

CABINET BUSSON
Avocats à la Cour
280, boulevard Saint-Germain - 75007 Paris
tél. 01 49 54 64 49 / 60 - fax. 01 49 54 64 65

Tribunal de Grande Instance de PARIS
Audience du 3 mai 2016 à 13h30

N° RG : 15/16728

CONCLUSIONS EN RÉPONSE N°1

POUR :

- RÉSEAU "SORTIR DU NUCLÉAIRE",
- FRANCE NATURE ENVIRONNEMENT,
- ALSACE NATURE,
- STOP FESSENHEIM,
- STOP TRANSPORTS-HALTE AU NUCLEAIRE,
- COMITÉ DE SAUVEGARDE DE FESSENHEIM ET DE LA PLAINE DU RHIN,

Demanderesses,

Ayant pour avocat :

Maître Benoist BUSSON
Avocat au barreau de PARIS

CONTRE : - ELECTRICITE DE France,

Défenderesse,

Ayant pour avocat :

Maître Bertrand POTOT
Avocat au barreau de PARIS

PLAISE AU TRIBUNAL,

- 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

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.

Enfin, 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, à nouveau, saisi le Jury de Déontologie Publicitaire d'une plainte pour violation de la recommandation « Développement durable ».

Par un avis du 11 décembre 2015, le JDP a, une nouvelle fois, relevé la méconnaissance de cette recommandation.

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

5.

Les publicités incriminées violent toutes la recommandation « Développement durable » de juin 2009 de l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité à laquelle EDF a déclaré volontairement souscrire.

Cette méconnaissance répétée d'un engagement unilatéral doit être sanctionnée sur le fondement du quasi-contrat tel que prévu par l'article 1371 du code civil.

A défaut, à titre subsidiaire, la violation des règles édictées par l'ARPP constitue des fautes au visa de l'article 1382 du Code civil.

Les associations, qui œuvrent toutes en faveur de la protection de l'environnement et pour une communication loyale en matière de développement durable, subissent dans tous les cas un préjudice directement en relation avec la faute commise par EDF.

C'est pour cette raison que, par exploit remis à la défenderesse le 5 novembre 2015, les exposantes sollicitent sa condamnation à leur réparer le préjudice moral subi.

3

CABINET BUSSON

Par conclusions en date du 15 mars 2015, EDF conclut au débouté des demandes des associations.

- DISCUSSION -

L'action des concluantes est recevable (I) et bien fondée (II).

I- SUR LA RECEVABILITÉ DES ASSOCIATIONS

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,

- 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.

- L'association « 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 **PIECE 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.

- L'association « ALSACE NATURE » a pour objet également la protection de la nature et de l'environnement dans la région Alsace (statuts **PIECE 10-1**) et est agréée par arrêté

préfectoral du 18 décembre 2012 au titre de l'article L 141-1 du Code de l'environnement (**PIECE 10-2**).

- Les associations « STOP FESSENHEIM », « STOP TRANSPORTS-HALTE AU NUCLEAIRE », « COMITÉ DE SAUVEGARDE DE FESSENHEIM ET DE LA PLAINE DU RHIN », ont pour objet chacune spécifiquement de lutter contre les risques et dangers que présente la centrale électronucléaire de Fessenheim, le transport de ses déchets à travers toute la France et œuvrent en faveur d'une information loyale du public en matière de lutte contre le nucléaire.

V. statuts des associations « STOP FESSENHEIM » (**PIECE 11-1**), « STOP TRANSPORTS-HALTE AU NUCLEAIRE » (**PIECE 12-1**), « COMITÉ DE SAUVEGARDE DE FESSENHEIM ET DE LA PLAINE DU RHIN » (**PIECE 13-1**).

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.

3) Réponse d'EDF et réplique

1.

Selon EDF, les associations fonderaient leur intérêt à agir sur l'article L. 142-2 du code de l'environnement.

Il n'en est rien cependant puisque cet article spécial vise les seules actions civiles.

Mais il est cité pour rappeler, dans un domaine proche, les conditions de recevabilité des associations.

C'est un domaine proche en effet car l'article L. 142-2 vise spécifiquement depuis la loi du 12 juillet 2010 « *les pratiques commerciales et les publicités trompeuses ou de nature à induire en erreur quand ces pratiques et publicités comportent des indications environnementales ainsi qu'aux textes pris pour leur application* ».

Or, les allégations et informations fausses résultant des publicités d'EDF que le Jury de déontologie publicitaire a condamnées peuvent relever également des pratiques commerciales et publicités trompeuses qui comportent des indications environnementales.

En tout état de cause, les demanderesses fondent leur recevabilité sur l'article 31 du code de procédure civile qui admet l'action de toute personne ayant un « intérêt légitime » et en rappelant les termes de la jurisprudence de la Cour de cassation qui, hors habilitation législative (l'article L142-2 cod. env. précité), exige une atteinte suffisamment spéciale à l'objet social de la personne morale.

En matière de quasi-contrat, l'article 1371 du code civil vise l'« engagement quelconque envers un tiers ».

Ainsi, la jurisprudence admet la recevabilité de tout tiers ayant un intérêt à l'exécution d'une obligation née d'un engagement volontaire, à savoir toute personne justifiant d'une espérance légitime d'exécution contrariée.

V. par exemple : cass, ch. mixte, 6 septembre 2002, n° 98-22981, *Association UFC Que Choisir et a. c/ société Maison française de distribution et a.*, déclarant recevable l'association « UFC Que Choisir » de son action en réparation de l'atteinte portée à l'intérêt collectif des consommateurs en matière de loterie publicitaire.

Plus spécifiquement, en matière de développement durable, de « responsabilité sociale de l'entreprise » (RSE), les tiers intéressés sont l'ensemble des personnes concernées par l'engagement pris par l'entreprise de manière publique, c'est-à-dire toutes celles intéressées par ses activités en tant que client, consommateur, actionnaire *etc.*

Tous sont destinataires du discours et des engagements de l'entreprise, relayés *via* la publicité sur des médias tiers ou un site internet.

En l'espèce, les associations sont directement intéressées par le respect par EDF de ses engagements en matière de publicité, formalisés et portés à la connaissance du public par son adhésion à l'ARPP.

Le Tribunal d'instance de Lyon l'a ainsi déjà jugé, spécialement en matière de quasi contrat et concernant France Nature Environnement, v. TI de Lyon, 13 février 2015, FNE c/ SARL AFFCOM, **PIECE 14**.

2.

Dès lors, l'argumentation d'EDF tirée de l'absence d'intérêt à agir des associations faute de publicité faisant la promotion de l'électricité d'origine nucléaire est hors de propos.

En effet, les associations entendent, de façon générale, s'assurer de la conformité des activités d'EDF à ses engagements, qui comme le résume l'ARPP sur son site internet, consistent à :

« être partisan d'une publicité de qualité, irréprochable sur le plan juridique et déontologique ».

V. PIERCE 18 Extraits du site internet de l'ARPP.

Leur objectif principal est d'assurer une exacte et complète information du public.

Leurs objets sociaux comportent tous cet objectif :

- SORTIR DU NUCLEAIRE : « - informer le public et susciter la participation des citoyens, faire œuvre d'éducation populaire, et notamment contribuer à la gestion équilibrée et durable des ressources énergétiques par une éducation à l'environnement (utilisation rationnelle de l'énergie, information sur les énergies renouvelables...) »

V. PIERCE 8-1

- FNE : « promouvoir et de veiller à la diffusion et au développement d'une information environnementale et sanitaire, vraie et loyale »

V. PIECE 9-1

- ALSACE NATURE REGION : « d'informer et de sensibiliser la population sur tous les aspects d'un nécessaire respect du milieu de vie »

V. PIECE 10-1

- STOP FESSENHEIM : « lutter contre la désinformation sur le sujet du nucléaire »

V. PIECE 11-1

- STOP TRANSPORTS – HALTE AU NUCLEAIRE : « engager toutes les réflexions et actions permettant à la France de sortir du nucléaire et notamment en promouvant une autre politique énergétique »

V. PIECE 12-1

- COMITE POUR LA SAUVEGARDE DE FESSENHEIM ET DE LA PLAINE DU RHIN :
« organiser différentes formes de lutte contre les nuisances d'origine nucléaire, que ce soit par le moyen de réunions d'information publiques ou privées, colloques, manifestations de protestation, publications diverses (...) »

V. PIECE 13-1.

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. PIECE 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.

B. SUR LA QUALITÉ POUR AGIR DES ASSOCIATIONS

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

« 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 et a mandaté à cette fin sa coordinatrice des questions juridiques, Marie Frachisse.

V. PIECE 8-3 Mandat pour ester.

FNE a été régulièrement autorisée à exercer la présente action aux termes de la décision de son bureau en FNE en date des 7 et 29 octobre 2015 des mandats pour ester de son président (PIECE 9-4) conformément à l'article 9 de ses statuts.

ALSACE NATURE a été autorisée à agir par délibération en date du 2 novembre 2015 (PIECE 10-3), de même que STOP FESSENHEIM (PIECE 11-2) et STOP TRANSPORTS-HALTE AU NUCLEAIRE (PIECE 12-2) et CSFR (PIECE 13-2) par délibération du 30 octobre 2015.

Par ces motifs, la recevabilité des associations sera admise.

II.- SUR LE BIEN FONDÉ DE L'ACTION

EDF a commis plusieurs fautes (A) qui l'obligent à les réparer (B).

A/ SUR LES FAUTES D'EDF

Contrairement à ce qu'écrit EDF, les concluantes sont parfaitement fondées à invoquer alternativement les articles 1371 et 1382 du code civil dès lors qu'il existe un débat sur le fondement en droit de leur action.

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

1- SUR LES ENGAGEMENTS D'EDF

a) En droit

1.

L'article 1371 du Code civil 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 14 précitée.

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 ».

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.

c) Défense d'EDF et réplique

Dans ses écritures, EDF se borne à répondre :

« L'ensemble des décisions communiquées par les demanderesse concernent une relation bipartite aux termes de laquelle un engagement a été pris envers une personne nommément désignée. »

Or, comme exposé précédemment, il suffit que l'engagement soit précis, non équivoque, ferme et public pour lier la société et créer une attente légitime chez les parties prenantes.

D'ailleurs, l'article 1371 vise les tiers en général, formule qui ne saurait imposer que le destinataire soit précisément déterminé lors de la prise de l'engagement.

Elle fait également une lecture erronée de la décision du Tribunal d'instance de Lyon. En effet, peu importe la forme qu'il prend, c'est le seul manquement à un engagement que les juges ont entendu sanctionner sur le fondement de l'article 1371 du code civil.

Un quasi-contrat enfin ne suppose pas l'existence d'une disposition législative ou réglementaire contraignante.

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.

Or, cette obligation n'a pas été respectée.

a) Trois 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-Forets (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 malhonnête 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 a 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.

13

CABINET BUSSON

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 le 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 minerai d'uranium, fabrication des centrales nucléaires et des barrages qui requièrent 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 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 seraient 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 17.

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

b) Défense d'EDF et réplique

Tentant de décrédibiliser l'action des associations, EDF soutient qu'elles procèderaient à « des distorsions et dénaturations systématiques pour parvenir à leur seul objectif, fut-il hors sujet : réitérer, coûte que coûte, des déclarations critiques contre l'énergie nucléaire, alors même que le nucléaire n'est pas concerné par le message incriminé ».

Or, d'une part, il a été exposé, et constaté par le JDP, que le nucléaire était indirectement mais nécessairement concerné par les campagnes de publicité litigieuses.

En effet, rappelons que l'énergie nucléaire représente 74,5% du mix d'EDF.

De plus, la présenter comme sans CO2 est mensonger dès lors que ne sont pas pris en compte les cycles amont (extraction et fabrication du combustible) et aval (gestion des déchets nucléaires).

En réalité, ce sont 66g de CO2 qui sont émis par KWh produit via l'énergie nucléaire.

D'autre part, l'action des associations est parfaitement justifiée puisque les abus d'EDF sont avérés.

C'est à tort qu'elle s'obstine à contester ces écarts et à se revendiquer partenaire d'un monde bas carbone. En effet, non seulement ce point a été censuré à deux reprises par le JDP puisque le monde bas carbone s'il est un objectif de la COP21 n'est en rien une réalité. Mais en plus, être partenaire de la COP ne saurait occulter le fait qu'EDF détient 16 centrales à charbon à travers le monde et est la 19^{ème} entreprise la plus émettrice de gaz à effet de serre au monde.

En tronquant les informations diffusées et en omettant de mentionner l'ensemble de ses activités, EDF donne une image trompeuse de sa production, le public ne disposant pas nécessairement des données et de l'analyse suffisantes pour en avoir une exacte perception.

Dans tous les cas, la méconnaissance de la Recommandation « Développement durable » ayant été constatée à trois reprises par le JDP, il est vain pour EDF de tenter encore de se justifier.

Bien que la société s'entête à soutenir le contraire, la lecture des avis du JDP suffira à convaincre votre Tribunal que la violation des engagements d'EDF est indéniable.

De plus, il est à noter qu'EDF avait la possibilité de saisir le JDP d'une demande de révision des avis rendus mais n'a jamais eu recours à cette procédure, admettant donc implicitement leur bien-fondé !

Dès lors, en application de la théorie du quasi contrat, il appartient à EDF de se conformer aux engagements pris et de réparer le préjudice né pour les parties prenantes de la violation de ces engagements.

B. A TITRE SUBSIDIAIRE, SUR LA RESPONSABILITE D'EDF

A titre subsidiaire, dans l'hypothèse où votre Tribunal 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 1382 du code civil, et à justifier la réparation du préjudice subi par les associations demanderessees.

1. En droit

Aux termes de l'article 1382 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 1382 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. Défense d'EDF et réplique

EDF insiste sur le caractère non contraignant des avis du JDP pour écarter l'existence d'une faute.

Or, la seule méconnaissance d'un engagement unilatéral ferme et précis suffit à caractériser une faute au sens de l'article 1382 du code civil.

Les avis des 22 juillet 2015, 14 octobre 2015 et 11 décembre 2015 sont parfaitement clairs et constatent tous une méconnaissance des dispositions de la Recommandation « Développement durable » de l'ARPP auquel EDF a pourtant souscrit.

La faute objective est constituée, sans qu'il y ait lieu de démontrer l'intention d'EDF de méconnaître volontairement ses engagements.

Il est ensuite vain pour la société de revenir sur le contenu des messages publicitaires et de tenter d'en justifier le contenu, alors **qu'elle n'a jamais contesté le bien-fondé des avis du JDP** malgré la possibilité qui lui était offerte par le biais de la procédure de révision (v. Règlement intérieur du JDP, **PIECE 19**).

Le débat au fond a déjà eu lieu devant le JDP et n'a pas lieu d'être à nouveau développé devant votre Tribunal.

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 5 000 € par message illicite diffusé, soit **15 000 € chacune**.

Les associations locales, qui œuvrent spécifiquement en Alsace, réclament en réparation la somme de **5 000 € 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 la plupart dispose (seules les associations locales n'ont pas d'agrément car aux termes de l'article R 141-3 du Code de l'environnement, ce dernier est délivré seulement au niveau département, régional ou national) 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 15**.

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 trois fois, dans la même année 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 16**.

* * *

Au vu de ces éléments et bien qu'elle mette tous les moyens en œuvre pour décrédibiliser l'action des associations, la société EDF ne saurait raisonnablement affirmer que la présente procédure est abusive.

Sa demande de dommages-intérêts sur ce fondement sera évidemment rejetée.

* * *

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 2.500 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 du code civil et la théorie des quasi-contrats,

Vu, à titre subsidiaire, l'article 1382 du code civil,

Vu les pièces citées,

IL EST DEMANDÉ AU TRIBUNAL DE GRANDE INSTANCE DE PARIS DE :

- DÉCLARER recevable et bien fondée la demande des associations,

A titre principal,

- DIRE et JUGER, par application de l'article 1371 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 trois messages publicitaires illicites durant l'année 2015 comme il est dit aux motifs de la présente,

- 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 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 trois messages publicitaires illicites durant l'année 2015 comme il est dit aux motifs de la présente,

- 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,

- à « Alsace Nature », « Stop Fessenheim », « Stop Transports-Halte au Nucléaire », « CSFR », chacune, la somme de 5 000 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 2500 euros sur le fondement de l'article 700 du Code de procédure civile,

- la CONDAMNER aux entiers dépens qui seront recouvrés 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 29 avril 2016

Benoist BUSSON, Avocat

LISTE DES PIÈCES FONDANT LA DEMANDE

1. ARPP - recommandation de juin 2009 « Développement durable ».
2. liste des adhérents à l'ARPP
3. infographie – publicité tirée du site Internet d'EDF Alsace
4. avis JDP du 22 juillet 2015
5. publicité d'EDF dans le journal « Les Echos »
6. avis JDP du 14 octobre 2015
7. publicité tirée de son site Internet « EDF, Partenaire d'un monde bas carbone » (17/09/2015)
8. -1 Statuts de l'association RÉSEAU "SORTIR DU NUCLÉAIRE" – 2 agrément ministériel – 3 Mandat pour ester
9. -1 statuts de l'association France Nature Environnement – 2 agrément ministériel – 3 décret de reconnaissance d'utilité publique – 4 Mandat pour ester
10. -1 statuts d'Alsace Nature – 2 agrément préfectoral – 3 mandat pour ester
11. – 1 statuts de STOP FESSENHEIM – 2 mandat pour ester
12. - 1 statuts de STOP TRANSPORTS-HALTE AU NUCLEAIRE – 2 mandat pour ester
13. -1 statuts du COMITÉ DE SAUVEGARDE DE FESSENHEIM ET DE LA PLAINE DU RHIN – 2 mandat pour ester
14. TI de Lyon, 13 février 2015, FNE c/ SARL AFFCOM
15. Dossier d'action des associations (résumé, par association)
16. TGI Amiens, 14 janvier 2015 *Asso. France Nature Environnement.*

PIECES NOUVELLES :

17. Avis du JDP du 11 décembre 2015
18. Extraits du site internet de l'ARPP
19. Règlement intérieur du JDP