

Le : 03/11/2017

**Cour de cassation**

**chambre civile 1**

**Audience publique du 18 octobre 2017**

**N° de pourvoi: 16-10428**

ECLI:FR:CCASS:2017:C101110

Publié au bulletin

**Cassation partielle**

**Mme Batut (président), président**

SCP Hémerly et Thomas-Raquin, SCP Piwnica et Molinié, SCP Spinosi et Sureau,  
avocat(s)

**REPUBLIQUE FRANCAISE**

**AU NOM DU PEUPLE FRANCAIS**

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

Sur le moyen unique :

Attendu, selon l'arrêt attaqué, que l'association Théâtre royal de luxe (l'association) revendique des droits d'auteur sur des spectacles mettant en scène des personnages de sept à douze mètres de hauteur, déambulant, selon une chorégraphie particulière, dans les rues d'une ville ; que, soutenant qu'un spot publicitaire pour la boisson Coca-Cola, diffusé en décembre 2012 dans divers pays, reprenait les caractéristiques de ces créations originales, l'association, invoquant la violation de ses droits d'auteur et des agissements parasites, a assigné en référé la société Coca-Cola entreprise, devenue depuis la société Coca-Cola European Partners France, et la société Coca-Cola services France pour obtenir la cessation de la diffusion et la suppression du spot litigieux ; que les sociétés McCann Erickson Worldwide Inc. et McCann Erickson sont intervenues volontairement à l'instance ; qu'elles ont soulevé, aux côtés de la société Coca-Cola services France, une exception d'incompétence internationale ;

Sur la recevabilité du moyen, pris en sa première branche, contestée par la défense :

Attendu que les sociétés Coca-Cola European Partners France, Coca-Cola services France, McCann Erickson Worldwide Inc. et McCann Erickson soutiennent que le moyen tiré de la violation de l'article 46 du code de procédure civile est nouveau et mélangé de fait, l'association n'ayant pas invoqué, devant les juges du fond, le critère de l'accessibilité pour justifier la compétence internationale des juridictions françaises ;

Mais attendu que, pour s'opposer à l'exception d'incompétence, l'association faisait notamment valoir, dans ses dernières écritures, que la campagne publicitaire litigieuse avait fait l'objet d'une diffusion en France ; que le moyen, qui n'est pas nouveau, est donc recevable ;

Et sur ce moyen :

Vu l'article 46 du code de procédure civile ;

Attendu qu'aux termes de ce texte, en matière délictuelle, le demandeur peut saisir à son choix, outre la juridiction du lieu où demeure le défendeur, la juridiction du lieu du fait dommageable ou celle dans le ressort de laquelle le dommage a été subi ;

Attendu que, pour déclarer les juridictions françaises incompétentes pour connaître du litige, après avoir constaté que la publicité en cause était diffusée sur différents sites Internet, l'arrêt énonce que ces vidéos ne sont pas à destination du public français, soit parce qu'elles sont destinées à des publics étrangers, soit parce qu'elles sont destinées à des professionnels de la publicité et de la communication dans un but d'information ; qu'il en déduit qu'il n'existe pas de lien de rattachement suffisant, substantiel ou significatif entre ces sites, les vidéos postées et le public français ;

Qu'en statuant ainsi, alors que l'accessibilité, dans le ressort de la juridiction saisie, d'un site Internet diffusant le spot publicitaire litigieux suffit à retenir la compétence de cette juridiction, prise comme celle du lieu de la matérialisation du dommage allégué, pour connaître de l'atteinte prétendument portée aux droits d'auteur revendiqués par l'association, la cour d'appel a violé le texte susvisé ;

PAR CES MOTIFS et sans qu'il y ait lieu de statuer sur la seconde branche du moyen :

CASSE ET ANNULE, mais seulement en ce qu'il déclare les juridictions françaises incompétentes pour connaître du litige et renvoie les parties à mieux se pourvoir, l'arrêt rendu le 22 octobre 2015, entre les parties, par la cour d'appel de Paris ; remet, en conséquence, sur ces 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 ;

Condamne les sociétés Coca-Cola European Partners France, Coca-Cola services France, McCann Erickson Worldwide Inc. et McCann Erickson aux dépens ;

Vu l'article 700 du code de procédure civile, rejette les demandes des sociétés Coca-Cola European Partners France, Coca-Cola services France, McCann Erickson Worldwide Inc. et McCann Erickson et les condamne à payer à l'association Théâtre royal de luxe la somme globale de 3 000 euros ;

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, première chambre civile, et prononcé par le président en son audience publique du dix-huit octobre deux mille dix-sept.

MOYEN ANNEXE au présent arrêt.

Moyen produit par la SCP Spinosi et Sureau, avocat aux Conseils, pour l'association Théâtre royal de luxe.

Il est fait grief à l'arrêt attaqué d'avoir fait droit à l'exception d'incompétence soulevée par les sociétés COCA-COLA SERVICES France et COCA-COLA ENTREPRISE et d'avoir déclaré les juridictions françaises incompétentes pour statuer sur les demandes de l'association THÉÂTRE ROYAL DE LUXE ;

Aux motifs propres que :

« Sur le bien-fondé :

Considérant qu'il résulte de l'article 46 du code de procédure civile qu'en matière délictuelle, outre la juridiction du lieu du domicile du défendeur, le demandeur peut saisir la juridiction du lieu du fait dommageable ou celle dans le ressort de laquelle le dommage a été subi ;

Considérant que l'association Théâtre Royal de Luxe invoque la compétence du juge national au motif de la diffusion du spot publicitaire litigieux sur l'île de la Réunion ;

Que pour en attester, elle verse aux débats un courriel de Gretel X..., ayant comme adresse électronique, « ... » du 22 avril 2013 adressé à Tania Y...(pièce 29) ; qu'il y est indiqué qu'est jointe au courriel la liste des lieux de diffusion de la campagne publicitaire avec les formats pour le cinéma et la télévision ; que l'association Théâtre Royal de luxe produit par ailleurs un tableau intitulé « Collective Power-Holiday 2012 materials » (pièce

84) ;

Qu'il y a lieu de considérer, comme l'a fait le premier juge, que les conditions d'obtention de ces pièces par l'appelante sont inconnues, et qu'aucun lien ne peut être établi entre le courriel et le tableau garantissant que la pièce versée aux débats sous le n° 84 est bien celle qui était jointe au courriel ;

Que l'association Théâtre Royal de Luxe indique que « pour couper court aux contestations de Coca-Cola relatives à la pièce n° 29 », elle a fait établir le procès-verbal de constat d'huissier du 3 mars 2014 (pièce 114) ; que l'huissier a été mandaté par l'association afin de « constater les échanges d'informations avec Mademoiselle Gretel X..., community manager pour Coca-Cola, concernant la campagne de publicité diffusée à travers le monde et en France sur différents médias, intitulée « Together we make the magie happen », ce compris la liste de diffusion de cette campagne communiquée par Mademoiselle X... » et « constater que figure sur cette liste de diffusion, l'information de cette diffusion à la Réunion, département français d'outre-mer » ;

Que l'huissier a ainsi « saisi dans la barre d'adresse suivante [http:// mail. google. com](http://mail.google.com) (...) puis « ...et le mot de passe qui lui avait été transmis ;

Qu'il résulte, cependant, de l'attestation de Mme Guenaëlle Z..., productrice déléguée de Royal de luxe (pièce 115), que l'adresse mail « ...a été créée par la compagnie pour ses besoins professionnels », l'appelante ne versant pour sa part aux débats aucun élément permettant de s'assurer de l'identité, ou de la qualité ou l'appartenance de Mme Tania Y..., dont le message initial n'est par ailleurs pas communiqué ;

Qu'en conséquence, les pièces 29, 84 et 114, tendant à voir fonder la compétence des juridictions françaises, qui ont été obtenues au moyen d'une adresse email créée de toute pièce, à partir d'une fausse identité, ou du moins d'une identité dont la présente juridiction ne peut s'assurer de l'authenticité, seront écartées des débats ;

Que l'association Théâtre Royal de Luxe prétend encore justifier de la diffusion du spot litigieux sur l'île de la Réunion par la production aux débats de deux procès-verbaux de constat d'huissier du 25 juin 2014 ;

Que cependant, ces opérations de constat ont été diligentées sur autorisation du juge des requêtes du tribunal de commerce de Saint-Denis de la Réunion, par ordonnance du 27 et 30 mai 2014, obtenue au vu des pièces appréhendées dans le cadre du rapport de mission de Me B...annulé par voie de conséquence de la rétractation de l'ordonnance sur requête du 18 janvier 2013 ;

Que ces pièces (pièces 122, 123, 124), dont la nullité est encourue subséquentement, seront, dès lors, également écartées des débats ;

Considérant que l'association invoque encore la diffusion de la publicité litigieuse sur le territoire français, en invoquant leur diffusion sur différents sites vidéos Internet (Google, Youtube, Dailymotion), constatée notamment par procès-verbal du 29 octobre 2012 ;

Que cependant, il y a lieu de retenir, par les motifs pertinents du premier juge, que la cour adopte, que ces vidéos ne sont pas à destination du public français, soit parce qu'elles sont destinés à des publics étrangers (comme les vidéos sur « youtube. com », « vimeo. com », « thedrum. com »), soit parce qu'elles sont destinées à des professionnels de la publicité et de la communication dans un but d'information ;

Que c'est donc à juste titre que ce juge en a déduit l'absence de lien de rattachement suffisant, substantiel ou significatif entre ces sites, les vidéos postées et le public français, et par conséquent, l'incompétence des juridictions françaises ;

Que l'ordonnance entreprise sera confirmée en ce que le premier juge s'est déclaré incompetent et a renvoyé les parties à mieux se pourvoir » ;

Et aux motifs éventuellement adoptés que :

« Sur l'exception d'incompétence :

La société COCA-COLA SERVICES FRANCE soutient que le juge des référés du tribunal de grande instance de Paris est incompetent, la seule accessibilité d'un site internet sur le territoire français étant insuffisante pour retenir la compétence des juridictions françaises à défaut de rattachement suffisant, substantiel et significatif entre l'acte dommageable et le marché national. Elle fait en outre valoir que la publicité litigieuse n'était pas destinée au public français et n'a pas été diffusée en France.

Les sociétés MCCANN ERICKSON indiquent que le spot litigieux n'a pas été diffusé à la télévision et au cinéma en France, ni mis en ligne sur un site internet à destination du public français. Elles contestent la diffusion du film publicitaire sur le territoire de la Réunion et partant, la force probante du courriel auquel est joint le tableau mentionnant la diffusion sur cette île. Elles relèvent par ailleurs que la demanderesse ne précise pas sur quelle chaîne de télévision réunionnaise la publicité aurait été diffusée. Elles ajoutent que les vidéos diffusées sur internet ne sont pas destinées au public français.

L'association THÉÂTRE ROYAL DE LUXE s'oppose à l'exception d'incompétence. A l'audience, elle indique fonder la compétence du juge des référés du tribunal de grande instance de Paris sur le lieu du dommage. Elle fait valoir que le clip a été diffusé à la Réunion à la télévision et au cinéma et diffusé sur le web, visible par le public français.

Sur ce,

Il convient de relever à titre préalable que l'association THÉÂTRE ROYAL DE LUXE n'a pas fait le choix de saisir le juge des référés de la juridiction du siège social des sociétés COCA-COLA, domiciliées dans le ressort du tribunal de grande instance de Nanterre.

Il résulte de l'article 46 du code de procédure civile qu'en matière délictuelle, outre la juridiction du lieu du domicile du défendeur, le demandeur peut saisir la juridiction du lieu du fait dommageable ou celle dans le ressort de laquelle le dommage a été subi.

S'agissant de la diffusion alléguée du spot publicitaire à la Réunion, la demanderesse verse au débat un courriel de Gretel X..., ayant comme adresse électronique " ..." en date du 22 avril 2013 (pièce 29) adressé à Tania Y...; dont on ignore le lien avec l'expéditrice et avec l'association THEATRE ROYAL DE LUXE. Il est indiqué qu'est jointe au courriel la liste des lieux de diffusion de la campagne publicitaire avec les formats pour le cinéma et la télévision.

Le tableau " collective power-holiday 2012 materials " mentionne la Réunion, avec une diffusion du spot au cinéma et à la télévision.

Cependant, aucun lien ne peut être établi entre le courriel, dont les conditions d'obtention sont inconnues, et le tableau, aucun élément ne garantissant que la pièce versée au débat était bien celle jointe au courriel. Dans ces conditions, celui-ci est dépourvu de force probante.

En conséquence, aucune preuve d'une diffusion du film publicitaire dans le département d'outre-mer n'est rapportée et la compétence du juge des référés du tribunal de grande instance de Paris ne peut être fondée sur cette allégation.

Le juge des référés doit apprécier sa compétence au regard des règles qui justifient son intervention, soit d'après les conclusions l'urgence ou l'existence d'un trouble manifestement illicite, et de la demande dont il est saisi.

Dès lors que celle-ci ne porte que sur la suppression sur les sites Google, Youtube, Dailymotion de vidéos, il n'y a lieu de prendre en compte que le constat d'huissier le plus récent justifiant au jour de la saisine de la diffusion du film publicitaire litigieux sur internet.

En l'espèce, il résulte du procès-verbal de constat du 29 octobre 2013 que les vidéos litigieuses sont accessibles sur le site [youtube. com] en saisissant les termes " something in the air-official coca-cola christmas music video ", postée par Kevin A...il y a 11 mois avec des mentions en anglais, en tapant " santa claus gigante " postée par C...il y a 11 mois, en tapant " ya lliego el sauta clans gigante a Guadalajara " postée il y 11 mois par D..., en tapant " inauguro presidente municipal villa navidena ; desperto santa gigante " aussi postée par C..., en tapant " santa claus gigante en C..." postée par Aromacias il y a 11 mois.

Les autres recherches sur ce site ont également été effectuées par le biais de mots espagnols qui renvoient à des vidéos mises en ligne par des pseudonymes hispaniques.

L'huissier a aussi effectué des recherches sur le site vimeo. com en tapant les mots " coca cola global christmas 2012 " qui renvoient à la vidéo " puppet-95 " qui porte sur la publicité Coca-Cola en anglais.

Par ailleurs, en tapant sur Google les mots " channelpub. tv publicite-coca-cola-perenoel-musique ", il a trouvé la publicité litigieuse sous le titre " coca-cola dévoile sa nouvelle publicité pour les... " postée le 23 novembre 2012 sur le site channelpub. tv avec la mention " coca cola dévoile sa nouvelle publicité pour Noël ". En entrant les mots clés " coca, la première gorgée de sucre " sur le moteur de recherches, est apparue la vidéo sur le site [docnews. fr]. Enfin, toujours sur le moteur de recherches, la requête " cocacola launches global Christmas campaign " renvoie à la vidéo sur le site [thedrum. com].

Le visionnage des vidéos copiées par l'huissier de justice établit plusieurs d'entre elles portent sur un spectacle de rue organisé par Coca-Cola avec la marionnette géante dans des villes d'Amérique du sud, sans qu'il soit possible au juge des référés de les identifier. Il en résulte que ces vidéos, postées par des internautes sud-américains sur un site mondial et trouvées avec des mots clés en espagnols, ne sont pas à destination du public français mais portent sur des événements locaux ou des publicités en espagnol.

Il en est de même de celles qui ont été trouvées par le biais de requêtes en anglais et montrent la publicité à destination d'un public anglo-saxon ainsi que l'établit l'utilisation de cette langue dans la publicité.

Restent les vidéos trouvées à partir de mots clés en français sur Google et postées sur les sites [channelpub. tv] et [docnews. fr].

Ces sites sont, au vu des extraits de page internet versés au débat, destinés aux professionnels de la publicité et de la communication et ne s'adressent donc pas à un large public. La publication des vidéos a été réalisée dans un but d'information de ces professionnels portant sur le lancement d'une nouvelle campagne mondiale de Coca-Cola et n'établit donc pas de lien de rattachement suffisant avec le public français qui s'analyse en l'espèce comme le consommateur de Coca-Cola.

Il résulte de ces éléments qu'aucun lien de rattachement suffisant, substantiel ou significatif entre ces sites, les vidéos postées et le public français n'est établi puisque celles-ci ne sont pas destinées au public français, en l'absence de diffusion de la campagne publicitaire en France, et ne portent pas sur des spectacles de rue en France.

En conséquence, il convient de se déclarer incompétent pour statuer sur ce litige qui relève de la compétence des juridictions des pays dans lesquels la publicité litigieuse a été

diffusée, à savoir au vu des vidéos versées au débat par les sociétés MCCANN ERICKSON le Royaume-Uni, l'Irlande, le Danemark, la Finlande, l'Espagne ou selon les pièces produites en demande la Suisse, la Pologne ou le Mexique, étant relevé que la protection d'éventuels droits d'auteur sera assurée par les dispositions de la Convention de Berne à laquelle ces Etats sont parties » ;

Alors, d'une part, qu'en matière délictuelle, le demandeur peut saisir à son choix, outre la juridiction du lieu où demeure le défendeur, la juridiction du lieu du fait dommageable ou celle dans le ressort de laquelle le dommage a été subi ; que l'accessibilité, dans le ressort de la juridiction saisie, par le réseau internet, de tout ou partie du spot publicitaire incriminé, est de nature à justifier la compétence de cette juridiction, prise comme celle du lieu de la matérialisation du dommage allégué ; qu'en affirmant que les juridictions françaises étaient incompétentes parce que le spot en cause n'était pas destiné au public français, quand la seule accessibilité du site sur le territoire français suffisait à fonder leur compétence, la Cour d'appel a manifestement violé l'article 46 du Code de procédure civile ;

Alors, d'autre part, subsidiairement, que tout jugement doit être motivé et que la contradiction de motifs équivaut à une absence de motifs ; que selon la Cour d'appel la compétence du juge français suppose que la vidéo litigieuse soit destinée au public français ; qu'en excluant la compétence des juridictions françaises après avoir pourtant relevé que la vidéo était destinée aux professionnels français de la publicité, la Cour d'appel a omis de tirer les conséquences légales de ses propres constatations en violation de l'article 46 du Code de procédure civile ; **Publication** :

**Décision attaquée** : Cour d'appel de Paris , du 22 octobre 2015