3 décembre 2020
Cour d'appel de Paris
RG n° 17/14366

Pôle 2 - Chambre 2

Texte de la **décision**

Entête

REPUBLIQUE FRANCAISE

AU NOM DU PEUPLE FRANCAIS

COUR D'APPEL DE PARIS

Pôle 2 - Chambre 2

ARRET DU 03 DÉCEMBRE 2020

(n° 2020 - 235 , 13 pages)

Numéro d'inscription au répertoire général : N° RG 17/14366 - N° Portalis 35L7-V-B7B-B3YXU

Décision déférée à la Cour : Jugement du 24 Mai 2017 -Tribunal de Grande Instance de PARIS - RG n° 14/14261

APPELANTE

ASSOCIATION NATIONALE DE PREVENTION EN ALCOOLOGIE ET ADDICTOLOGIE (A.N.P.A.A)

Agissant par son Président Monsieur [R] [M]

[Adresse 2]

[Localité 4]

Représentée par Me François LAFFORGUE de la SELARL TEISSONNIERE TOPALOFF LAFFORGUE ANDREU ASSOCIES, avocat au barreau de PARIS, toque : P0268

Et pour avocat plaidant Me ITLA, avocat au barreau de PARIS, toque : P 268

INTIMEES

SAS BRASSERIES KRONENBOURG

[Adresse 6]

[Localité 3]

N° SIRET : 775 614 308

Représentée et ayant pour avocat plaidant Me Frédéric GRAS de la SELEURL FREDERIC GRAS SELARL, avocat au barreau de PARIS, toque : E1051

ASSOCIATION PLUS DE SONS

[Adresse 1]

[Localité 5]

Représentée par Me Patricia MOYERSOEN, avocat au barreau de PARIS, toque : B0609

Et pour avocat plaidant Me Olivier LEDRU, avocat au barreau de PARIS, toque : B0609

COMPOSITION DE LA COUR :

L'affaire a été débattue le 22 Octobre 2020, en audience publique, devant la Cour composée de :

Mme Cathy CESARO-PAUTROT, Présidente

Mme Patricia LEFEVRE, Conseillère

Madame [T] [U],

qui en ont délibéré, un rapport a été présenté à l'audience par Madame Patricia LEFEVRE dans les conditions prévues par l'article 804 du code de procédure civile.

Greffier, lors des débats : M. Armand KAZA

ARRET :

- Contradictoire

- par mise à disposition de l'arrêt au greffe de la Cour, les parties en ayant été préalablement avisées dans les conditions prévues au deuxième alinéa de l'article 450 du code de procédure civile.

- signé par Cathy CESARO-PAUTROT, Présidente et par Armand KAZA, Greffier présent lors du prononcé.

******

L'association Plus de sons organise chaque année depuis 2003, le Festival Rock en Seine qui se tient durant la période estivale dans le domaine national du parc de [Localité 7].

Lors de la douzième édition de ce festival, du 22 au 24 août 2014, une quinzaine d'artistes se sont produits sur l'une de ses scènes dénommée Pression Live, appellation de la marque déposée par la société Brasseries Kronenbourg,

partenaire de l'association organisatrice et fournisseur exclusif de bière au cours de cette manifestation.

Faisant valoir que ce parrainage a permis à la société Brasseries Kronenbourg de bénéficier de publicité sur le lieu du festival, l'Association nationale de prévention en alcoologie et en addictologie (ANPAA), association reconnue d'utilité publique, a sollicité sur requête et a obtenu l'autorisation de faire dresser un constat sur les lieux du festival, le 22 août 2014, par maître [I], désigné par ordonnance du 19 août 2014 du président du tribunal de grande instance de Nanterre.

L'ANPAA avait également fait dresser, le 17 juillet 2014, par Me [S] un constat qui décrivait le contenu du site internet du festival Rock en Seine et qui mentionnait, selon elle, des actes de publicité directe et indirecte au profit de la société Brasseries Kronenbourg.

Les référés rétractation diligentés par la société Brasseries Kronenbourg et par l'association Plus de sons ont été rejetés par une ordonnance du président du tribunal de grande instance de Nanterre en date du 19 juin 2015.

Par actes extra-judiciaires en date du 24 septembre 2014, l'ANPAA a fait assigner devant le tribunal de grande instance de Paris la société Brasseries Kronenbourg et l'association Plus de Sons afin de voir ordonner le retrait sur le site du festival, www.rockenseine.com, de toute référence à la société Brasseries Kronenbourg et de sa marque Pression Live et de constater que la société Brasseries Kronenbourg s'était livrée à des actes de publicité illicites en faveur de la bière du même nom à l'occasion du festival Rock en Seine des 22 au 24 août 2014 et dans le quotidien 20 minutes ainsi qu'à des actes de parrainage illicite par le biais de la scène, Pression live, et d'être indemnisée des préjudices en résultant.

Par jugement en date du 24 mai 2017, le tribunal a déclaré l'association Plus de sons et la société Brasseries Kronenbourg irrecevables en leur demande de nullité du constat d'huissier du 22 août 2014, a débouté l'ANPAA de l'ensemble de ses demandes et l'a condamnée à payer à chacune des défenderesses, la somme de 5 000 euros en application de l'article 700 du code de procédure civile et aux entiers dépens qui seront recouvrés conformément aux dispositions de l'article 699 du code de procédure civile.

L'ANPAA a interjeté appel le 17 juillet 2017 et aux termes de ses dernières conclusions notifiées par voie électronique, le 12 mars 2018, elle demande à la cour, de confirmer le jugement entrepris en ce qu'il a écarté comme irrecevable l'exception de nullité du constat d'huissier du 22 août 2014 et, l'infirmant pour le surplus et statuant à nouveau, de constater que la société Brasseries Kronenbourg s'est livrée à des actes de parrainage du festival Rock en Seine notamment par le biais de la scène Pression Live ayant pour objet ou pour effet de faire de la publicité directe ou indirecte en faveur de la bière Kronenbourg et en conséquence, de la condamner à lui payer la somme de 50 000 euros de dommages et intérêts pour parrainage illicite et de lui faire interdiction, sous astreinte de 10 000 euros par jour et par infraction constatée, de parrainer le festival Rock en Seine et sous la même astreinte, d'utiliser cette mention Pression live associée à des festivals de musique, sur tout support et de lui faire interdiction de parrainer des festivals de musique.

Elle demande également à la cour de dire que :

- la société Brasseries Kronenbourg et l'association Plus de sons se sont livrées à des actes de publicité illicite en faveur

de la boisson alcoolique Kronenbourg sur le site internet http://www.rockenseine.com/ et d'ordonner le retrait sur ce site de toute mention des Brasseries la société Brasseries Kronenbourg et de Pression live sous astreinte de 10 000 euros par jour et par infraction constatée et de condamner solidairement cette société et cette association à lui payer la somme de 30 000 euros au titre de dommages et intérêts pour la publicité illicite en faveur des Brasseries Kronenbourg et acte de parrainage illicite sur le site http://www.rockenseine.com/ ;

- la société Brasseries Kronenbourg s'est livrée à des actes de publicité illicites en faveur de sa bière éponyme, à l'occasion du Festival Rock en Seine des 22 au 24 août 2014, sur le site du Domaine National du Parc de [Localité 7] et dans le quotidien 20 Minutes et en conséquence, de la condamner à lui payer la somme de 50 000 euros à titre de dommages et intérêts.

Enfin, l'ANPAA réclame la condamnation solidaire de la société Brasseries Kronenbourg et de l'association Plus de sons au paiement de la somme de 10 000 euros en application de l'article 700 du code de procédure civile ainsi qu'aux dépens comprenant les frais de constats de la Scp [K] [S] et de la Scp [I] à hauteur de 1.696,63 euros.

Aux termes de ses dernières conclusions notifiées par voie électronique, le 11 décembre 2017, l'association Plus de sons soutient, au visa des articles 4, 493, 494 et 812, alinéa 2, du code de procédure civile et des articles L 3323-2 et suivants du code de la santé publique, la confirmation du jugement entrepris, sauf en ce qu'il a déclaré irrecevable sa demande en nullité du constat du 22 août 2014 et, statuant à nouveau, de la déclarer recevable en cette demande et de constater la nullité du dit constat et en tout état de cause de débouter l'appelante des demandes à son encontre et la condamner à lui payer une somme de 10 000 euros en application de l'article 700 du code de procédure civile et aux entiers dépens qui seront recouvrés conformément aux dispositions de l'article 699 du code de procédure civile.

Par ordonnance en date du 27 juin 2018 confirmée par un arrêt de la cour de céans du 6 décembre 2018, le conseiller de la mise en état a déclaré irrecevables les conclusions de la société Brasseries Kronenbourg notifiées le 11 janvier 2018 et, par une seconde ordonnance du 23 octobre 2019, ce magistrat a rejeté la demande de l'ANPAA de communication des contrats liant la société Brasseries Kronenbourg et l'association Plus de sons relatifs à l'édition 2014 du festival Rock en Seine.

Exposé du litige

La clôture est intervenue le 23 septembre 2020.

Motivation

SUR CE, LA COUR,

Considérant que l'association Plus de sons soutient la recevabilité de son exception de nullité du constat du 22 août 2014 ; qu'elle critique le jugement déféré, qui pour limiter la compétence du tribunal, retient que seul le juge des référés saisi du contentieux de la rétraction peut connaître des recours fondés, comme en l'espèce, sur la critique des conditions dans lesquelles l'autorisation de procéder à la mesure d'instruction avait été donnée ;

Que l'association conteste cette analyse et avance, qu'en application de l'article 488 du code de procédure civile, l'ordonnance de référé du 19 juin 2015 qui rejette sa demande de rétractation de l'ordonnance autorisant le recours à un huissier n'a pas au principal l'autorité de la chose jugée et, qu'en conséquence, rien ne s'oppose à ce que la nullité du constat soit valablement invoquée devant le juge du fond et à ce que celui-ci se prononce sur les conditions dans lesquelles ce constat a été sollicité, obtenu et réalisé ; qu'elle fait valoir ni la requête ni l'ordonnance ne viennent caractériser l'urgence qui doit présider au prononcé d'une mesure qui ne pouvait être fondée que sur les dispositions des articles 145, 493 à 495 et 812 du code de procédure civile, ni les circonstances susceptibles de justifier qu'elle ne soit pas prise contradictoirement ;

Que l'ANPAA soutient que la critique des conditions du prononcé de l'ordonnance ne peuvent être discutées que dans le cadre du référé rétractation et que la requête comme l'ordonnance étaient suffisamment motivées ;

Considérant que selon l'article 496, alinéa 2, du code de procédure civile, s'il est fait droit à la requête, tout intéressé peut en référer au juge qui a rendu l'ordonnance ; que l'article 497 du même code précise : le juge a la faculté de modifier ou de rétracter son ordonnance, même si le juge du fond est saisi de l'affaire ;

Qu'il s'ensuit que les moyens de nullité de la requête et de l'ordonnance du 19 août 2014 tirés de l'absence d'indication de son fondement et de développements sur les circonstances de fait justifiant que la partie adverse ne soit pas appelée relèvent exclusivement de la procédure de référé rétractation ;

Qu'en revanche, les dispositions du deuxième alinéa de l'article 496 ne font pas obstacle à ce que le juge du fond, appréciant la régularité des éléments de preuve qui lui sont soumis, puisse annuler un procès-verbal de constat pour des motifs tirés des conditions de délivrance de l'ordonnance sur requête l'ayant autorisé, sans pour autant la rétracter ;

Que dès lors, la décision déférée sera infirmée en ce qu'elle a déclaré irrecevable l'exception de nullité soulevée par l'association intimée ;

Considérant que s'agissant, ainsi que l'énonce l'ANPAA dans sa requête, de faire constater d'éventuelles violations au code de la santé publique, la mesure sollicitée ne pouvait l'être qu'au visa des articles 145 et 493 du code de procédure civile ;

Que le premier texte permet à tout intéressé de se pré-constituer la preuve de faits dont peut dépendre la solution d'un

litige à venir et ne subordonne le recours à cette mesure qu'aux conditions qu'il énonce, l'absence de procès devant le juge du fond, l'existence d'un motif légitime et l'intérêt probatoire du demandeur ; que l'urgence n'est nullement exigée ;

Que le second texte énonce que l'ordonnance sur requête est une décision provisoire rendue non contradictoirement dans le cas où le requérant est fondé à ne pas appeler la partie adverse ;

Que l'absence de contradictoire doit être justifiée par des circonstances, lesquelles doivent être caractérisées dans la requête ou l'ordonnance ; qu'en l'espèce, il ressort de la requête déposée le 18 août 2014, dont le juge s'est approprié les motifs, que l'ANPAA entendait faire constater les conditions dans lesquelles s'exerçait le partenariat entre la société Brasseries Kronenbourg et l'organisateur du festival notamment par la prise de photographies des éléments sur lequel figuraient les termes Kronenbourg ou Pression plus, dont les objets publicitaires, goodies ou autres, ce qui ne pouvait être envisagé, afin d'éviter toute dissimulation, que dans le cadre d'une mesure non contradictoire ;

Que l'exception de nullité du procès verbal de Me [I] du 22 août 2014 sera, en conséquence, rejetée ;

Considérant, sur le fond, que l'ANPAA fait valoir qu'afin de contourner la loi Evin qui encadre la publicité en faveur des boissons alcooliques, la société Brasseries Kronenbourg a mis en place un système de parrainage destiné à associer sa marque Kronenbourg au festival Rock en Seine dont elle était le fournisseur exclusif, notamment en faisant installer un espace Pression live ;

Qu'elle rappelle la prohibition prévue à l'article L. 3323-2 dernier alinéa du code de la santé publique du parrainage lorsqu'il a pour objet ou pour effet la propagande ou la publicité, directe ou indirecte, en faveur des boissons alcooliques ; qu'elle en déduit que ces dispositions légales excluent toute contrepartie au mécénat, seul autorisé, en terme d'exposition des marques et de publicité ;

Qu'elle retient l'existence d'actes illicites, au travers de la scène Pression Live, du programme du festival et des supports matériels (parasols, arche, ballon aérien, drapeaux) et animation ; qu'elle retient également de la publicité pour les boissons de la société intimée, au travers de la marque Pression live dont elle relève les similitudes avec le graphisme, les couleurs de la marque de fabrique du brasseur et l'utilisation du mot pression qui rappelle le mode de consommation de la bière dans les débits de boissons ;

Que l'association Plus de sons fait valoir que les demandes de l'ANPAA à son encontre se limitent à la communication sur le site internet du festival, dont elle conteste le caractère illicite, eu égard à l'usage qu'il y est fait, non du logo commercial de la société Brasseries Kronenbourg, mais de son logo corporate et donc de sa dénomination institutionnelle et de façon particulièrement discrète ; qu'elle ajoute que le lien hypertexte renvoie au site institutionnel de l'entreprise et non à son site commercial ; qu'après avoir rappelé qu'aucune demande n'est faite à son encontre du chef des documents distribués aux festivaliers, elle conteste que la mention discrète de son partenaire qui y figure puisse constituer une publicité interdite ; qu'à titre subsidiaire, elle soutient que le logo Pression Live ne reprend pas les éléments caractéristiques de la marque de la société Brasseries Kronenbourg ;

Considérant que l'article L. 3323-2 du livre III lutte contre alcoolisme du titre III lutte contre les maladies et dépendances du code de la santé publique énonce :

La propagande ou la publicité, directe ou indirecte, en faveur des boissons alcooliques dont la fabrication et la vente ne sont pas interdites sont autorisées exclusivement :

1° Dans la presse écrite à l'exclusion des publications destinées à la jeunesse (...)

2° Par voie de radiodiffusion sonore (...)

3° Sous forme d'affiches et d'enseignes, sous réserve de l'article L. 3323-5-1 ; sous forme d'affichettes et d'objets à l'intérieur des lieux de vente à caractère spécialisé, dans des conditions définies par décret en Conseil d'Etat (...)

8° Sous forme d'offre, à titre gratuit ou onéreux, d'objets strictement réservés à la consommation de boissons contenant de l'alcool, marqués à leurs noms, par les producteurs et les fabricants de ces boissons, à l'occasion de la vente directe de leurs produits aux consommateurs et aux distributeurs ou à l'occasion de la visite touristique des lieux de fabrication ;

9° Sur les services de communications en ligne à l'exclusion de ceux qui, par leur caractère, leur présentation ou leur objet, apparaissent comme principalement destinés à la jeunesse, ainsi que ceux édités par des associations, sociétés et fédérations sportives ou des ligues professionnelles au sens du code du sport, sous réserve que la propagande ou la publicité ne soit ni intrusive ni interstitielle.

Toute opération de parrainage est interdite lorsqu'elle a pour objet ou pour effet la propagande ou la publicité, directe ou indirecte, en faveur des boissons alcooliques.

Que l'article L. 3323-4 du code de la santé publique précise :

La publicité autorisée pour les boissons alcooliques est limitée à l'indication du degré volumique d'alcool, de l'origine, de la dénomination, de la composition du produit, du nom et de l'adresse du fabricant, des agents et des dépositaires ainsi que du mode d'élaboration, des modalités de vente et du mode de consommation du produit.

Cette publicité peut comporter, en outre, des références relatives aux terroirs de production et aux distinctions obtenues, aux appellations d'origine telles que définies à l'article L. 115-1 du code de la consommation ou aux indications géographiques telles que définies dans les conventions et traités internationaux régulièrement ratifiés. Elle peut également comporter des références objectives relatives à la couleur et aux caractéristiques olfactives et gustatives du produit.

Le conditionnement ne peut être reproduit que s'il est conforme aux dispositions précédentes.

Toute publicité en faveur de boissons alcooliques, à l'exception des circulaires commerciales destinées aux personnes agissant à titre professionnel ou faisant l'objet d'envois nominatifs ainsi que les affichettes, tarifs, menus ou objets à l'intérieur des lieux de vente à caractère spécialisé, doit être assortie d'un message de caractère sanitaire précisant que l'abus d'alcool est dangereux pour la santé ;

Qu'il en ressort que la publicité, lorsqu'elle est faite en faveur de boissons alcoolisées, est autorisée sous les conditions énoncées ci-dessus ;

Que l'ouverture des services de communications en ligne à la publicité pour les boissons alcoolisées autorise le recours à toutes les formes de communication possibles sur ce média, à l'exclusion des publicités intrusives ou interstitielles ; que dès lors, l'usage de liens hypertextes, qui permettent à l'internaute de passer, par une action volontaire, d'un site à un autre est licite ;

Considérant que l'article L. 3323-2 dernier alinéa du code de la santé publique, quant à lui, interdit toute opération de parrainage, lorsqu'elle a pour objet ou pour effet la propagande ou la publicité, directe ou indirecte, en faveur des boissons alcooliques ;

Qu'il s'ensuit que le parrainage d'une manifestation n'est illicite qu'en raison de son objet ou de ses effets, indépendamment du caractère direct ou indirect de la publicité qui en est la contrepartie ou de la légalité de son contenu au regard des dispositions de l'article 3323-4 du code de la santé publique ;

Que selon sa définition couramment admise (arrêté du 6 janvier 1989 et article 39-I-7 du code général des impôts cités par l'appelante), le parrainage est un soutien matériel ou financier du parrain apporté à un événement ou à une personne connue qui, en contrepartie, s'engage à faire apparaître publiquement le nom ou la marque du parrain à un moment donné ; qu'ainsi, le parrainage illicite suppose une contrepartie à l'opération de communication qu'elle soit matérielle ou financière ;

Considérant qu'il convient au préalable de relever que, d'une part, les critiques de l'ANPAA portent exclusivement sur le matériel publicitaire présent sur le site du festival, du site internet de l'association Plus de sons dédié à cette manifestation et les documents distribués aux festivaliers et non sur la communication de la société Brasseries Kronenbourg, sur son site institutionnel ou sur le site de cette entreprise dénommé pressionlive.com, et d'autre part, que dans le dispositif de ses écritures, elle ne sollicite le constat et la sanction, à l'égard de l'association Plus de sons, que d'actes de publicité en faveur de la boisson alcoolique Kronenbourg sur le site http://www.Rockenseine.com et d'acte de parrainage illicite également sur ce site ;

Considérant que la société Brasseries Kronenbourg est citée comme partenaire (privé) du festival Rock en Seine sur son programme et son site, sans que soient distingués parmi les treize institutions ou entreprises citées, les mécènes et partenaires commerciaux ; que l'association intimée s'est exprimée, sur la nature de sa participation, dans des termes dépourvus d'ambiguïté, ainsi que le rapporte un article intitulé vers la mort programmée des festivals qui après un préambule qui cite les différentes sources de revenus de ces manifestations (club d'entreprise, mécénat, parrainage des scènes, fichages des festivaliers...) vient préciser que le nom d'un festival associé à celui d'une marque choque-t-il' ... ce 'naming' existe au sein du Main square festival et des Eurockéennes à travers l'esplanade Green Room (en raison de la loi Evin de 1991, interdisant toute promotion pour les boissons alcoolisées ,seule la couleur et le logo d'H. Apparaissent sans jamais nommer la société) agissant telle une publicité subliminale. Une décision prise par Rock en Seine en 2011 aussi. Le festival a ainsi renommé sa nouvelle et quatrième scène Pression Live (Kronenbourg) ; que les auteurs citent ensuite les propos suivants des organisateurs du festival, 'nous souhaitons mieux nous répartir sur le site et compléter notre offre musicale, afin de répartition des flux sans pour autant faire exploser la jauge (...) N'ayant pas les ressources nécessaires, nous nous sommes orientés vers nos partenaires' et concluent indéniablement, ce complément a constitué un plus non négligeable ;

Que l'existence d'un parrainage de la manifestation organisée par l'association Plus de sons ressort tant de cet aveu des organisateurs du festival que de la mise à disposition du festival de la marque semi-figurative Pression Live (associant la dénomination Pression Live.com à un logo comportant un damier rouge et blanc), déposée par la société Brasseries Kronenbourg en classes 9,15,16, 35 et 41 (soit des biens, services et prestations à des activités de culturelles et musicales et du traitement du son et de l'image) ;

Que ce parrainage n'est illicite que dans la mesure où l'ANPAA, qui supporte la charge de la preuve en application de l'article 9 du code de procédure civile, établit qu'il a pour effet ou pour objet la propagande ou la publicité, directe ou indirecte, en faveur des boissons alcooliques ;

Considérant que l'appelante prétend trouver cette contrepartie, dans la publicité directe figurant sur les brochures et plans remis aux festivaliers, dans l'univers Pression Live réservé à la bière Kronenbourg et sur les différents débits de boisson au nom de Kronenbourg ;

Que la pièce 9 de l'appelante - le programme et plan distribué aux festivaliers - se présente sous forme de dépliant (en accordéon, quatre sections dans la longueur et deux dans la largeur) et il y est reproduit, sur la dernière section, visible lorsque le document est replié, le nom et le logo des partenaires du festival dont le logo institutionnel de la société Brasseries Kronenbourg - au côté des autres partenaires du festival, tels que des institutions publiques ou privées (région, Sacem) divers médias et des entreprises commerciales (Transavia, Chrono drive, SNCF, SFR) ;

Que ce logo apparaît également - sous la description de l'animation Street art - création live décrite au plan-programme au coté de la mention que cette animation a été réalisée avec le soutien de la société Kronenbourg ;

Qu'eu égard à leur emplacement et dès lors qu'elles se limitent à l'usage du logo ou de la dénomination sociale de l'entreprise, ces mentions ne peuvent pas constituer une publicité directe ou indirecte en faveur des produits alcooliques vendus par l'entreprise et la démonstration n'est pas faite qu'elles seraient la contrepartie du parrainage, par la société Brasseries Kronenbourg, de la scène Pression Live ;

Qu'il en est de même de la présence, parmi d'autres partenaires (institutionnels ou privés) du logo des brasseries Kronenbourg, sur un bandeau en première page du programme du festival ; que de surcroît, il est mentionné en première de couverture de ce programme qu'il est distribué en partenariat avec Causette - GQ ;

Que l'ANPAA relève la présence en quatrième de couverture de ce programme, d'une publicité en faveur d'une boisson alcoolique de la société Brasseries Kronenbourg ; qu'elle n'apporte aux débats aucun élément de nature à établir que cet encart serait la contrepartie du parrainage dénoncé ;

Considérant que le site http://www.Rockenseine.com est édité par l'association Plus de sons, ainsi qu'il ressort du constat

du 17 juillet 2014 (page 10) ; que l'huissier instrumentaire relève la présence, de la mention, à la rubrique Partenaires du logo (institutionnel, dont est absent le damier rouge et blanc) et de la dénomination sociale de la société Brasseries Kronenbourg suivi d'un lien typer-texte qui renvoie au site institutionnel de l'entreprise et non à son site marchand ; que les constatations de l'huissier instrumentaire relatives au contenu de ce site, se poursuivent du milieu de la page 14 à la première moitié de la page 16, et il en ressort, que sous le titre scène Pression live est précisé le programme des concerts des trois jours de festival ; qu'entre les pages 10 et 14 et à compter de la page 16, l'huissier a procédé à des constatations relatives au contenu du site de la société Brasseries Kronenbourg, au contenu du site de cette entreprise dédié au festival et reproduit diverses annonces ou articles sur le festival ;

Que l'Annexe (A 8) reproduit l'intégralité de la page de la rubrique programme, soit l'indication des concerts de la scène Pression Live au milieu des concerts des quatre autres scènes du festival, selon un affichage identique - dans ses couleurs et sa présentation ;

Que la mention dans un onglet dédié aux partenaires de la société Brasseries Kronenbourg et l'usage dans un autre onglet précisant le programme du festival, du nom de la scène Pression Live, sans reproduction de la partie figurative de la marque éponyme ne constitue ni une publicité directe ni une publicité indirecte pour les boissons alcooliques de l'entreprise et encore moins la publicité illicite et pour ces motifs, la participation de l'association Plus de sons à un parrainage illicite n'est pas établie ; que le jugement déféré sera confirmé sur le rejet des demandes de condamnations et de retrait présentées à l'encontre de l'association ;

Qu'enfin, pour les mêmes motifs, les demandes indemnitaires et de retrait de l'ANPAA à l'égard de la société Brasseries Kronenbourg au titre d'actes de publicité ou de parrainage sur le site http://www.Rockenseine.com ne peuvent pas prospérer ;

Considérant enfin, s'agissant de la publicité sur le festival pour la marque Kronenbourg, sur son programme et de la publicité indirecte par l'usage de la marque Pression Live sur le site du festival, y compris dans ses aspects critiquables (les couleurs en damier blanc et rouge), l'ANPAA limite sa démonstration à l'illicéité de leur usage, au regard de la réglementation de la publicité pour l'alcool, mais n'établit pas qu'il s'agirait d'une contrepartie au parrainage qu'elle dénonce, alors que la société Brasseries Kronenbourg était par ailleurs le fournisseur commercial et le distributeur sur le site de boissons ; qu'elle n'allègue pas d'un financement du matériel publicitaire de la scène Pression Live par la société Brasseries Kronenbourg ; que par conséquent, elle échoue dans la démonstration d'un parrainage interdit y compris au titre de la publicité sur le site du parc de Saint-cloud;

Considérant que l'ANPAA soutient le caractère illicite de la publicité figurant en première et quatrième de couverture du programme du festival, et dans l'univers Pression Live et les différents débits de boissons au nom de Kronenbourg ;

Considérant que la reproduction dans un bandeau étroit sur la première de couverture du programme du festival du nom et le logo des treize partenaires du festival dont le logo institutionnel de la société Brasseries Kronenbourg ne constitue pas, eu égard à l'usage du logo et de la dénomination sociale de l'entreprise, une publicité directe ou indirecte en faveur de ses produits alcooliques ;

Considérant que l'ANPAA prétend que la publicité présente en quatrième de couverture du programme ne respecte pas les dispositions légales dès lors qu'elle contient des mentions non autorisées - l'originale - et - actuellement en tournée dans toute la France;

Que la première est la dénomination du produit ;

Que la seconde est une référence évidente aux festivals de musique, pour certains itinérants et aux artistes qui s'y produisent et ne constitue pas une indication autorisée par l'article L. 3323-4 du code de la santé publique ;

Que le renvoi (au moyen d'une astérisque) à la phrase inscrite en très petits caractères dans la longueur du support selon laquelle Kronenbourg est vendue dans plus de 14 000 points de vente hors domicile à travers la France - source interne n'amoindrit nullement le message et sa référence implicite à l'univers de la musique puisque la notion de tournée est étrangère à la modalité de vente décrite (des points de vente) ;

Considérant que pour étayer ses autres griefs, l'ANPAA produit le constat dressé le 22 août 2014 dans lequel l'huissier instrumentaire énonce qu'environ 100 mètres après l'entrée du festival, il constate la présence d'une grande bâche publicitaire sur laquelle figurent les mentions pressionlive.com vendredi 22 août et l'annonce des différents concerts de cette scène (photographie n°1 du constat), qu'à côté de cette grande bâche se trouve un café à l'enseigne Kronenbourg sur laquelle est indiqué Kronenbourg Pression live (photos n°5 et 6). A l'intérieur de ce café, qui est couvert par un chapiteau, je note la présence de table et d'une terrasse protégée par différents parasols publicitaires à l'effigie Kronenbourg (photos n°2 et 3); qu'il relève la présence sur la terrasse de l'établissement et la pelouse, de sièges et de fauteuils à l'effigie de Kronenbourg et sur les parasols du slogan garder votre blé au frais, Kronenbourg (photo n°5). Au-dessus, au même endroit, d'un ballon aérien, dans le ciel également à l'effigie de Kronenbourg ; qu'il décrit également la présence à l'entrée du chapiteau du café, d'un grand logo publicitaire Kronenbourg (photo n°6), à l'intérieur de café, d'affiches publicitaires à l'effigie Kronenbourg faisant la publicité des produits Kronenbourg (photos 7 à 10), la présence à gauche du café d'une tente, K by Kronenbourg à l'intérieur duquel sont offerts des petits gobelets de dégustation de bière, notamment de la bière K carrément frais et fruité (photos n° 1 à 15) ; qu'il précise qu'à l'occasion de cette dégustation, il est remis en objet publicitaire une paire de lunettes à l'effigie de K Kronenbourg (photos n°6) ; qu'il constate également la présence, de baraquements au droit desquels sont apposés la marque litigieuse, suivie de la mention, le groupe le plus original de tous les temps (photos n°17 et 18) qu'en dernier lieu, la scène Pression live et les panneaux publicitaires qui l'encadrent (photos n°20 à 22) jouxtant un autre espace et avec un peu en contrebas, un second bar, à l'effigie Kronenbourg vendant les produits Kronenbourg (photographies 26 et 28) et d'une arche, qu'il ne localise pas, permettant l'accès à la scène Pression life et la présence autour de celle-ci d'hôtesses qui teignent les cheveux en rouge et blanc des volontaires (...) et apposent sur le visage ou sur toute autre partie du corps, des tatouages éphémères de couleur rouge et blanche et il note la présence, à côté d'un panneau Le goût du Live, Pression live ;

Qu'il convient de relever que l'huissier instrumentaire use du terme effigie pour désigner l'emploi de signe distinctif qu'il ne décrit pas et qui, pour certains demeurent inconnus, en l'absence de photographies ;

Considérant que la marque Pression Live déposée parle 21 juin 2010 par la société Brasseries Kronenbourg est constituée de la dénomination PRESSION LIVE.com inscrite dans un triangle équilatéral aux angles arrondis, divisés en

quatre parts inégales, de couleur blanche (pour les parties supérieure gauche et inférieure droite) et rouge (pour la partie inférieure gauche et supérieure rouge) ; qu'ainsi qu'il est dit ci-dessus cette marque est déposée dans les classes de produits et services relatives aux spectacles et activités culturelles et musicales ;

Que la marque de la société Brasseries Kronenbourg, enregistrée sous le n°409911286, le 26 octobre 2004, ainsi qu'il ressort de l'extrait de sa notice produite en pièce 7, est constituée de deux demi-ellipses entourant le nom Kronenbourg, divisées à part égale et alternant de droite à gauche et de haut en bas les couleurs rouge et blanche, avec au-dessus de la dénomination sociale, un blason (en damier rouge et blanc) surmonté d'une couronne, souligné par un listel et encadré de deux lions ; que les couleurs rouge Pantone et or Pantone sont également déposées comme signe distinctif ;

Que la marque Pression live reprend l'un des éléments figuratifs caractéristiques de la marque de la société Brasseries Kronenbourg, soit l'alternance des couleurs rouge et blanche, dans une figure géométrique, damier qui plus est, est reproduit sur le col des bouteilles de bière vendues par la société Brasseries Kronenbourg ainsi qu'il ressort de ses publicités apparaissant sur les photographies numéros 17 et 18 du constat du 22 août 2014;

Que si, ainsi que l'a retenu le tribunal, la forme géométrique dans laquelle s'inscrit le damier blanc et rouge est celle d'un médiator, qui renvoie à la guitare et donc à la musique, comme le terme pression, évocateur du volume sonore et de l'intensité de l'émotion ressentie lors d'une prestation musicale, les couleurs rouge et blanche et leur disposition en damier sont indéniablement fortement évocatrices des produits alcoolisés vendus par la société Brasseries Kronenbourg ;

Que selon l'usage qui en est fait, cette marque peut constituer une publicité indirecte au sens de l'article L. 3323-3 du code de la santé publique qui énonce que constitue une telle publicité, la publicité ou la propagande en faveur d'un organisme, d'un service, d'une activité ou d'un article autre qu'une boisson alcoolique qui par son graphisme, sa présentation, l'utilisation d'une dénomination, d'une marque, d'un emblème ou d'un autre signe distinctif, rappelle une boisson alcoolique, publicité indirecte dont il convient de rappeler qu'elle n'est licite que d'autant qu'elle est limitée aux indications autorisées par l'article L. 3324-4 du code de la santé publique ;

Considérant en l'espèce, que l'association de la marque Pression Plus à l'univers festif des concerts de Rock marqué par ses excès est d'autant plus prégnante, qu'elle est reproduite, dans ses éléments figuratifs et dénominatifs sur le panneau annonçant les concerts du jour (photo n°1 du constat) et donc à l'intensité de l'émotion ressentie lors de ceux-ci, ce qui constitue la publicité incitative condamnée par les dispositions légales ;

Que l'arche d'entrée (photo n°4) est décrite par l'huissier comme marquant l'accès au bar sous chapiteau Kronenbourg et à la partie en plein air de celui-ci ; qu'elle répond à la définition de l'enseigne, puisque désignant le lieu de commercialisation des produits de la société Brasseries Kronenbourg, et constitue un signe distinctif, support autorisé d'une publicité pour les boissons alcooliques par l'article L. 3323-2 du code de la santé publique ; que l'ANPAA limite sa contestation au caractère prétendument illicite de l'arche comme support d'une publicité et à l'absence de message sanitaire ;

Que constitue, non une affiche mais une enseigne, qui n'est soumise à aucune restriction de taille, le panneau surmontant le chapiteau du débit de boisson (photos n°5 et 6) reproduisant les dénominations Kronenbourg et Pression Live Bar et le blason, élément distinctif de sa marque ;

Qu'en revanche, ces deux enseignes constituent une publicité indirecte pour les produits de la société Brasseries Kronenbourg dès lors qu'elles reprennent la marque de la scène du festival (Pression Live) pour désigner le débit de boissons ouvert par la société Brasseries Kronenbourg, reproduisent sa dénomination et sa marque et sont de couleur rouge déposée à titre de marque, couleur qui sert de fond ou qui se retrouve sur l'intégralité des publicités des produits de la marque figurant sur les photographies du constat du 22 août 2014 ; que dès lors, elles devaient reproduire l'avis sanitaire précisant que l'abus d'alcool est dangereux pour la santé, prévu à l'article L. 3323-4 du code de la santé publique ;

Considérant que ce message sanitaire est également absent sur le totem supportant le dessin de bouteilles de bière suivie de la mention, K by Kronenbourg (photo n°12) installé à coté de la tente sous laquelle sont proposés à la dégustation des produits de la marque, et qui, constitue qu'il s'agisse ou non d'une enseigne, le support d'un message publicitaire soumis à cette exigence ;

Considérant que le lieu décrit au constat situé derrière cette arche (le chapiteau et le lieu de consommation en plein air), ainsi que le second bar, sont des lieux de vente des produits alcooliques de la société Brasseries Kronenbourg et donc, aux termes de la réglementation des débits de boissons temporaires ;

Qu'ils sont soumis aux dispositions de l'article R 3323-4 du code de la santé publique qui énonce :

Dans les débits de boissons, restaurants et hôtels, les matériels, la vaisselle et les objets de toute nature strictement réservés au fonctionnement de l'établissement, à l'usage du personnel pendant ses activités professionnelles et à celui de la clientèle lors de son passage ou de son séjour dans l'établissement, peuvent évoquer le nom d'une boisson alcoolique. Dans ce cas, ils ne peuvent être ni vendus, ni remis à titre gratuit au public.

Les terrasses des débits de boissons implantées sur le domaine public sont considérées comme une extension de l'établissement.

La publicité figurant sur les parasols ne peut comporter que le nom d'un producteur ou d'un distributeur de boisson alcoolique, ou la marque d'une telle boisson, à l'exclusion de tout slogan, au moyen d'une inscription n'excédant pas le tiers de la surface du parasol.

Qu'ainsi que le rappelle ce texte, les terrasses des établissements implantées sur le domaine public, sont considérées comme une extension de l'établissement ce qui rend inopérante l'allégation de l'ANPAA d'un libre accès à ce lieu comme la visibilité, à partir de l'espace public, du message publicitaire inscrit sur les parasols ;

Qu'en revanche, la mention sur ce matériel d'un slogan (garder votre blé au frais) contrevient à l'interdiction du dernier alinéa du texte sus-mentionné ;

Qu'est également critiquable, la présence sur la partie de la pelouse dédiée au débit de boissons de lettres constituant le mot Kronenbourg sur une longueur de huit mètres ; qu'en effet, le texte sus-mentionné ne permet l'évocation du nom d'un produit alcoolique que sur le matériel de toute nature réservé au fonctionnement de l'établissement, à l'usage du personnel pendant ses activités professionnelles et à celui de la clientèle, ce qui exclut que puissent constituer des supports publicitaires autorisés des objets, sans fonction autre que décorative, et qui ne sont en réalité que le rappel de la dénomination et de la couleur déposées à titre de marque de commerce par l'entreprise, éléments récurrents de sa communication autour de ses produits alcooliques ;

Que la distribution d'objets publicitaires, en l'espèce des lunettes reproduisant le dessin et les couleurs du produit K by Brasseries Kronenbourg, ainsi que la cour peut se convaincre à la vue des photographies, 13, 14 et 16 constitue également un mode de publicité prohibé puisque les articles L. 3323-2 et R 3323-4 du code de la santé publique n'autorisent la publicité que sur des objets limitativement énumérés ;

Considérant que l'ANPAA incrimine également une animation pratiquée sous une tente à l'effigie de la société Kronenbourg consistant en l'apposition de tatouage rouge et blanc et de teinture de la même couleur sur les cheveux des festivaliers ; que cette description de l'animation ne correspond pas aux constatations de l'huissier instrumentaire qui, dans son procès verbal, évoque la présence d'hôtesses se livrant à cette activité autour de cette arche et rien ne permet de rattacher leur activité à la société Brasseries Kronenbourg ;

Qu'aucun constat ne peut être fait d'une publicité illicite au titre du ballon captif flottant selon l'huissier au-dessus du bar, compte tenu de l'imprécision de son constat quant à sa description et de l'absence (en annexe) de photographie de cet objet à laquelle ne peut pas suppléer la photographie produite en pièce 30, d'autant que ni la couleur du ballon ni le message qui serait inscrit ne peuvent être distingués;

Que cette imprécision met également en échec le constat d'un message publicitaire sur les drapeaux de 3 mètres sur 80 cm (les photographies n° 26 et 27) soumis à l'obligation du message sanitaire ; qu'en effet, l'huissier se contente de constater la reproduction de l'effigie Kronenbourg sans la décrire ; que l'ANPAA écrit pour soutenir qu'il s'agit d'affichettes soumises à la restriction de taille de l'article R 3323-3 du code de la santé publique que ces drapeaux se situent dans un débit de boissons, or il apparaît sur la photographie produite en pièce 27, la présence autour du chapiteau du bar (et non dans l'établissement), de quatre drapeaux sur lesquels est inscrite la dénomination Kronenbourg, ce qui permet de les qualifier d'enseignes et d'exclure ainsi qu'ils soient soumis à la restriction de taille des affichettes (0,35 m²) ;

Qu'enfin, l'ANPAA prétend que le ballon et la tente qui apparaissent sur la photographie n°19 du constat reproduisent le logo de la boisson alcoolique Skoll, mais n'apporte au débat aucun élément qui permettrait à la cour de constater que le logo reproduit sur ces deux objets, serait celui d'une boisson alcoolique, qui plus est produite ou commercialisée par la société Brasseries Kronenbourg ;

Considérant qu'il s'évince de ce qui précède l'illégalité de la publicité directe ou indirecte au profit des boissons alcooliques de la société Brasseries Kronenbourg qui figure en quatrième de couverture du programme du festival sur le panneau annonçant les concerts du 22 août 2014, ainsi que sur les enseignes et objets disponibles dans ses débits de

boissons ;

Considérant qu'en dernier lieu, l'ANPAA prétend que constitue une publicité indirecte au profit des produits de la société Brasseries Kronenbourg, les publicités pour le festival Rock en Seine qui mentionnent le nom de l'entreprise publiées dans le quotidien gratuit 20 minutes ;

Que ces publicités ont été publiées dans le journal 20 minutes, les 26 juin (pièces 12 et 13), 27 juin (pièce 14), 30 juin (pièce 15), 2 juillet (pièce 16), 4 juillet (pièce 17) et 9 juillet (pièce 11) ; qu'elles sont identiques et annoncent le festival Rock en Seine avec sous le logo de celui-ci, son lieu et ses dates, le nom des artistes qui s'y produisent ainsi que le nom et le logo de partenaires, ce qui est insuffisant à caractériser la publicité indirecte que l'ANPAA dénonce sans développer la moindre argumentation ;

Considérant qu'il ressort de ce qui précède que le rejet des mesures d'interdiction et les condamnations sollicitées au titre d'un parrainage illicite sera confirmé, ainsi que le rejet des demandes à l'encontre de l'association Plus de sons ;

Qu'en revanche, la décision entreprise sera infirmée en ce qu'elle écarte les demandes dirigées contre la société Brasseries Kronenbourg au titre de la publicité interdite ;

Considérant que la diffusion d'une publicité illicite constitue une atteinte à l'objet social de l'ANPAA et donc à ses intérêts moraux indépendamment des frais engagés pour obtenir gains de cause ; que le préjudice de l'ANPAA trouve sa mesure dans l'atteinte apportée aux intérêts qu'elle défend par la diffusion de messages interdits, durant les trois jours d'une manifestation qui a rassemblé aux dires de l'association organisatrice, plus de

100 000 spectateurs ; qu'il sera réparé par l'allocation d'une somme de 15 000 euros ;

Considérant que les condamnations prononcées en première instance au titre des dépens et frais irrépétibles seront infirmées ; que la société Brasseries Kronenbourg sera condamnée aux dépens de première instance et d'appel et à payer l'ANPAA la somme de 3 000 euros en application de l'article 700 du code de procédure civile ; que l'ANPAA qui succombe dans ses demandes à l'encontre de l'association Plus de sons sera condamnée à payer à celle-ci une somme de 3 000 euros au titre des frais irrépétibles qu'elle a exposés en première instance et à hauteur d'appel ; que seuls les frais et honoraires afférents au constat du 24 août 2014 seront inclus dans les dépens et liquidés au montant de la facture produite (960 euros) ;

Dispositif

PAR CES MOTIFS

La Cour, statuant en dernier ressort, contradictoirement et publiquement par mise à disposition de la décision au greffe

Confirme le jugement rendu par le tribunal de grande instance de Paris, le 24 mai 2017 sauf en ce qu'il déclaré irrecevable l'exception de nullité du procès-verbal de constat du 22 août 2014, en ce qu'il a débouté l'ANPAA de ses demandes à l'encontre de la société Brasseries Kronenbourg au titre de la publicité illicite et en ce qu'il l'a condamnée aux dépens et à payer à la société Brasserie Kronenbourg et à l'association Plus de sons la somme de 5 000 euros en application de l'article 700 du code de procédure civile ;

Statuant à nouveau sur les chefs infirmés et y ajoutant :

Déclare recevable l'exception de nullité du procès-verbal de constat du 22 août 2014 et la rejette ;

Condamne la société Brasseries Kronenbourg à payer à l'ANPAA la somme de 15 000 euros à titre de dommages et intérêts en réparation du dommage consécutif à des actes de publicité illicites à l'occasion du festival Rock en Seine qui s'est tenu du 22 au 24 août 2015 sur le site du Domaine national de [Localité 7] ;

Déboute l'ANPAA du surplus de ses demandes ;

Condamne la société Brasseries Kronenbourg à payer à l'ANPAA la somme de 3 000 euros en application de l'article 700 du code de procédure civile ;

Condamne l'ANPAA à payer à l'association Plus de sons la somme de 2 000 euros en application de l'article 700 du code de procédure civile ;

Condamne la société Brasseries Kronenbourg aux dépens de première instance et d'appel, en ce compris le coût du constat du 24 août 2014 (960 euros) et dit que les dépens seront recouvrés conformément aux dispositions de l'article 699 du code de procédure civile.

LE GREFFIER LA PRESIDENTE

Décision **de la Cour de cassation**

Cour de cassation Première chambre civile 21 avril 2022

VOIR LA DÉCISION

Les **dates clés**

- Cour de cassation Première chambre civile 21-04-2022
- Cour d'appel de Paris C2 03-12-2020