

REPUBLIQUE FRANCAISE
AU NOM DU PEUPLE FRANCAIS

COUR DE CASSATION
Chambre commerciale
25 septembre 2012

N° de pourvoi: 11-21266
Mme FAVRE (Président)

LA COUR DE CASSATION, CHAMBRE COMMERCIALE, a rendu l'arrêt suivant :

Attendu, selon l'arrêt attaqué, que le groupe Nestlé a développé un concept de machines à café fonctionnant avec des capsules de café hermétiques, que la société Nestlé Nespresso a été chargée de promouvoir, la société Nespresso France assurant en France la promotion de ce système et la distribution des capsules ;

Attendu que la société Bodum commercialise une cafetière à piston permettant de faire du café sans filtre ;

Attendu qu'à l'occasion d'un salon professionnel, les sociétés Nespresso France et Nestlé Nespresso ont constaté que la société Bodum présentait sur son stand un panneau montrant un amoncellement de capsules percées et déformées assorti d'un slogan "make taste not waste" (faites du goût pas de déchets) et distribuait des catalogues comportant sur une double page, d'une part, le visuel utilisé sur le stand, associé au slogan, et d'autre part, une cafetière Bodum surmontée du slogan "clearly the best way to brew coffee" (assurément le meilleur moyen de faire du café) ;

Attendu qu'elles ont ensuite relevé que ce catalogue était diffusé en France par la société Bodum France, qu'elles ont assignée pour dénigrement et concurrence parasitaire ; que la société Bodum France a opposé qu'il s'agissait d'une publicité comparative licite ;

Sur le premier moyen, pris en sa première branche :

Attendu que les sociétés Nestlé Nespresso et Nespresso France font grief à l'arrêt du rejet de leurs demandes, alors, selon le moyen, que le droit de dénoncer publiquement, par voie de presse ou d'affichage, une atteinte ou un risque d'atteinte à l'environnement que sont susceptibles de causer les produits fabriqués par une entreprise industrielle et commerciale ne peut s'exercer que dans le cadre des dispositions légales et réglementaires prévues au code de l'environnement, par une association ou un organisme habilité ; que, par suite, une publicité comparative ne peut avoir pour unique objet, ou pour seul thème, de dénoncer la nocivité pour l'environnement, qu'elle soit réelle ou supposée, de l'utilisation des produits d'un concurrent ; qu'en jugeant que la publicité de la société Bodum, dont le visuel montrait un amoncellement de capsules de café volontairement réduites à l'état de déchets parmi lesquelles les capsules Nespresso étaient identifiables, avec pour seul slogan "faites du goût, pas des déchets", constituait une publicité licite, la cour d'appel a violé les articles L. 121-8 et L. 121-9 du code de la consommation ensemble l'article 1382 du code civil ;

Mais attendu qu'il ne résulte pas des conclusions des sociétés Nestlé Nespresso et Nespresso France que celles-ci aient soutenu devant la cour d'appel que la société Bodum France n'avait pas le droit de recourir à une publicité mettant en comparaison les atteintes à l'environnement

résultant de l'utilisation de produits concurrents ; que nouveau et mélangé de droit et de fait, le moyen est irrecevable ;

Sur le second moyen :

Attendu que les sociétés Nestlé Nespresso et Nespresso France font grief à l'arrêt de confirmer le jugement qui avait rejeté leurs demandes au titre du parasitisme, alors, selon le moyen, que tout jugement doit être motivé ; que le parasitisme constituant une modalité de la concurrence déloyale est prohibé ; que le parasitisme consiste à se placer dans le sillage d'un tiers pour profiter de ses investissements ; qu'en l'espèce les sociétés Nestlé Nespresso et Nespresso France soutenaient que la société Bodum France en diffusant un visuel publicitaire accompagné de slogan dénigrant les systèmes de cafetières utilisant des capsules, avait entendu profiter, pour son propre système de cafetière à piston, de l'investissement publicitaire réalisé par les sociétés Nestlé Nespresso et Nespresso France pour faire connaître leur système fondé sur l'utilisation de capsules ; qu'en excluant le parasitisme au seul motif que la société Bodum France bénéficiait, avant la diffusion de la publicité litigieuse représentant des capsules à l'état de déchets parmi lesquels les capsules Nespresso étaient identifiables, d'une notoriété certaine, la cour d'appel a statué par un motif inopérant en violation de l'article 455 du code de procédure civile ;

Mais attendu qu'ayant retenu, d'un côté, que la cafetière Bodum, qui avait bénéficié d'amples opérations de communication et de campagnes publicitaires, disposait elle-même d'une notoriété certaine, de l'autre, que la référence au système Nespresso se justifiait par la comparaison des incidences environnementales de l'utilisation d'une cafetière à piston et d'une cafetière à capsules, ce dont il résulte que la société Bodum France n'avait pu profiter indûment de la notoriété du produit Nespresso, au sens de l'article L. 121-9, 1° du code de la consommation, la cour d'appel a légalement justifié sa décision ; que le moyen n'est pas fondé ;

Mais sur le premier moyen, pris en sa cinquième branche :

Vu l'article L. 121-9 du code de la consommation ;

Attendu, selon ce texte, qu'une publicité comparative ne peut entraîner le discrédit ou le dénigrement des marques, noms commerciaux, autres signes distinctifs, biens, services, activité ou situation d'un concurrent ;

Attendu que pour rejeter les demandes des sociétés Nestlé Nespresso et Nespresso France, l'arrêt retient qu'il est démontré que le système à piston de la société Bodum ne produit pas de déchet polluant, à la différence des systèmes à capsules, et que le visuel montrant un amoncellement de capsules usagées et trouées est une convention de représentation répandue, qui n'est pas dénigrante par nature et n'est pas accompagnée d'images dévalorisantes ;

Attendu qu'en statuant ainsi, après avoir constaté que la publicité litigieuse montrait d'un côté, des capsules de café percées, tordues ou écrasées, associées au slogan "faites du goût pas de déchets" et de l'autre côté, une cafetière Bodum surmontée du slogan "assurément la meilleure façon de faire du café", ce dont il résulte que la publicité litigieuse mettait exclusivement en avant une caractéristique négative du produit d'un concurrent, présentée dans des conditions de nature à jeter le discrédit sur celui-ci, la cour d'appel, qui n'a pas tiré les conséquences légales de ses constatations, a violé le texte susvisé ;

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

CASSE ET ANNULE, sauf en ce qu'il rejette les demandes des sociétés Nestlé Nespresso et Nespresso France formées au titre du parasitisme, l'arrêt rendu le 19 mai 2011, entre les parties, par la cour d'appel de Versailles ; remet, en conséquence, sur les autres points, la cause et les parties dans l'état où elles se trouvaient avant ledit arrêt et, pour être fait droit, les renvoie devant la cour d'appel de Versailles, autrement composée ;

Condamne la société Bodum France aux dépens ;

Vu l'article 700 du code de procédure civile, la condamne à payer aux sociétés Nestlé Nespresso et Nespresso France la somme globale de 2 500 euros et rejette sa demande ;

Dit que sur les diligences du procureur général près la Cour de cassation, le présent arrêt sera transmis pour être transcrit en marge ou à la suite de l'arrêt partiellement cassé ;

Ainsi fait et jugé par la Cour de cassation, chambre commerciale, financière et économique, et prononcé par le président en son audience publique du vingt-cinq septembre deux mille douze.