

Cour de cassation

chambre civile 1

Audience publique du 30 octobre 2013

N° de pourvoi: 11-27353

ECLI:FR:CCASS:2013:C101215

Non publié au bulletin

Cassation partielle

M. Charruault (président), président

Me Le Prado, SCP Boulloche, 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, pris en sa troisième branche :

Vu l'article 1371 du code civil ;

Attendu que l'organisateur d'un jeu publicitaire qui annonce un gain à une personne dénommée sans mettre en évidence à première lecture l'existence d'un aléa s'oblige, par ce fait purement volontaire, à le délivrer ;

Attendu, selon l'arrêt attaqué, qu'ayant reçu de la société Agence de marketing appliqué (la société) différents documents lui annonçant qu'il avait gagné des sommes d'argent, dont il n'avait cependant pu obtenir la délivrance, M. X... a assigné la société en paiement de ces sommes ;

Attendu que pour rejeter ses demandes, l'arrêt, après avoir relevé, par motifs adoptés, que, dans chacune des lettres reçues, M. X... était dénommé comme gagnant d'un chèque bancaire « vérifié » ou « confirmé » et que la société lui proposait de renvoyer un bon de participation afin de bénéficier du gain, énonce qu'il est suffisamment distingué, dans ces documents, entre le prix définitivement gagné et le prix principal et que le règlement du jeu figurant en caractères lisibles pour tout consommateur normalement attentif lève toute ambiguïté en faisant état des opérations de pré-tirage, puis tirage au sort sur la fourchette

aléatoire des numéros participants attribués pour le jeu, en présence de l'huissier de justice, afin de désigner le « Grand Gagnant » ;

Qu'en statuant ainsi, alors qu'il résultait de ses propres constatations que l'annonce des gains ne mettait pas clairement en évidence, à première lecture, l'existence d'un aléa, sans que la mauvaise foi du participant fût établie, la cour d'appel a violé le texte susvisé ;

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

CASSE ET ANNULE, mais seulement en ce qu'il déboute M. X... de toutes ses demandes et le condamne au paiement d'une somme de 1 500 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile,

l'arrêt rendu le 12 octobre 2011, entre les parties, par la cour d'appel de Riom ; 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 Limoges ;

Condamne la société Agence de marketing appliqué aux dépens ;

Vu l'article 700 du code de procédure civile, rejette la demande de la société Agence de marketing appliqué et la condamne à verser à M. X... la somme 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 trente octobre deux mille treize.
MOYEN ANNEXE au présent arrêt

Moyen produit par Me Le Prado, avocat aux Conseils pour M. X...

Il est fait grief à l'arrêt attaqué :

D'avoir débouté Monsieur Charles X... de ses demandes tendant au paiement de la somme principale de 517.750 € et d'une indemnité au titre des frais irrépétibles et condamné Monsieur Charles X... au paiement d'une somme de 1500 € au titre de l'article 700 du Code de procédure civile ;

Aux motifs que Monsieur Charles X... revendique le bénéfice des articles L.121-36 et suivants du Code de la consommation qui autorisent les loteries sous réserve qu'elles

n'imposent aux participants aucune contrepartie financière, ni dépense sous quelque forme que ce soit ; qu'à défaut la loterie est illicite ; qu'en l'occurrence il considère que la société AMA a violé ce principe de manière constante en invitant le consommateur à contracter une commande ; que le simple fait de mettre un timbre sur une enveloppe pour envoyer sa participation tomberait sous le coup de cette prohibition ; que Monsieur Charles X... reproche encore à la société AMA de violer l'alinéa 2 de l'article L.121-36 du Code de la consommation en créant une confusion préjudiciable au consommateur résultant du fait que les bulletins de participation, les bons de commande et le règlement du jeu figurent souvent sur la même page ; que pour autant qu'il serait établi, le caractère estimé illicite des loteries, invoqué par l'appelant, ne constitue pas un critère qui puisse justifier en soi le succès de son action en paiement des gains annoncés ; que Monsieur Charles X... fonde son action en paiement sur l'article 1371 du Code civil en application duquel, l'organisateur d'une loterie qui annonce un gain à une personne dénommée sans mettre en évidence l'existence d'un aléa, s'oblige par ce fait purement volontaire, à le délivrer ; que Monsieur Charles X... fait valoir que les documents publicitaires qui lui ont été adressés nominativement par la société AMA affirment clairement l'existence d'un gain sans que ne soit jamais mis en évidence le caractère aléatoire dudit gain ; qu'un consommateur doté d'une capacité normale de compréhension ne peut avoir conscience à première lecture que la remise des différents lots était soumise à l'aléa d'un tirage au sort intervenu auparavant sous le contrôle d'un huissier ; qu'il reproche au Tribunal de grande instance de Clermont-Ferrand d'avoir estimé que les règlements des jeux étaient suffisamment lisibles et clairs en allant à l'encontre du nombreuses décisions de jurisprudence ; qu'il prétend n'avoir jamais reçu le moindre paiement des gains promis malgré de nombreux courriers de relance alors que la société AMA lui avait annoncé des gains sans mettre en évidence l'existence d'un aléa et s'était par ce fait purement volontaire engagée à délivrer les sommes promises ; qu'il fait observer que les règlements des jeux dans les documents publicitaires qui en comportent ne lui sont pas opposables car leur présentation dans un paragraphe compact, écrit en caractères très difficilement lisibles, en décourage la lecture et ne permet pas à un consommateur moyennement averti d'en prendre connaissance ; qu'en bref, Monsieur Charles X... soutient que toute la démarche commerciale de la société SA AGENCE DE MARKETING APPLIQUÉ repose sur le lien intellectuel et en réalité totalement fictif qu'elle fait naître dans l'esprit de ses interlocuteurs entre l'obtention de la somme promise et l'acquisition de produits qu'elle commercialise, acquisition d'autant plus tentante qu'elle paraît ne représenter qu'une dépense modique au regard d'un gage substantiel présenté comme acquis ; qu'il demande de lui allouer les gains promis par la SA AGENCE DE MARKETING APPLIQUÉ en considérant qu'en libellant ses documents publicitaires sous la forme d'annonces nominatives du gain mis enjeu, sous la seule réserve du renvoi d'une lettre d'acceptation accompagnée d'une commande permettant d'assurer un traitement prioritaire de la demande de règlement, sans aucunement mettre en évidence l'existence d'un aléa, l'organisateur des loteries s'est obligé par ce fait purement volontaire à délivrer le gain ; que la Cour constate que les pièces communiquées par Monsieur Charles X... sont des photocopies "couleur" dont un grand nombre a manifestement fait l'objet de montage sans permettre un examen fiable, renseignant objectivement sur le contenu des courriers publicitaires litigieux ; que les pièces sont amputées de certaines parties à l'exemple de la pièce n 3-2 qui fait la distinction entre le "Super chèque" gagné et le "chèque 1er prix de 9.200 €" ; qu'il n'est probablement pas anodin que la photocopie d'une des pages ait été réalisée de telle manière que la rubrique signalée en rouge avec la mention "à lire attentivement" n'ait été reproduite que partiellement ; que la partie reproduite permet néanmoins de s'apercevoir de l'existence de réserve sur le statut et l'identité du grand Gagnant ; que la Cour détaille à titre d'exemple des éléments significatifs de l'aléa concernant le gain du prix réclamé par l'appelant : 1- (pièce n° 3-1) - distinction

suffisamment nette entre le “chèque confirmé” que Monsieur Charles X... a gagné et le chèque bancaire de 15.500 € qu’il prétend avoir gagné dans la partie n°2 de la page, 2- (pièce n° 3-3) elle fait état du prix définitivement gagné, à savoir le chèque 1er prix, et non pas le “Grand Prix d’une valeur de 9.500 €”, 3- (pièce n° 3-4) la distinction est également claire entre le chèque gagnant et le montant du prix Principal de 15.500 €, Monsieur Charles X... étant bénéficiaire du chèque gagnant mais nullement désigné comme Grand Gagnant du prix principal ; que les commentaires faits par Monsieur Charles X... sur la pièce n° 4-1 notamment montrent bien que seuls des recoupements entre des mentions figurant sur des parties différentes des documents pourraient laisser croire au gain du prix unique de 17.500 € ; que pour avoir cette conviction, encore faudrait-il faire abstraction d’autres mentions tout aussi lisibles distinguant le prix Unique de 17.500 € et le Super Prix que Monsieur Charles X... passe curieusement sous silence ; que l’annonce concernant nominativement Monsieur Charles X... le désigne comme gagnant du Super Prix et non pas du prix unique de 17.500 € ; qu’un paragraphe précise que le numéro attribué personnellement autorise, conformément au règlement, à réclamer l’unique chèque de 17 500 €, que le règlement figurant en caractères lisibles pour tout consommateur normalement attentif lève toute ambiguïté en faisant état des opérations de pré-tirage puis tirage au sort sur la fourchette aléatoire des n° participants attribués pour le jeu, en présence de l’huissier de justice, afin de désigner le Grand Gagnant ; qu’après examen attentif et exhaustif de tous les documents dont la force probante doit être appréciée avec les réserves qu’imposent à la fois la méthode acrobatique de constitution de pièces dans la présente affaire, et les allégations de Monsieur Charles X... selon lesquelles certains règlements de jeu n’auraient pas été intégrés dans l’offre publicitaire alors que les spécimens communiqués par la SA AGENCE DE MARKETING APPLIQUÉ comportent le texte du règlement officiel et complet du jeu, intégré systématiquement dans l’imprimé publicitaire, et que l’on conçoit mal qu’ait été adressé à Monsieur Charles X... un document conçu spécialement pour lui, sans règlement, la Cour ne peut que confirmer en toutes ses dispositions le jugement entrepris ; qu’il fait une analyse très exacte des pièces communiquées en déboutant Monsieur Charles X... de toutes ses demandes ; que quand bien même Monsieur X... ne serait pas un consommateur averti, Il n’a pu sérieusement avoir la certitude des gains annoncés, même s’il cherche à se convaincre lui-même par une démonstration laborieuse basée sur l’artifice d’un montage de copies de pièces, pour le moins sujet à caution ;

Et aux motifs du jugement confirmé que « sur la mise en évidence de l’aléa :

qu’au vu des pièces versées au débat, Monsieur X... a été destinataire d’opérations publicitaires des deux enseignes appartenant à la société AMA ; qu’en premier lieu, dans chacun des courriers, Monsieur X... était dénommé comme gagnant d’un chèque bancaire, « vérifié » ou « confirmé » ; que la société proposait alors au destinataire de renvoyer un bon de participation afin de bénéficier du gain ; qu’à la lecture de l’article 6 du règlement du jeu, il est précisé qu’il existe un prix principal, le « grand prix » ou le « Super chèque » correspondant à un chèque bancaire d’un montant variant entre 9.500 et 25.500 €, et des prix annexes, appelés « 1er prix », « chèque gagnant », ces derniers étant des chèques achats de la valeur modique de deux euros ; qu’ainsi, l’objet de ces lettres doit être considéré non comme l’attribution du « super chèque » ou du « grand prix » mais comme une participation à un jeu permettant de gagner ces lots : qu’en outre, notamment sur le premier avis de remise de gain reçu le 7 avril 2005, il est écrit que « Cette décision d’attribution d’un chèque confirmé à remettre à Monsieur Charles X... est acceptée par les dirigeants de la société VITAL BEAUTY. Par ailleurs, dès que nous recevrons le ‘titre spécial d’envoi’ désigné grand gagnant, dans le cadre du pré-tirage réalisé en présence

d'huissier de justice, nous établirons le chèque bancaire de 15.500 € » ; qu'ainsi, il existe deux types de chèques gagnants distincts ; qu'à la réception du message, le « super chèque » ou le « grand prix » n'était pas encore attribué ; que, dès lors, il est clair, après une lecture normalement attentive des documents envoyés, que le gain était conditionné d'une part à la participation au jeu et d'autre part à l'aléa qu'il induit ; qu'en second lieu, chaque message publicitaire reçu par le demandeur comportait le règlement officiel et complet du jeu, élément qui n'est pas contesté par Monsieur X... ; que ce règlement était écrit sur un format A4 ou A5, en caractère d'imprimerie de façon suffisamment lisible et claire ; qu'à sa lecture, il doit être constaté que les termes de « jeu » et « prix », plusieurs fois repris, impliquent une incertitude quant au gain ; qu'en outre, et dans tous les règlements joints, l'article 2 indique que « l'opération comprenant un prix principal et des prix annexes est soumise à aléa » ; que, dans son l'article 10 , le règlement mentionne que « ce jeu est une animation commerciale à caractère publicitaire présentée sur un mode attractif afin de promouvoir auprès des destinataires les produits VITAL BEAUTY ou SWISS HOME SHOPPING. Il convient de lire attentivement ce règlement. VITAL BEAUTY ou SWISS HOME SHOPPING rappelle que ce document ne contient aucune offre ferme » ; qu'il convient de déduire de ces éléments, que l'existence de l'aléa affectant l'attribution du prix a été à chaque fois mise en évidence, dès l'annonce du gain ; qu'en conséquence, la société AMA ne doit pas être considérée comme s'étant engagée à délivrer un gain certain à Monsieur X... ; sur la croyance du destinataire en la réalité des gains : que, pour engager la responsabilité quasi contractuelle du défendeur, il doit être démontré que le destinataire des messages publicitaires avait la croyance de la réalité du gain ; qu'en l'espèce, Monsieur X..., âgé de 57 ans lors de l'envoi des messages publicitaires, consommateur normalement attentif et diligent, ne fait état d'aucune incapacité juridique ou vulnérabilité particulière ; qu'en outre, il résulte de la lettre du 14 février 2006 que, malgré la présentation des jeux astucieuse et subtile ayant pour but de séduire les consommateurs afin qu'ils passent commande, il savait qu'il s'agissait d'une pratique de démarchage commercial ; qu'ainsi concernant l'ensemble des gains, la multiplicité des documents fournis permettait à Monsieur X..., lecteur averti, de comprendre qu'il ne faisait que participer à un jeu et qu'il ne pouvait prétendre à la remise des gains ; qu'en conséquence, il résulte de ce qui précède que Monsieur X... sera débouté de ses demandes ;

1) Alors que tenu, en toutes circonstances, de faire observer et d'observer lui-même le principe de la contradiction, le juge ne peut fonder sa décision sur les moyens de droit qu'il a relevés d'office sans avoir au préalable invité les parties à présenter leurs observations ; que la Cour d'appel, pour rejeter les demandes de Monsieur Charles X..., a retenu que les pièces communiquées par ce dernier étaient des photocopies « couleur » dont un grand nombre avait manifestement fait l'objet de montage sans permettre un examen fiable, renseignant objectivement sur le contenu des courriers publicitaires litigieux, qu'elles étaient amputées de certaines parties à l'exemple de la pièce n°3-2 qui faisait la distinction entre le « Super chèque » gagné et le « chèque 1er prix de 9.200 €, et qu'il n'était probablement pas anodin que la photocopie d'une des pages ait été réalisée de telle manière que la rubrique signalée en rouge avec la mention à lire attentivement n'ait été reproduite que partiellement, et se réfère aux « réserves qu'imposent à la fois la méthode acrobatique de constitution de pièces dans la présente affaire » et à « l'artifice d'un montage de copies de pièces » ; qu'en statuant ainsi, bien que la société AMA n'ait jamais mis en cause l'intégrité des documents produits ni imputé à Monsieur Charles X... la moindre manipulation de ces derniers, et sans inviter les parties à s'expliquer contradictoirement sur ce point, la Cour d'appel a violé l'article 16 du Code de procédure civile ;

2) Alors que garant du respect de la contradiction, le juge ne peut statuer en tirant les conséquences de défauts dans la reproduction de pièces régulièrement produites, et dont l'intégrité n'est pas contestée, sans inviter les parties à s'expliquer sur l'imperfection de la reproduction ; que la Cour d'appel, pour rejeter les demandes de Monsieur Charles X..., a retenu que les pièces communiquées par ce dernier étaient des photocopies "couleur" dont un grand nombre avait manifestement fait l'objet de montage sans permettre un examen fiable, renseignant objectivement sur le contenu des courriers publicitaires litigieux, qu'elles étaient amputées de certaines parties à l'exemple de la pièce n°3-2 qui faisait la distinction entre le "Super chèque" gagné et le "chèque 1er prix de 9.200 € », et qu'il n'était probablement pas anodin que la photocopie d'une des pages ait été réalisée de telle manière que la rubrique signalée en rouge avec la mention à lire attentivement" n'ait été reproduite que partiellement, et se réfère aux « réserves qu'imposent à la fois la méthode acrobatique de constitution de pièces dans la présente affaire » et à « l'artifice d'un montage de copies de pièces » ; qu'en mettant ainsi en doute la bonne foi du demandeur, bien que l'intégrité des documents n'ait pas été contestée, et sans inviter les parties à s'en expliquer, la Cour d'appel a violé l'article 16 du Code de procédure civile ;

3) Alors qu'il résulte de l'article 1371 du Code civil que l'organisateur d'un jeu publicitaire qui annonce un gain à personne dénommée sans mettre en évidence à première lecture l'existence d'un aléa s'oblige, par ce fait purement volontaire, à le délivrer ; que la Cour d'appel, pour rejeter les demandes de Monsieur Charles X..., a retenu, en se fondant sur des exemples tirés de quelques pièces seulement, qu'était significative de l'aléa la distinction faite entre le prix définitivement gagné et le prix principal, que le règlement levait toute ambiguïté, de sorte que Monsieur X... n'avait pu sérieusement avoir la certitude des gains annoncés ; qu'en statuant par ces motifs, dont il ne résulte ni ne ressort qu'un aléa sur l'attribution du prix principal était mis en évidence à première lecture, la Cour d'appel a violé l'article 1371 du Code civil ;

4) Alors que les juges du fond ne peuvent accueillir ou rejeter les demandes dont ils sont saisis sans examiner tous les éléments de preuve qui leur sont soumis par les parties au soutien de leurs prétentions ; que la Cour d'appel, pour rejeter les demandes de Monsieur Charles X... tendant au paiement de 30 gains, s'est fondée sur des exemples d'éléments qu'elle jugeait significatifs de l'aléa concernant le gain réclamé, tirés des pièces n 3-1, 3-3, 3-4 et les commentaires de Monsieur X... sur la pièce n 4-1 ; qu'en statuant ainsi, sans s'expliquer, ni par motifs propres ni par motifs adoptés, sur les pièces, rédigées différemment, justifiant respectivement des 26 autres gains 3-2, 3-6, 3-9 versées aux débats, la Cour d'appel a méconnu l'article 455 du Code de procédure civile.

Décision attaquée : Cour d'appel de Riom , du 12 octobre 2011