

CABINET BUSSON
Avocats à la Cour
280, boulevard Saint-Germain - 75007 Paris
tél. 01 49 54 64 49 - fax. 08 90 20 70 02

COUR D'APPEL DE PARIS
Pôle 2 - Chambre 2
N° R.G. : 18/02051

SIGNIFIE PAR RPVA LE 27 04 2018

CONCLUSIONS D'APPELANTES

POUR :

- **RÉSEAU "SORTIR DU NUCLÉAIRE"**, association de la loi 1901, agréée par arrêté ministériel du 28 janvier 2014 au titre de l'article L 141-1 du Code de l'environnement, dont le siège est 9 rue Dumenge 69317 Lyon Cedex 04, exerçant poursuites et diligences par Madame Marie FRACHISSE, régulièrement mandatée par délibération du conseil d'administration de l'association,
- **FRANCE NATURE ENVIRONNEMENT**, fédération française des associations de protection de la nature et de l'environnement, association de la loi 1901 reconnue d'utilité publique, agréée au titre de l'article L 141-1 du Code de l'environnement par arrêté ministériel en date du 20 décembre 2012, dont le siège social est sis 57 rue Cuvier, 75005 Paris, agissant poursuites et diligences par M. Raymond LEOST, régulièrement mandaté par décisions du bureau de l'association,

APPELANTES,

Ayant pour avocat :

Maître Benoist BUSSON
Avocat au barreau de PARIS
TOQUE C1916

CONTRE :

- La société anonyme à conseil d'administration **ELECTRICITE DE FRANCE**, ci-après EDF, prise en la personne de son représentant légal,

INTIMEE

Ayant pour avocat :

SELARL PELLERIN – DE MARIA – GUERRE
Avocats au barreau de PARIS

PLAISE A LA COUR,

- FAITS ET PROCEDURE -

1.

L'« Autorité de régulation professionnelle de la publicité » (ARPP) est l'organisme de régulation professionnelle de la publicité en France, qui a succédé au Bureau de vérification de la publicité – « BVP ».

Elle a pour but de mener toute action en faveur d'une publicité loyale et véridique dans l'intérêt des consommateurs, du public et des professionnels de la publicité.

Elle exerce un contrôle avant diffusion des publicités et, après diffusion, par le moyen du « Jury de déontologie publicitaire » - JDP, composé de professionnels et de représentants de la société civile.

Elle émet à cet effet des « recommandations » qui forment l'ensemble des règles déontologiques qui s'imposent à ses adhérents notamment la recommandation de juin 2009 « Développement durable ».

V. copie de la recommandation, **PIECE 1**.

Parmi les adhérents à l'ARPP figure EDF, v. liste des adhérents **PIECE 2**.

2.

C'est dans ce contexte que le Réseau "Sortir du nucléaire", Alsace Nature, le Comité de Sauvegarde de Fessenheim et de la Plaine du Rhin (CSFR), Stop Fessenheim, Stop Transports-Halte au Nucléaire ont déposé une plainte devant le Jury de Déontologie Publicitaire contre la société EDF pour la diffusion, sur son site internet, d'une infographie publicitaire présentant sa production d'électricité en Alsace comme « sans émission de CO2 ».

V. infographie **PIECE 3**.

Le JDP a considéré la plainte des associations comme en partie fondée. Il a fait droit aux griefs des associations en précisant que « la formule « *100 % d'électricité produite sans émission de CO2 en Alsace* » renferme une ambiguïté qu'aucun autre élément du visuel ne permet de lever et a estimé qu'elle violait ainsi la recommandation « Développement durable ».

V. avis du JDP du 22 juillet 2015 **PIECE 4**.

3.

France Nature Environnement a, de son côté, déposé une autre plainte auprès du JDP concernant une publicité diffusée dans le journal « Les Echos » à l'occasion de la communication du groupe en vue de la « COP 21 » (« Conférence des parties n° 21 », conférence internationale en faveur du climat à Paris).

V. la publicité **PIECE 5**.

2

CABINET BUSSON

EDF s'affiche comme « *partenaire d'un monde bas carbone* » en utilisant des visuels concernant l'énergie hydraulique et les éoliennes, mais en omettant d'accompagner sa publicité de visuels sur les centrales nucléaires ou de messages plus clairs.

Le Jury de Déontologie Publicitaire a de nouveau considéré comme fondée la plainte de l'association en ce que la publicité violait la recommandation « Développement durable » ; v. avis du 14 octobre 2015, **PIECE 6**.

4.

Par ailleurs, dans la déclinaison Internet de sa campagne publicitaire « *EDF, Partenaire d'un monde bas carbone* », la société a publié un prétendu bilan de « *98% d'électricité produite en France sans CO2* ».

V. la publicité **PIECE 7**.

EDF n'indique pas quel calcul a permis d'obtenir ce chiffre, mis en avant pour présenter comme vertueux le « mix » électrique français.

Cette présentation est fallacieuse car EDF met en avant uniquement les émissions des centrales ; ce faisant, elle « oublie » de comptabiliser les quantités non négligeables de gaz à effet de serre émises lors des différentes étapes nécessaires au fonctionnement de l'industrie nucléaire, en amont et en aval (extraction de l'uranium, fabrication du combustible, fabrication des centrales, opérations de traitement des déchets, *etc.*).

Le Réseau "Sortir du nucléaire" a donc saisi le Jury de Déontologie Publicitaire d'une plainte pour violation de la recommandation « Développement durable ».

5.

C'est dans ce contexte que, estimant que EDF méconnaissait ses propres engagements et commettait une faute, les associations exposantes (ainsi des associations locales d'Alsace) ont attiré devant le tribunal de grande instance de Paris la société par exploit délivré le 5 novembre 2015.

Elles ont demandé, outre de les déclarer recevables et bien fondées, de juger par application de l'article 1371 alors applicable du Code civil que EDF avait manqué à son engagement volontaire, unilatéral et public de respecter la « recommandation Développement durable » de juin 2009 de l'Agence de régulation professionnelle de la publicité à laquelle elle a adhéré, en diffusant quatre messages publicitaires illicites durant l'année 2015, subsidiairement que ce manquement constituait une faute au visa de l'article 1382 alors applicable du Code civil et, dans tous les cas, que ces manquements leur causait à chacune un préjudice moral à la réparation duquel EDF devait être condamnée.

EDF a conclu au débouté des requérantes, invoquant leur absence d'intérêt pur agir et le mal fondé de leur demande.

6.

Par un avis du 11 décembre 2015, le Jury de Déontologie Publicitaire a cependant constaté à nouveau la violation de la recommandation « Développement durable » et fait droit à la plainte de l'association « Réseau Sortir du Nucléaire ».

V. PIECE 17 Avis du JDP du 11 décembre 2015.

Enfin, le Réseau « Sortir du nucléaire » et France Nature Environnement ont, une nouvelle fois, été contraints de déposer plainte auprès du Jury de Déontologie Publicitaire à la suite d'une énième campagne publicitaire d'EDF diffusée en avril 2016.

Cette publicité assimilait une cheminée de refroidissement de centrale nucléaire à une cascade d'eau dans un environnement naturel, en méconnaissance frontale du point 7 de la Recommandation « Développement durable ».

V. PIECE 20 Publicité d'avril 2016.

Par avis du 16 septembre 2016 (notifié le 3 octobre), le JDP a, encore une fois, constaté la non-conformité de la publicité :

« Cette assimilation directe d'un élément de centrale nucléaire, présentant un impact négatif de long terme sur l'environnement, à un élément naturel, peut induire en erreur sur les propriétés environnementales du produit en cause et ne respecte pas les points 7.3 et 7.4 précités de la Recommandation « Développement durable ».

V. PIECE 21 Avis du JDP du 16 septembre 2016.

7.

Tirant les conséquences de ces nouvelles violations de la recommandation « Développement durable » de l'ARPP, les associations ont également sollicité la condamnation d'EDF pour ces publicités, pour les mêmes motifs tirés de la violation de son engagement unilatéral, à défaut pour faute.

8.

Par jugement du 19 décembre 2017, le tribunal de grande instance de Paris a :

- déclaré recevable l'action des association et rejeté la fin non recevoir pour défaut d'intérêt pour agir présentée par EDF,
- dit mal fondée l'action des exposantes et les en a déboutées.

Par déclaration d'appel du 19 janvier 2018, les exposantes ont interjeté régulièrement appel du jugement.

- CHEFS DU JUGEMENT CRITIQUÉS -

Par déclaration enregistrée au greffe de la juridiction de céans le 19 janvier 2018 sous le numéro de rôle 18/02051, les associations ont interjeté appel total du jugement n° RG 15/16728 rendu par le Tribunal de grande instance de Paris le 19 décembre 2017, en ce qu'il a :

- débouté intégralement les associations de leurs demandes formées au fond à l'encontre de la société EDF comme non fondée à l'encontre de la société,
- dit que les entiers dépens de l'instance sont à la charge des associations demanderesses ;
- débouté les associations demanderesses de leurs demandes formées en application de l'article 700 du code de procédure civile.

- DISCUSSION -

C'est à bon droit que l'action des concluantes a été déclarée recevable (I).

Le jugement sera en revanche infirmé en ce qu'il les a déboutées au fond.

I- SUR LA RECEVABILITÉ DES ASSOCIATIONS (CONFIRMATION DU JUGEMENT)

A. SUR LA VIOLATION DE L'OBJET SOCIAL DES ASSOCIATIONS

1) Le droit applicable

Aux termes de l'article 31 du Code de procédure civile :

« l'action est ouverte à tous ceux qui ont un intérêt légitime au succès ou au rejet d'une prétention, sous réserve des cas dans lesquels la loi attribue le droit d'agir aux seules personnes qu'elle qualifie pour élever ou combattre une prétention ou pour défendre un intérêt déterminé ».

La Cour de cassation a dit pour droit que « même hors habilitation législative, et en l'absence de prévision statutaire expresse quant à l'emprunt des voies judiciaires, une association peut agir en justice au nom d'intérêts collectifs dès lors que ceux-ci entrent dans son objet social. » (Civ. 1^{re}, 18 sept. 2008 : Bull. civ. I, n° 201).

Le principe qui prévaut en la matière est celui de la « spécialité » : le fait fautif doit méconnaître spécialement l'intérêt collectif (l'objet social) défendu par le groupement (Civ. 1, 2 mai 2001, Comité régional de tourisme de Bretagne, D. 2001, p. 1973).

En matière de protection de l'environnement, la jurisprudence admet largement les actions en responsabilité civile des associations.

D'une part, l'article L 142-2 du Code de l'environnement dispose que les associations agréées au titre de l'article L 141-1 du même code peuvent exercer les droits reconnus à la partie civile en cas d'infraction au droit de l'environnement et au droit du nucléaire qui porte atteinte à leurs intérêts collectifs.

L'habilitation législative n'est cependant pas une condition indispensable pour exercer l'action civile ; la Cour de cassation a déjà admis, par exemple, qu'une infraction urbanistique porte directement atteinte aux intérêts collectifs d'une association, même non agréée.

V. Crim. 12 septembre 2006 Bulletin criminel 2006, n° 217 : admet l'action en démolition de l'association « *en raison de la spécificité du but et de l'objet de sa mission* » qui consistait en la « *protection de l'environnement, du cadre de vie, de la faune et de la flore d'un village* ».

Indépendamment de toute infraction, la faute de l'association communale de chasse qui n'a pas pris les précautions suffisantes pour empêcher le tir par un chasseur d'une espèce protégée porte « *un préjudice moral direct et personnel* » à l'association ornithologique régionale « *en liaison avec le but et l'objet de ses activités* » : v. Cass. 1^{ère} Ch. civ., 16 novembre 1982, ACCA de ST-Martial RJE 1984/3 p. 225.

L'association qui regroupe des riverains d'une carrière peut être déclarée recevable à agir au visa de l'article 31 du Code de procédure civile pour demander des mesures afin de faire cesser les nuisances de l'installation si elle agit « *pour la défense des intérêts collectifs de ses membres conformément à son objet social* » (Cass. 2e civ., 5 oct. 2006, Bull. civ. II, n° 255).

Etc.

2) En l'espèce,

1.

L'association RÉSEAU "SORTIR DU NUCLÉAIRE" est une association de protection de l'environnement de la loi 1901, créée en 1997. Elle fédère environ 930 associations et 60 600 personnes autour de sa charte.

Elle agit sur l'ensemble du territoire national.

Son objet social est spécifique.

En effet, aux termes de l'article 2 de ses statuts, elle a pour objet de « *lutter contre les pollutions et les risques pour l'environnement et la santé que représentent l'industrie nucléaire et les activités et projets d'aménagement qui y sont liés (création ou extension d'installations nucléaires de base, construction de lignes à haute tension, programmes de recherche et de développement, etc.)* ».

V. PIECE 8-1 : Statuts de l'association « RÉSEAU "SORTIR DU NUCLÉAIRE" ».

Elle est agréée par arrêté ministériel du 14 septembre 2005 (JORF du 1^{er} janvier 2006) au titre de l'article L 141-1 du Code de l'environnement, agrément renouvelé par arrêté du 28 janvier 2014 (JORF du 5 février 2014, p. 2092).

V. PIECE 8-2 : Arrêté ministériel du 28 janvier 2014 portant agrément.

2.

« FRANCE NATURE ENVIRONNEMENT » est la fédération française des associations de protection de la nature et de l'environnement, créée en 1968, agréée par arrêté ministériel renouvelé le 20 décembre 2012 au titre de l'article L 141-1 du Code de l'environnement (PIECE 9-2) et reconnue comme établissement d'utilité publique par décrets du 10 février 1976 et du 1^{er} octobre 1997 (PIECE 9-3).

Elle agit sur l'ensemble du territoire national.

Elle a pour objet :

« la protection de l'environnement (...) et notamment de (...) promouvoir une utilisation de l'énergie sobre et efficace, - prévenir (...) les risques technologiques (...) – promouvoir et de veiller à une production et une consommation (...) supportables (...) pour l'environnement - promouvoir et de veiller à la diffusion et au développement d'une information environnementale et sanitaire vraie et loyale » (souligné par nous, v. statuts de FNE PICEE 9-1).

Elle a un objet général de protection de l'environnement mais vise aussi spécialement à favoriser une consommation respectueuse de l'environnement et à la diffusion d'une information environnementale et sanitaire vraie et loyale.

3.

Les publicités incriminées vantent la production d'électricité d'origine nucléaire sans respecter les règles déontologiques auxquelles EDF a décidé d'adhérer et qui tendent à délivrer une information environnementale sincère, conformément à l'objectif de protection de l'environnement (cf la recommandation « Développement durable » de l'ARPP – juin 2009).

Elles portent ainsi atteinte à l'objet social spécifique de chacune des associations qui vise à protéger l'environnement et spécialement à lutter contre l'énergie nucléaire ou contre les messages publicitaires qui ne délivrent pas une information loyale dans le domaine spécial de la protection de l'environnement.

Enfin, il faut souligner que les publicités en cause traitent toutes, même indirectement, de l'industrie nucléaire. Dans son avis du 22 juillet 2015, le JDP notait ainsi au sujet de la formule « 100% d'électricité produite sans émission de CO2 en Alsace » :

« Compte tenu de la sensibilité de la problématique, le Jury estime que la publicité en faveur de l'énergie nucléaire doit veiller à lever toute ambiguïté quant à ses incidences environnementales. Si elle peut mettre en valeur qu'une centrale nucléaire n'émet pas directement de CO2 ou que, sur la totalité du cycle de production, ces émissions sont inférieures pour l'énergie nucléaire, comparée aux centrales thermiques, en l'état des études disponibles, elle ne saurait suggérer que ces émissions seraient nulles. »

V. PICEE 4.

EDF n'ayant pas respecté ses engagements en matière d'information environnementale, au vu de leur objet social, les associations ont donc incontestablement intérêt à agir.

Et, comme le juge le tribunal de grande instance, il est sans importance que les publicités incriminées aient cessé au jour de l'examen des demandes des associations.

La recevabilité des associations sera confirmée et le jugement également concernant ce point.

B. SUR LA QUALITÉ POUR AGIR DES ASSOCIATIONS

Aux termes de l'article 10.15 des statuts de l'association RÉSEAU "SORTIR DU NUCLÉAIRE" :

« Le Conseil d'administration a compétence pour décider d'ester devant les juridictions et devant les instances arbitrales. Il mandate à cette fin un administrateur ou toute autre personne compétente, selon les modalités prévues dans le règlement intérieur. »

Par délibération de son conseil d'administration en date du 2 novembre 2015, l'association a été autorisée à ester en justice y compris pour faire appel et a mandaté à cette fin sa coordinatrice des questions juridiques, Marie Frachisse.

V. PIECE 8-3 Mandat pour ester.

FRANCE NATURE ENVIRONNEMENT quant à elle a été régulièrement autorisée à exercer la présente action, y compris pour faire appel, aux termes de la décision de son bureau en date du 7 octobre 2015 et du mandat pour ester de son président du 10 octobre 2015 (**PIECE 9-4**), conformément à l'article 9 de ses statuts.

Par ces motifs, la recevabilité des associations sera admise.

*

* *

II.- SUR LE BIEN FONDÉ DE L'ACTION (INFIRMATION DU JUGEMENT)

EDF a commis plusieurs fautes (A) qui l'obligent à les réparer (B) et c'est au terme d'une erreur de droit que les premiers juge ont estimé l'inverse.

A/ SUR LES FAUTES D'EDF

1. TITRE PRINCIPAL, SUR L'EXISTENCE D'UN QUASI CONTRAT ET LA VIOLATION PAR EDF DE SES ENGAGEMENTS

1-1 SUR LES ENGAGEMENTS D'EDF

a) En droit

1.

L'article 1371 du Code civil alors applicable, devenu l'article 1300 dans sa rédaction issue de l'ordonnance n°2016-131 du 10 février 2016 dispose :

« Les quasi-contrats sont les faits purement volontaires de l'homme, dont il résulte un engagement quelconque envers un tiers, et quelquefois un engagement réciproque des deux parties. »

Le chapitre relatif au quasi-contrat consacre la gestion d'affaires (articles 1372 à 1375) et la répétition de l'indu (art. 1376 à 1381).

Cette liste n'est pas limitative puisque la Cour de cassation a retenu l'enrichissement sans cause par l'arrêt « Boudier » du 15 juin 1892.

La publicité est également un terrain propice à la reconnaissance d'engagements unilatéraux de l'annonceur qui va lier celui-ci.

La fausse promesse de gain a ainsi été déclarée comme engageant l'organisateur de la loterie publicitaire **à l'égard des destinataires de la publicité**: v. Cass. Ch. mixte du 6 septembre 2002 (n° 98-22981, Bull. mixte, n° 4, p. 9).

Aux termes de l'arrêt de la Chambre mixte, au seul visa de l'article 1371, par le quasi-contrat, la personne qui prend un engagement quelconque envers un tiers s'oblige, par ce fait purement volontaire, à le délivrer.

V. également Cass. 1^{ère} civ. 18 mars 2003 (n° 00-19934, Bull. I, n° 85, p. 64), Civ. 1^{ère}, 19 mars 2015 (n° 13-27.414).

V. également en matière de publicité extérieure : TI de Lyon, 13 février 2015, FNE c/ SARL AFFCOM, **PIECE 10**.

Dans cette affaire, France Nature Environnement a été déclarée fondée à demander la réparation du préjudice résultant de l'atteinte à ses intérêts collectifs du fait de l'afficheur publicitaire qui « a manqué à son engagement volontaire, unilatéral et public de respecter la réglementation en matière de publicité et de préenseignes ».

Ce jugement est définitif.

2.

Le quasi-contrat a précisément pour objet de lier juridiquement une personne annonçant un comportement, une action.

Une volonté non équivoque et délibérée de s'obliger envers un tiers doit être formulée et cette volonté doit être publique c'est-à-dire portée à la connaissance du tiers.

b) En l'espèce

EDF a adhéré volontairement à l'ARPP et à ses règles professionnelles.

Il lui appartient dès lors de se conformer aux Recommandations parfaitement explicites et détaillées de l'ARPP, en particulier à la Recommandation « Développement durable » qui, par nature, la concerne en premier chef au vu de son activité de producteur d'énergie.

Or, EDF a méconnu ses engagements à plusieurs reprises.

1.2. SUR LA MECONNAISSANCE DE SES ENGAGEMENTS PAR EDF

EDF s'est engagée à avoir recours à une « *publicité de qualité, irréprochable sur le plan juridique et déontologique* ».

Il s'agit là d'une obligation de résultat de ne pas contrevenir aux recommandations de l'ARPP, d'un quasi-contrat, engagement unilatéral, non équivoque et volontaire pris envers l'ensemble des parties prenantes.

En l'espèce, cette obligation n'a pas été respectée.

Quatre séries de fautes sont reprochées à EDF.

- LA PUBLICITÉ EN FAVEUR D'EDF ALSACE

Le visuel mis en cause se présente sous la forme d'un disque dans lequel figurent les « chiffres clés d'EDF en Alsace », chacun assorti d'un symbole : « 90000 clients d'EDF & d'Es, 900 communes alimentées, 3300 salariés dont 1200 du Groupe Es, 26000 km de réseau de distribution ERDF & ES Réseaux, 2800km de réseau de transport RTE & ES Réseaux, 20 Md de Kwh produits par an 40% EnR 60% nucléaire, 1 centrale nucléaire à Fessenheim (1800 MW), 12 centrales hydroélectriques le long du Rhin (1400 MW), 1 site de géothermie profonde à Soultz-sous-Forêts (2MWe) ».

V. PIECE 3 précitée.

Au milieu de ces inscriptions, sur un bandeau orange, apparaissent une carte stylisée de l'Alsace et la mention « 100 % » en très gros caractères, suivie, en plus petit, de la mention : « d'électricité produite sans émission de CO2 en Alsace ».

Cette image est accompagnée du texte : « EDF en Alsace : Ancrer dans son territoire - Fort de ses 14 unités de production sur le territoire alsacien, le Groupe EDF et sa filiale bas-rhinoise ES, se placent comme des acteurs de premier plan du développement socio-économique de la région. - EDF en Alsace c'est également la culture et la pédagogie, avec le musée EDF Electropolis de Mulhouse et la Maison des Énergies EDF de Fessenheim. - EIFER, l'Institut franco-allemand de recherche d'EDF, implanté au sein de l'Université de Karlsruhe, complète la présence du groupe EDF dans la région. »

Dans cette diffusion, EDF met en exergue un prétendu bilan « 100% sans CO2 » en Alsace, en masquant le bilan global de la centrale de Fessenheim, et abuse les citoyens car l'électricité produite en Alsace par la centrale de Fessenheim, les douze barrages le long du Rhin et le site de géothermie de Soultz-sous-Forêt n'est pas « 100% sans CO2 ».

Cette publicité créait un amalgame en mettant sur le même plan énergies nucléaire et renouvelables.

Cette affirmation est de toute manière fausse.

Il n'existe en effet aucune activité industrielle exempte de rejets de gaz à effet de serre.

Même si on se focalise sur les opérations qui se déroulent en Alsace, la construction de la centrale et le transport du combustible ont généré et génèrent toujours des émissions de CO2. Surtout, en se focalisant sur la phase d'exploitation de la centrale, EDF oublie de prendre en compte dans son calcul les émissions non négligeables liées à l'ensemble de l'industrie nucléaire, en amont et en aval (extraction de l'uranium, fabrication du combustible, opérations de traitement des déchets, etc.).

Saisi par les associations, le Jury de déontologie publicitaire a ainsi estimé :

« que la formule « 100 % d'électricité produite sans émission de CO2 en Alsace » renferme une ambiguïté qu'aucun autre élément du visuel ne permet de lever. Elle peut en effet s'interpréter comme signifiant que la totalité de l'électricité produite en Alsace par EDF n'implique aucune émission de dioxyde de carbone. Or, s'il n'est pas contesté qu'une centrale nucléaire n'émet pas de CO2, sinon de manière marginale, il est tout aussi constant que la production d'énergie nucléaire implique indirectement mais nécessairement de tels dégagements gazeux, en particulier dans la phase amont du cycle de production. Plusieurs pages du site Internet d'EDF produites par la société elle-même font ainsi état de l'absence d'émission « directe » de CO2 par la production d'énergie nucléaire (page « Mix énergétique : une production 100 % sans émission directe de gaz à effet de serre »), ou encore d'une électricité « faiblement émettrice de CO2 » (page « La centrale de Fessenheim... »). La société ne peut à cet égard utilement se prévaloir de l'avis du Jury 96/11 relatif à une publicité de l'annonceur AREVA : cet avis portait en effet sur une publicité qui n'alléguait pas une absence d'émission de CO2, mais mettait en valeur une énergie « avec moins de CO2 ». A cette occasion, le Jury a constaté, au vu de plusieurs documents officiels ou études émanant de l'Agence internationale de l'énergie atomique et des institutions européennes, que le nucléaire permettait de « réduire sensiblement les émissions de CO2 », y compris sur « la totalité du cycle de vie du mode de production », mais non de les supprimer.

Compte tenu de la sensibilité de la problématique, le Jury estime que la publicité en faveur de l'énergie nucléaire doit veiller à lever toute ambiguïté quant à ses incidences environnementales. Si elle peut mettre en valeur qu'une centrale nucléaire n'émet pas

directement de CO2 ou que, sur la totalité du cycle de production, ces émissions sont inférieures pour l'énergie nucléaire, comparée aux centrales thermiques, en l'état des études disponibles, elle ne saurait suggérer que ces émissions seraient nulles.

Dans ces conditions, le Jury est d'avis que la publicité en cause est susceptible d'induire le public en erreur sur la réalité écologique des actions de l'annonceur, en méconnaissance du point 1/1 de la Recommandation « Développement durable » de l'ARPP, et qu'elle n'est également, par voie de conséquence, pas conforme au c/ du point 9 de la même Recommandation, selon lequel « la publicité doit éviter, dans son discours, de minimiser les conséquences de la consommation de certains produits ou services susceptibles d'affecter l'environnement ».

Le Jury précise enfin que, contrairement à ce qu'indique la société EDF, il n'en résulte nullement que celle-ci s'en trouverait privée de la possibilité de faire la promotion de ses produits ou activités. Il lui appartient seulement de veiller au respect des règles déontologiques édictées par la profession. »

EDF a manifestement accepté cette décision puisque, à la date de l'assignation, elle avait retiré la publicité incriminée du site Internet d'EDF Alsace.

– LA CAMPAGNE PUBLICITAIRE PRESSE « EDF, PARTENAIRE D'UN MONDE BAS CARBONE »

Le visuel presse, diffusée notamment dans le journal « Les Echos », montre un barrage hydraulique et comporte le texte « EDF, partenaire officiel d'un monde bas carbone. Cette année, la Conférence de Paris pour le Climat se donne pour objectif de limiter à 2° le réchauffement de la planète. C'est l'objectif 2°. Parce que nous sommes tous concernés, parce que des solutions sont déjà à l'œuvre, parce qu'un monde décarboné est possible, nous pensons que si chacun s'engage, l'objectif 2° peut devenir une réalité. Nous faisons le choix de nous mobiliser et avec nous, tous ceux qui le souhaitent. EDF PARTENAIRE OFFICIEL DE LA COP 21 ».

Au bas de l'annonce figurent la mention « Tous mobilisés pour l'objectif 2° » et le logo « Partenaire officiel – Paris 2015 ».

V. PIECE 7 précitée.

Dans son avis du 14 octobre 2015, le JDP a estimé que :

« l'expression « EDF, partenaire officiel d'un monde bas carbone » est susceptible d'induire le public en erreur sur la réalité écologique des actions de l'annonceur, en méconnaissance du point 1.1 de la Recommandation « Développement durable » de l'ARPP, et qu'elle n'est pas non plus conforme aux points 3.3, 3.4 et 6.5 précités de cette Recommandation, faute de donner suffisamment de précisions sur les engagements pris par l'entreprise, dans le cadre de son partenariat avec la COP 21, en termes de réduction des émissions de gaz carbonique. Le Jury estime plus généralement que s'il est compréhensible que l'annonceur n'ait pas souhaité alourdir les messages délivrés par des précisions techniques, celles-ci pourraient facilement être explicitées dans un site qui détaillerait les actions menées par EDF en matière de lutte contre le réchauffement climatique.

Dans cette mesure, l'expression « EDF, partenaire officiel d'un monde bas carbone » n'est pas conforme à l'exigence de clarté qui découle du point 3 de la même Recommandation.

(...)

Le Jury précise enfin qu'EDF n'est pas privée de la possibilité de faire la promotion de son engagement en faveur de la lutte contre le réchauffement climatique. Il lui appartient seulement de veiller au respect des règles déontologiques édictées par la profession. »

Là encore, la violation de la recommandation de juin 2009 est établie, EDF a méconnu son engagement de respecter cette recommandation.

- LA PUBLICITE INTERNET « EDF, PARTENAIRE D'UN MONDE BAS CARBONE »

Sur le site Internet EDF (<https://www.edf.fr>), a été diffusée une publicité « *EDF, Partenaire officiel d'un monde bas carbone* ».

La publicité se découpe en deux parties.

La première porte sur l'objectif 2°C pour lequel EDF est « *PARTENAIRE DE LA COP21* ». La deuxième partie concerne l'engagement d'EDF dans la transition énergétique et s'intitule « *EDF ENGAGÉ DANS LA TRANSITION ÉNERGÉTIQUE* » .

Sous le premier titre, figure, en plus d'une déclaration de Jean-Bernard Levy, un cadre dans lequel est inscrit « *98% de la production électrique française sans CO2* », le « *sans CO2* » étant souligné en rouge pour démontrer son importance.

Sous le titre « *EDF ENGAGÉ DANS LA TRANSITION ÉNERGÉTIQUE* », il est écrit :

*« Une stratégie industrielle pour réduire nos émissions de carbone
Pour nous, décarboner l'électricité n'est pas une simple déclaration : c'est une réalité.
Aujourd'hui, 98% de notre électricité produite en France est sans CO2. Depuis 1990, EDF a divisé par deux ses émissions de carbone.
Pour atteindre en 2014 un record absolu de 17g/kWh produit, lié à des conditions exceptionnelles. C'est 20 fois moins que la moyenne européenne. »*

Ainsi que :

*« Notre électricité, vecteur d'une transition vers un monde bas carbone
Aujourd'hui, la part des énergies fossiles (pétrole, charbon, gaz, fuel) responsables des gaz à effet de serre reste trop importante dans la consommation d'énergie.
Pour nous, l'électricité décarbonée constitue le levier le plus efficace pour diminuer les émissions de CO2 de nos sociétés et de nos économies.
Partout où nous sommes présents, nous nous employons à les réduire. C'est l'engagement que nous prenons. »*

Ces deux paragraphes sont accompagnés de deux vidéos.

La première traite d'EDF et des émissions de CO2 et la deuxième d'EDF et des énergies renouvelables.

Cette dernière, tout en présentant les énergies renouvelables, affirme que le solaire et l'éolien ont tous deux une contrainte importante qu'est l'intermittence dans la production du courant électrique, ce qui a pour conséquence de perturber l'équilibre entre l'offre et la demande sur le réseau.

La voix « off » rappelle alors qu'il faut les associer à des énergies de base plus régulière et flexible pour maintenir un équilibre entre production et consommation et qu'en France, cette énergie de base qui permet de maîtriser les émissions de CO₂ est le nucléaire. La promotion de l'électricité nucléaire est donc une nouvelle fois au cœur de la communication d'EDF et ce, y compris au sein d'une vidéo censée présenter les énergies renouvelables.

Sur l'ensemble de cette publicité, deux affirmations sont critiquables :

- le titre même de la publicité « *EDF, Partenaire officiel d'un monde bas carbone* » ;
- les affirmations « *98% de la production électrique française sans CO₂* » qui se trouve en en-tête de la publicité et « *Aujourd'hui, 98% de notre électricité produite en France est sans CO₂* », dans le corps du second paragraphe.

Cette publicité a pour vocation :

- de présenter l'énergie produite par EDF comme décarbonée, avec 98% de la production électrique en France sans émission de CO₂ ;
- de promouvoir l'énergie nucléaire comme l'un des meilleurs atouts pour le climat et l'objectif 2°C de la COP21.

Le visuel incriminé n'inclut pas le CO₂ rejeté par EDF ou ses contractants en très grande quantité en amont du cycle de production de l'électricité proprement dite (extraction du minerais d'uranium, fabrication des centrales nucléaires et des barrages qui requière une quantité phénoménale de béton dont la fabrication rejette beaucoup de CO₂) et en aval (pour acheminer l'électricité des centrales nucléaires et des barrages qui sont très éloignés des lieux de consommation, pour traiter les déchets nucléaires).

Aucune étude, même celles réalisées par l'Agence Internationale de l'Énergie Atomique, n'attribue d'émissions de CO₂ nulles au nucléaire. Selon une synthèse de 103 études portant sur ce sujet, on peut retenir une estimation médiane de 66g de CO₂/kWh, certains calculs évoquant même 288 g. de CO₂/kWh.

Enfin, cette focalisation sur les seules émissions de CO₂ occulte totalement les autres problèmes environnementaux entraînés par le recours au nucléaire, qu'il s'agisse des retombées des accidents nucléaires, de la pollution des mines d'uranium ou de l'accumulation de déchets ingérables.

Au surplus, le premier producteur mondial d'électricité se sert de la « COP 21 » pour promouvoir le nucléaire, ce qui tend à faire croire que la solution au réchauffement climatique passe par la production d'électricité d'origine nucléaire.

Dans son avis du 11 décembre 2015, le JDP a ainsi considéré :

- sur le slogan « EDF Partenaire d'un monde bas carbone » :

« Cette expression « monde bas carbone », qui ne fait l'objet d'aucune explication qui en éclairerait le sens et la portée, opère un glissement sémantique en passant de la notion de « partenaire de la COP 21 » à celle de « partenaire d'un monde bas carbone » qui est une notion plus vaste mais aussi plus floue au regard de l'action réelle de l'annonceur. Contrairement à ce qu'avance la société EDF, le fait d'être partenaire de la COP21, ne suffit pas nécessairement à se présenter légitimement comme « Partenaire d'un monde bas carbone ».

Ce slogan est donc, ainsi qu'il a été déjà dit par le Jury, susceptible d'induire le public en erreur sur la réalité écologique des actions de l'annonceur, en méconnaissance du point 1.1 de

la Recommandation « Développement durable » de l'ARPP. Il n'est pas non plus conforme aux points 3.3, 3.4 et 6.5 précités de cette Recommandation, faute de donner suffisamment de précisions sur les engagements pris par l'entreprise, dans le cadre de son partenariat avec la COP21, en termes de réduction des émissions de gaz carbonique.

Le Jury observe en outre que si le slogan est complété par les affirmations figurant dans la seconde moitié de la page « Parce que nous sommes tous concernés », « Parce que des solutions sont possibles », « Parce qu'un monde décarbonné est possible », « nous pensons que si chacun s'engage, l'objectif 2°C peut devenir une réalité. Alors nous faisons le choix de nous mobiliser et avec tous ceux qui le souhaitent », ces affirmations constituent des pétitions de principe qui n'apportent aucune indication qui serait de nature à justifier et expliquer l'expression « Partenaire d'un monde bas carbone ». »

- sur l'expression « 98% de la production électrique française sans CO2 » :

« le Jury observe que le pourcentage de 98% est totalement dépourvu d'explication ou de renvoi qui permettrait au public auquel le slogan s'adresse de comprendre à quoi se réfère cette donnée et ce qu'elle contient.

(...)

le Jury observe que la publicité en cause peut être de nature à induire le public en erreur sur la réalité des actions mise en œuvre par la société EDF et revendiquées par elle et qu'il n'est pas conforme aux dispositions 1.1 et 3.3 de la Recommandation Développement durable de l'ARPP. »

V. PIECE 13.

La Recommandation de juin 2009 a donc une nouvelle fois été méconnue.

- LA PUBLICITE REPRESENTANT UNE CASCADE

Dans cette campagne, le visuel représente une cheminée de refroidissement de centrale en forme de cascade d'eau au sein d'un environnement montagneux verdoyant, assimilant ainsi l'énergie nucléaire à une source naturelle, et donc perçue comme inoffensive et sûre par le public.

V. PIECE 16.

Il n'est pas demandé à EDF de représenter les centrales nucléaires dans un environnement dégradé.

Mais, à l'inverse, l'électricien ne peut présenter ses installations industrielles de manière à les assimiler à des éléments naturels sans méconnaître ses engagements en faveur d'une publicité sincère.

C'est d'ailleurs l'objet du point 7 de la Recommandation « Développement durable » relative aux présentations visuelles et sonores :

« 7/1. Les éléments visuels ou sonores doivent être utilisés de manière proportionnée à l'argument écologique et aux éléments justificatifs qui l'appuient.

7/2. Ils ne doivent pas être perçus comme une garantie d'innocuité si cette dernière ne peut être justifiée.

7/3. Sans exclure leur utilisation, l'emploi d'éléments naturels ou évoquant la nature ne doit pas induire en erreur sur les propriétés environnementales du produit ou des actions de l'annonceur.

7/4. Lorsque la publicité utilise un argument écologique, l'assimilation directe d'un produit présentant un impact négatif pour l'environnement à un élément naturel (animal, végétal, ...) est à exclure. »

Censurant une nouvelle fois l'abus d'EDF, le JDP a constaté la méconnaissance de ces dispositions dans son avis du 16 septembre 2016.

V. PIECE 13.

1.3 SUR LE JUGEMENT ET SA CRITIQUE

1.

Pour écarter la responsabilité d'EDF née d'un quasi-contrat, le tribunal soutient :

« Sans nul doute, en adhérant volontairement à l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARTP), association interprofessionnelle d'autorégulation de la publicité en France, EDF s'est obligée à se conformer aux règles déontologiques et d'autodiscipline définies par cet organisme privé oeuvrant en faveur d'une publicité loyale, véridique, saine et respectueuse. Il en est ainsi, plus précisément, du cadre déontologique de l'expression publicitaire résultant de la recommandation Développement durable, laquelle concerne d'évidence EDF pour son activité de producteur et distributeur d'énergie. »

En premier lieu, les premiers juges rappellent l'évidence : EDF s'en engagée à respecter les engagements de la Recommandation « Développement durable ».

« Toutefois l'engagement juridique de nature nécessairement contractuelle auquel s'oblige l'annonceur qui adhère à l'ARPP, en ce qu'il ne procède pas de faits purement volontaires au sens de l'ancien article 1371 du code civil, devenu l'article 1300 du même code dans sa rédaction issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016, ne revêt pas les caractéristiques d'un quasi-contrat et ne fait donc naître aucune obligation, de résultat comme de moyens, au profit des tiers auquel le message publicitaire litigieux est délivré. »

Les juges estiment donc que l'engagement de l'annonceur est purement contractuel mais ne résulte pas d'un fait.

Les conditions posées par l'article 1371 du Code civil (devenue art. 1300) ne seraient donc pas remplies puisque « les quasi-contrats sont (des) faits ».

Il sera constaté que cela est vrai en ce qui concerne l'ARPP.

Qu'en revanche, à l'évidence et comme cela vient d'être décrit plus haut, il n'existe **aucun lien contractuel entre l'annonceur et les associations.**

Or, l'existence d'un contrat entre deux parties n'exclut pas évidemment un quasi-contrat envers un tiers (mais seulement entre ces parties).

C'est le cas par exemple envisagé par l'action en restitution de l'indu dit « subjectif » (article 1302-2 al. 1^{er} du Code civil).

2.

La deuxième critique qu'encourt le jugement c'est d'estimer qu'il n'existe pas de lien entre l'annonceur et « *des tiers auquel le message publicitaire litigieux est délivré* ».

Ce faisant, le tribunal se prononce sur la question de l'existence d'un quasi-contrat entre l'annonceur et le public en général.

Au contraire, précisément, **en l'espèce, l'action n'est pas engagée par des consommateurs ou le « public » de façon vague** mais des associations qui se sont données cet objet précis qui s'inscrit dans la suite logique de leurs actions de défense de l'environnement.

Depuis plus de 40 ans, les associations de protection de l'environnement peuvent réclamer la réparation du préjudice (moral) constituée par l'atteinte à leurs intérêts collectifs résultant d'une infraction pénale (article L142-2 du code de l'environnement, L610-1 du code de l'urbanisme).

Même en l'absence de texte spécial, cette faculté leur a été reconnue dès lors que leur objet social est suffisamment précis (principe de spécialité) *cf supra* I. A/.

Il serait donc paradoxal de refuser d'admettre une atteinte à leurs intérêts collectifs résultant de la violation par l'annonceur d'un engagement précis et public en relation directe avec leur objet statutaire.

3.

Ce biais utilisé par le tribunal révèle sans doute son inquiétude de voir tout un chacun réclamer réparation en cas d'engagement non tenu par un annonceur.

Mais cette dérive n'est pas possible dès lors que l'action est engagée par des associations ayant un objet spécial d'une part et, d'une part, que le quasi-contrat ne saurait résulter d'un engagement général d'un annonceur, sous forme par exemple de slogan publicitaire (« faire des économies », « mieux vivre » *etc.*).

La « Recommandation Développement durable » énonce au contraire des obligations précises dans un cadre de communication bien délimité, les annonces et les mérites d'un bien ou d'un service en matière d'environnement

4.

En définitive, pour le tribunal, un annonceur qui prend l'engagement non équivoque de respecter dans sa communication extérieure les principes du développement durable énoncés précisément dans un document écrit, rendu public, n'est pas lié vis-à-vis de ceux qui se sont donnés pour mission de faire respecter ce message, en l'espèce les associations.

Ce raisonnement ne manquera pas d'être censuré par la Cour et le jugement sera infirmé.

2. A TITRE SUBSIDIAIRE, SUR LA RESPONSABILITE DÉLICTUELLE D'EDF

A titre subsidiaire, dans l'hypothèse où votre Cour écarterait la qualification de quasi-contrat, il constatera l'existence d'une faute d'EDF de nature à engager sa responsabilité sur le fondement de l'article 1240 du Code civil, et à justifier la réparation du préjudice subi par les associations demanderesse.

1. En droit

Aux termes de l'article 1240 du code civil :

« Tout fait quelconque de l'homme, qui cause à autrui un dommage, oblige celui par la faute duquel il est arrivé à le réparer. »

Sur ce fondement, la jurisprudence sanctionne notamment la faute née du non respect d'un engagement, d'une promesse.

C'est le cas notamment lorsqu'un employeur ne respecte pas son engagement de limiter le nombre de licenciements. Dans un arrêt du 25 novembre 2003, la Cour de cassation a ainsi pu juger :

« lorsque l'employeur ne tient pas l'engagement unilatéral qu'il a pris de limiter le nombre de licenciements pendant une période déterminée, la procédure et le plan de sauvegarde de l'emploi qu'il met alors en œuvre en envisageant des licenciements ne sont pas pour autant frappés de nullité si le plan comporte des mesures d'accompagnement suffisantes ; que les salariés licenciés ont seulement la possibilité de demander la réparation du préjudice que l'inobservation de l'engagement de l'employeur peut leur causer ; »

V. Soc. 25 novembre 2003, n° 01-17.501

V. aussi pour l'admission *a contrario* de la sanction du non respect d'une promesse, Civ. 2^{ème} 13 septembre 2012, n° 11-16014 :

« la cour d'appel retient, par motifs adoptés, que s'il affirme avoir été persuadé d'être désigné en qualité de candidat et s'il démontre que d'autres personnes de son entourage personnel et politique ainsi que des organes de presse en étaient également persuadés et le présentaient comme tel, il ne justifie d'aucun engagement de cette nature de la part de l'UDF, et par motifs propres, qu'à défaut de justifier d'un quelconque document mentionnant explicitement qu'il pourrait être officiellement investi par le bureau politique de l'UDF conformément à l'article 18 de ses statuts, tel que mentionné dans le guide du candidat dont il admet avoir eu connaissance, M. X..., qui se

présente comme un militant actif et de longue date, est mal fondé à se prévaloir d'une faute commise par l'UDF consistant à brutalement remettre en cause les déclarations unilatérales faites par le président de la fédération départementale de la Charente-Maritime ; »

2. En l'espèce

1.

Comme exposé précédemment, EDF a pris l'engagement non équivoque, ferme et public de n'avoir recours qu'à une publicité conforme aux règles déontologiques édictées par l'ARPP.

Or, elle a méconnu cet engagement à plusieurs reprises.

Dès lors, elle a commis une faute de nature à engager sa responsabilité sur le fondement de l'article 1240 du code civil.

2.

Cette violation cause un préjudice direct et certain aux associations demanderesses.

En effet, comme développé plus haut, celles-ci se sont toutes données pour mission de sensibiliser le public à la problématique énergétique et en particulier aux questions que pose le recours à l'énergie d'origine nucléaire.

Pour ce faire, elles œuvrent pour délivrer une information sincère, complète et objective.

En méconnaissant les règles de déontologie publicitaire qu'elle s'était pourtant engagée à respecter, la société EDF induit le public en erreur quant à la réalité écologique de ses activités.

Ce faisant, elle met à mal les efforts humains et matériels mis en place par les associations et porte une atteinte directe à leur objet social et aux intérêts qu'elles se sont données pour mission de défense.

3. Solution du tribunal et critique

Pour rejeter de ce chef la demande des associations, le tribunal relève que l'engagement d'EDF concerne l'adhésion à des normes purement incitatives et non normatives, que les associations ont finalement obtenu gain de cause puisque les publicités ont été retirées et que cela reviendrait à assortir les avis du JDP de sanctions non prévues par les statuts de l'ARPP.

Cependant :

- si les prescriptions édictées dans la « Recommandation Développement durable » ne sont pas « normative » vis-à-vis des tiers, elles n'en demeurent pas moins précises et inconditionnelles.

Ce critère suffit pour permettre d'engager la responsabilité d'EDF.

- si les publicités ont été retirées ou corrigées après décision du JDP, les faits démontrent cependant que leur réitération dans un court laps de temps manifeste de la part d'EDF une volonté de ne pas être liée par son engagement public et précis vis-à-vis des tiers.

L'atteinte à l'objet statutaire des associations est caractérisée.

- enfin, le fait que les statuts de l'ARPP ne prévoient pas d'autre sanction que la décision du JDP ne saurait faire obstacle à la condamnation d'EDF dès lors que le fondement de sa responsabilité ne trouve pas sa source dans lesdits statuts mais son engagement public, en direction des consommateurs que les associations se sont données pour objectif de faire respecter aux termes de leurs statuts.

B/ SUR LA RÉPARATION DU PRÉJUDICE

Les associations subissent un préjudice directement en lien avec les fautes commises par EDF et entendent demander, outre des dommages-intérêts, la publication d'un message réparateur.

1. Sur le versement d'une indemnité pécuniaire

En réparation du préjudice moral subi, les deux associations nationales Réseau "Sortir du nucléaire" et France Nature Environnement réclament le paiement par EDF de la somme de **15 000 € chacune**.

L'ensemble des associations agissent en effet de façon effective et réelle, et non seulement de façon formelle, en faveur de la protection de l'environnement et de la lutte contre le nucléaire.

L'agrément dont elles disposent n'est délivré par l'Etat qu'à la condition que les associations agissent de façon « effective » et à « titre principal » en faveur de la protection de l'environnement, agrément dont le renouvellement n'est pas automatique mais doit être justifié tous les cinq ans (v. article L 141-1 du Code de l'environnement).

V. également un résumé de leur actions, **PIECE 11**.

2. Sur la publication d'un communiqué

Les associations sollicitent également la publication par EDF, sur la page d'accueil de son site Internet, d'un communiqué portant reconnaissance des faits précédemment détaillés et ce, pendant une durée d'un mois.

EDF, par son comportement, banalise les risques que présente l'énergie nucléaire qu'elle veut promouvoir à travers un message fallacieux selon lequel la lutte contre le réchauffement climatique exige de recourir à ce type d'énergie.

Les écarts relevés par le Jury de Déontologie Publicitaire n'ont rien d'exceptionnels mais sont réitérés par quatre fois, dans la même période et sur les mêmes sujets, en même temps que la « COP 21 ».

EDF n'est pas une entreprise de taille modeste qui n'aurait pas les moyens de vérifier le respect de la Recommandation « Développement durable » de l'ARPP ou qui aurait commis un écart ponctuel.

Elle a sciemment conçu sa communication sans respecter ses propres engagements et en l'assumant de la manière la plus cynique, estimant qu'elle n'était pas liée par la sincérité de ses messages et que, en la matière, ce qui compte ce sont ses seuls intérêts commerciaux.

Elle a dépensé des millions d'euros pour sponsoriser la « COP 21 » et payer ses campagnes publicitaires mises au point par un service de communication et de marketing qui n'ignorait rien de la déloyauté du message délivré.

Dans ces circonstances, EDF usant de l'arme de la communication pour mettre en avant ses actions en faveur de l'environnement, la publication d'un communiqué réparateur sur son site Internet n'en est que plus justifiée dans les circonstances de l'espèce.

V. à titre d'illustration TGI Amiens, 14 janvier 2015 *Asso. France Nature Environnement* (définitif) **PIECE 12.**

* * *

Enfin, l'attitude d'EDF a contraint les exposantes à engager des frais irrépétibles qu'il serait inéquitable de laisser à leur charge ; il conviendra donc de la condamner à la somme de 3.000 euros sur le fondement de l'article 700 du Code de procédure civile.

*

* *

PAR CES MOTIFS,

Vu l'article 31 du code de procédure civile,

Vu l'article 1371 devenu 1300 du Code civil et la théorie des quasi-contrats,

Vu, à titre subsidiaire, l'article 1382 devenu 1240 du Code civil,

Vu les pièces citées,

IL EST DEMANDÉ A LA COUR D'APPEL DE PARIS DE :

- RECEVOIR les Concluantes dans leur appel,
- INFIRMER le jugement du 19 décembre 2017 sur les chefs critiqués, en ce qu'il a déboutées les associations au fond de leurs demandes contre la société EDF,

En conséquence,

- DECLARER recevable et bien fondée leur demande,

A titre principal,

- DIRE et JUGER, par application de l'article 1371 (1300) du Code civil, que EDF a manqué à son engagement volontaire, unilatéral et public de respecter la « recommandation Développement durable » de juin 2009 de l'Agence de régulation professionnelle de la publicité à laquelle elle a adhéré, en diffusant quatre messages publicitaires illicites durant les années 2015 et 2016,
- DIRE et JUGER, pour les causes sus-énoncées que ces manquements causent à chacune des associations un préjudice moral direct et certain,

A titre subsidiaire,

- DIRE ET JUGER, par application de l'article 1382 (1240) du Code civil, que EDF a manqué à son engagement volontaire, unilatéral et public de respecter la « recommandation Développement durable » de juin 2009 de l'Agence de régulation professionnelle de la publicité à laquelle elle a adhéré, en diffusant quatre messages publicitaires illicites durant les années 2015 et 2016,
- DIRE et JUGER que ce non-respect constitue une faute qui cause à chacune des associations un préjudice moral direct et certain,

En conséquence,

- CONDAMNER EDF à verser à « Réseau "Sortir du nucléaire" » et « France Nature Environnement », chacune, la somme de 15 000 euros en réparation du préjudice subi,

- CONDAMNER EDF à diffuser pendant un mois un message réparateur sur la page d'accueil de son site Internet <https://www.edf.fr/>, sous peine d'astreinte de 1500 € par jour de retard et dans un délai de quinze jours à compter de la signification du jugement à venir,
- la CONDAMNER à verser aux associations précitées la somme globale de 3000 euros sur le fondement de l'article 700 du Code de procédure civile,
- la CONDAMNER aux entiers dépens qui seront recouverts dans les conditions prévues à l'article 699 du Code de procédure civile par Maître BUSSON Benoist, avocat au Barreau de Paris,

SOUS RÉSERVES

À PARIS, le 27 avril 2018

Benoist BUSSON, Avocat.