Cour de cassation, chambre commerciale, 24 juin 2026, n° 24-16.770

Cour de cassation | chambre commerciale | 24 juin 2026

Résumé

Dès lors que la pratique d'un professionnel, agissant en son nom et pour son compte, n'est pas en relation directe avec la promotion, la vente ou la fourniture de ses propres produits aux consommateurs, elle ne peut être qualifiée de pratique commerciale vis-à-vis des consommateurs, au sens de la directive 2005/29/CE du 11 mai 2005 relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans l…

Sujets abordés dans les motifs

#1 pratiques commerciales déloyales

#2 code de la consommation

#3 pratiques commerciales déloyales

#4 pratiques commerciales

#5 code de la consommation

#6 cassation par voie de conséquence

Chronologie de l'affaire

Cour d'appel - Paris
05/04/2024
N° 22/02854

Cour de cassation
Chambre commerciale
24/06/2026
N° 24-16.770

Entête

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

COMM.

FM

COUR DE CASSATION

_____

Arrêt du 24 juin 2026

Rejet

M. VIGNEAU, président

Arrêt n° 344 F-B

Pourvoi n° Z 24-16.770

R É P U B L I Q U E F R A N Ç A I S E

_____

AU NOM DU PEUPLE FRANÇAIS

_____

Motifs

ARRÊT DE LA COUR DE CASSATION, CHAMBRE COMMERCIALE, FINANCIÈRE ET ÉCONOMIQUE, DU 24 JUIN 2026

La société Viséo customer insights, société par actions simplifiée, dont le siège est [Adresse 1], a formé le pourvoi n° Z 24-16.770 contre l'arrêt rendu le 5 avril 2024 par la cour d'appel de Paris (pôle 5, chambre 2), dans le litige l'opposant :

1°/ à la société New Interactive Marketing SL (Newim), société de droit espagnol, dont le siège est [Adresse 2] (Espagne),

2°/ à la société Gabaon conseils SL, société de droit andorran, dont le siège est [Adresse 3] (Andorre),

défenderesses à la cassation.

La demanderesse invoque, à l'appui de son pourvoi, deux moyens de cassation.

Le dossier a été communiqué au procureur général.

Sur le rapport de M. Le Masne de Chermont, conseiller référendaire, les observations de la SAS Hannotin Avocats, avocat de la société Viséo customer insights, de la SCP Piwnica et Molinié, avocat des sociétés New Interactive Marketing SL (Newim) et Gabaon conseils SL, et l'avis de Mme Luc, première avocate générale, après débats en l'audience publique du 12 mai 2026 où étaient présents M. Vigneau, président, M. Le Masne de Chermont, conseiller référendaire rapporteur, M. Mollard, conseiller doyen, et Mme Labat, greffière de chambre,

la chambre commerciale, financière et économique de la Cour de cassation, composée du président et des conseillers précités, après en avoir délibéré conformément à la loi, a rendu le présent arrêt ;

Faits et procédure

pratiques commerciales déloyales

1. Selon l'arrêt attaqué (Paris, 5 avril 2024), la société Viséo customer insights (la société Viséo) organise le concours dénommé « Élu service client de l'année ».

2. Soutenant que l'organisation d'un concours et la délivrance du trophée « Meilleure relation client de l'année » par la société New Interactive Marketing (la société New IM) jusqu'en 2021 puis par la société Gabaon conseils (la société Gabaon) depuis 2022, constituent des pratiques commerciales déloyales, la société Viséo a assigné ces sociétés en interdiction de ces pratiques et en indemnisation.

Examen des moyens

Sur le premier moyen, pris en sa deuxième branche, et sur le second moyen, pris en sa seconde branche

3. En application de l'article 1014, alinéa 2, du code de procédure civile, il n'y a pas lieu de statuer par une décision spécialement motivée sur ces griefs qui ne sont manifestement pas de nature à entraîner la cassation.

Sur le premier moyen, pris en ses première et troisième branches

Enoncé du moyen

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

code de la consommation

« 1°/ que l'interdiction des pratiques commerciales qui s'avèrent déloyales vise à éradiquer du champ de l'action économique toute pratique de vente de biens ou de services, ou entourant la vente de biens ou de services, mise en oeuvre par un professionnel à l'égard des consommateurs ses clients ; qu'il importe peu, pour que l'interdiction soit fulminée, que le défendeur à l'action en interdiction des pratiques visées ne soit pas celui qui les met en oeuvre, les utilise ou les mobilise à l'égard des consommateurs qui sont ses propres clients directs, mais l'opérateur économique qui les conçoit, les crée pour les fournir au professionnel qui, lui, est en relation directe avec les consommateurs ; qu'au cas présent, pour débouter la société Viséo de sa demande tendant à l'interdiction de l'organisation du "trophée Meilleure relation client de l'année", le juge du fond a retenu que les sociétés New IM et Gabaon, défendeurs à l'action, n'étaient pas utilisateurs, dans leurs relations avec leurs propres clients, des professionnels ("enseignes"), de cet outil de mercatique, et que seuls leurs clients, ces professionnels, se targuaient d'être attributaires dudit "trophée" auprès des

consommateurs afin de déclencher l'acte de vente ; qu'on lit ainsi dans l'arrêt attaqué : "Il résulte de ces éléments que les pratiques incriminées doivent être en relation directe avec la promotion, la vente ou la fourniture d'un produit aux consommateurs. Or, en l'espèce, les trophées organisés par les sociétés New IM et Gabaon ne concernent pas la promotion, la vente ou la fourniture d'un produit aux consommateurs mais assurent tout au plus la promotion d'enseignes d'entités tierces, ainsi que l'indique la société appelante elle-même dans ses écritures. Ils ne constituent donc pas une pratique commerciale telle qu'interdite par les dispositions susvisées du code de la consommation", et dans le jugement entrepris : "Attendu que les pratiques couvertes et condamnées par les articles précités doivent correspondre à la notion de 'pratique commerciale' au sens de l'article L. 121-1 du code de la consommation ; que ne sont ainsi concernées que les pratiques qui sont en relation directe avec la promotion, la vente ou la fourniture d'un produit aux consommateurs ; Attendu que la société Viséo ne démontre pas que les défenderesses soient en relation directe avec les consommateurs ; qu'aucune transaction n'est réalisée par les défenderesses auprès de consommateurs ; que leurs clients sont les enseignes à qui elles proposent de participer à un concours en vue de la délivrance d'un trophée ; qu'aucune enseigne n'est partie à l'instance ; qu'ainsi, la société Viséo n'établit pas que les pratiques qu'elle conteste relèveraient nécessairement de l'article L. 121-2 du code de la consommation qu'elle invoque" ; qu'en statuant ainsi, cependant que toute pratique commerciale déloyale, mise en oeuvre au détriment du consommateur, doit pouvoir être interdite, quand bien même l'action utile n'est pas dirigée contre la multitude d'opérateurs économiques professionnels qui utilisent la pratique litigieuse, mais, par souci d'efficacité et pour "tuer le mal à la racine", contre le concepteur de la pratique visée, la cour d'appel a violé les articles L. 121-1 et L. 121-2 du code de la consommation, lus à la lumière des articles 1er, 2 et 3 de la directive 2005/29 CE du 11 mai 2005 relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur et modifiant les directives 84/450/CEE, 97/7/CE, 98/27/CE et 2002/65/CE et le règlement (CE) n° 2006/2004 ("directive sur les pratiques commerciales déloyales"), ensemble les principes d'effet utile et de primauté du droit de l'Union européenne ;

pratiques commerciales déloyales

3°/ que, l'enseigne faisant partie du fonds de commerce et étant un élément attractif pour la clientèle participant de l'acte de vente, constitue une pratique commerciale justiciable de la réglementation des pratiques commerciales déloyales celle consistant à améliorer l'image d'une enseigne commerciale et à en faire la promotion ; qu'au cas présent, la cour d'appel a retenu, essentiellement par motifs adoptés du premier juge, que la réglementation des pratiques commerciales déloyales ne serait pas applicable en l'espèce dans la mesure où le "trophée Meilleure relation client de l'année" ne viserait pas à assurer la promotion d'un produit ou d'un service mais d'une enseigne, ce qui serait tout différent ; qu'on lit ainsi dans le jugement entrepris : "s'il y a promotion de la part des [défenderesses], ce n'est pas celle d'un produit au sens strict mais celle d'une enseigne qui n'est pas un produit de consommation ; que le site de la société Gabaon présente le trophée comme 'ce trophée est le témoin d'une relation de confiance stable, durable et performante, installée avec succès entre les consommateurs et la marque' ; qu'il n'y a ainsi aucune allégation, indication ou présentation portant sur un bien ou un service ou les caractéristiques essentielles de ce produit ou service" ; qu'en statuant ainsi, cependant que l'enseigne fait partie des objets de la communication commerciale, la cour d'appel, qui a retenu une conception réductrice de la notion de "produits et services", a violé les articles L. 121-1 et L. 121-2 du code de la consommation, lus à la lumière des articles 1er, 2 et 3 de la directive 2005/29 CE du 11 mai 2005 relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur et modifiant les directives 84/450/CEE, 97/7/CE, 98/27/CE et 2002/65/CE et le règlement (CE) n° 2006/2004 ("directive sur les pratiques commerciales déloyales"), ensemble les principes d'effet utile et de primauté du droit de l'Union européenne. »

Réponse de la Cour

5. Aux termes de l'article L. 121-1, alinéa 2, du code de la consommation, une pratique commerciale est déloyale lorsqu'elle est contraire aux exigences de la diligence professionnelle et qu'elle altère ou est susceptible d'altérer de manière substantielle le comportement économique du consommateur normalement informé et raisonnablement attentif et avisé, à l'égard d'un bien ou d'un service.

pratiques commerciales

6. Selon l'article 2, sous d), de la directive 2005/29/CE du 11 mai 2005 relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur et modifiant les directives 84/450/CEE, 97/7/CE, 98/27/CE et 2002/65/CE et le règlement (CE) n° 2006/2004 (« directive sur les pratiques commerciales déloyales »), dont la transposition est assurée par les articles L. 121-1 et suivants du code de la consommation, on entend par « pratiques commerciales des entreprises vis-à-vis des consommateurs », également dénommées « pratiques commerciales », toute action, omission, conduite, démarche ou communication commerciale, y compris la publicité et le marketing, de la part d'un professionnel, en relation directe avec la promotion, la vente ou la fourniture d'un produit aux consommateurs.

7. La Cour de justice de l'Union européenne interprète cette disposition en ce sens que seules sont des « pratiques commerciales » les pratiques qui, d'une part, sont de nature commerciale, c'est à dire émanent de professionnels, d'autre part, sont en relation directe avec la promotion, la vente ou la fourniture de leurs produits aux consommateurs (CJUE, arrêt du 17 octobre 2013, RLvS, C-391/12, point 37).

8. Elle précise que si les pratiques commerciales d'un opérateur sont déployées par une autre entreprise, agissant au nom et/ou pour le compte de cet opérateur, les dispositions de ladite directive peuvent, dans certaines situations, être opposables tant audit opérateur qu'à cette entreprise, lorsque ces deux derniers répondent à la définition de « professionnel » (CJUE, arrêt RLvS, précité, point 38).

code de la consommation

9. Il en résulte que, dès lors que la pratique d'un professionnel, agissant en son nom et pour son compte, n'est pas en relation directe avec la promotion, la vente ou la fourniture de ses propres produits aux consommateurs, elle ne peut être qualifiée de pratique commerciale vis-à-vis des consommateurs, au sens de la directive 2005/29 et des articles L. 121-1 et suivants du code de la consommation.

10. Après avoir énoncé à juste titre que, pour constituer une pratique commerciale déloyale, au sens des articles L. 121-1 et suivants du code de la consommation, les pratiques incriminées doivent être en relation directe avec la promotion, la vente ou la fourniture d'un produit aux consommateurs, l'arrêt constate que la conception et la remise des trophées organisés par les sociétés New IM et Gabaon ne concernent pas la promotion, la vente ou la fourniture d'un produit aux consommateurs.

11. De ces énonciations et constatations, la cour d'appel a exactement déduit qu'elles ne constituaient pas une pratique commerciale telle qu'interdite par les dispositions précitées du code de la consommation.

12. Inopérant en sa troisième branche, qui critique des motifs surabondants, le moyen n'est donc pas fondé pour le surplus.

cassation par voie de conséquence

13. La jurisprudence établie de la Cour de justice de l'Union européenne permettant de résoudre le point de droit en cause, même à défaut d'une stricte identité des questions en litige, il n'y a pas lieu de la saisir de questions préjudicielles.

Sur le second moyen, pris en sa première branche

Enoncé du moyen

14. La société Viséo fait le même grief à l'arrêt, alors « que la cassation de l'arrêt attaqué du chef du premier moyen de cassation, rétablissant la qualification de pratique commerciale, entraînera l'annulation par voie de conséquence, par application des articles 625 et 626 du code de procédure civile, de l'arrêt attaqué, en ce que celui-ci, sur la base d'une prétendue absence de méconnaissance du droit des pratiques commerciales déloyales, a écarté la demande de la société Viséo reposant sur la concurrence déloyale. »

Réponse de la Cour

15. Le premier moyen étant rejeté, le moyen, pris en sa première branche, qui invoque une cassation par voie de conséquence, est devenu sans portée.

Dispositif

PAR CES MOTIFS, la Cour :

DIT n'y avoir lieu à renvoi préjudiciel ;

REJETTE le pourvoi ;

Condamne la société Viséo customer insights aux dépens ;

En application de l'article 700 du code de procédure civile, rejette la demande formée par la société Viséo customer insights et la condamne à payer aux sociétés New Interactive Marketing et Gabaon conseils la somme globale de 5 000 euros ;

Ainsi fait et jugé par la Cour de cassation, chambre commerciale, financière et économique, et prononcé publiquement le vingt-quatre juin deux mille vingt-six par mise à disposition de l'arrêt au greffe de la Cour, les parties ayant été préalablement avisées dans les conditions prévues au deuxième alinéa de l'article 450 du code de procédure civile, et signé par le président et M. Mollard, conseiller doyen qui en a délibéré, en remplacement de M. Le Masne de Chermont, conseiller référendaire rapporteur empêché, et la greffière de chambre conformément aux dispositions des articles 452, 456 et 1021 du code de procédure civile.

Composition de la juridiction

Président

- M. Vigneau