

# Veille

## **Festival de Rock / Pression Live : parrainage autorisé, publicité illégale !**

**CA Paris 03/12/2020 n°17/14-366**

En ces temps contrastés, comment ne pas s'intéresser à une décision relative à un Festival de Rock (non masqué en 2014) à l'occasion duquel la consommation de bière est autorisée... Mais ne nous y trompons pas, ce qui était en jeu concerne l'application de la loi Evin et non une ode à la liberté retrouvée ! La société Brasserie Kronenbourg, qui avait associé sa marque « *Pression Live* » à l'une des scènes et apparaissait comme partenaire du Festival, était-elle à l'origine d'un parrainage illicite et d'une publicité prohibée ? Telle était la question posée aux magistrats saisis par l'Association Nationale de Prévention en Alcoologie et Addictologie (ANPAA).

Concernant tout d'abord le parrainage, la Cour rappelle qu'est interdite « *toute opération de parrainage, lorsqu'elle a pour objet ou pour effet la propagande ou la publicité, directe ou indirecte, en faveur des boissons alcooliques* » (art L 3323-2 CSP). Ce faisant, le parrainage d'une manifestation n'est illicite qu'en raison de son objet ou de ses effets, indépendamment du caractère direct ou indirect de la publicité qui en est la contrepartie ou de la légalité de son contenu (art L 3323 CSP). Or, ici l'existence d'un parrainage est, pour la Cour, démontré : naming associé à une scène en contrepartie de ressources financières complémentaires ; mise à disposition du festival de la marque semi-figurative *Pression Live*. Ce parrainage caractérisé est-il pour autant illicite ?

Pour l'ANPAA, ce parrainage avait pour contrepartie la publicité directe au bénéfice de la bière Kronenbourg notamment sur le programme et le pan distribués aux festivaliers. Cet argument est écarté par la Cour au motif

*« qu'eu égard à leur emplacement et dès lors qu'elles se limitent à l'usage du logo ou de la dénomination sociale de l'entreprise, ces mentions ne peuvent pas constituer une publicité directe ou indirecte en faveur des produits alcooliques vendus par l'entreprise et la démonstration n'est pas faite qu'elles seraient la contrepartie du parrainage. Qu'il en est de même de la présence, parmi d'autres partenaires (institutionnels ou privés) du logo des brasseries Kronenbourg, sur un bandeau en première page du programme festival ».*

Et la Cour d'en conclure que le parrainage illicite n'est pas démontré.

En revanche, sa position est plus ferme concernant la légalité de la publicité pour la bière. Cette publicité est ici indirectement identifiée au titre de la marque *Pression Live*. Cette marque « *repréente en effet l'un des éléments figuratifs caractéristiques de la marque Kronenbourg, soit l'alternance des couleurs rouges et blanche, dans une figure géométrique, damier qui plus est, est reproduit sur le col des bouteilles de bière* ». Formes et couleurs qui sont donc fortement évocatrices des produits alcoolisés vendus par la société Brasseries Kronenbourg. Or, cette publicité indirecte concerne « *l'univers festif des concerts de Rock marqué par ses excès* ». Cette publicité est donc illicite. Il en va de même de deux arches marquant l'accès au bar du chapiteau qui ne reproduisent pas le message sanitaire relatif à la consommation d'alcool. Cette publicité est donc sanctionnée par la Cour qui condamne le Brasseur à 25.000 € de dommages et intérêts au bénéfice de l'association.

# Veille

**Aymeric LOUVET**  
*Avocat - Gérant*  
[alouvet@klybavocats.fr](mailto:alouvet@klybavocats.fr)

[www.klybavocats.fr](http://www.klybavocats.fr)

KLYB AVOCATS  
1401, Av. du modial 98  
Imm. Oxygène Bât. B  
34 000 MONTPELLIER