

CIV. 1

CF

COUR DE CASSATION

Audience publique du 16 décembre 2020

Rejet

Mme BATUT, président

Arrêt n° 798 FS-P+I

Pourvoi n° R 19-19.387

R É P U B L I Q U E F R A N Ç A I S E

AU NOM DU PEUPLE FRANÇAIS

ARRÊT DE LA COUR DE CASSATION, PREMIÈRE CHAMBRE CIVILE, DU 16 DÉCEMBRE 2020

L'association Confédération nationale des associations familiales catholiques, dont le siège est 28 boulevard de Clichy, 75009 Paris, a formé le pourvoi n° R 19-19.387 contre l'arrêt rendu le 17 mai 2019 par la cour d'appel de Paris (pôle 5, chambre 11), dans le litige l'opposant à la société Blackdivine Llc, société de droit américain, dont le siège est 60 Broad Street, Suite 3502 10004, 0000 New-York (États-Unis), défenderesse à la cassation.

La demanderesse invoque, à l'appui de son pourvoi, les deux moyens de cassation annexés au présent arrêt.

Le dossier a été communiqué au procureur général.

Sur le rapport de Mme Le Cotty, conseiller référendaire, les observations de la SCP Le Bret-Desaché, avocat de l'association Confédération nationale des associations familiales catholiques, de la SCP Thouin-Palat et Boucard, avocat de la société Blackdivine Llc, et l'avis de Mme Caron-Dégliise, avocat général, à la suite duquel le président a demandé aux avocats s'ils souhaitaient présenter des observations complémentaires, après débats en l'audience publique du 3 novembre 2020 où étaient présents Mme Batut, président, Mme Le Cotty, conseiller référendaire rapporteur, M.

Hascher, conseiller le plus ancien faisant fonction de doyen, Mmes Bozzi, Auroy, Poinseaux, Guihal, conseillers, Mmes Mouty-Tardieu, Azar, M. Buat-Ménard, Mme Feydeau-Thieffry, conseillers référendaires, Mme Caron-Déglise, avocat général, et Mme Berthomier, greffier de chambre,

la première chambre civile de la Cour de cassation, composée, en application de l'article R. 431-5 du code de l'organisation judiciaire, des président et conseillers précités, après en avoir délibéré conformément à la loi, a rendu le présent arrêt ;

Faits et procédure

1. Selon l'arrêt attaqué (Paris, 17 mai 2019), la société Blackdivine, société de droit américain, editrice du site de rencontres en ligne www.gleeden.com, a procédé en 2015 à la publicité de son site par une campagne d'affichage sur les autobus, à Paris et en Ile-de-France. Sur ces affiches figurait une pomme croquée accompagnée du slogan : « Le premier site de rencontres extra-conjugales ».

2. Le 22 janvier 2015, la Confédération nationale des associations familiales catholiques (CNAFC) a assigné la société Blackdivine devant le tribunal de grande instance de Paris afin de faire juger nuls les contrats conclus entre celle-ci et les utilisateurs du site Gleeden.com, au motif qu'ils étaient fondés sur une cause illicite, interdire, sous astreinte, les publicités faisant référence à l'infidélité, ordonner à la société Blackdivine de diffuser ses conditions commerciales et ses conditions de protection des données, et la faire condamner au paiement de dommages-intérêts. Un jugement du 9 février 2017 a déclaré la CNAFC pour partie irrecevable et pour partie non fondée en ses demandes.

3. En cause d'appel, celle-ci a renoncé à certaines demandes et n'a maintenu que celle relative à la publicité litigieuse, sollicitant, outre des dommages-intérêts, qu'il soit ordonné à la société Blackdivine, sous astreinte, de cesser de faire référence, de quelque manière que ce soit, à l'infidélité ou au caractère extra-conjugal de son activité, à l'occasion de ses campagnes de publicité.

Examen des moyens

Sur le premier moyen

Enoncé du moyen

4. La CNAFC fait grief à l'arrêt de rejeter l'ensemble de ses demandes, alors :

« 1°/ que le devoir de fidélité entre époux ressortit à l'ordre public de direction ; qu'en ayant jugé que l'infidélité ne constituait qu'une faute civile ne pouvant être invoquée que par un époux contre l'autre et qu'elle ressortait ainsi seulement de l'ordre public de protection et non de direction, quand ce devoir ne tend pas seulement à protéger les intérêts privés des époux, mais comporte une dimension sociale, la cour d'appel a violé l'article 212 du code civil ;

2°/ que les époux ne peuvent déroger par convention particulière aux obligations nées du mariage ; qu'en ayant jugé que le devoir de fidélité ne ressortissait qu'à un ordre public de protection, car il pouvait y être dérogé par consentement mutuel des époux, la cour d'appel a violé les articles 212 et 226 du code civil ;

3°/ que si l'infidélité peut être excusée ou pardonnée, elle n'en reste pas moins illicite ; qu'en ayant jugé que le devoir de fidélité ne ressortissait pas à l'ordre public de direction, car l'infidélité peut être excusée dans une procédure de divorce, quand une telle excusabilité n'enlève rien à l'illicéité d'un tel comportement, la cour d'appel a violé l'article 212 du code civil ;

4°/ que l'infidélité caractérise un comportement à la fois illicite et antisocial ; qu'en ayant jugé le contraire, au postulat erroné que le devoir de fidélité ne ressortissait qu'à un ordre public de protection, la cour d'appel a violé les articles 212

du code civil, 1 et 4 du code ICC, ensemble les usages en matière de pratiques publicitaires et de communication commerciale ;

5°/ qu'est illicite toute publicité qui fait l'apologie de l'infidélité dans le mariage ; qu'en ayant jugé que la publicité diffusée par la société Blackdivine sur son site et sur son blog n'était pas illicite, en se fondant sur une décision rendue le 6 décembre 2013 par le jury de déontologie publicitaire, laquelle n'était pas opérante, car, d'une part, il n'entre pas dans la mission de ce jury de se prononcer sur le respect des règles de droit et, d'autre part, il avait retenu, contre l'évidence, que le site Gleeden.com n'incitait pas à des comportements trompeurs et mensongers dans le cadre du mariage, la cour d'appel a privé son arrêt de base légale au regard de l'article 212 du code civil, des articles 1 et 4 du code ICC, ensemble les usages en matière de pratiques publicitaires et de communication commerciale ;

6°/ que la liberté d'expression doit céder devant l'intérêt supérieur que représente le devoir de fidélité au sein d'un couple qui dépasse les simples intérêts privés de ses membres ; qu'en ayant jugé le contraire, pour refuser de faire interdire les campagnes de publicité télévisuelle diffusées par la société Blackdivine, prônant l'infidélité dans le mariage pour attirer des clients sur le site Gleeden.com, la cour d'appel a violé l'article 10 de la Convention européenne des droits de l'homme. »

Réponse de la Cour

5. L'article 10 de la Convention de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales dispose que :

« 1. - Toute personne a droit à la liberté d'expression. Ce droit comprend la liberté d'opinion et la liberté de recevoir ou de communiquer des informations ou des idées sans qu'il puisse y avoir ingérence d'autorités publiques et sans considération de frontière. Le présent article n'empêche pas les États de soumettre les entreprises de radiodiffusion, de cinéma ou de télévision à un régime d'autorisations.

2. - L'exercice de ces libertés comportant des devoirs et des responsabilités peut être soumis à certaines formalités, conditions, restrictions ou sanctions prévues par la loi, qui constituent des mesures nécessaires, dans une société démocratique, à la sécurité nationale, à l'intégrité territoriale ou à la sûreté publique, à la défense de l'ordre et à la prévention du crime, à la protection de la santé ou de la morale, à la protection de la réputation ou des droits d'autrui, pour empêcher la divulgation d'informations confidentielles ou pour garantir l'autorité et l'impartialité du pouvoir judiciaire ».

6. Aux termes de l'article 212 du code civil, les époux se doivent mutuellement respect, fidélité, secours, assistance.

7. Les principes éthiques et d'autodiscipline professionnelle édictés par le code consolidé de la chambre de commerce internationale sur les pratiques de publicité et de communication commerciale, notamment en ses articles 1 et 4, dont la violation peut être contestée devant le jury de déontologie publicitaire, n'ont pas de valeur juridique contraignante. En effet, si, selon l'article 3 de ce code, les autorités judiciaires peuvent l'utiliser à titre de référence, ce n'est que dans le cadre de la législation applicable.

8. L'arrêt énonce, d'abord, à bon droit, que si les époux se doivent mutuellement fidélité et si l'adultère constitue une faute civile, celle-ci ne peut être utilement invoquée que par un époux contre l'autre à l'occasion d'une procédure de divorce.

9. Il constate, ensuite, en faisant référence à la décision du jury de déontologie du 6 décembre 2013, que les publicités ne proposent en elles-mêmes aucune photo qui pourrait être considérée comme indécente, ni ne contiennent d'incitation au mensonge ou à la duplicité mais utilisent des évocations, des jeux de mots ou des phrases à double sens et la possibilité d'utiliser le service offert par le site Gleeden, tout un chacun étant libre de se sentir concerné ou pas par cette proposition commerciale, les slogans étant de surcroît libellés avec suffisamment d'ambiguïté pour ne pouvoir être compris avant un certain âge de maturité enfantine et n'utilisant aucun vocabulaire qui pourrait, par lui-même, choquer les enfants.

10. Il retient, enfin, que, si la publicité litigieuse vante l' « amanturière », « la femme mariée s'accordant le droit de vivre sa vie avec passion » ou se termine par le message « Gleeden, la rencontre extra-conjugale pensée par des femmes », ce qui pourrait choquer les convictions religieuses de certains spectateurs en faisant la promotion de l'adultère au sein de couples mariés, l'interdire porterait une atteinte disproportionnée au droit à la liberté d'expression, qui occupe une place éminente dans une société démocratique.

11. Ayant ainsi fait ressortir l'absence de sanction civile de l'adultère en dehors de la sphère des relations entre époux, partant, l'absence d'interdiction légale de la promotion à des fins commerciales des rencontres extra-conjugales, et, en tout état de cause, le caractère disproportionné de l'ingérence dans l'exercice du droit à la liberté d'expression que constituerait l'interdiction de la campagne publicitaire litigieuse, la cour d'appel a, par ces seuls motifs, sans conférer à la décision du jury de déontologie une portée qu'elle n'a pas, légalement justifié sa décision.

Sur le second moyen

Enoncé du moyen

12. La CNAFC fait grief à l'arrêt de rejeter sa demande de dommages-intérêts, alors « que la cassation à intervenir sur un chef d'arrêt entraîne la cassation par voie de conséquence de tout chef qui lui est lié ; que la cassation à intervenir sur le premier moyen entraînera la cassation par voie de conséquence du chef de l'arrêt qui a débouté la CNAFC de sa demande de dommages-intérêts, par application de l'article 624 du code de procédure civile. »

Réponse de la Cour

13. Le premier moyen étant rejeté, le second est devenu sans objet.

PAR CES MOTIFS, la Cour :

REJETTE le pourvoi ;

Condamne l'association Confédération nationale des associations familiales catholiques aux dépens ;

En application de l'article 700 du code de procédure civile, rejette les demandes ;

Ainsi fait et jugé par la Cour de cassation, première chambre civile, et prononcé par le président en son audience publique du seize décembre deux mille vingt.

MOYENS ANNEXES au présent arrêt

Moyens produits par la SCP Le Bret-Desaché, avocat aux Conseils, pour l'association Confédération nationale des associations familiales catholiques

PREMIER MOYEN DE CASSATION :

- IL EST FAIT GRIEF A l'arrêt attaqué d'avoir confirmé le jugement entrepris, en ce qu'il avait débouté la CNAFC de sa demande sur la communication de la société BlackDivine fondée sur l'infidélité et, y ajoutant, d'avoir débouté la CNAFC de ses demandes de mettre fin à la publicité de la société BlackDivine sur le fondement des articles 1 et 4 du code ICC et de mettre fin à ses publicités télévisuelles sur le fondement de l'article 5 du décret du 27 mars 1992 ;

- AUX MOTIFS QUE Considérant que la CNAFC soutient en premier lieu que le recours au courtage adultérin est illicite en application de l'article 212 du code civil qui dispose « les époux se doivent mutuellement fidélité, secours, assistance », au motif que l'adultère est une faute civile comme l'ont jugé de nombreuses décisions de Cour d'appel, le seul fait pour un homme marié ou une femme mariée de s'inscrire sur un site de rencontres constituant un manquement grave et

renouvelé aux obligations du mariage justifiant l'allocation de dommages et intérêts sur le fondement de l'article 1382 du code civil, que l'objet même de l'activité de BlackDivine par son site Gleeden.com et la cause des contrats passés avec les utilisateurs est d'inciter à la violation d'une obligation légale (excluant les adultères consentis) en proposant même des astuces pour dissimuler les adultères et en donnant des moyens de « tromper » son conjoint (le figaro 8 septembre 2014). Mais considérant que si l'adultère constitue une faute civile au visa de l'article 212 du code civil, il n'en demeure pas moins que cette faute ne peut être invoquée que par un des époux contre l'autre dans le cadre d'une procédure de divorce, que l'obligation de fidélité qui est une obligation du mariage n'est pas une obligation relevant de l'ordre public de direction qui ne supporte aucune dérogation car il peut souffrir certaines exceptions (consentement mutuel des époux, excusée par l'infidélité de l'autre époux etc...), que c'est à juste titre que les premiers juges ont jugé qu'elle relevait d'un ordre public de protection dont ne peuvent se prévaloir que les époux, que la CNAFC ne peut donc se prévaloir de la violation du devoir de fidélité qui serait promue par le site Gleeden pour faire cesser toute communication commerciale par le biais de ce site de la société BlackDivine, que le jugement entrepris sera confirmé de chef.

Considérant qu'en deuxième lieu, la CNAFC soutient que la publicité effectuée par BlackDivine de son activité sur son site et sur son blog est illicite car elle viole les règles inhérentes à la publicité elle-même, le site web étant un support publicitaire, telles que celles édictées par les articles 1 et 4 du code ICC (code consolidé de la chambre de commerce internationale sur les pratiques de publicité et de communication commerciales) qui disposent: « Toute communication de marketing doit se conformer aux lois, être décente, loyale et véridique. Toute communication de marketing doit être conçue avec un juste sens de la responsabilité sociale et professionnelle et doit être conforme aux principes de la concurrence loyale telle qu'ils sont généralement admis dans les relations commerciales. Aucune communication ne doit être de nature à dégrader la confiance que le public doit pouvoir porter au marketing.» et « la communication commerciale ne doit pas sembler cautionner ou encourager des comportements violents, illicites ou antisociaux » en faisant la promotion ou en semblant le faire, d'un comportement illicite et antisocial, la liberté d'expression et la liberté du commerce et de l'industrie ne pouvant faire obstacle aux dispositions spéciales invoquées, la décision rendue par le jury de déontologie publicitaire le 6 décembre 2013 qui n'est pas une juridiction n'étant pas pertinente et la Convention européenne des droits de l'homme prévoyant la possibilité de dérogation dans son article 10 alinéa 2, mais considérant la CNAFC ne démontre pas en quoi l'infidélité, qui n'est pas un agissement illicite, comme il a été dit auparavant, dont la publicité de Gleeden ferait la promotion, constituerait un comportement violent, illicite ou antisocial, que cette publicité a été validée par le jury de déontologie publicitaire dans sa décision du 6 décembre 2013 qui a considéré: « ces publicités ne proposent aucune photo qui pourrait être considérée comme indécente, ni d'incitation au mensonge ou à la duplicité contrairement à ce que soutiennent les plaignants mais utilisent des évocations, des jeux de mots ou des phrases à double sens qui suggère et la possibilité d'utiliser le service offert par le site Gleeden, tout un chacun étant libre de se sentir concerné ou pas par cette proposition commerciale. Par ailleurs les slogans ainsi libellés avec ambiguïté ne peuvent être compris avant un certain âge de maturité enfantine. Ils n'utilisent aucun vocabulaire qui pourrait, par lui-même, choquer les enfants », que si cette décision n'émane pas d'une autorité judiciaire mais administrative, il n'en demeure pas moins que cet avis peut donner lieu à des sanctions, qu'il convient donc de rejeter ce chef de demande.

Considérant qu'en troisième lieu, la CNAFC soutient que la communication de BlackDivine viole les dispositions du décret du 27 mars 1992 dont l'article 5 qui dispose : « La publicité ne doit contenir aucun élément de nature à choquer les convictions religieuses, philosophiques ou politiques des téléspectateurs », car elle est de nature à choquer à la fois les convictions religieuses, philosophiques ou politiques des téléspectateurs en mettant en cause un pilier fondateur de l'union et en faisant la promotion de l'adultère, du non-respect de la parole donnée, de la tromperie, de la duplicité et du mépris de l'autre et en faisant référence explicite aux liens du mariage « Gleeden, le site de rencontre extra-conjugale pensé par des femmes ». Considérant que la société BlackDivine soutient que le moyen fondé sur l'article 5 du décret du 27 mars 1992 qui vise la publicité télévisuelle est une demande nouvelle qui doit être déclarée irrecevable en application de l'article 564 du code de procédure civile, mais considérant que l'invocation dudit article constitue un moyen nouveau et non une demande nouvelle non prohibée à hauteur d'appel, alors que la CNAFC sollicitait déjà devant les premiers juges d'ordonner à BlackDivine de faire référence de quelque manière que ce soit, directe ou indirecte, à l'infidélité dans le cadre de ses publicités, sur quelque support que ce soit et, notamment, sur toute campagne d'affichage, que cette demande est donc recevable. Considérant qu'il ne peut être contesté par la société BlackDivine qu'elle a communiqué à partir d'avril 2017 par le biais de la télévision (pièce n°27 de la CNAFC), mais considérant que l'article 2 du décret du 27 mars 1992 visé par l'appelante précise que ce texte ne s'applique qu'aux éditeurs de services de télévision, ce que la société BlackDivine n'est pas, que la CNAFC ne peut donc l'évoquer, que sa demande doit donc être déboutée, qu'en outre, sur le fond, si cette publicité vante « l'amanturière » « la femme mariée s'accordant le droit de vivre sa vie avec passion », ou se termine par le message «Gleeden, la rencontre extra-conjugale pensée par des femmes », en application

de l'article 10 de la convention européenne des droits de l'homme qui dispose : « Toute personne a droit à la liberté d'expression. Ce droit comprend la liberté d'opinion et la liberté de recevoir ou de communiquer des informations ou des idées sans qu'il puisse y avoir ingérence d'autorités publiques et sans considération de frontière. », et même si ce message publicitaire (communication commerciale) qui fait partie du champ d'application de la protection accordée par l'article 10 paragraphe 1 de la ladite convention, s'adresse aux femmes mariées et promeut des rencontres extra-conjugales et pourrait choquer les convictions religieuses de certains spectateurs en faisant la promotion de l'adultère au sein de couples mariés, il n'en demeure pas moins que l'interdire serait une atteinte disproportionnée à la liberté d'expression qui occupe une place éminente dans une société démocratique, qu'en conséquence, il convient de rejeter la demande de la CNAFC ;

ET AUX MOTIFS EVENTUELLEMENT ADOPTES QUE L'obligation de fidélité relève d'un ordre public de protection et non d'un ordre public de direction dès lors que la violation de cette obligation peut ne pas être retenue comme une faute, cause de divorce soit par exemple parce que les époux se sont déliés d'un commun accord de cette obligation, soit parce que l'infidélité d'un époux peut être excusée par le comportement de l'autre, autant de dérogations qui caractérisent que cette obligation de fidélité prévue à l'article 212 du code civil relève de l'ordre public de protection dont ne peuvent se prévaloir que les époux et non de l'ordre public de direction qui lui, ne supporte aucune dérogation. La référence à l'infidélité par la défenderesse dans ses supports publicitaires, sur son site et son blog ne peut être qualifiée d'agissement illicite dès lors que le manquement au devoir de fidélité qui ressort de l'ordre public de protection n'est pas nécessairement constitutif d'une faute ainsi qu'il est rappelé ci-avant. La campagne publicitaire de la défenderesse critiquée, a été validée par le Jury de Déontologie Publicitaire dans sa décision du 6 décembre 2013 aux termes de laquelle cette instance a considéré que "ces publicités ne proposent aucune photo qui pourrait être considérée comme indécente, ni d'incitation au mensonge ou à la duplicité contrairement à ce que soutiennent les plaignants mais utilisent des évocations , des jeux de mots ou des phrases à double sens qui suggèrent la possibilité d'utiliser le service offert par le site Gleeden, tout un chacun étant libre de se sentir concerné ou pas par cette proposition commerciale. Par ailleurs les slogans ainsi libellés avec ambiguïté ne peuvent être compris avant un certain âge de maturité enfantine. Ils n'utilisent aucun vocabulaire qui pourrait, par lui-même, choquer les enfants". La nature de ce jury de Déontologie Publicitaire, décrié par la demanderesse, ne prive pas ses avis d'autorité dès lors que ceux-ci peuvent donner lieu à des sanctions pouvant aller jusqu'à une demande de cessation immédiate de diffusion d'un message publicitaire. La référence à l'infidélité par la défenderesse ne constituant pas un acte illicite, les conditions d'application de l'article L 421-6 du code de la consommation ne sont donc pas réunies, les autres moyens avancés à l'appui de la demande d'interdiction à la défenderesse de faire cesser toute référence à l'infidélité, étant à cet égard inopérants ;

1°) ALORS QUE le devoir de fidélité entre époux ressortit à l'ordre public de direction ; qu'en ayant jugé que l'infidélité ne constituait qu'une faute civile ne pouvant être invoquée que par un époux contre l'autre et qu'elle ressortait ainsi seulement de l'ordre public de protection et non de direction, quand ce devoir ne tend pas seulement à protéger les intérêts privés des époux, mais comporte une dimension sociale, la cour d'appel a violé l'article 212 du code civil ;

2°) ALORS QUE les époux ne peuvent déroger par convention particulière aux obligations nées du mariage ; qu'en ayant jugé que le devoir de fidélité ne ressortissait qu'à un ordre public de protection, car il pouvait y être dérogé par consentement mutuel des époux, la cour d'appel a violé les articles 212 et 226 du code civil ;

3°) ALORS QUE si l'infidélité peut être excusée ou pardonnée, elle n'en reste pas moins illicite ; qu'en ayant jugé que le devoir de fidélité ne ressortissait pas à l'ordre public de direction, car l'infidélité peut être excusée dans une procédure de divorce, quand une telle excusabilité n'enlève rien à l'illicéité d'un tel comportement, la cour d'appel a violé l'article 212 du code civil ;

4°) ALORS QUE l'infidélité caractérise un comportement à la fois illicite et antisocial ; qu'en ayant jugé le contraire, au postulat erroné que le devoir de fidélité ne ressortissait qu'à un ordre public de protection, la cour d'appel a violé les articles 212 du code civil, 1 et 4 du code ICC, ensemble les usages en matière de pratiques publicitaires et de communication commerciale ;

5°) ALORS QU' est illicite toute publicité qui fait l'apologie de l'infidélité dans le mariage ; qu'en ayant jugé que la publicité diffusée par la société BlackDivine sur son site et sur son blog n'était pas illicite, en se fondant sur une décision rendue le

6 décembre 2013 par le jury de déontologie publicitaire, laquelle n'était pas opérante, car, d'une part, il n'entre pas dans la mission de ce jury de se prononcer sur le respect des règles de droit et, d'autre part, il avait retenu, contre l'évidence, que le site Gleeden.com n'incitait pas à des comportements trompeurs et mensongers dans le cadre du mariage, la cour d'appel a privé son arrêt de base légale au regard de l'article 212 du code civil, des articles 1 et 4 du code ICC, ensemble les usages en matière de pratiques publicitaires et de communication commerciale ;

6°) ALORS QUE la liberté d'expression doit céder devant l'intérêt supérieur que représente le devoir de fidélité au sein d'un couple qui dépasse les simples intérêts privés de ses membres ; qu'en ayant jugé le contraire, pour refuser de faire interdire les campagnes de publicité télévisuelle diffusées par la société BlackDivine, prônant l'infidélité dans le mariage pour attirer des clients sur le site Gleeden.com, la cour d'appel a violé l'article 10 de la Convention européenne des droits de l'homme.

SECOND MOYEN DE CASSATION :

- IL EST FAIT GRIEF A l'arrêt attaqué d'avoir confirmé le jugement entrepris, en ce qu'il avait débouté la CNAFC de sa demande de dommages-intérêts, dirigée contre la société BlackDivine ;

- AUX MOTIFS QUE le débouté de la CNAFC de ses demandes entraîne le débouté de sa demande de dommages-intérêts qui n'est pas justifiée ;

ALORS QUE la cassation à intervenir sur un chef d'arrêt entraîne la cassation par voie de conséquence de tout chef qui lui est lié ; que la cassation à intervenir sur le premier moyen entraînera la cassation par voie de conséquence du chef de l'arrêt qui a débouté l'exposante de sa demande de dommages-intérêts, par application de l'article 624 du code de procédure civile.