

Le : 10/10/2016

Cour d'appel de Versailles

12e chambre

Audience publique du 17 mai 2016

N° de RG: 15/00818

**Infirme partiellement, réforme ou modifie certaines dispositions de la décision
déférée**

**REPUBLIQUE FRANCAISE
AU NOM DU PEUPLE FRANCAIS**

COUR D'APPEL

DE

VERSAILLES

DR

Code nac : 39H

12e chambre

ARRET No

CONTRADICTOIRE

DU 17 MAI 2016

R.G. No 15/00818

AFFAIRE :

SAS ROWENTA FRANCE

C/

SAS DYSON FRANCE

Décision déferée à la cour : Jugement rendu(e) le 22 Janvier 2015 par le Tribunal de Commerce de NANTERRE

No Chambre : 03

No Section :

No RG : 2014F01535

Expéditions exécutoires

Expéditions

Copies

délivrées le :

à :

Me Patricia MINAULT

Me Martine DUPUIS

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

AU NOM DU PEUPLE FRANÇAIS

LE DIX SEPT MAI DEUX MILLE SEIZE,

La cour d'appel de Versailles, a rendu l'arrêt suivant dans l'affaire entre :

SAS ROWENTA FRANCE

No SIRET : 301 85 9 8 80

Chemin du Virolet

27200 VERNON

Représentant : Me Patricia MINAULT de la SELARL MINAULT PATRICIA, Postulant,
avocat au barreau de VERSAILLES, vestiaire : 619 - No du dossier 20150050 -
Représentant : Me Frédérique DUPUIS-TOUBOL, et Me Valérie NICOD Plaidant, avocat
au barreau de PARIS, vestiaire : R255

APPELANTE

SAS DYSON FRANCE

64, rue la Boétie

75008 PARIS 08

Représentant : Me Martine DUPUIS de la SELARL LEXAVOUE PARIS-VERSAILLES,
Postulant, avocat au barreau de VERSAILLES, vestiaire : 625 - No du dossier 1554224 -
Représentant : Me Yann UTZSCHNEIDER et Me Anne-Sophie CHAULEUR de l'AARPI
GIDE LOYRETTE NOUEL AARPI, Plaidant, avocat au barreau de PARIS, vestiaire : T03

INTIMEE

Composition de la cour :

En application des dispositions de l'article 786 du code de procédure civile, l'affaire a été
débattue à l'audience publique du 05 Avril 2016 les avocats des parties ne s'y étant pas
opposés, devant Mme Dominique ROSENTHAL, Président chargé du rapport.

Ce magistrat a rendu compte des plaidoiries dans le délibéré de la cour, composée de :

Mme Dominique ROSENTHAL, Président,

Monsieur François LEPLAT, Conseiller,

Madame Florence SOULMAGNON, Conseiller,

Greffier, lors des débats : Monsieur Alexandre GAVACHE,

Vu l'appel interjeté le 29 janvier 2015, par la société Rowenta France d'un jugement rendu le 22 janvier 2015 par le tribunal de commerce de Nanterre qui a :

* dit fausses au sens de l'article L.121-1 du code de la consommation, les allégations publicitaires suivantes de la société Rowenta France pour la commercialisation de son appareil Air Force Extrême Lithium:

- La meilleure performance de nettoyage,
- Performance de nettoyage équivalente,
- Maintien des performances de nettoyage,

* dit que la société Rowenta France s'est rendue coupable de pratiques commerciales déloyales au détriment de la société Dyson,

* ordonné à la société Rowenta France, soit de retirer les produits Air Force Extrême Lithium présentés dans leur forme actuelle des lieux de vente, soit de faire recouvrir le logo "1" entouré d'une couronne de laurier ainsi que le slogan The best cleaning performance - la meilleure performance de nettoyage présents sur les emballages, de stickers auto-collants appropriés masquant en totalité ces mentions, sous astreinte de 500 euros par infraction constatée, à partir d'un délai d'un mois à compter de la signification du jugement,

* interdit à la société Rowenta France de communiquer sur les revendications susvisées considérées comme trompeuses, sur tout support de communication, sous astreinte de 1000 euros par support de communication, à partir d'un délai d'un mois à compter de la signification du jugement,

* condamné la société Rowenta France à verser à la société Dyson la somme de 400.000 euros à titre de dommages et intérêts, déboutant du surplus

* débouté la société Dyson de ses autres demandes,

* condamné la société Rowenta France à verser à la société Dyson la somme de 25.000 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile et aux dépens;

Vu les dernières écritures en date du 15 mars 2016, par lesquelles la société Rowenta France demande à la cour de:

* infirmer le jugement du Tribunal de commerce de Nanterre en ce qu'il a :

- jugé fausses les allégations publicitaires suivantes de Rowenta utilisées pour son aspirateur balai Air Force Extrême lithium :

o La meilleure performance de nettoyage

o Performance de nettoyage équivalente

o Maintien des performances de nettoyage

- dit que Rowenta s'est rendue coupable de pratique commerciale déloyale au détriment de Dyson,

- ordonné le retrait des produits Air Force Extrême Lithium présentés dans leur forme actuelle ou le recouvrement par des stickers appropriés du logo «1» entouré d'une couronne de laurier et le slogan "The best cleaning performance – la meilleure performance de nettoyage" présents sur les emballages,

- interdit à Rowenta de communiquer sur les revendications interdites,

- condamné Rowenta à verser à Dyson 400.000 euros à titre de dommages et intérêts et 25.000 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile,

* confirmer pour le surplus,

• Et statuant à nouveau,

* constater que Dyson ne rapporte pas la preuve des pratiques commerciales trompeuses et déloyales reprochées à Rowenta,

* constater que les allégations publicitaires de Rowenta pour son Air Force Extrême Lithium sont justifiées,

* débouter Dyson de l'intégralité de ses demandes et de son appel incident,

* dire Dyson responsable du préjudice subi par Rowenta du fait de l'exécution provisoire du jugement du Tribunal de commerce de Nanterre,

* condamner Dyson à verser à Rowenta un montant de 910.091 euros (à parfaire) en réparation des préjudices subis,

* ordonner à Dyson de restituer les 425.000 euros d'indemnisation réglés par Rowenta au titre de l'exécution provisoire avec intérêt légal à compter de la remise des sommes soit le 12 février 2015,

* ordonner la publication de l'arrêt à intervenir dans 5 magazines au choix de Rowenta à hauteur de 10.000 euros par publication aux frais avancés de Dyson,

* ordonner la publication du dispositif de l'arrêt sur la page d'accueil du site internet www.Dyson.fr sur le haut de la page d'accueil en police 12 pendant une durée de 3 mois,

* condamner Dyson à payer à Rowenta 75.000 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile et aux dépens;

Vu les dernières écritures en date du 15 février 2016, aux termes desquelles la société

Dyson France prie la cour de:

* rejeter l'ensemble des prétentions et demandes de la société Rowenta en ce compris ses demandes reconventionnelles,

• En conséquence,

* confirmer le jugement rendu par le tribunal de commerce de Nanterre le 22 janvier 2015 en ce qu'il a dit que Rowenta s'est rendue coupable de pratiques commerciales déloyales et trompeuses au détriment de Dyson,

* confirmer le jugement rendu par le tribunal de commerce de Nanterre le 22 janvier 2015 en ce qu'il a dit et jugé que les allégations publicitaires suivantes étaient fausses au sens de l'article L.121-1 du code de la consommation :

- "la meilleure performance de nettoyage",

- "une performance de nettoyage équivalente",

- "maintien des performances de nettoyage",

* confirmer le jugement dont appel en ce qu'il a dit que le logo utilisé par la société Rowenta pour la promotion de son aspirateur Air Force Extrême Lithium est trompeur,

* confirmer le jugement dont appel en ce qu'il a dit que l'étude ESPA n'était pas pertinente pour démontrer les allégations publicitaires de Rowenta,

* confirmer le jugement dont appel en ce qu'il a ordonné à Rowenta soit de retirer les produits Air Force Extrême Lithium dans leur format de vente actuel, soit de masquer les mentions litigieuses et notamment le logo «1» entouré d'une couronne de laurier ainsi que le slogan "The best cleaning performance - la meilleure performance de nettoyage" sous astreinte de 500 euros par infraction constatée,

* confirmer le jugement dont appel en ce qu'il a interdit à Rowenta de communiquer sur les revendications susvisées considérées comme trompeuses, sur tout support de communication, sous astreinte de 1000 euros par support de communication constatée,

• A titre d'appel incident,

* déclarer recevable et bien fondée la société Dyson en son appel incident,

* infirmer le jugement dont appel en ce qu'il a dit que l'allégation "Le meilleur niveau de dépoussiérage après 18 minutes" n'était pas fausse au sens de l'article L.121-1 du code de la consommation,

* infirmer le jugement dont appel en ce qu'il a dit que la mention informative "*** Comparé au Rowenta R059 XX - Test de dépoussiérage sur sols lisses réalisés par un laboratoire indépendant" était suffisamment lisible et compréhensible pour un consommateur moyen,

* infirmer le jugement dont appel en ce qu'il n'a pas fait droit aux demandes de publication de la société Dyson,

* infirmer le jugement dont appel en ce qu'il a condamné la société Rowenta à verser à la société Dyson la somme de 400.000 euros de dommages et intérêts et 25.000 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile,

• En conséquence,

* écarter des débats la pièce Rowenta no24, faussement présentée comme étant commanditée par l'UFC Que Choisir,

* écarter des débats l'étude Papillon qui n'est pas complète,

* dire que l'allégation "Le meilleur niveau de dépoussiérage après 18 minutes" est de nature à induire en erreur le consommateur,

* dire que la mention informative "**** Comparé au Rowenta R059 XX - Test de dépoussiérage sur sols lisses réalisés par un laboratoire indépendant" n'est pas suffisamment lisible et compréhensible pour un consommateur moyen,

* dire, dans l'hypothèse où la pièce Rowenta no24 serait jugée recevable, que celle-ci démontre le caractère trompeur de la communication de Rowenta,

* interdire à la société Rowenta de communiquer sur les revendications susvisées, considérées comme trompeuses sur tout support de communication sous astreinte de 5.000 euros par support de communication à compter de la signification de la décision à intervenir,

* condamner la société Rowenta à payer à la société Dyson la somme de 500.000 euros de dommages et intérêts au titre du préjudice subi pour les agissements déloyaux, étant précisé que 400.000 euros ont déjà été versés par la société Rowenta,

• Sur la demande reconventionnelle de la société Rowenta

* déclarer irrecevables les demandes reconventionnelles de la société Rowenta,

* débouter la société Rowenta de l'ensemble de ses demandes et prétentions,

Dans l'hypothèse où votre cour jugerait la demande reconventionnelle recevable:

* dire que la société Rowenta ne rapporte pas la preuve des préjudices matériels et d'image dont elle demande réparation,

* débouter la société Rowenta de l'ensemble de ses demandes et prétentions,

• En toute hypothèse,

* ordonner la publication d'un communiqué reprenant le dispositif de l'arrêt à intervenir en tout ou partie comme il plaira à la cour qui déterminera, le cas échéant, l'extrait devant être inséré, le présent texte pouvant être inséré : "la cour d'appel de Versailles a

condamné Rowenta par un arrêt en date du .. pour pratiques commerciales trompeuses, les allégations revendiquées pour son aspirateur Rowenta Air Force Extrême Lithium étant fausses ou de nature à induire en erreur les consommateurs”:

- sur la page d'accueil du site Internet de Rowenta, dans un encadré de couleur rouge sur fond blanc figurant sur le tiers supérieur de cette page d'accueil dans sa partie centrale, en langue française, en police de caractère de taille 13, pour une durée minimum de trois mois,

- dans trois publications au choix de Dyson, aux frais de Rowenta, dans la limite d'une enveloppe globale de 15.000 euros, la mise en oeuvre des publications étant effectuée à la seule initiative de Dyson,

* condamner la société Rowenta à verser à la société Dyson la somme de 60.000 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile,

* condamner la société Rowenta aux entiers dépens;

SUR CE, LA COUR,

Considérant que, pour un exposé complet des faits et de la procédure, il est expressément renvoyé au jugement déferé et aux écritures des parties; qu'il convient de rappeler que :

* la société Rowenta France est une filiale de la société SEB, fabrique et commercialise notamment des aspirateurs,

* en 2009, elle a mis au point et commercialisé un "aspirateur balai" dénommé "Air Force", sans sac, disposant d'une technologie cyclonique, sans fil car muni de batteries rechargeables,

* en octobre 2012, elle a commercialisé un aspirateur "Air Force Extrême" avec une performance d'aspiration renforcée et une nouvelle batterie Nimh (nickel-hydrure métallique) permettant une meilleure autonomie,

* en septembre 2013, elle a étoffé sa gamme avec un aspirateur "Air Force Extrême Lithium" avec une batterie ayant l'avantage d'être moins lourde, d'augmenter l'autonomie de l'appareil et de permettre une recharge plus rapide,

* la société Dyson est connue pour avoir inventé le premier aspirateur sans sac à poussière,

* les aspirateurs Dyson sont dotés d'une technologie dénommée Root Cyclone qui permet, grâce à la force centrifuge des cyclones intérieurs et extérieurs, de séparer la poussière de l'air,

* la société Dyson a notamment développé une gamme d'aspirateurs balai sans fil, se caractérisant par leur technologie cyclonique, leur moteur digital et leur batterie lithium,

* à l'occasion du lancement de l'aspirateur "Air Force Extrême Lithium", la société Rowenta France a développé une campagne publicitaire s'articulant sur plusieurs messages:

- la meilleure performance de nettoyage,
- le meilleur niveau de dépoussiérage après 18 minutes d'utilisation,
- performance de nettoyage équivalente,
- maintien des performances de nettoyage,

* le 27 janvier 2014, la société Dyson a mis en demeure la société Rowenta France, au fondement de l'article L.121-12 du code de la consommation, de lui communiquer:

- l'ensemble des tests réalisés par le laboratoire indépendant permettant de démontrer la réalité des allégations contenues dans la publication,
- les critères ayant conduit à l'estimation de la "durée moyenne d'une séance de nettoyage",
- l'identité des concurrents et des produits ayant fait l'objet de la comparaison,

* par courrier du 10 février 2014, la société Rowenta France a réfuté le caractère comparatif de la publicité, fournissant des documents et notamment un test réalisé par le laboratoire SLG du 23 janvier 2013 et une étude déterminant l'estimation de la durée moyenne d'une séance de nettoyage,

* le 29 juillet 2014, autorisée par ordonnance présidentielle, la société Dyson France a assigné, sur le fondement des articles L.120-1 et L.121-1 du code de la consommation, 1382 du code civil, la société Rowenta France devant le tribunal de commerce de Nanterre afin que celle-ci soit condamnée à cesser de manière définitive les campagnes publicitaires, sur quelque support que ce soit, au paiement de la somme de 500.000 euros à titre de dommages et intérêts, que soient ordonnées des mesures de publication, soutenant que les revendications utilisés pour la promotion de l'aspirateur "Air Force Extrême Lithium" sont trompeuses et déloyales, que le logo utilisé pour la promotion de cet aspirateur est trompeur, que les agissements de la société Rowenta France sont constitutifs d'actes fautifs de concurrence déloyale,

* c'est dans ces circonstances, qu'est intervenu le jugement déféré à la cour;

Sur la charge de la preuve:

Considérant que la société Rowenta France fait valoir que le jugement entrepris encourt l'infirmité dès lors qu'il inverse la charge de la preuve;

Qu'elle rappelle que les pratiques commerciales déloyales sont régies par les articles L. 120-1 et suivants du code de la consommation qui transposent la Directive 29/2005 CE, dont le considérant no21 dispose que s'agissant des pratiques commerciales déloyales trompeuses, la charge de la preuve doit être déterminée conformément à la législation nationale;

Qu'elle soutient qu'en application de l'article 1315 du code civil qui énonce que celui qui réclame l'exécution d'une obligation doit la prouver, la charge du caractère trompeur d'une allégation publicitaire repose sur celui qui l'allègue, soit en l'espèce la société Dyson;

Mais considérant, ainsi que le souligne la société Dyson France, le considérant no21 de la Directive indique que Bien que la charge de la preuve doive être déterminée conformément à la législation nationale, il convient que les tribunaux et les autorités administratives soient habilités à exiger des professionnels qu'ils fournissent des preuves sur l'exactitude de leurs allégations factuelles;

Que c'est sur la base de ce postulat que se comprend l'article 12 de la Directive qui dispose que:

Les Etats membres confèrent aux tribunaux ou aux autorités administratives des pouvoirs les habilitant, lors d'une procédure judiciaire ou administrative visée à l'article 11:

a) à exiger que le professionnel fournisse des preuves sur l'exactitude de ses allégations factuelles en rapport avec une pratique commerciale si, compte tenu de l'intérêt légitime du professionnel et de toute autre partie à la procédure, une telle exigence paraît appropriée au vu des circonstances du cas d'espèce,

b) à considérer des allégations factuelles comme inexactes si les preuves exigées conformément au point a) ne sont pas apportées ou sont jugées insuffisantes par le tribunal ou l'autorité administrative;

Qu'est issu de la Directive, l'article L.120-1 du code de la consommation qui édicte que les pratiques commerciales déloyales sont interdites et que constituent de telles pratiques, les pratiques commerciales trompeuses définies à l'article L.121-1 prohibant toute publicité comportant des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur lorsque celles-ci portent sur les caractéristiques essentielles du produit;

Que dès lors, au regard de la loi nationale interprétée à la lumière de la Directive, sans inverser la charge de la preuve, si la société Dyson France doit démontrer le caractère trompeur des allégations litigieuses, il n'en subsiste pas moins qu'il appartient à la société Rowenta France de fournir des éléments de preuve sur l'exactitude de sa communication;

Sur le caractère trompeur de la communication de la société Rowenta France:

Considérant que l'article L.121-1 du code de la consommation dispose que:

I- Une pratique commerciale est trompeuse si elle est commise dans l'une des circonstances

suivantes :

(...) 2o Lorsqu'elle repose sur des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur et portant sur l'un ou plusieurs des éléments suivants :

a) L'existence, la disponibilité ou la nature du bien ou du service ;

b) Les caractéristiques essentielles du bien ou du service, à savoir: ses qualités substantielles, sa composition, ses accessoires, son origine, sa quantité, son mode et sa date de fabrication, les conditions de son utilisation et son aptitude à l'usage, ses propriétés et les résultats attendus de son utilisation, ainsi que les résultats et les principales caractéristiques des tests et contrôles effectués sur le bien ou le service (...)

II.- Une pratique commerciale est également trompeuse si, compte tenu des limites propres

au moyen de communication utilisé et des circonstances qui l'entourent, elle omet, dissimule

ou fournit de façon inintelligible, ambiguë ou à contretemps une information substantielle ou lorsqu'elle n'indique pas sa véritable intention commerciale dès lors que celle-ci ne ressort

pas déjà du contexte;

Considérant que la société Dyson France fait valoir que sont trompeuses au sens de l'article L.121-1 du code de la consommation, les allégations publicitaires de la société Rowenta France suivantes:

- La meilleure performance de nettoyage,

- Performance de nettoyage équivalente,

- Maintien des performances de nettoyage,

-Le meilleur niveau de dépoussiérage après 18 minutes d'utilisation;

sur la présentation de l'allégation: la meilleure performance de nettoyage et le logo no1:

Considérant que la société Rowenta France, qui rappelle que le consommateur moyennement averti considère les affirmations publicitaires avec une certaine prudence, soutient une présentation exempte de toute critique, faisant valoir que l'astérisque (1) et la mention restrictive: Parmi les balais sans-fil. Études externes réalisées sur la durée moyenne d'une séance de nettoyage, à laquelle renvoie le slogan LA MEILLEURE PERFORMANCE DE NETTOYAGE sont systématiquement présents de manière visible et lisible sur l'emballage de l'aspirateur, que la mention restrictive est également présente en bas de la page de couverture du hangtag (étiquette) accroché sur le produit en démonstration en magasin pour être consulté librement, que si sur la page de couverture de ce hangtag, ledit slogan n'est pas suivi d'un astérisque, celui-ci est néanmoins présent dans l'anneau blanc entourant le logo composé du chiffre "1" et d'une couronne de laurier;

Qu'elle prétend que le consommateur raisonnablement informé comprend à la lecture de l'emballage et/ou du hangtag que LA MEILLEURE PERFORMANCE DE NETTOYAGE est une allégation limitée puisqu'un astérisque est présent et renvoie à une mention restrictive;

Considérant qu'il résulte de l'examen de l'emballage de l'aspirateur Rowenta Air Force Extrême Lithium auquel la cour a procédé, que l'allégation LA MEILLEURE PERFORMANCE DE NETTOYAGE comprend sous forme d'un (1) un renvoi à une mention inscrite en petits caractères à la verticale sur le côté droit de l'emballage, (1) Parmi les balais sans-fil. Études externes réalisées sur la durée moyenne d'une séance de nettoyage;

Que cette emballage comporte également un logo composé du chiffre "1" apposé sur une couronne de laurier entourée d'un cercle blanc, lequel se détache très clairement du reste de l'emballage et comprend de façon peu visible un renvoi (1) inscrit ensuite du slogan THE BEST CLEANING PERFORMANCE;

Que force est de constater, ainsi que le relève la société Dyson France, que la mention restrictive Parmi les balais sans-fil. Études externes réalisées sur la durée moyenne d'une séance de nettoyage, apposée sur l'emballage dans une taille de police très peu lisible, apparaît à la verticale et non pas à l'horizontale dans une taille suffisante et une police permettant une lecture aisée, contrairement aux recommandations de l'ARPP, ce que reconnaît la société Rowenta France qui admet qu'il est nécessaire pour lire la mention de faire pivoter l'emballage à l'aide de la poignée fixée sur le côté;

Que sur la page de couverture du leaflet ou hangtag (étiquette), l'allégation LA MEILLEURE PERFORMANCE DE NETTOYAGE n'est accompagnée d'aucun astérisque ou renvoi, seul le cercle blanc du logo constitué du chiffre "1" entouré d'une couronne de laurier comprenant un (1) invisible à l'oeil nu qui semble renvoyer à la mention inscrite en bas de page et en caractères minuscules Parmi les balais sans-fil. Études externes réalisées sur la durée moyenne d'une séance de nettoyage;

Considérant que dans ces conditions, la présentation adoptée sur ces supports mettant en avant la mention LA MEILLEURE PERFORMANCE DE NETTOYAGE et le logo précité, comportant des renvois pratiquement illisibles à la mention restrictive, ne permet pas au consommateur moyen normalement informé et raisonnablement attentif et avisé d'avoir un accès nécessaire et instantané à l'information lui permettant de faire un choix rationnel; qu'au contraire, cette présentation l'induera à penser que l'aspirateur Rowenta Air Force Extrême Lithium offre sans aucune limitation, la meilleure performance de nettoyage du marché;

sur l'allégation: la meilleure performance de nettoyage et la prétendue place de no1:

Considérant que la société Rowenta France expose n'avoir jamais communiqué sur une supériorité générale et absolue de son aspirateur Air Force Extrême Lithium et que l'allégation LA MEILLEURE PERFORMANCE DE NETTOYAGE se limite à la supériorité de performance dans la durée;

Que la société Dyson France réplique que la société Rowenta France ajoute dans ses écritures devant la cour des mots qui n'existent pas dans le slogan lui-même et cherche à réécrire l'histoire, son aspirateur n'ayant pas la meilleure performance de nettoyage;

Considérant que la mention apposée tant sur l'emballage de l'aspirateur que sur le leaflet est bien LA MEILLEURE PERFORMANCE DE NETTOYAGE, qui, sauf à en dénaturer le sens, se rapporte à la prestation du nettoyage et ne se limite nullement à une performance dans la seule durée;

Considérant que la société Rowenta France fait valoir que la supériorité de l'aspirateur Air Force Extrême Lithium réside dans une meilleure autonomie qui lui permet d'aspirer pendant toute la durée moyenne d'une séance de nettoyage et même au-delà comme le révèlent les tests réalisés;

Que sans qu'il soit besoin d'écarter des débats la pièce no24 produite par la société Rowenta France au motif qu'elle est présentée comme commanditée par l'UFC Que Choisir, la cour peut observer que cette pièce porte sur des tests rédigés en langue anglaise, non traduits, réalisés par le CCTN le 23 décembre 2013, lesquels, contrairement à ce que soutient la société Rowenta France ne font pas apparaître l'association UFC Que Choisir comme commanditaire, seule étant mentionnée la société Rowenta;

Que force est de constater que ces tests ont été réalisés postérieurement à la sortie de l'aspirateur Air Force Extrême Lithium et à la communication de la société Rowenta France; qu'au surplus, cet aspirateur n'arrive en première position qu'à une seule reprise sur un test, de sorte qu'il ne peut être affirmé qu'il présente la meilleure performance de nettoyage;

Que la société Rowenta France produit également des tests effectués par le laboratoire SLG à sa demande aux mois de janvier et mars 2013, portant sur l'aspirateur Air Force Extrême; que ces tests rédigés en anglais et non traduits ne démontrent pas la supériorité de nettoyage de l'aspirateur Air Force Extrême, ne portent pas sur l'aspirateur Air Force Extrême Lithium; que si celui-ci aurait une autonomie accrue du fait de sa batterie en lithium il n'en demeure pas moins que selon une attestation produite par la société Rowenta France, rédigée par Thierry X..., chef groupe innovation recherche auprès de la société Calor, la différence de batterie utilisée pour ces produits n'a pas d'impact sur la performance de nettoyage rendu entendu comme l'efficacité de dépoussiérage des balais (...) En d'autres termes, une batterie en Lithium Ion ne joue pas un rôle essentiel sur la performance de dépoussiérage des balais Air Force Extrême;

Que l'étude Newstat datée de 2010 n'est pas pertinente compte tenu de son ancienneté; que s'agissant de l'étude Papillon datée de juillet 2014, s'il n'y a pas lieu de l'écarter des débats au motif qu'elle ne serait pas complète, il convient néanmoins de relever que les extraits versés aux débats, également rédigés en langue anglaise, portent sur la durée moyenne d'une séance de nettoyage, ciblent tout type d'aspirateurs et ne justifient pas la meilleure performance de nettoyage de l'aspirateur Air Force Extrême Lithium;

Qu'il ressort d'une étude menée par le magazine Que Choisir en septembre 2014, comparant les performances de 6 aspirateurs balais, que l'aspirateur Air Force Extrême Lithium obtient une note générale de 10,9/20 et n'est placé qu'en 3ème position derrière les aspirateurs Dyson DC 62 et Bosch BCH6ATH18 qui obtiennent respectivement les notes de 11,9 et 11,4;

Que la société Dyson a également fait réaliser des tests menés par le CTTN-IREN sur trois aspirateurs dont deux aspirateurs balais Dyson DC62 et Rowenta RH8871 Air Force Extrême Lithium, également rédigés en anglais et non traduits, d'où il ressort que ce dernier n'est pas le plus performant au regard des méthodes de mesure de l'aptitude à la fonction des aspirateurs à poussière à usage domestique;

Considérant ainsi, étant rappelé que la communication litigieuse porte sur la MEILLEURE PERFORMANCE DE NETTOYAGE, le logo composé du chiffre "1" et d'une couronne de laurier, et nullement sur l'autonomie de l'aspirateur, que force est de constater que la société Rowenta France ne pouvait affirmer dans sa communication publicitaire, que l'aspirateur Air Force Extrême Lithium présente cette performance de nettoyage, alors ainsi qu'il a été précédemment relevé que le renvoi à la mention descriptive sur l'emballage est peu visible et quasiment invisible sur le leaflet, que cette mention n'est pas davantage véritablement lisible;

Que par voie de conséquence, cette affirmation est trompeuse;

sur l'allégation: le meilleur niveau de dépoussiérage après 18 minutes d'utilisation:

Considérant que la société Dyson France reproche à la société Rowenta France le

caractère trompeur de l'allégation LE MEILLEUR NIVEAU DE DÉPOUSSIÉRAGE APRÈS 18 MINUTES apposée en deuxième page du leaflet;

Considérant que cette allégation concernant l'autonomie de l'aspirateur est distincte de celle précédemment examinée, afférente à la performance de nettoyage;

Que le consommateur moyennement attentif et raisonnablement attentif et avisé comprendra que la supériorité alléguée se rapporte au temps supposé d'utilisation de 18 minutes, affirmation qui est corroborée par le test du magazine Que Choisir qui relève une autonomie de l'aspirateur Air Force Extrême Lithium de plus de 30 minutes à puissance maximale, le distinguant des autres produits du marché;

Que dans ces circonstances, ce message publicitaire ne revêt aucun caractère trompeur;

sur l'allégation: performance de nettoyage équivalente:

Considérant que la société Dyson France soutient le caractère trompeur de la revendication PERFORMANCE DE NETTOYAGE EQUIVALENTE apposée tant sur l'emballage de l'aspirateur Air Force Extrême Lithium que sur le leaflet;

Que cette affirmation renvoie à la mention, figurant sur le même côté de l'emballage et la même page du leaflet: Performance de dépoussiérage équivalente à Rowenta RO59xx - Test de dépoussiérage sur sols lisses réalisé par un laboratoire indépendant;

Considérant que la société Rowenta France prétend que les tests versés aux débats confirment cette équivalence de performance;

Considérant que la société Dyson France conteste les tests produits par la société Rowenta France qui permettraient de prouver son allégation, faisant valoir qu'il existe au moins 5 références d'aspirateurs traîneaux Rowenta de type RO59xx et qu'il n'a été procédé qu'à une seule comparaison avec le modèle RO5911;

Or considérant, ainsi que le souligne la société Rowenta France que les tests versés aux débats par la société Dyson France (laboratoire CCTN) démontrent, quelle que soit la version de la norme mise en oeuvre lors du test, l'équivalence de performance de nettoyage sur sols lisses (99,1/99; 98,8/98,4; 92,2/94,8; 93,2/91,1) de l'aspirateur balai et de l'aspirateur traîneau de type RO59, dont les variantes ne sont que des codifications internes permettant d'identifier les diverses références de la gamme;

Que dès lors, au regard du résultat de ces tests, il n'est nullement démontré que l'allégation d'équivalence de performance sur sols lisses entre l'aspirateur traîneau de type

Rowenta RO59 et l'aspirateur Air Force Extrême Lithium serait trompeuse;

sur l'allégation : maintien des performances de nettoyage:

Considérant que sur le leaflet, la société Rowenta France réalise une comparaison entre un filtre classique qui s'encrasse après 15g de poussière aspirée (2 cuillères à café) et la technologie cyclonique de l'aspirateur Air Force Extrême Lithium présentée comme :

- un vrai séparateur air/poussière (breveté),
- inspirée de la technologie des aspirateurs sans sac,
- crée un cyclone ultra-performant,
- sépare efficacement la poussière de l'air;

Considérant que la société Dyson France relève que la revendication MAINTIEN DES PERFORMANCES DE NETTOYAGE - ** test réalisé par un laboratoire indépendant sur sols et jusqu'au niveau max du bac à poussière est accompagnée d'une représentation graphique comparant la technologie cyclonique de l'aspirateur Air Force Extrême Lithium avec un aspirateur doté d'un filtre classique, la technologie revendiquée étant représentée par une flèche horizontale tout au long de l'aspiration alors que le filtre classique est représenté par une flèche qui descend de manière rapide et brutale;

Qu'elle soutient que cette présentation s'inscrit dans la continuité d'une communication équivoque tendant à faire croire que l'aspirateur Air Force Extrême Lithium est le meilleur aspirateur du marché, dès lors que le graphisme comparatif ne présente pas de données chiffrées s'agissant des performances de nettoyage et de quantité de poussière aspirée et est de nature à induire en erreur le consommateur, lui laissant penser que l'aspirateur Air Force Extrême Lithium ne s'encrasse jamais ce qui est faux, que les performances de cet aspirateur sont toujours constantes, même lorsque le bac à poussière se remplit alors qu'un aspirateur avec un filtre se boucherait très rapidement;

Qu'elle en conclut à une communication trompeuse pour un consommateur d'attention moyenne de nature à l'induire en erreur sur les qualités substantielles de la technologie cyclonique;

Considérant que la société Rowenta France réplique que le graphisme critiqué indique clairement à quoi correspond l'abscisse et l'ordonnée de sorte que le consommateur moyennement avisé et raisonnablement attentif sera en mesure de comprendre que la performance de nettoyage de l'aspirateur Air Force Extrême Lithium reste constante au fur et à mesure du remplissage du bac à poussière suite au passage de l'aspirateur sur un sol lisse, que le graphisme compare le maintien des performances de cet aspirateur avec celui d'un aspirateur doté d'un filtre classique, que cette présentation n'est pas susceptible d'altérer le comportement économique du consommateur;

Qu'elle ajoute que le graphisme est parfaitement fondé comme il en résulte des tests réalisés par le laboratoire SLG qui justifient de l'allégation de maintien des performances de nettoyage pour l'Air Force Extrême Lithium;

Considérant qu'il n'est pas démenti qu'il n'existe aucune obligation légale de présenter des données chiffrées dans un graphisme illustratif, celui-ci ne devant pas toutefois tromper le public auquel il s'adresse;

Qu'en l'espèce, d'une part, la société Dyson France soutient justement que sur l'emballage du produit, la mention ** test réalisé par un laboratoire indépendant sur sols et jusqu'au niveau max du bac à poussière est située à la verticale en très petits caractères, n'est ni visible pour le consommateur dans des conditions normales, ni conforme aux recommandations de l'ARPP, que cette mention restrictive présentée sur le leaflet au dessous du graphisme n'est que très peu lisible;

Que d'autre part, les tests du laboratoire SLG, versés aux débats par la société Rowenta France, révèlent une perte d'aspiration liée à la décharge de la batterie et démontrent que les performances de dépoussiérage ne sont pas constantes, que le bac soit vide ou se remplisse, contrairement à ce qu'indique la flèche qui reste constamment horizontale sur la représentation graphique;

Qu'il s'ensuit que la communication sur le MAINTIEN DES PERFORMANCES DE NETTOYAGE est trompeuse et de nature à induire en erreur le consommateur d'attention moyenne, raisonnablement avisé et normalement attentif sur la technologie cyclonique dont est doté l'aspirateur Air Force Extrême Lithium;

Sur le caractère déloyal de la communication de la société Rowenta France:

Considérant qu'aux termes de l'article L.120-1 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;

Considérant que la société Dyson France soutient que la campagne publicitaire de la société Rowenta France peut être qualifiée de pratique commerciale déloyale;

Que la société Rowenta France conteste toute campagne déloyale rappelant que deux conditions sont exigées par l'article L.120-1 du code précité, à savoir une pratique contraire aux exigences de la diligence professionnelle, altérant ou étant susceptible d'altérer le comportement économique du consommateur normalement informé et raisonnablement attentif et avisé;

Qu'elle soutient que sa communication est conforme aux pratiques du marché, qu'aucun élément ne démontre une pratique susceptible d'altérer le comportement économique du consommateur, qu'en outre, les critères d'achat d'un aspirateur balai sont la puissance, le prix, la solidité, la facilité d'utilisation, le bruit, l'absence de sac, la marque, le poids, l'autonomie, que les mentions présentes sur les emballages ou l'impression d'ensemble de la communication ne sont pas des critères déterminants dans la décision d'achat, que de surcroît, le prix est une caractéristique essentielle à même d'expliquer le choix du consommateur pour se porter sur un aspirateur Rowenta plutôt que sur un aspirateur Dyson;

Considérant qu'il résulte de ce qui précède, que le premier juge a pertinemment retenu que la société Rowenta France a adopté une présentation trompeuse de son produit, que plusieurs allégations ont été présentées en minimisant les renvois destinés à modérer les messages publicitaires, que certains contenus eux-mêmes n'étaient pas prouvés par des études extérieures, de sorte que la société Rowenta France a manqué aux exigences de la diligence professionnelle;

Considérant que contrairement à ce que soutient la société Rowenta France, les allégations trompeuses telles que précédemment relevées, sur chacun des supports précités, particulièrement axées sur LA MEILLEURE PERFORMANCE DE NETTOYAGE de l'aspirateur Air Force Extrême Lithium sont susceptibles d'altérer de manière substantielle le comportement économique du consommateur normalement informé, raisonnablement attentif et avisé à l'égard du produit considéré;

Que par voie de conséquence, la décision déférée, qui a retenu les pratiques commerciales déloyales de la société Rowenta France au préjudice de la société Dyson France, sera confirmée;

Sur la réparation du préjudice subi par la société Dyson France:

Considérant que la société Dyson France invoque un préjudice commercial et un préjudice d'image;

Que la société Rowenta France réplique que les données les plus récentes démontrent que la société Dyson France est le leader sur le marché des aspirateurs balais, que le nombre des produits qu'elle a vendus n'a pas chuté depuis le lancement de l'Air Force Extrême Lithium et qu'au contraire les ventes croissantes des aspirateurs balais démontrent que les investissements publicitaires de la société Dyson France ne sont aucunement atteints par la communication litigieuse, que l'image de Dyson se porte bien;

Qu'elle conclut à l'absence de préjudice subi par la société Dyson France et sollicite la restitution de la somme de 425.000 euros allouée par le tribunal, payée au titre de

l'exécution provisoire;

Mais considérant qu'il s'infère nécessairement des actes déloyaux constatés l'existence d'un préjudice commercial pour la société Dyson France;

Que les consommateurs étant attirés par les accroches publicitaires et dirigeant leur acte d'achat vers l'aspirateur se prévalant des meilleures performances, la société Rowenta France a forcément capté la clientèle en l'induisant en erreur;

Que la société Rowenta France, pour dénier le préjudice consistant en une atteinte à l'image, une perte de chance d'acquérir ou de conserver des clients, ne saurait utilement se prévaloir des résultats financiers satisfaisants de la société Dyson France, lesquels ne sont pas de nature à exclure la faculté qui aurait été la sienne d'en obtenir encore de meilleurs ainsi que d'avoir une image plus favorable après de la clientèle, si elle n'avait pas été victime de la publicité litigieuse trompeuse;

Qu'au regard de ces éléments d'appréciation, la cour confirmera la décision déférée qui a évalué le préjudice subi par la société Dyson France à la somme de 400.000 euros mise à la charge de la société Rowenta France à titre de dommages et intérêts;

Que dès lors, sera rejetée la demande de la société Rowenta France en restitution de la somme versée au titre de l'exécution provisoire prononcée par le tribunal;

Considérant que seront également confirmées les mesures telles qu'ordonnées sous astreinte par le tribunal:

-de retrait des produits Air Force Extrême Lithium présentés dans leur forme actuelle des lieux de vente, ou de retisckage des mentions litigieuse et notamment du logo "1" entouré d'une couronne de laurier ainsi que du slogan The best cleaning performance - la meilleure performance de nettoyage, sous astreinte,

- d'interdiction de communiquer sur les revendications considérées comme trompeuses, sur tout support de communication, sous astreinte;

Considérant que la mesure de publication, à titre de peine complémentaire, sollicitée par la société Dyson France, n'apparaît pas nécessaire, les mesures précitées suffisant à indemniser le préjudice subi et à faire cesser les faits dommageables;

Sur la demande reconventionnelle de la société Rowenta France:

Considérant que la société Rowenta France sollicite la condamnation de la société Dyson France d'une part, à réparer le préjudice qu'elle aurait subi du fait de l'exécution provisoire

du jugement entrepris et d'autre part, à publier l'arrêt à intervenir reprenant tous les points infirmés par la cour;

Mais considérant que le jugement déféré assorti de l'exécution provisoire étant confirmé sur les mesures d'interdiction, les mesures de retrait et/ou de retisckage, son exécution est exempte de faute;

Que par ailleurs, la société Rowenta France ne démontre nullement que la société Dyson France serait à l'origine de la communication sur le jugement entrepris auprès des acteurs du marché pour prendre un avantage concurrentiel et contourner la décision du tribunal qui n'avait pas fait droit à sa demande de publication judiciaire;

Que de sorte, la demande reconventionnelle formée par la société Rowenta France n'est pas justifiée et sera rejetée;

Sur les autres demandes:

Considérant que le premier juge a exactement statué sur le sort des dépens et les dispositions de l'article 700 du code de procédure civile dont il a fait une équitable application;

Qu'en vertu de ce texte, il y a lieu de faire partiellement droit aux prétentions de la société Dyson France, au titre de ses frais irrépétibles exposés à l'occasion de ce recours, contre la société Rowenta France qui succombe et doit supporter la charge des dépens d'appel;

PAR CES MOTIFS

Statuant par décision contradictoire

Confirme le jugement déféré en toutes ses dispositions sauf en ce qu'il a dit fausse au sens de l'article L.121-1 du code de la consommation l'allégation publicitaire de la société Rowenta France pour la commercialisation de son aspirateur Air Force Extrême Lithium: Performance de nettoyage équivalente,

L'infirmes sur ce point et statuant à nouveau,

Dit que l'allégation publicitaire de la société Rowenta France pour la commercialisation de son aspirateur Air Force Extrême Lithium: Performance de nettoyage équivalente ne constitue pas une pratique commerciale trompeuse au sens de l'article L.121-1 du code de

la consommation,

Y ajoutant,

Condamne la société Rowenta France à payer à la société Dyson France la somme de 50.000 euros au titre des frais irrépétibles d'appel,

Rejette toutes autres demandes,

Condamne la société Rowenta France aux dépens d'appel et dit que ceux-ci pourront être recouvrés conformément aux dispositions de l'article 699 du code de procédure civile.

Prononcé 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 Mme Dominique ROSENTHAL, Président et par Monsieur GAVACHE, greffier, auquel la minute de la décision a été remise par le magistrat signataire.

Le greffier, Le président,

Titrages et résumés : Arrêt rendu le 17 mai 2016 par la 12ème chambre de la cour d'appel de Versailles RG 15/00818 Pratique commerciale trompeuse - Publicité trompeuse - Charge de la preuve - Eléments constitutifs Sur la charge de la preuve, le considérant n°21 de la Directive 29/2005 CE indique que « bien que la charge de la preuve doive être déterminée conformément à la législation nationale, il convient que les tribunaux et les autorités administratives soient habilités à exiger des professionnels qu'ils fournissent des preuves sur l'exactitude de leurs allégations factuelles ». L'article L.120-1 du code de la consommation issu de la Directive précitée édicte que les pratiques commerciales déloyales sont interdites et que constituent de telles pratiques, les pratiques commerciales trompeuses définies à l'article L.121-1 du même code prohibant toute publicité comportant des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur lorsque celles-ci portent sur les caractéristiques essentielles du produit. La cour considère, au regard de la loi nationale interprétée à la lumière de la Directive, sans inverser la charge de la preuve, que si la société intimée doit démontrer le caractère trompeur des allégations litigieuses de l'appelante, il n'en subsiste pas moins qu'il appartient à celle-ci de fournir des éléments de preuve sur l'exactitude de sa communication. Sur le caractère trompeur de la communication de l'appelante, la cour confirme le jugement entrepris en ce qu'il a dit fausses au sens de l'article L.121-1 du code de la consommation les allégations publicitaires de la société appelante « MEILLEURE PERFORMANCE DE NETTOYAGE et MAINTIEN DES PERFORMANCES DE NETTOYAGE » pour la commercialisation de son aspirateur, ces allégations constituant une pratique commerciale trompeuse au sens du même article. La cour retient en revanche qu'il n'est nullement démontré que les allégations « PERFORMANCE DE NETTOYAGE EQUIVALENTE et MEILLEUR NIVEAU DE DEPOUSSIERAGE APRES 18 MINUTES D'UTILISATION» de l'aspirateur sont

trompeuses. Sur la réparation du préjudice subi par l'intimée, la cour confirme la décision des premiers juges.