ligne «L. \_\_\_\_\_ » les allégations et commentaires suivants, sans accompagner ces suppressions de quelque commentaire que ce soit :

A. Suppressions :

7 mars : « *Commentaire de celui qui nous l'a racontée : « Faut-il qu'ils soient dans la m... pour s'offrir un expert en couches-culottes » ! « A moins qu'un membre du conseil d'administration n'ait compris le ridicule de la situation d'un choix gênant au mauvais moment...»*

13 mars : « *Chez [...], histoire de crier sur tous les toits qu'elle est vraiment dans la m...»*

15 avril : « *... et pour vouloir ainsi le « marquer à la culotte », avec une attitude qui sent un peu trop le me too suiviste. Erreur tactique ! »*

25 avril : « *283<sup>e</sup> » et « comme d'habitude »*

27 mai 2011 : « **La toujours jeune et toujours sympathique manufacture Y. \_\_\_\_\_ Holding SA** n'allait tout de même pas utiliser des peaux de brochet du lac de [...] ! Dans la vallée, on a dû rater les campagnes anti-galuchat, pourtant signées par de nombreuses marques, dont toutes celles du [...] Group. Donc, autant continuer à utiliser les bracelets en galuchat dont on dispose et dont on sait par ailleurs qu'ils ne doivent pas être si écologiquement corrects que ça, puisqu'on a décidé, parallèlement de ne plus en acheter. Des économies de bouts de chandelle, pitoyables pour une marque qui met si volontiers en avant sa conscience environnementale et son éthique « responsable »... »

24 juin : « *une marque tirée à hue et à dia ces dernières années ».*

8 juillet : « **... CONSTATÉ QUE LE NEZ DES PINOCCHIO DU [...] VENAIT DE S'ALLONGER A LA HAUTEUR DE LA [...]...** », « où on pratique simultanément l'omerta, le refus autiste de répondre aux questions et le démenti non convaincant. » « qui a heureusement un bon copain au board » « Si Pinocchio était [...], son nez s'élèverait à la hauteur de la [...]...»

• **Pour ce qui est de la « redistribution du capital »** évoquée par votre Quotidien des Montres, le démenti formel des « prétendus changements dans la structure familiale » amusera beaucoup les insiders, mais sans convaincre les sceptiques, tellement la « redistribution en cours » dont nous parlions est l'objet d'âpres négociations « familiales » - ce qui est une procédure on ne peut plus normale et naturelle, à propos de laquelle de simples explications seraient préférables au présent déni de réalité...»

9 juillet « **...LE NEZ DES PINOCCHIO DU [...] QUI S'ALLONGE MAINTENANT AU-DESSUS DE LA [...]... C'est la roche qui domine la vallée de [...], mais Pinocchio a un nez qui peut battre tous les records** dès qu'il raconte des salades ! Apparemment, chez Y. \_\_\_\_\_, on n'a pas apprécié les hypothèses de L. \_\_\_\_\_ sur la succession de

[...], d'où le démenti du conseil d'administration, qui a visiblement du mal à faire la différence entre démentir et mentir (L. \_\_\_\_\_ du 8 juillet, info n° 6)... »

10 juillet : « **La mort dans l'âme, ceux qui aiment cette grande maison la voient s'enfoncer, mois après mois, dans une ankylose stratégique que ne sanctionnent pas encore vraiment les résultats commerciaux, mais qui n'en obère pas moins l'avenir.** » et « **Les changements annoncés au sommet de la hiérarchie et la « redistribution du capital » que certains préparent (L. \_\_\_\_\_ du 24 juin, info n° 7) suffiront-ils à redresser la barre? »**

B. Modifications (telles que soulignées) :

24 juin « **Selon L. \_\_\_\_\_, il serait de moins en moins probable que le contrat de [...] soit renouvelé en fin d'année »**

« *Alors qu'un puissant lobby interne s'emploierait à servir les intérêts de [...] (l'actuel directeur commercial) »*

« *qui aurait selon nous à faire face au traumatisme de l'éventuelle ouverture de ce capital à des investisseurs extérieurs aux « familles »*

VIII. Les injonctions qui précèdent sont assorties de la menace des peines d'amende prévue par l'article 292 CP à l'encontre de celui qui ne se sera pas conformé à une décision signifiée par une autorité ou un fonctionnaire compétent."

**10.** Dans son ordonnance de mesures superprovisionnelles du 28 juillet 2011, le juge délégué de la Cour civile a statué comme il suit :

**I. Ordre** est donné à H. \_\_\_\_\_ de cesser immédiatement de dénigrer les marchandises, les prestations ou les affaires d'Y. \_\_\_\_\_ Holding SA, Y. \_\_\_\_\_ (Marketing) SA et MT. \_\_\_\_\_ SA, leurs organes et/ou dirigeants, par des allégations inexactes, fallacieuses ou inutilement blessantes, relatives notamment au comportement de leurs organes ou à leur stratégie produits et marketing, par voie de publication dans le magazine Internet Business L. \_\_\_\_\_, ou de toute autre manière.

**II. Interdiction** est faite à H. \_\_\_\_\_ de dénigrer les marchandises, les prestations ou les affaires d'Y. \_\_\_\_\_ Holding SA, Y. \_\_\_\_\_ (Marketing) SA et MT. \_\_\_\_\_ SA, leurs organes et/ou dirigeants, par des allégations inexactes, fallacieuses ou inutilement blessantes, relatives notamment au comportement de leurs organes ou à leur stratégie produits et marketing, par voie de publication dans le magazine Internet L. \_\_\_\_\_, ou de toute autre manière.

**III. Ordre** est donné à H. \_\_\_\_\_ de retirer immédiatement du site www. L. \_\_\_\_\_ .com et des pages correspondantes du magazine en ligne " L. \_\_\_\_\_ " les allégations et commentaires suivants, sans accompagner ces suppressions de quelque commentaire que ce soit :

7 mars : "commentaire de celui qui nous l'a racontée : "faut-il qu'ils soient dans la m... pour s'offrir un expert en couches-culottes" ! "A moins qu'un membre du conseil d'administration n'ait compris le ridicule de la situation d'un choix gênant au mauvais moment..."

13 mars : "Chez [...], histoire de crier sur tous les toits qu'elle est vraiment dans la m..."

27 mai 2011 : "**La toujours jeune et toujours sympathique manufacture Y.**\_\_\_\_\_ n'allait tout de même pas utiliser des peaux de brochet du lac de [...]. Dans la vallée, on a dû rater les campagnes anti-galuchat, pourtant signées par de nombreuses marques, dont toutes celles du [...] Group. Donc, autant continuer à utiliser les bracelets en galuchat dont on dispose et dont on sait par ailleurs qu'ils ne doivent pas être si écologiquement corrects que ça, puisqu'on a décidé, parallèlement de ne plus en acheter. Des économies de bouts de chandelle, pitoyables pour une marque qui met si volontiers en avant sa conscience environnementale et son éthique "responsable"..."

8 juillet : "... **CONSTATE QUE LE NEZ DES PINOCCHIO DU [...] VENAIT DE S'ALLONGER À LA HAUTEUR DE LA [...]...**", "où on pratique simultanément l'omerta, le refus autiste de répondre aux questions et le démenti non convaincant." "qui a heureusement un bon copain au board" "Si Pinocchio était [...], son nez s'élèverait à la hauteur de la [...]..."

9 juillet "**...LE NEZ DES PINOCCHIO DU [...] QUI S'ALLONGE MAINTENANT AU-DESSUS DE LA [...]... C'est la roche qui domine la Vallée de [...], mais Pinocchio a un nez qui peut battre tous les records** dès qu'il raconte des salades ! Apparemment, chez Y.\_\_\_\_\_, on n'a pas apprécié les hypothèses de L.\_\_\_\_\_ sur la succession de [...], d'où le démenti du conseil d'administration, qui a visiblement du mal à faire la différence entre démentir et mentir (L.\_\_\_\_\_ du 8 juillet, info n° 6)..."

**IV. Assortit** les injonctions qui figurent aux chiffres I à III qui précèdent de la menace de la peine d'amende prévue par l'article 292 du Code pénal, pour insoumission à une décision de l'autorité.

**V. Déclare** la présente ordonnance immédiatement exécutoire et dit qu'elle restera en vigueur jusqu'à droit connu sur le sort des mesures provisionnelles."

**11.** Lors de l'audience de mesures provisionnelles du 29 août 2011, les requérantes ont retiré la conclusion VII B de leur requête et l'intimé a conclu au rejet des autres conclusions. Les parties ont ensuite demandé au juge de surseoir à statuer jusqu'au 15 septembre 2011, dans le but qu'elles trouvent un terrain d'entente et passent, si possible, une convention.

L'intimé a indiqué qu'il ne tirait aucun revenu de son magazine Internet. Il a fait valoir que les requérantes refusaient de lui communiquer des renseignements, ce qui justifiait à ses yeux les propos qu'il avait tenus sur elle.

Suite à l'ordonnance de mesures superprovisionnelles du 28 juillet 2011, l'intimé a retiré de ses brèves les passages contestés, en les remplaçant par l'adjonction en rouge "passage supprimé à la demande d'Y.\_\_\_\_\_".

**12.** Par courrier du 14 septembre 2011, les requérantes ont demandé au juge instructeur de surseoir à statuer jusqu'à la fin du mois de septembre 2011.

Dans leur lettre du 20 septembre 2011, les requérantes ont demandé au juge instructeur de statuer sur leur requête de mesures provisionnelles.

### **En droit :**

**I.** Les requérantes Y.\_\_\_\_\_ Holding SA, Y.\_\_\_\_\_ (Marketing) SA et MT.\_\_\_\_\_ SA font valoir que l'intimé H.\_\_\_\_\_ s'attaque de manière manifestement excessive à leur crédit, leur réputation professionnelle et leurs affaires, par le biais de textes publiés sur le site Internet du magazine L.\_\_\_\_\_. Elles fondent leurs conclusions provisionnelles sur la loi fédérale contre la concurrence déloyale du 19 décembre 1986 (LCD; RS 241), subsidiairement sur les art. 28 ss CC.

L'intimé soutient pour sa part que ses publications sont licites et qu'elles sont justifiées par le fait que les requérantes ne répondent pas à ses questions et l'empêchent ainsi d'exercer correctement son activité de journaliste. Il invoque le droit à la critique et à la liberté d'information.

**II.** On doit en premier lieu examiner les questions de compétence à raison de la matière et du lieu, l'art. 60 CPC (Code de procédure civile du 19 décembre 2008; RS 272) imposant au tribunal d'examiner d'office sa compétence.

**a)** L'art. 13 CPC prévoit que, sauf disposition contraire de la loi, le tribunal compétent pour ordonner des mesures provisionnelles est le tribunal compétent pour statuer sur l'action principale (let. a), ou le tribunal du lieu où la mesure doit être exécutée (let. b).

En vertu de l'art. 36 CPC, le tribunal du domicile ou du siège du lésé ou du défendeur ou le tribunal du lieu de l'acte ou du résultat de celui-ci est compétent pour statuer sur les actions fondées sur un acte illicite. Sont de telles actions notamment celles qui reposent, comme en l'espèce, sur une violation de la loi contre la concurrence déloyale (Haldy, Code de procédure civile commenté, n. 2 ad art. 36 CPC).

Les requérantes (lésées) ont leur siège au [...], dans le canton de Vaud. Les tribunaux vaudois sont donc compétents pour connaître d'une action au fond et, par conséquent, de la présente requête de mesures provisionnelles. Au demeurant, l'intimé, qui s'est présenté à l'audience du 29 août 2011 sans émettre de réserve, a tacitement accepté la compétence des tribunaux vaudois (cf. art. 18 CPC).

**b)** Le canton de Vaud a institué la Cour civile du Tribunal cantonal en tant qu'instance devant connaître des litiges portant sur les causes pour lesquelles le droit fédéral impose une instance cantonale unique (art. 74 al. 3 LOJV [loi d'organisation judiciaire du 12 décembre 1979, RSV 173.01]). C'est notamment le cas en matière de concurrence déloyale, lorsque la valeur litigieuse dépasse 30'000 francs (art. 5 al. 1 let. d CPC). Par ailleurs, lorsque la loi désigne une autorité collégiale pour statuer sur le fond, le juge unique désigné par la cour est compétent pour statuer dans les affaires auxquelles s'applique la procédure sommaire (art.

43 al. 1 let. e CDPJ [Code de droit privé judiciaire vaudois du 12 janvier 2010; RSV 211.02]), soit notamment en matière de mesures provisionnelles (art. 248 let. d CPC).

Les requérantes considèrent que la valeur litigieuse, soit le dommage actuel et futur lié notamment à la perte de clientèle et à l'atteinte à leur réputation, dépasse le montant de 30'000 francs. Il n'y a pas lieu de remettre en question cette estimation, qui n'a pas été contestée par l'intimé. La Cour civile du Tribunal cantonal serait donc compétente pour statuer sur le fond du litige et le juge délégué doit statuer sur la présente requête de mesures provisionnelles.

**III.** Les décisions prises en instance cantonale unique selon les art. 5 ss CPC doivent, d'après l'art. 112 LTF, être communiquées par écrit. Une communication orale suivie d'une motivation écrite selon les art. 239 al. 1 et 2 CPC est exclue. La réserve du droit cantonal prévue à l'art. 112 al. 2 LTF ne s'applique pas non plus, car le domaine de la procédure civile n'est plus du droit cantonal (Staehelin, Kommentar zur Schweizerischen Zivilprozessordnung (ZPO), n. 38 ad art. 239 CPC; Oberhammer, Basler Kommentar, n. 10 ad art. 239 CPC; Hofmann/Lüscher, Le Code de procédure civile, p. 150). La présente ordonnance est dès lors motivée d'office.

**IV.** Jusqu'au 31 décembre 2010, la loi fédérale du 19 décembre 1986 contre la concurrence déloyale réglait de manière exhaustive les conditions des mesures provisionnelles en matière de concurrence déloyale. En particulier, l'article 14 LCD renvoyait aux articles 28c à 28f CC, applicables par analogie. Ces dispositions ont été abrogées avec l'entrée en vigueur du CPC (Hohl, Procédure civile, n. 1734; FF 2006 p. 6953). Les mesures provisionnelles et la procédure à suivre sont désormais exclusivement régies par les articles 261 ss CPC.

A teneur de l'art. 261 al. 1 CPC, le tribunal ordonne les mesures provisionnelles nécessaires lorsque le requérant rend vraisemblable qu'une prétention dont il est titulaire remplit les conditions suivantes : cette prétention est l'objet d'une atteinte ou risque de l'être (let. a) et cette atteinte risque de lui causer un préjudice difficilement réparable (let. b).

Saisi d'une requête de mesures provisionnelles, le juge doit examiner d'abord si le requérant est titulaire d'une prétention au fond, puis s'il est atteint ou menacé d'une atteinte illicite. A ce titre, il faut qu'il y ait urgence, c'est-à-dire qu'il y ait une nécessité d'une protection immédiate en raison d'un danger imminent qui menace les droits du requérant (Hohl, op. cit., nn. 1755 ss et les références citées; Bohnet, Code de procédure civile commenté, n. 7 à 10 ad art. 261 CPC; Huber, Kommentar zur schweizerischen Zivilprozessordnung (ZPO), n. 17 à 22 ad art. 261 CPC).

Pour examiner la réalisation de ces conditions, le juge se fonde sur les éléments de preuve immédiatement disponibles et se limite à un examen sommaire de la question de droit (TF 4A\_367/2008 du 14 novembre 2008 c. 2 et TF 5A\_629/2009 du 25 février 2010 c. 4.2). Les exigences de preuve sont réduites et le juge peut se contenter de la vraisemblance des faits pertinents (TF 4A\_420/2008 c. 2.3 du 9 décembre 2008; ATF 129 III 426 c. 3). Il peut retenir l'existence d'un fait ou d'un droit lorsque, au terme d'un examen sommaire, sur la base d'éléments objectifs, ce fait ou ce droit est rendu probable, sans pour autant qu'il faille exclure la possibilité que les faits aient pu se dérouler autrement ou que la situation juridique se présente différemment (ATF 108 II 69 c. 2a et les références citées; Bohnet, op. cit., n. 4 ad art. 261 CPC et les références citées; Pelet, Réglementation fédérale des mesures provisionnelles et procédure civile cantonale contentieuse, thèse Lausanne 1986, nn. 61 ss).

En vertu de l'art. 262 CPC, toute mesure provisionnelle propre à prévenir ou à faire cesser le préjudice peut être ordonnée, notamment

une interdiction ou un ordre de cessation d'un état de fait illicite (art. 262 let. a et b CPC).

**V. a)** Lorsque la requête est dirigée contre un média à caractère périodique, l'octroi de mesures provisionnelles est en outre soumis à des conditions supplémentaires, plus strictes, censées sauvegarder la liberté des médias (Bohnet, op. cit., n. 2 et 4 ad art. 266 CPC; Huber, op. cit., n. 2 ad art. 266 CPC; Zürcher, Schweizerische Zivilprozessordnung, Kommentar, n. 1 ad art. 266 CPC; Konfmel Ehrenzeller, Schweizerische Zivilprozessordnung, Kurzkomentar, n. 1 ad art. 266 CPC).

**aa)** Est un média tout organisme diffusant des informations au public par le texte, l'image, le son ou une combinaison de ces procédés (CJ GE, SJ 2001 I 341, c. 3c). Il s'agit notamment de la presse, de la radio et de la télévision, mais aussi des blogs ou des pages de sites Internet (TF 5P.259/2005 du 17 novembre 2005 c. 6). Le Tribunal fédéral a souligné la nécessité de la destination au public ou de la possible publicité de l'information susceptible de causer l'atteinte. Le caractère périodique du média implique une certaine répétition dans sa parution (ATF 136 IV 145 c. 3.3; Zürcher, op. cit., n. 9 ad art. 266 CPC; Sprecher, op.cit., n<sup>os</sup> 12, 18, 19 et 20; Huber, op. cit. , n. 5 ad art. 266 CPC; Ciola-Dutoit/Cottier, Le droit de la personnalité à l'épreuve des blogs, medialex 2008, p. 72 spéc. 75 et 79).

**bb)** Les informations publiées par l'intimé l'ont été par le biais du magazine et de la newsletter on-line [...]. Ce magazine destiné au public paraît à une fréquence bimensuelle et peut être consulté moyennant le paiement d'un abonnement. Une partie des informations sont également accessibles à tous, gratuitement, sur le site Internet du magazine. Bien que l'intimé considère qu'il n'écrit que pour son plaisir et pour nourrir sa passion pour l'horlogerie et la joaillerie, force est de constater qu'il diffuse régulièrement, par le texte, des informations destinées au public. Le site Internet de l'intimé doit par conséquent être qualifié de média à caractère périodique, au sens de l'art. 266 CPC.

Par ailleurs, l'intimé écrit et publie ses articles sous sa propre responsabilité. S'il explique être dépendant d'un serveur situé en France pour les aspects techniques de la publication de ses textes, il n'en demeure pas moins qu'il choisit librement les sujets traités et les informations publiées, sans l'intervention d'un rédacteur responsable, d'un éditeur ou annonceur. Dès lors qu'il occupe ces différentes fonctions, il doit pouvoir être actionné dans le cadre de la présente procédure provisionnelle en matière de média à caractère périodique, contrairement au seul auteur de textes litigieux (Bohnet, op. cit., n. 9 ad art. 266 CPC; Huber, op. cit., n. 7 ad art. 266 CPC).

**VI.**        **a)** A teneur de l'art. 266 CPC, des mesures provisionnelles ne peuvent être ordonnées contre un média à caractère périodique que si les trois conditions particulières suivantes sont réunies : l'atteinte est imminente et propre à causer un préjudice particulièrement grave (let. a), cette atteinte n'est manifestement pas justifiée (let. b) et la mesure ne paraît pas disproportionnée (let. c). Cette disposition reprend les conditions énoncées par l'ancien art. 28c al. 3 aCC (abrogé par l'entrée en vigueur du Code de procédure civile du 19 décembre 2008) si bien que la jurisprudence rendue en relation avec cette dernière disposition reste applicable (Bohnet, op. cit., n. 2 ad art. 266 CPC, et les références citées; Sprecher, op. cit., n<sup>os</sup> 1 et 4 ad art. 266 CPC).

**aa)** L'atteinte se définit comme étant un trouble à la personnalité, à savoir tout comportement de tiers qui cause de quelque façon un trouble aux biens de la personnalité d'autrui, en violation des droits qui la protègent (ATF 136 III 410 c. 2.2.2, JT 2010 I 553; ATF 136 III 296 c. 3.1, SJ 2010 I 465; ATF 120 II 369 c. 2 et les références citées, JT 1997 I 314). Elle est imminente lorsque le comportement du défendeur laisse sérieusement craindre une violation des droits du demandeur. Cette condition est notamment réalisée lorsque l'intimé a déjà commis des atteintes dont la répétition n'est pas à exclure ou si des indices concrets indiquent qu'il va commettre de telles atteintes. A l'inverse, une menace

hypothétique, pour le cas où il viendrait à l'idée du défendeur d'agir comme on le craint, ne permet pas de conclure à l'imminence de l'atteinte. En règle générale, le danger de répétition des actes incriminés est présumé si le défendeur a déjà commis une telle violation et qu'il ne reconnaît pas les droits du demandeur ou nie à tort que les actes qu'on lui reproche constituent une atteinte illicite à ces droits. Cette présomption peut être renversée si le défendeur établit des circonstances qui excluent une récidive dans le cas concret ou qui la font apparaître comme invraisemblable. Il y a cependant lieu de poser des exigences strictes à cet égard. Ainsi, la cessation des violations ne suffira pas à renverser la présomption; il en ira de même de la simple déclaration du défendeur selon laquelle il renonce à des atteintes futures, si l'intéressé ne reconnaît pas simultanément la prétention du demandeur (TF 4A\_529/2008 du 9 mars 2009 c. 4.1 et les références citées).

**bb)** L'atteinte doit en outre être propre à causer un préjudice "particulièrement grave". Le degré d'atteinte requis est plus élevé que celui attendu dans le cas de mesures provisionnelles ordinaires. La gravité peut résulter de l'atteinte en elle-même, mais aussi du nombre des destinataires de la publication. Le préjudice ne doit pas forcément être matériel, il peut même être purement immatériel. Il peut résulter de l'atteinte à la personnalité. Cette condition est généralement réalisée lorsque l'information diffusée est erronée (Sprecher, op. cit., n<sup>os</sup> 23 ss ad art. 266 CPC; Kofmehl Ehrenzeller, op. cit., n. 3 ad art. 266 CPC; Bohnet, op. cit., n. 14 et 15 ad art. 266 CPC; Huber, op. cit., n. 10 ad art. 266 CPC). Le Tribunal fédéral a ainsi admis une atteinte qualifiée dans le cas d'un article de presse donnant la fausse impression qu'une personne était impliquée dans une procédure pénale (TF 5P.259/2005 du 17 novembre 2005). En matière de concurrence déloyale, la vraisemblance d'un dommage immatériel est généralement admise lorsqu'il y a une atteinte illicite (Schlosser, Les conditions d'octroi des mesures provisionnelles en matière de propriété intellectuelle et de concurrence déloyale, p. 347-384; sic! 1997 586-587). En effet, la LCD est une législation spéciale qui complète la protection de la personnalité, car elle a pour but de protéger la liberté économique qui est comprise dans le droit de la personnalité; il

en va ainsi de la prohibition du dénigrement qui apparaît comme la concrétisation, en droit de la concurrence, de la protection de la personnalité (ATF 121 III 168; JT 1996 I 52).

L'art. 266 CPC exige encore l'absence manifeste de motifs justificatifs tels que l'intérêt à informer (correctement) le public des événements d'intérêt général, l'accord de la personne concernée ou encore un état de nécessité. L'existence du motif doit être alléguée et prouvée par l'auteur de l'atteinte (Bohnet, op.cit., n. 16 à 18 ad art. 266 CPC; Huber, op. cit., n. 11 ad art. 266 CPC; Zürcher, op. cit., n<sup>os</sup> 15 ss ad art. 266 CPC; Sprecher, op. cit., n. 28 et 38 ad art. 266 CPC; Kofmel Ehrenzeller, op. cit., n. 3 ad art. 266 CPC).

**cc)** Enfin, la mesure ordonnée ne doit pas être disproportionnée. Elle doit être adéquate, c'est-à-dire apte à atteindre le résultat escompté, et nécessaire, le préjudice en question ne pouvant être détourné autrement (Bohnet, op. cit., n<sup>os</sup> 22 et 23 ad art. 266 CPC; Huber, op. cit., n. 12 ad art. 266 CPC; Sprecher, op. cit., n. 35 à 37 ad art. 266 CPC; Kofmel Ehrenzeller, op. cit., n. 4 ad art. 266 CPC). Selon le Tribunal fédéral, dans le cas d'un média diffusé sur Internet, une mesure tendant au retrait de l'information ou à l'interdiction de sa rediffusion peut satisfaire à cette condition (TF 5P.308/2003 du 28 octobre 2003 c. 2.6).

**VII. a)** Il convient en premier lieu d'examiner si l'existence d'une prétention au fond a été rendue vraisemblable.

Les requérantes fondent à juste titre leur requête principalement sur les dispositions de la loi contre la concurrence déloyale et subsidiairement sur les art. 28 ss CC. En effet, ces dernières dispositions ont un caractère subsidiaire par rapport aux règles spéciales qui instaurent un régime de responsabilité pour des atteintes particulières à la personnalité, comme les art. 2 ss LCD (TF 4C.224/2005 du 12 décembre 2005 c. 2.2.4 et les références citées).

**aa)** La légitimation active en droit de la concurrence déloyale est reconnue à celui qui, par un acte de concurrence déloyale, subit une atteinte dans sa clientèle, son crédit ou sa réputation professionnelle, ses affaires ou ses intérêts économiques en général ou celui qui en est menacé (art. 9 LCD). La légitimation passive appartient à quiconque a provoqué ou menace de provoquer par ses agissements une atteinte à la concurrence loyale (TF 4C.224/2005 du 12 décembre 2005 précité c. 2.2.3 et les références citées). Il n'est pas nécessaire que l'auteur se trouve dans un rapport de concurrence avec le lésé. Il suffit que son comportement exerce une influence sur les relations entre concurrents ou entre fournisseurs et clients, c'est-à-dire qu'il ait un impact sur le marché et la concurrence économique. Partant, des journalistes ou des entreprises de presse peuvent être actionnés s'ils ne s'en tiennent pas aux règles de la concurrence loyale et donnent sur des tiers des informations inexactes ou fallacieuses (TF 4C.167/2006 du 16 mai 2007 précité c. 6.1.1 et les références citées; TF 4C.224/2005 du 12 décembre 2005 précité c. 2.2.2 et les références citées).

**bb)** Les actes reprochés à l'intimé relèvent de son activité de journaliste. Ils consistent dans la publication d'écrits dans un magazine on-line à caractère économique, qui a pour vocation d'informer et donc d'influencer les acteurs du marché de l'horlogerie et de la joaillerie. Les requérantes sont ainsi légitimées à faire valoir des prétentions au fond sur la base de la LCD, alors que l'intimé a la légitimation passive.

**b)** Les actes visés par la LCD sont ceux qui relèvent d'un comportement déloyal et illicite, soit tout comportement ou pratique commerciale qui est trompeur ou qui contrevient de toute autre manière aux règles de la bonne foi et qui influe sur les rapports entre concurrents ou entre fournisseurs et clients (art. 2 LCD). Les art. 3 à 8 LCD contiennent une liste exemplative d'agissements déloyaux (TF 4C.170/2006 du 28 août 2006 c. 3; TF 4C.224/2005 du 12 décembre 2005 précité c. 3.2; ATF 131 III 384 c. 3a et l'arrêt cité, JT 2005 I 434).

Selon l'art. 3 let. a LCD, agit de façon déloyale celui qui dénigre autrui, ses marchandises, ses oeuvres, ses prestations, ses prix ou ses affaires par des allégations inexactes, fallacieuses ou inutilement blessantes. Par dénigrer il faut comprendre s'efforcer de noircir, de faire mépriser (quelqu'un ou quelque chose) en disant du mal, en attaquant, en niant les qualités. Un propos est dénigrant lorsqu'il rend méprisable le concurrent, ses marchandises, etc. Tout propos négatif ne suffit pas : il doit revêtir un certain caractère de gravité. Dénigre par exemple un produit mis sur le marché celui qui le dépeint comme sans valeur, d'un prix surfait, inutilisable, entaché de défauts ou nuisible. Une allégation n'est pas déjà illicite au sens de l'art. 3 let. a LCD du seul fait qu'elle dénigre les marchandises de la personne visée; il faut encore qu'elle soit inexacte - c'est-à-dire contraire à la réalité, - ou bien fallacieuse - soit exacte en elle-même, mais susceptible, par la manière dont elle est présentée ou en raison de l'ensemble des circonstances, d'éveiller chez le destinataire une impression fautive, - ou encore inutilement blessante - à savoir qu'elle donne de la personne visée, respectivement de ses prestations au sens large, une image négative, outrancière, que la lutte économique ne saurait justifier (TF 4A\_481/2007 du 12 février 2008 c. 3.3; TF 4C.167/2006 du 16 mai 2007 précité c. 6.2; TF 4C.224/2005 du 12 décembre 2005 précité c. 3.2 et les références citées). A l'inverse, en l'absence de dénigrement, l'art. 3 let. a LCD n'est pas applicable, même si les propos incriminés sont inexacts ou fallacieux (Born, UWG versus Medien, Unter besonderen Berücksichtigung der aktuellen Rechtsprechung, Medialex 2010, p. 134 spéc. p. 136).

Pour déterminer si une ou plusieurs expressions contenues dans des articles de journaux sont dénigrantes au sens de l'art. 3 let. a LCD, il y a lieu de se fonder sur l'impression que se forge le lecteur moyen non prévenu, qui ne dispose pas de connaissances techniques particulières et prête aux allégations publiées l'attention commandée par les circonstances. Cette question doit être traitée comme une question de droit et non de fait (4A\_481/2007 du 12 février 2008, c. 3.3 et les

références citées; TF 4C.170/2006 du 28 août 2006 précité c. 3.2 et les références citées). Par ailleurs, chacune des allégations concernées doit être analysée séparément. Une impression d'ensemble négative pourra influencer l'interprétation des différentes allégations, mais elle ne sera pas déterminante à elle seule (TF 4C.167/2006 du 16 mai 2007 précité c. 6.1.2; TF 4C.224/2005 du 12 décembre 2005 précité c. 3.2; ATF 124 IV 162, JT 1999 I 450).

La notion de caractère déloyal (Unlauterkeit), c'est-à-dire d'illicéité, doit encore être interprétée conformément à la Constitution, en particulier à la lumière de l'art. 16 Cst. ([Constitution fédérale de la Confédération du 18 avril 1998; RS. 101] libertés d'opinion et d'information) et 17 Cst. (liberté des médias). En effet, l'application de la LCD ne doit pas faire obstacle au but assigné par le constituant à la fonction même des médias dans le monde économique, qui consiste à susciter un débat, informer le public sur les faits d'intérêt général, sur les événements économiques, de façon à favoriser l'échange des opinions et la discussion politique. Le Tribunal fédéral considère ainsi qu'il convient de n'admettre qu'avec retenue l'existence d'un dénigrement déloyal commis par voie de presse (TF 4C.167/2006 du 16 mai 2007 précité c. 6.1.2 2 et les références citées, TF 4C.224/2005 du 12 décembre 2005 précité c. 3.2). Il a considéré que le reproche fait, par voie de presse, à un distributeur, d'avoir réduit de manière "dictatoriale" ("diktatorisch") l'assortiment de ses magasins satellites ne tombait pas sous le coup de l'art. 3 let. a LCD (TF du 13 décembre 1994, Karl Schweri et Denner AG c. Staatsanwaltschaft des Kantons Zurich, RSPI 1995, p. 444). De même, il a nié le caractère illicite de la désignation médiatisée de "mafia de carnet d'adresses" ("Adressbuch Maffia"), pour un éditeur de guides touristiques (TF 4A\_481/2007 du 12 février 2008) et celle de "foire annuelle" ("Jahrmarktveranstaltung") pour un match de boxe dont le niveau sportif était inférieur à celui annoncé (TF 6S.340/2003 du 4 juin 2004 c. 3, sic! 2004/11 p. 882).

c) Les passages dont les requérantes requièrent la suppression sont les suivants (pour l'extrait complet des textes concernés il est renvoyé ci-dessus, au chiffre 7 de la partie "En fait") :

7 mars 2011 : "commentaire de celui qui nous l'a racontée : "faut-il qu'ils soient dans la m... pour s'offrir un expert en couches-culottes" ! "A moins qu'un membre du conseil d'administration n'ait compris le ridicule de la situation d'un choix gênant au mauvais moment..."

13 mars 2011 : "Chez [...], histoire de crier sur tous les toits qu'elle est vraiment dans la m..."

15 avril 2011 : "... et pour vouloir ainsi "marquer à la culotte", avec une attitude qui sent un peu trop le me too suiviste. Erreur tactique!

25 avril 2011 : "283<sup>e</sup>" et "comme d'habitude".

27 mai 2011 : "**La toujours jeune et toujours sympathique manufacture Y. \_\_\_\_\_ (Marketing) SA** n'allait tout de même pas utiliser des peaux de brochet du lac de [...]. Dans la vallée, on a dû rater les campagnes anti-galuchat, pourtant signées par de nombreuses marques, dont toutes celles du [...] Group. Donc, autant continuer à utiliser les bracelets en galuchat dont on dispose et dont on sait par ailleurs qu'ils ne doivent pas être si écologiquement corrects que ça, puisqu'on a décidé, parallèlement de ne plus en acheter. Des économies de bouts de chandelle, pitoyables pour une marque qui met si volontiers en avant sa conscience environnementale et son éthique "responsable"..."

24 juin 2011 : "une marque tirée à hue et à dia ces dernières années"

8 juillet 2011 : "... **CONSTATE QUE LE NEZ DES PINOCCHIO DU [...] VENAIT DE S'ALLONGER A LA HAUTEUR DE LA [...]...**", "où on pratique simultanément l'omerta, le refus autiste de répondre aux questions et le démenti non convaincant." "qui a heureusement un bon copain au board" "Si Pinocchio était [...], son nez s'élèverait à la hauteur de la [...]..."

"Pour ce qui est de la « redistribution du capital » évoquée par votre Quotidien des Montres, le démenti formel des « prétendus changements dans la structure familiale » amusera beaucoup les *insiders*, mais sans convaincre les sceptiques, tellement la « redistribution en cours » dont nous parlions est l'objet d'après négociations « familiales » - ce qui est une procédure on ne peut

plus normale et naturelle, à propos de laquelle de simples explications seraient préférables au présent déni de réalité..."

9 juillet 2011 : "**... LE NEZ DES PINOCCHIO DU [...] QUI S'ALLONGE MAINTENANT AU-DESSUS DE LA [...]... C'est la roche qui domine la Vallée de [...], mais Pinocchio a un nez qui peut battre tous les records** dès qu'il raconte des salades! Apparemment, chez Y.\_\_\_\_\_, on n'a pas apprécié les hypothèses de L.\_\_\_\_\_ sur la succession de [...], d'où le démenti du conseil d'administration, qui a visiblement du mal à faire la différence entre démentir et mentir (L.\_\_\_\_\_ du 8 juillet, info n. 6)..."

10 juillet 2011 : "**La mort dans l'âme, ceux qui aiment cette grande maison la voient s'enfoncer**, mois après mois, dans une ankylose stratégique que ne sanctionnent pas encore vraiment les résultats commerciaux, mais qui n'en obère pas moins l'avenir" et "Les changements annoncés au sommet de la hiérarchie et la "redistribution du capital" que certains préparent (indiscrétion L.\_\_\_\_\_ du 24 juin, info n. 7) suffiront-ils à redresser la barre?"

De manière générale, on constate que l'intimé mentionne les requérantes dans ses écrits presque exclusivement pour critiquer leurs agissements. Le contenu de ces publications relève du persiflage, de la vitupération; il s'en dégage une évidente envie de nuire, en salissant l'image des requérantes. Cette impression d'ensemble négative ne permet toutefois pas à elle seule de considérer que la publication des textes de l'intimé est illicite. Il faut encore examiner individuellement chacun des passages incriminés.

Dans les brèves des 7 et 13 mars 2011, les requérantes sont facilement identifiables : le contexte général des publications de l'intimé fait apparaître de manière suffisamment claire son inimitié envers elles pour que même un lecteur non averti puisse reconnaître qu'elles sont visées par ses propos. L'intimé y remet en question la compétence des organes des requérantes sur la base de déductions pour le moins hâtives, qui échappent à toute logique. Il utilise en outre des termes orduriers. Ces brèves sont – pour le moins – inutilement blessantes, tant sur la forme que sur le fond. Elles sont également contraires à la réalité, le nouveau directeur marketing concerné ayant travaillé pour le groupe [...], mais pas

pour la marque [...]. La publication de ces textes doit dès lors être qualifiée d'acte déloyal, au sens de l'art. 3 let. a LCD.

Il n'en va pas de même des brèves des 15 et 25 avril 2011, dont les propos peu flatteurs relèvent plus de la moquerie que du dénigrement. L'appréciation de l'attitude des requérantes, loin d'être complaisante, n'est pas inutilement blessante. On peut partir de l'idée que le lecteur moyen des écrits de l'intimé sera capable de se forger une opinion propre sur la base de ces informations et de comprendre qu'il s'agit de l'opinion de l'auteur, et non d'une information objective sur l'activité des requérantes. Par ailleurs, le fait de tourner en dérision les nombreuses déclinaisons du produit phare de la marque ne revêt pas le caractère de gravité requis pour l'application de l'art. 3 let. a LCD. En effet, si la stratégie des requérantes est critiquée, ses produits ne sont pas présentés de manière à apparaître méprisables. Partant, la publication de ces textes n'est pas un acte déloyal au sens de l'art. 3 let. a LCD.

Dans la brève du 27 mai 2011, l'honnêteté des requérantes est mise en doute de manière fallacieuse. Certes, comme dans le texte publié le 15 avril 2011, seules la stratégie commerciale et la gestion au sens large du groupe des requérantes sont blâmées, alors que la qualité des produits n'est pas critiquée. Toutefois, dans ce cas, le reproche ternit clairement l'image des requérantes puisqu'il remet en cause leur intégrité. Par ailleurs, les termes "économie de bouts de chandelle" et surtout "pitoyables" sont à l'évidence méprisants. Les propos tenus par l'intimé sont d'ailleurs inexacts, puisque les requérantes avaient décidé de détruire les stocks de galuchat. Ils sont particulièrement pernicioux : en instrumentalisant la conscience écologique du lecteur, ils tendent à discréditer l'éthique de la requérante. La médiatisation de ces propos tombe sous le coup de l'art. 3 let. a LCD.

Il en va de même pour la brève du 24 juin 2011. Son texte donne l'impression d'une perte de maîtrise totale des organes des requérantes, qui subiraient passivement les soubresauts de l'économie,

sans parvenir à diriger leur groupe. L'allégation apparaît inexacte puisque l'intimé reconnaît lui-même, dans une autre brève, que les résultats commerciaux n'ont pas encore été affectés par les divers manquements et l'absence totale de stratégie qu'il impute aux requérantes; elle est dans tous les cas inutilement blessante et elle donne des requérantes une image particulièrement négative. La publication de ce texte est donc déloyale au sens de l'art. 3 let. a LCD.

Pour ce qui est des brèves des 8 et 9 juillet 2011, force est de constater que leur contenu est tout simplement injurieux : les requérantes sont accusées de mentir. La mention selon laquelle l'intimé disposerait d'informateurs parmi les requérantes laisse penser à des dissensions au sein de leur direction, ce qui ternit à l'évidence leur image. Ces textes sont de nature à faire douter le lecteur moyen et non averti de la crédibilité et de la stabilité du groupe des requérantes. Purement dénigrants et fallacieux, ils portent atteinte à l'image de ces dernières. Partant, leur publication est illicite.

Enfin, le texte publié par l'intimé le 10 juillet 2011 véhicule une image outrageusement négative des requérantes. L'intimé y laisse entendre que le déclin de leur groupe serait inévitable. Cette appréciation est d'autant plus pernicieuse que l'auteur précise qu'elle n'est pas fondée sur une péjoration des résultats commerciaux des requérantes, mais sur le constat de l'incompétence durable de leurs organes dirigeants. Ce faisant, il installe un doute nuisible aux relations commerciales des requérantes, qui fausse le jeu de la concurrence.

Ainsi, à l'exception des brèves des 15 et 25 avril 2011, les textes publiés par l'intimé objet de la présente requête sont constitutifs d'actes de concurrence déloyale au sens des art. 2 et/ou 3 let. a LCD.

**VIII.**      **a)** Reste à examiner si les conditions nécessaires pour ordonner les mesures requises sont réunies.

L'intimé avait déjà publié des textes offensants à l'égard des requérantes pendant les mois d'avril et mai 2010. Par ordonnance du 14 mai 2010 le Juge instructeur de la Cour civile a ordonné le retrait de certains passages de ces textes, à la requête de Y.\_\_\_\_\_ Holding SA, Y.\_\_\_\_\_ (Marketing) SA et Y.\_\_\_\_\_. Malgré ces injonctions, H.\_\_\_\_\_ a publié de nouvelles brèves, dont les requérantes ont à nouveau mis en cause la licéité. Finalement, lors de l'audience de mesures provisionnelles du 22 juin 2010, H.\_\_\_\_\_ s'est engagé conventionnellement à retirer les passages concernés. En mars 2011, soit moins d'une année après la conclusion de cette convention, l'intimé a commencé à publier les textes objet de la présente requête. Il refuse d'en admettre le caractère illicite. Alors qu'il lui avait ordonné par mesures superprovisionnelles de retirer certains passages de ses "brèves" sans accompagner ces suppressions de quelque commentaire que ce soit, l'intimé à inséré, en lieu et place des passages incriminés, la mention "passages supprimés à la demande d'" Y.\_\_\_\_\_ " ce qui était, une fois de plus, de nature à nuire aux requérantes. En résumé, l'intimé montre à l'égard des requérantes un acharnement que l'on pourrait presque qualifier de compulsif. On peut légitimement s'interroger sur ses motivations. Toujours est-il que, dans de telles conditions, l'imminence de l'atteinte invoquée par les requérantes doit être présumée, sans qu'aucun élément ne permette de renverser cette présomption.

**b)** Comme exposé au point **V c)** ci-dessus, les propos ressortissant des textes de l'intimé sont dénigrant. Ils sont propres à porter atteinte notamment à l'image des requérants et à leur réputation économique. Le risque d'un préjudice particulièrement grave, au sens de l'art. 266 CPC doit dès lors être admis.

Comme justification à ses actes, l'intimé invoque le fait que les requérantes ne communiquent pas avec lui et qu'elles ne confirment ni infirment les informations qu'il publie. Il est toutefois exclu que le silence des requérantes doive être interprété comme un acquiescement, voir un consentement à la publication de ses "informations". Par ailleurs, la stratégie de l'intimé visant à ternir l'image des requérantes afin d'obtenir

qu'elles se plient à ses exigences et lui fournissent les renseignements souhaités ne saurait être soutenue au nom de l'intérêt général d'informer le public des événements d'intérêt général. Par son argumentation, l'intimé laisse voir clairement qu'il ne dispose, en réalité, d'aucune information crédible - puisqu'il en fait justement grief aux requérantes. Celles-ci sont justifiées à ne pas lui communiquer de renseignements, au vu de son évidente intention de nuire. Enfin, on peine à suivre l'intimé dans la mesure où il semble considérer comme un fait justificatif de ses actes illicites, que ceux-ci auraient été commis pour contraindre les requérantes à lui fournir des informations.

**c)** Les mesures requises sont le retrait des passages à caractère illicite et l'injonction, faite à l'intimé, de s'abstenir de dénigrer à l'avenir les requérantes et leurs marchandises dans ses publications. Ces mesures sont nécessaires au rétablissement d'une situation conforme au droit, c'est-à-dire une concurrence loyale, dans laquelle l'image des requérantes n'est pas inutilement noircie. De plus, elles n'entraînent pas des conséquences lourdes pour l'intimé : celui-ci pourra aisément continuer son activité, dont il ne prétend d'ailleurs pas tirer des revenus substantiels, en publiant des articles et des brèves licites concernant les requérantes ou les autres acteurs du milieu de l'horlogerie et de la joaillerie. Cela étant, il n'y a pas lieu de contraindre les requérantes à déposer des sûretés.

Au vu de ce qui précède, il convient d'ordonner les mesures requises, à l'exception de celles concernant les brèves des 15 et 25 avril 2011.

**IX.** A teneur de l'art. 267 CPC, le tribunal qui a ordonné les mesures provisionnelles prend également les dispositions d'exécution qui s'imposent. Lorsque, comme en l'espèce, la mesure provisionnelle consiste en une interdiction ou en un ordre de faire cesser un état de fait illicite, la décision de justice est assortie de la menace de la sanction prévue à l'art.

292 CP ([Code pénal suisse du 21 décembre 1937; RS 311.0], Bohnet, op. cit., n. 13 ad art. 267 CPC).

**X.** Si l'action au fond n'est pas encore pendante, le tribunal impartit au requérant un délai pour le dépôt de la demande, sous peine de caducité des mesures ordonnées (art. 263 CPC). La durée du délai n'est pas mentionnée dans la loi. Il ne devrait toutefois pas excéder trois mois, par analogie au délai légal et non prolongeable octroyé au demandeur pour procéder suite à l'échec de la tentative de conciliation en vertu de l'art. 209 al. 3 CPC (Bohnet, op. cit., n. 14 ad art. 263 CPC).

Il sera donc impartit aux requérantes un délai au 15 mai 2012 pour ouvrir action au fond.

Un recours contre la décision provisionnelle ne suspend pas ce délai de validation, à moins que le recourant ne requière et n'obtienne que l'effet suspensif soit accordé à son recours (Hohl, Procédure civile, n<sup>os</sup> 1863 ss).

**XI.** En application des art. 104 al. 3 et 106 al. 1 CPC, il est statué immédiatement sur les frais des mesures provisionnelles, qui sont mis à la charge de la partie succombante, l'intimé en l'occurrence. Ces frais sont arrêtés à 1'500 fr., soit 1'150 fr. à titre d'émolument des mesures provisionnelles (art. 28 TFJC [tarif du 28 septembre 2010 des frais judiciaires civils ; RSV 270.11.5]) et 350 fr. à titre d'émolument pour les mesures superprovisionnelles (art. 30 TFJC).

A teneur de l'art. 111 al. 1 et 2 CPC, les frais judiciaires sont compensés avec les avances fournies par les parties. La partie à qui incombe la charge des frais verse le montant restant, restituée à l'autre partie les avances qu'elle a fournies et lui verse les dépens qui lui ont été alloués. Ces derniers comprennent le défraiement d'un représentant professionnel et les débours nécessaires (art. 95 al. 3 let. a et b CPC).

Estimés en principe à 5 % du défraiement du mandataire professionnel et s'ajoutant à celui-ci, les débours incluent notamment les frais de déplacement, de téléphone, de port et de copie (art. 19 TDC [Tarif du 13 novembre 2010 des dépens en matière civile; RSV 270.11.6]).

Les requérantes, qui obtiennent entièrement gain de cause, ont droit, solidairement entre elles à des dépens, soit un montant de 6'000 fr. à titre de défraiement de leur conseil et un montant de 300 fr. à titre de débours (art. 6 et 19 TDC). L'intimé leur remboursera en outre le montant de 1'500 fr. qu'elles ont versé à titre d'avance de frais.

**Par ces motifs,  
le juge délégué,  
statuant à huis clos et  
par voie de mesures provisionnelles :**

- I. Ordre est donné à H.\_\_\_\_\_ de cesser immédiatement de dénigrer les marchandises, les prestations ou les affaires d'Y.\_\_\_\_\_ Holding SA, Y.\_\_\_\_\_ (Marketing) SA et MT.\_\_\_\_\_ SA, leurs organes et/ou dirigeants, par des allégations inexactes, fallacieuses ou inutilement blessantes, relatives notamment au comportement de leurs organes ou à leur stratégie produits et marketing, par voie de publication dans le magazine Internet L.\_\_\_\_\_, ou de toute autre manière.
  
- II. Interdiction est faite à H.\_\_\_\_\_ de dénigrer les marchandises, les prestations ou les affaires d'Y.\_\_\_\_\_ Holding SA, Y.\_\_\_\_\_ (Marketing) SA et MT.\_\_\_\_\_ SA, leurs organes et/ou dirigeants, par des allégations inexactes, fallacieuses ou inutilement blessantes, relatives notamment au comportement de leurs organes ou à leur stratégie produits et

marketing, par voie de publication dans le magazine Internet L.\_\_\_\_\_, ou de toute autre manière.

- III. Ordre est donné à H.\_\_\_\_\_ de retirer immédiatement du site [www.businessmontres.com](http://www.businessmontres.com) et des pages correspondantes du magazine en ligne " L.\_\_\_\_\_" les allégations et commentaires suivants, sans accompagner ces suppressions de quelque commentaire que ce soit :

7 mars 2011 : "Commentaire de celui qui nous l'a racontée : "Faut-il qu'ils soient dans la m... pour s'offrir un expert en couches-culottes"! "A moins qu'un membre du conseil d'administration n'ait compris le ridicule de la situation d'un choix gênant au mauvais moment..."

13 mars 2011 : "Chez [...], histoire de crier sur tous les toits qu'elle est vraiment dans la m... (...)"

27 mai 2011 : "**La toujours jeune et toujours sympathique manufacture Y.\_\_\_\_\_** n'allait tout de même pas utiliser des peaux de brochet du lac de [...] ! Dans la vallée, on a dû rater les campagnes anti-galuchat, pourtant signées par de nombreuses marques, dont toutes celles du [...]. Donc, autant continuer à utiliser les bracelets en galuchat dont on dispose et dont on sait par ailleurs qu'ils ne doivent pas être si écologiquement corrects que ça, puisqu'on a décidé parallèlement de ne plus en acheter. Des économies de bouts de chandelle, pitoyables pour une marque qui met si volontiers en avant sa conscience environnementale et son éthique "responsable"..."

24 juin 2011 : "une marque tirée à hue et à dia ces dernières années"

8 juillet 2011 : "... **CONSTATÉ QUE LE NEZ DES PINOCCHIO DU [...] VENAIT DE S'ALLONGER A LA HAUTEUR DE LA [...]**..." (...) "où on pratique simultanément l'*omerta*, le refus

autiste de répondre aux questions et le démenti non convaincant." "qui a heureusement un bon copain au *board*" (...) "si Pinocchio était [...], son nez s'élèverait à la hauteur de la [...]".

"Pour ce qui est de la « redistribution du capital » évoquée par votre Quotidien des Montres, le démenti formel des « prétendus changements dans la structure familiale » amusera beaucoup les *insiders*, mais sans convaincre les sceptiques, tellement la « redistribution en cours » dont nous parlions est l'objet d'âpres négociations « familiales » - ce qui est une procédure on ne peut plus normale et naturelle, à propos de laquelle de simples explications seraient préférables au présent déni de réalité..."

9 juillet 2011 : "**...LE NEZ DES PINOCCHIO DU [...] QUI S'ALLONGE MAINTENANT AU-DESSUS DE LA [...]... C'est la roche qui domine la vallée de [...], mais Pinocchio a un nez qui peut battre tous les records** dès qu'il raconte des salades! Apparemment, chez Y.\_\_\_\_\_, on n'a pas apprécié les hypothèses de L.\_\_\_\_\_ sur la succession de [...], d'où le *démenti* du conseil d'administration, qui a visiblement du mal à faire la différence entre *démentir* et *mentir* (L.\_\_\_\_\_ du 8 juillet, info n°6)..."

10 juillet 2011 : "**La mort dans l'âme, ceux qui aiment cette grande maison la voient s'enfoncer**, mois après mois, dans une ankylose stratégique que ne sanctionnent pas encore vraiment les résultats commerciaux, mais qui n'en obère pas moins l'avenir" et "Les changements annoncés au sommet de la hiérarchie et la « redistribution du capital » que certains préparent (indiscrétion L.\_\_\_\_\_ du 24 juin, info n. 7) suffiront-ils à redresser la barre?"

**IV.** Assortit les injonctions qui figurent aux chiffres I à III qui précèdent de la menace de la peine d'amende prévue à

l'art. 292 du Code pénal en cas d'insoumission à une décision de l'autorité.

- V.** Fixe aux requérantes un délai au **15 mai 2012** pour déposer une demande au fond, sous peine de caducité des présentes mesures provisionnelles.
  
- VI.** Met les frais judiciaires de la procédure provisionnelle, arrêtés à 1'500 francs (mille cinq cents francs) à la charge de l'intimé.
  
- VII.** Condamne l'intimé à verser aux requérantes, solidairement entre elles, le montant de 7'800 fr. (sept mille huit cents francs) à titre de dépens et de restitution d'avance de frais judiciaires.
  
- VIII.** Rejette toutes autres ou plus amples conclusions.

Le juge délégué :

P. Hack

Le greffier :

C. Maradan

Du

L'ordonnance qui précède, lue et approuvée à huis clos, est notifiée par l'envoi de photocopies au conseil des requérantes et à l'intimé personnellement.

La présente ordonnance peut faire l'objet d'un recours en matière civile devant le Tribunal fédéral au sens des art. 72 ss LTF et 90 ss LTF (loi du 17 juin 2005 sur le Tribunal fédéral; RS 173.110), cas échéant

d'un recours constitutionnel subsidiaire au sens des art. 113 ss LTF. Ces recours doivent être déposés devant le Tribunal fédéral dans les trente jours qui suivent la présente notification (art. 100 al. 1 LTF).

Le greffier :

C. Maradan