

**Cour de cassation, chambre commerciale, 19 octobre 2022, sté France
Télévisions, 21-18.301**

MOTS CLEFS : Pratique commerciale trompeuse – Publicité – Communication électronique – France Télévisions – Droit des marques – Cour de cassation – Droit de la concurrence – Liberté d’expression – Droit de la consommation

Afin de lutter contre la concurrence déloyale, il est possible de restreindre, par un contrat, le réseau de distribution dans son étendue et sa durée. Toutefois, pour retenir la concurrence déloyale ou la pratique commerciale déloyale et/ou trompeuse les juges doivent procéder à un contrôle de proportionnalité in concreto en se référant aux normes prévues pour ces atteintes.

Faits : En l’espèce, La société Coty France a organisé en France, un réseau de distribution sélective des parfums de luxe sous différentes marques de sa société-mère, qui en est licencié exclusif dans le monde. Au cours d’émissions diffusées les 5 et 6 février 2010 par la société France télévisions, a été présenté un site internet dont la société de droit américain, Marvale LLC, était éditrice. La société Coty ayant constaté que les prix de certains de ses produits pouvaient être inférieurs de 75% à ceux conseillés dans son réseau, elle a assigné la société France télévisions en engagement de sa responsabilité civile et la société Marvale LLC pour concurrence déloyale.

Procédure : Dans un premier temps la cour d’appel de Paris a, dans un arrêt du 25 mai 2016, rejeté la demande de la société Coty, constatant trois clauses noires dans le contrat de distribution sélective. Ces dernières étant non-conforme à l’article 101 du TFUE ainsi qu’à l’article L420-1 du Code de Commerce et ainsi, elles rendaient illicite le réseau de la société Coty. La société s’est ainsi pourvue une première fois en cassation. La Cour de cassation, dans un arrêt du 16 mai 2018, rendu en chambre commerciale, a cassé l’arrêt d’appel jugeant qu’elle avait violé les articles 101 du TFUE [et L.420-1 du Code de Commerce](#). Elle rappelle que « *l’existence d’une restriction caractérisée au sens d’un règlement d’exemption par catégorie n’entraîne pas nécessairement une restriction de concurrence illicite au sens de l’article 101§1 du TFUE* ». Par la suite, dans un arrêt du 9 juin 2021, la cour d’appel a condamné la société Marvale LLC au paiement de dommages et intérêts à hauteur de 150 000 euros pour atteinte à l’image de marque de la société Coty, concurrence déloyale et parasitisme, condamnation à laquelle est tenue la société France Télévision, *in solidum*, pour publicité trompeuse à hauteur de 50 000 euros. La société France télévisions s’est ainsi pourvue en cassation.

Problématique : La présentation d’un site internet indépendant, commercialisant des produits à un prix considérablement inférieur au prix des produits indiqué sur les sites des réseaux de la société de la marque, permet-elle d’engager la responsabilité de la société France télévisions et de condamner la société Marvale LLC pour concurrence déloyale ?

Solution : La Cour de cassation se positionne sur la question en cassant partiellement l’arrêt de la cour d’appel. Elle confirme, dans un premier temps, la décision de la juridiction d’appel concernant la licéité des 3 clauses remises en question. La Cour de cassation va ensuite casser l’arrêt de la cour d’appel car elle n’a pas justifié l’atteinte que constituait les propos tenus par le journaliste de France Télévision et en quoi ces derniers constituaient une publicité trompeuse. Pour ce dernier point la Haute cour se fonde sur l’article 10 de la Convention européenne des droits de l’homme (CESDH), l’article 11 de la Charte des droits fondamentaux de l’Union Européenne ainsi que l’article 1240 du Code civil. La Cour de cassation annule ainsi la condamnation *in solidum* de France Télévision et condamne la société Coty à des dommages et intérêts à hauteur de 50 000 euros au profit de France télévisions.



NOTE :***La protection de l'image de marque de la société Coty***

La société Coty a prévu dans ses contrats de distribution sélective, trois [clauses](#) prévoyant des mesures restrictives de distribution afin qu'elle puisse conserver le prestige de ses marques.

Ces clauses pouvaient être analysées sous différents angles. Le premier est celui de la jurisprudence de la Cour de Justice de l'Union Européenne (CJUE) qui consistait en un contrôle de proportionnalité en se basant sur l'arrêt [Coty Germany](#), du 6 décembre 2017. Ensuite, sous l'angle du règlement de la Commission européenne du 22 décembre 1999 [n°2790/1999](#), on doit vérifier si le réseau de distribution sélective peut bénéficier d'une exemption par catégorie selon les faits d'espèces. Enfin le dernier angle est celui de l'[article 101](#) paragraphe 3 du Traité sur le fonctionnement de l'Union Européenne (TFUE) qui suppose de vérifier si le réseau de distribution sélective peut bénéficier d'une exemption individuelle.

En choisissant la première option, la Cour d'appel a opté pour la protection de l'image de marque de la société Coty sans se prononcer sur le caractère « noir » des clauses. Ces dernières sont, en effet, discutées et très sévèrement sanctionnées en droit de la concurrence et en droit de la consommation. La Cour de cassation s'est alignée sur la décision de la cour d'appel de Paris.

La haute Cour ajoute toutefois, en se référant aux lignes directrices [C130/2010](#) du 19 mai 2010, que la licéité de ces types de clauses est liée à sa nécessité objective et sa proportionnalité dans sa durée, ce qui est le cas en l'espèce.

L'absence de contrôle de proportionnalité de la cour d'appel

L'[article L121-1](#) du Code de la consommation définit ce qu'est une pratique commerciale déloyale. Il se réfère notamment [aux articles L121-2 à L121-4](#) du Code de la consommation venant prévoir les cas dans lesquels on peut caractériser une pratique commerciale déloyale ou une pratique commerciale trompeuse.

Or, lorsque la cour d'appel condamne la société France Télévisions pour [pratique commerciale trompeuse](#), elle ne justifie pas en quoi la présentation du site internet litigieux par le journaliste porte atteinte à l'[article L121-1](#) du Code de la consommation.

De plus, ce message doit revêtir [promotionnel](#), cependant, selon la Cour de cassation, ce dernier n'était, en l'espèce, qu'informatif. Ce faisant, France télévisions peut invoquer la violation de sa liberté d'expression en l'absence de justification, par la cour d'appel, de l'atteinte du journaliste à l'[article du code précité](#).

La Cour de cassation en se fondant sur [l'article 10 de la CESDH](#), l'[article 11](#) de la Charte des droits fondamentaux de l'Union Européenne, l'[article 1240](#) du Code civil, ainsi que de l'[article L121-1](#) du Code de la Consommation, met en avant l'importance pour la Cour d'appel de procéder à un contrôle de proportionnalité *in concreto*.

Néanmoins, l'affaire ayant été renvoyée devant la cour d'appel de Paris, la société France télévisions pourrait finalement être condamnée pour pratique commerciale trompeuse, à condition que la cour d'appel justifie l'atteinte à l'[article L121-1](#) du Code de la consommation.

Sarah NIATI

Master 2 Droit des médias électroniques
AIX-MARSEILLE UNIVERSITE, LID2MS-IREDIC 2023

ARRET :

[Cour de cassation, chambre commerciale, 19 octobre 2022, 21-18.301](#)

2. Selon l'arrêt attaqué (Paris, 9 juin 2021) rendu sur renvoi après cassation (chambre commerciale, financière et économique, 16 mai 2018, pourvoi n° 16-18.174), la société Coty France (la société Coty), organise, en France, le réseau de distribution sélective des parfums de luxe sous différentes marques de sa société-mère qui en est le licencié exclusif dans le monde. Au cours d'émissions diffusées les 5 et 6 février 2010 par la société France télévisions, a été présenté un site internet dont la société de droit américain Marvale LLC était éditrice.

3. Ayant constaté la commercialisation sur ce site de certains de ses produits à des prix pouvant être inférieurs de 75 % à ceux conseillés dans son réseau, la société Coty a assigné en réparation de ses préjudices, d'un côté, la société France télévisions, pour des fautes engageant sa responsabilité civile, et, de l'autre, la société Marvale LLC, pour des faits de concurrence déloyale. Les sociétés France Télévisions et Marvale LLC ont opposé aux demandes formées contre elles l'illicéité du réseau de distribution sélective.

(...)

Réponse de la Cour

Vu les articles 10 de la Convention européenne des droits de l'homme, 11 de la Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne, 1382, devenu 1240, du code civil :

11. Aux termes des deux premiers textes, toute personne a droit à la liberté d'expression. Aux termes du troisième, tout fait quelconque de l'homme, qui cause à autrui un dommage, oblige celui par la faute duquel il est arrivé à le réparer.

12. Pour dire que la société France télévisions est tenue in solidum au paiement des condamnations prononcées contre la société Marvale LLC à hauteur de la somme globale de 150 000 euros et la condamner au paiement de cette somme, l'arrêt retient qu'elle s'est livrée à la promotion d'un site internet vendant des parfums exploités par la seconde.

13. En se déterminant ainsi, sans préciser pour apprécier l'éventuelle atteinte à la liberté d'expression, les éléments sur lesquels elle s'est fondée pour retenir le caractère promotionnel plutôt qu'informatif du message, la cour d'appel n'a pas légalement justifié sa décision

(...)

Réponse de la Cour Vu l'article L. 121-1 du code de la consommation, dans sa version issue de la loi du 4 août 2008 :

15. Aux termes de ce texte, une pratique commerciale est trompeuse si elle est commise dans l'une des circonstances suivantes : 1° Lorsqu'elle crée une confusion avec un autre bien ou service, une marque, un nom commercial, ou un autre signe distinctif d'un concurrent ; 2° Lorsqu'elle repose sur des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur et portant sur l'un ou plusieurs des éléments suivants a) L'existence, la disponibilité ou la nature du bien ou du service ; b) Les caractéristiques essentielles du bien ou du service, à savoir : ses qualités substantielles, sa composition, ses accessoires, son origine, sa quantité, son mode et sa date de fabrication, les conditions de son utilisation et son aptitude à l'usage, ses propriétés et les résultats attendus de son utilisation, ainsi que les résultats et les principales caractéristiques des tests et contrôles effectués sur le bien ou le service ; c) Le prix ou le mode de calcul du prix, le caractère promotionnel du prix et les conditions de vente, de paiement et de livraison du bien ou du service d) Le



service après-vente, la nécessité d'un service, d'une pièce détachée, d'un remplacement ou d'une réparation ; e) La portée des engagements de l'annonceur, la nature, le procédé ou le motif de la vente ou de la prestation de services ; f) L'identité, les qualités, les aptitudes et les droits du professionnel ; g) Le traitement des réclamations et les droits du consommateur.

16. Pour juger que le délit de publicité mensongère, tel qu'il résulte de l'article L. 121-1 du code de la consommation dans sa version applicable aux faits de la cause, est constitué contre la société France télévisions et la condamner à payer à la société Coty la somme de 50 000 euros à titre de dommages et intérêts à ce titre, l'arrêt retient que la société France télévisions a concouru comme auteur à une pratique publicitaire trompeuse permettant à un client potentiel de se faire une opinion sur les résultats qui peuvent être attendus du service qui lui est proposé, en faisant croire de manière fautive à la possibilité d'acquérir légalement des produits par internet par l'intermédiaire du site, cependant que cette activité est illicite, peu important que la publicité n'ait pas été diffusée à des fins lucratives et qu'elle ne présente pas de caractère commercial à l'égard de France télévisions.

17. En se déterminant ainsi, sans préciser en quoi la teneur des propos tenus par le journaliste de France télévisions portait atteinte à l'un des éléments prévus par l'article L. 121-1 du code de la consommation, la cour d'appel n'a pas donné de base légale à sa décision.

PAR CES MOTIFS, et sans qu'il y ait lieu de statuer sur les autres griefs, la Cour :

CASSE ET ANNULE, mais seulement en ce qu'il dit que la société France télévisions est tenue in solidum avec la société Marvale LLC au paiement des sommes de 20 000 euros, 150 000 euros

et 80 000 euros, à hauteur de la somme globale de 150 000 euros et la condamne au paiement de cette somme à la société Coty France, la condamne à lui payer la somme de 50 000 euros à titre de dommages et intérêts pour publicité trompeuse et en ce qu'il statue sur les dépens de première instance et d'appel et l'application de l'article 700 du code de procédure civile, l'arrêt rendu le 9 juin 2021, entre les parties, par la cour d'appel de Paris ;

Remet, sur ces points, l'affaire et les parties dans l'état où elles se trouvaient avant cet arrêt et les renvoie devant la cour d'appel de Paris autrement composée ;

