

**TRIBUNAL  
DE GRANDE  
INSTANCE  
DE PARIS**



1/4 social

N° RG :  
**17/06330**

N° MINUTE :

CONDAMNE

Assignation du :  
24 Avril 2017

GD

**JUGEMENT  
rendu le 13 Mars 2018**

**DEMANDERESSE**

**Association FRANCE NATURE ENVIRONNEMENT**  
57 rue Cuvier  
75005 PARIS

représentée par Me Alexandre FARO, avocat au barreau de PARIS,  
vestiaire #P0510

**DÉFENDERESSE**

**S.A.S. HYUNDAI MOTOR FRANCE**  
6/26 boulevard National  
92250 LA GARENNE COLOMBE

représentée par Me Joël HESLAUT, avocat au barreau de  
HAUTS-DE-SEINE, vestiaire #NA758

**COMPOSITION DU TRIBUNAL**

Monsieur Philippe VALLEIX, Premier Vice-Président  
Président de la formation

Madame Géraldine DETIENNE, Vice-Présidente  
Madame Elodie GUENNEC, Juge  
Assesseurs

assistés de Mathilde ALEXANDRE, Greffier lors des débats

**Expéditions  
exécutoires  
délivrées le:**

## **DÉBATS**

A l'audience du 12 Décembre 2017 tenue en audience publique devant Géraldine DETIENNE et Elodie GUENNEC, juges rapporteurs, qui, sans opposition des avocats, ont tenu seules l'audience, et, après avoir entendu les conseils des parties, en ont rendu compte au Tribunal, conformément aux dispositions de l'article 786 du Code de Procédure Civile.

## **JUGEMENT**

- Contradictoire
- En premier ressort
- Prononcé publiquement, par mise à disposition au greffe, les parties en ayant été avisées dans les conditions prévues au deuxième alinéa de l'article 450 du Code de Procédure Civile.
- Signé par Philippe VALLEIX, Président et par Mathilde ALEXANDRE, Greffière, à laquelle la minute de la décision a été remise par le magistrat signataire.

---

## **EXPOSE DU LITIGE**

La SAS HYUNDAI MOTOR FRANCE (ci-après la société HYUNDAI) commercialise des véhicules de la marque HYUNDAI par l'intermédiaire d'un réseau de distributeurs agréés sur le territoire français.

Prétendant que seize visuels publicitaires diffusés sur le site internet et les pages Facebook, Twitter et Instagram de la société HYUNDAI constituaient des infractions aux articles L.362-1 et L.362-4 du code de l'environnement et portaient atteinte à ses intérêts, l'association dite France Nature Environnement, Fédération Française des Sociétés de Protection de la Nature (ci-après l'association France Nature Environnement), lui a, par courrier daté du 09 novembre 2016, demandé de les retirer et de lui verser la somme de 30.000 euros en réparation de son préjudice moral outre la somme de 1.000 euros au titre des honoraires de son avocat et le remboursement du coût du constat d'huissier effectué le 17 octobre 2016.

La société HYUNDAI ayant refusé de donner suite à ces demandes, exception faite du retrait des visuels litigieux, l'association France Nature Environnement l'a, par acte d'huissier de justice délivré le 24 avril 2017, fait citer devant le tribunal de grande instance de Paris.

Aux termes de ses dernières écritures notifiées par la voie électronique le 04 septembre 2017, elle demande au tribunal, au visa des articles L.142-2, L.362-1, L.362-4, R.362-2 et R.362-4 du code de l'environnement, L.121-2 du code de la consommation, 1240 (ancien 1382) du code civil et sous le bénéfice de l'exécution provisoire, de :

- déclarer recevable son action ;
- déclarer la SAS HYUNDAI MOTOR FRANCE responsable de son préjudice ;
- condamner la SAS HYUNDAI MOTOR FRANCE à lui payer la

- somme de 30.000 euros à titre de dommages et intérêts ;
- condamner la SAS HYUNDAI MOTOR FRANCE à faire publier à ses frais le dispositif du jugement en caractères gras et de taille 14, dans cinq journaux spécialisés dans la vente automobile, au choix de l'association, dans un délai de deux mois à compter de la notification du jugement, sous astreinte de 1.000 euros par jour de retard et par journal ;
  - condamner la SAS HYUNDAI MOTOR FRANCE à publier le dispositif du jugement pendant une durée de six mois, sous astreinte de 1.000 euros par jour de retard ou par jour d'infraction :
    - \*sur le site internet <http://www.hyundai.fr>,
    - \*sur sa page facebook <https://www.facebook.com/hyundaifrance>
    - \*sur sa page twitter <https://twitter.com/HyundaiFrance>
    - \* s u r s a p a g e i n s t a g r a m <https://www.instagram.com/hyundaifrance>
  - condamner la SAS HYUNDAI MOTOR FRANCE à lui payer la somme de 3.000 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile,
  - dire le constat de Maître Vincent REQUIS, huissier de justice, utile aux débats et dire son coût compris dans les dépens ;
  - condamner la SAS HYUNDAI MOTORFRANCE aux entiers dépens, lesquels comprendront le coût du constat de Maître Vincent REQUIS, huissier de justice, du 17 octobre 2016.

Aux termes de ses dernières écritures notifiées par la voie électronique le 30 août 2017, la société HYUNDAI demande au tribunal, au visa des articles L.362-1, L.362-4, R.362-2, R.362-4 du code de l'environnement et 31 et 32 du code de procédure civile, de :

- constater que la demanderesse est dépourvue de tout intérêt à agir en matière de droit de la consommation et la déclarer irrecevable à ce titre;
- constater que la demanderesse n'apporte aucune preuve qu'elle ait commis une quelconque infraction aux dispositions du code de l'environnement ;

En conséquence,

- débouter l'association France Nature Environnement en toutes ses demandes, fins et conclusions ;
- condamner l'association France Nature Environnement à lui verser la somme de 1 euro de dommages et intérêts au titre de l'exercice abusif de son droit d'agir en justice ;
- condamner l'association France Nature Environnement à lui verser la somme de 5.000 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile ainsi qu'aux entiers dépens.

Pour un plus ample exposé de l'argumentation des parties, il est renvoyé, conformément aux dispositions de l'article 455 du code de procédure civile, à leurs dernières écritures.

L'ordonnance de clôture a été rendue le 31 octobre 2017.

## MOTIFS

### Sur la recevabilité

Aux termes de l'article 122 du code de procédure civile, constitue une fin de non-recevoir tout moyen qui tend à faire déclarer l'adversaire irrecevable en sa demande, sans examen au fond, pour défaut de droit

d'agir tel le défaut de qualité, le défaut d'intérêt, la prescription, le délai préfix, la chose jugée.

L'article 31 du même code dispose que 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.

En l'espèce, la société HYUNDAI invoque l'absence d'intérêt à agir de l'association France Nature Environnement sur le fondement de l'article L.121-1, I, 2° du code de la consommation qui vise à interdire toute pratique commerciale trompeuse au motif que la défense des consommateurs n'entre pas dans son objet social.

Cependant, l'article L.142-2 du code de l'environnement dispose que les associations agréées mentionnées à l'article L.141-2 peuvent exercer les droits reconnus à la partie civile en ce qui concerne les faits portant un préjudice direct ou indirect aux intérêts collectifs qu'elles ont pour objet de défendre et constituant une infraction aux dispositions législatives relatives à la protection de la nature et de l'environnement, à l'amélioration du cadre de vie, à la protection de l'eau, de l'air, des sols, des sites et des paysages, à l'urbanisme, à la pêche maritime ou ayant pour objet la lutte contre la pollution et les nuisances, la sûreté nucléaire et la radioprotection, les pratiques commerciales et les publicités trompeuses ou de nature à induire en erreur quand ces pratiques ou publicités comportent des indications environnementales ainsi qu'aux textes pris pour leur application.

Il ressort de ces dispositions que les associations agréées dont l'objet est la protection de l'environnement sont habilitées à exercer, devant les juridictions tant civiles que répressives, toute action tendant à obtenir réparation du préjudice direct ou indirect causé aux intérêts collectifs qu'elles ont pour objet de défendre, soit par une infraction aux dispositions légales ou réglementaires relatives à la protection de la nature, soit par des pratiques commerciales et des publicités trompeuses ou de nature à induire en erreur quand celles-ci comportent des indications environnementales.

Or, l'association France Nature Environnement justifie avoir été reconnue d'utilité publique par décret du 10 février 1976 et agréée, au titre de l'article 40 de la loi du 10 juillet 1976 relative à la protection de la nature (désormais codifié à l'article L.141-1 du code de l'environnement), par arrêté du 29 mai 1978 renouvelé par arrêté du 20 décembre 2012.

Aux termes de l'article 1 de ses statuts, elle a pour objet *«la protection de la nature et de l'environnement, dans la perspective humaniste d'une société supportable et désirable et donc notamment de :*

- conserver et de restaurer les espaces, ressources, milieux et habitats naturels, terrestres et marins, les espèces animales et végétales, la diversité et les équilibres fondamentaux de la biosphère, l'eau, l'air, le sol, le sous-sol, les sites et paysages, le cadre de vie,*
- participer à la sauvegarde du domaine public naturel, fluvial et maritime ainsi que des chemins ruraux,*
- lutter contre les pollutions et nuisances,*

- *promouvoir une utilisation de l'énergie sobre et efficace,*
- *prévenir les dommages écologiques et les risques naturels, technologiques et sanitaires,*
- *défendre un ménagement soutenable du territoire et un urbanisme économes, harmonieux et équilibrés,*
- *promouvoir et de veiller à une production et une consommation ainsi que des déplacements supportables et désirables pour l'humain et l'environnement,*
- *promouvoir et de veiller à la diffusion et au développement d'une information environnementale et sanitaire, vraie et loyale ».*

Dès lors, elle justifie de son intérêt à agir aux fins d'obtenir réparation du préjudice résultant de la pratique commerciale trompeuse caractérisée par la diffusion de publicités présentant des véhicules en infraction aux dispositions des articles L.362-1 et L.362-4 du code de l'environnement peu important qu'elle n'ait pas pour objet statutaire la défense des intérêts des consommateurs dès lors que cette diffusion est susceptible de porter atteinte à la protection de l'environnement que l'association a pour objet statutaire de défendre.

La fin de non-recevoir soulevée par la société HYUNDAI ne peut par conséquent prospérer.

### **Sur le fond**

#### Sur la publicité illicite

L'article L.362-1 du code de l'environnement dispose qu'en vue d'assurer la protection des espaces naturels, la circulation des véhicules à moteur est interdite en dehors des voies classées dans le domaine public routier de l'Etat, des départements et des communes, des chemins ruraux et des voies ouvertes à la circulation publique des véhicules à moteur.

Aux termes de l'article L.362-2 du même code, l'interdiction prévue à l'article L.362-1 ne s'applique pas aux véhicules utilisés pour remplir une mission de service public.

Sous réserve des dispositions des articles L.2213-4 et L.2215-3 du code général des collectivités territoriales, l'interdiction ne s'applique pas aux véhicules utilisés à des fins professionnelles de recherche, d'exploitation ou d'entretien des espaces naturels et elle n'est pas opposable aux propriétaires ou à leurs ayants droit circulant ou faisant circuler des véhicules à des fins privées sur des terrains appartenant auxdits propriétaires.

En application de l'article L.362-4 dudit code, est interdite toute forme de publicité directe ou indirecte présentant un véhicule en situation d'infraction aux dispositions du présent chapitre.

L'article R.362-2 du code de l'environnement prévoit quant à lui qu'est puni de l'amende prévue pour les contraventions de la 5<sup>e</sup> classe, le fait, pour tout conducteur, de contrevenir aux dispositions des articles L.362-1 et L.362-3 concernant :

- 1° L'interdiction de la circulation des véhicules à moteur en dehors des voies classées dans le domaine public routier de

l'Etat, des départements et des communes, des chemins ruraux et des voies privées ouvertes à la circulation publique des véhicules à moteur.

2° L'interdiction d'utilisation, à des fins de loisirs, d'engins motorisés conçus pour la progression sur neige, sous réserve des dispositions de l'article L.362-3.

Enfin, en application de l'article R.362-4 du code de l'environnement, toute publicité, quel qu'en soit le support, présentant un véhicule à moteur ne respectant pas les dispositions des articles L.362-1 et L.362-2 du présent code et des articles L.2213-4 et L.2215-3 du code général des collectivités territoriales est punie de l'amende prévue pour les contraventions de la cinquième classe.

En application des articles 9 du code de procédure civile et 1358 du code civil, il incombe à l'association France Nature Environnement de rapporter la preuve par tous moyens des faits juridiques qu'elle invoque au soutien de ses prétentions. L'absence de production aux débats d'un procès-verbal d'infraction établi par l'une des personnes visées à l'article L.362-5 du code de l'environnement est par conséquent indifférente.

Si, dans son courrier précité du 09 novembre 2016, l'association France Nature Environnement faisait état de seize visuels publicitaires illicites, dans le cadre de la présente procédure, elle n'en invoque que quinze qui sont regroupés au sein de sa pièce numéro 3.

La société HYUNDAI ne conteste ni la matérialité de ces visuels, ni leur diffusion via son site internet et les trois réseaux sociaux cités par la demanderesse.

Ces visuels représentent des véhicules de marque HYUNDAI positionnés au sein de divers espaces naturels : une étendue de graviers ou le lit d'un cours d'eau avec des collines à proximité (visuels n°1 et n°11 de la pièce n°3), des plages et rivages de bord de mer (visuels n°2, 8, 10 et 12), les rives d'un plan d'eau (visuel n°3), des champs et étendues d'herbe (visuels n°5, 7, 13, 14, 15 et 16), des espaces montagnards ou enneigés (visuels n°6 et 9).

Il est de principe que l'interdiction édictée par l'article L.362-1 du code de l'environnement s'applique en tous lieux, hors des voies publiques, des chemins ruraux et des voies privées ouvertes à la circulation publique des véhicules à moteur et n'est subordonnée ni à l'intervention de dispositions réglementaires, ni à l'implantation sur les lieux d'une signalisation. Elle s'applique à tous les espaces naturels qu'ils fassent l'objet d'une protection particulière ou non. La distinction opérée par la société HYUNDAI entre « *espaces naturels* » et « *nature* » est par conséquent inopérante.

En l'absence de statut ou de signalisation particulière, il est communément tenu compte, pour déterminer si une voie est ouverte à la circulation, des caractéristiques de la voie en cause. Ainsi, lorsque le chemin est revêtu ou empierré ou lorsqu'il présente un aspect carrossable accessible à des véhicules de tourisme non spécialement adaptés au « *tout terrain* », il est présumé ouvert à la circulation.

Cependant, il ne s'agit que d'éléments indicatifs et le fait, à le supposer avéré, que les véhicules objets des publicités litigieuses ne soient pas des véhicules « *tout terrain* » n'est par conséquent pas suffisant pour démontrer qu'ils ne sont pas en situation d'infraction, l'interdiction édictée par l'article L.362-1 du code de l'environnement s'appliquant à tous les véhicules à moteur.

L'application de l'article L.362-4 n'exige par ailleurs nullement que les photographies aient été prises en France.

Au vu de la configuration des lieux qui ne comportent aucune habitation, ni aménagement, ni voie réelle clairement matérialisée, chemin goudronné ou piste carrossable, il est incontestable que les véhicules litigieux ne se trouvent pas sur l'une des voies autorisées visées par l'article L.362-1 du code de l'environnement, aucune voie susceptible d'être qualifiée de voie ouverte à la circulation n'étant même visible à proximité.

Il importe peu que les véhicules en cause ne soient pas en train de circuler et qu'aucun conducteur n'apparaisse au volant dès lors qu'au vu de la configuration des lieux et de leur position, ils ont nécessairement circulé sur les espaces non ouverts à la circulation avant de s'arrêter.

Il sera souligné à ce titre que la recommandation « *Développement durable* » de l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité prévoit dans son point 9/1 b) « *La représentation, sous quelque forme que ce soit, de véhicules à moteur en milieu naturel devra clairement les positionner sur des voies ouvertes à la circulation* ».

La diffusion des visuels litigieux sur le site internet et les pages Facebook, Twitter et Instagram de la société HYUNDAI n'étant pas contestée, la commission par celle-ci de l'infraction prévue à l'article L.362-4 du code de l'environnement est établie.

#### Sur la pratique commerciale trompeuse

L'article L.121-2 du code de la consommation dispose qu'une pratique commerciale est trompeuse si elle est commise dans l'une des circonstances suivantes :

1° Lorsqu'elle crée une confusion avec un autre bien ou service, une marque, un nom commercial ou un autre signe distinctif d'un concurrent ;

2° 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 ;

- c) Le prix ou le mode de calcul du prix, le caractère promotionnel du prix et les conditions de vente, de paiement et de livraison du bien ou du service ;
  - d) Le service après-vente, la nécessité d'un service, d'une pièce détachée, d'un remplacement ou d'une réparation ;
  - e) La portée des engagements de l'annonceur, la nature, le procédé ou le motif de la vente ou de la prestation de services ;
  - f) L'identité, les qualités, les aptitudes et les droits du professionnel ;
  - g) Le traitement des réclamations et les droits du consommateur;
- 3° Lorsque la personne pour le compte de laquelle elle est mise en œuvre n'est pas clairement identifiable.

Pour contester l'existence de toute pratique commerciale trompeuse, la société HYUNDAI prétend que celle-ci doit s'apprécier in abstracto en prenant en compte le degré de discernement moyen des consommateurs et que, dans le cas présent, n'importe quel consommateur est capable de constater que les véhicules représentés ne peuvent pas évoluer dans des paysages montagneux ou sauvages.

Il convient de relever que, pour démontrer que les voies en cause devaient être considérées comme ouvertes à la circulation, la défenderesse invoquait, au contraire, le fait que les lieux de prise de vue étaient accessibles par des véhicules de tourisme autres que des véhicules « *tout terrain* ».

En toute hypothèse, il n'est nullement évident que les véhicules dont s'agit ne soient pas en capacité d'évoluer dans les espaces photographiés.

Les visuels litigieux qui font apparaître des véhicules de la marque HYUNDAI dans des espaces naturels, sans aucune information sur les dispositions du code de l'environnement relatives aux conditions de circulation des véhicules à moteur, sont de nature à laisser croire au consommateur qu'ils peuvent être utilisés dans ces espaces sans aucune restriction. Il s'agit d'un argument de vente de nature à induire en erreur le consommateur sur les conditions et possibilités d'utilisation des véhicules en cause ce qui constitue une pratique commerciale trompeuse.

#### Sur le préjudice

Il ressort des développements qui précèdent que la société HYUNDAI a procédé à la diffusion de visuels publicitaires présentant des véhicules en infraction aux dispositions de l'article L.362-4 du code de l'environnement et comportant des indications environnementales trompeuses ou de nature à induire en erreur le consommateur.

La diffusion de ces visuels empêche le développement d'une information environnementale vraie et loyale et est susceptible de provoquer des comportements contraires à la protection de l'environnement et à la préservation des espaces naturels et partant de causer des préjudices à ces espaces. Elle porte de ce fait atteinte aux intérêts de l'association France Nature Environnement.

Celle-ci justifie par ailleurs de ses actions pour lutter contre les atteintes aux espaces naturels, notamment en obtenant le retrait de publicités illicites et trompeuses et en sensibilisant le public en la matière.

Au vu de ces éléments, du nombre de visuels en cause, de l'ampleur de leur diffusion mais aussi de leur retrait après la réception du courrier de l'association France Nature Environnement, il sera alloué à celle-ci la somme de 15.000 euros à titre de dommages et intérêts en réparation de son préjudice.

### **Sur les autres demandes**

Dès lors qu'il n'est pas contesté que la société HYUNDAI a procédé au retrait des visuels litigieux à la réception du courrier précité du 09 novembre 2016, soit il y a plus plus d'un an, il ne sera pas fait droit aux demandes de publication du dispositif du présent jugement.

Au vu de l'issue du litige, la société HYUNDAI sera déboutée de sa demande de dommages et intérêts, l'association France Nature Environnement n'ayant commis aucun abus dans l'exercice de son droit d'ester en justice, étant observé au surplus que l'article 32-1 du code de procédure civile ne peut être mis en oeuvre que de la propre initiative de la juridiction saisie, une partie ne pouvant avoir aucun intérêt moral au prononcé d'une amende civile à l'encontre de son adversaire.

La société HYUNDAI qui succombe sera condamnée aux dépens qui comprendront le coût du constat d'huissier dressé le 17 octobre 2016 par Maître Vincent REQUIS, ces frais légitimement engagés par la demanderesse ayant joué un rôle direct dans la présente instance.

Il convient, en application des dispositions de l'article 700 du code de procédure civile, de mettre à la charge de la société HYUNDAI une partie des frais non compris dans les dépens et exposés par l'association France Nature Environnement à l'occasion de la présente instance. Elle sera condamnée à lui payer la somme de 2.500 euros à ce titre.

L'exécution provisoire, compatible avec la nature de l'affaire, sera ordonnée conformément aux dispositions de l'article 515 du code de procédure civile.

### **PAR CES MOTIFS**

Le Tribunal, statuant publiquement, par jugement mis à disposition au greffe, contradictoire et en premier ressort ;

**DIT** que la SAS HYUNDAI MOTOR FRANCE a contrevenu aux dispositions des articles L.362-1 et L.362-4 du code de l'environnement en diffusant des visuels publicitaires qui représentent des véhicules à moteur circulant sur des voies non ouverte à la circulation du public et s'est livrée à une pratique commerciale trompeuse au sens de l'article L.121-2 du code de la consommation ;

**CONDAMNE** la SAS HYUNDAI MOTOR FRANCE à payer à l'association France Nature Environnement la somme de **15.000 euros (quinze mille euros)** à titre de dommages et intérêts en réparation de son préjudice ;

**CONDAMNE** la SAS HYUNDAI MOTOR FRANCE à payer à l'association France Nature Environnement la somme **de 2.500 euros (deux mille cinq cents euros)** sur le fondement de l'article 700 du code de procédure civile ;

**REJETTE** le surplus des demandes ;

**CONDAMNE** la SAS HYUNDAI MOTOR FRANCE aux dépens qui comprendront le coût du constat d'huissier dressé le 17 octobre 2016 par Maître Vincent REQUIS ;

**ORDONNE** l'exécution provisoire de la présente décision ;

Fait et jugé à Paris le 13 Mars 2018

La Greffière

Le Président

M. ALEXANDRE

P. VALLEIX