



# Loterie publicitaire: comment obtenir le paiement du gain promis par l'organisateur ?

publié le **22/06/2015**, vu **21892 fois**, Auteur : [Yaya MENDY](#)

**Peut-on obliger l'organisateur d'un jeu publicitaire qui annonce un gain à personne dénommée à le délivrer sans qu'il puisse subordonner l'attribution du lot ou du prix à l'envoi d'un bon de participation?**

Les loteries publicitaires sont des pratiques développées par des professionnels pour faire la promotion de leurs produits.

Il s'agit en effet de pratiques de certaines sociétés de vente par correspondance qui tentent d'obtenir des commandes en annonçant à des consommateurs, sous forme de courriers plus ou moins personnalisés, qu'ils ont gagné un lot ou un gain très important lors d'une loterie commerciale.

De telles pratiques ont été pendant longtemps interdites par la loi du 21 mai 1836 qui énonçait que : « *les loteries de toute espèce sont prohibées* ».

Pour que le délit de loterie publicitaire soit constitué, il fallait toutefois réunir cumulativement 4 éléments à savoir :

- un message destiné à attirer l'attention des consommateurs,
- l'espérance d'un gain,
- la désignation du gagnant par le hasard,
- une participation financière,

Il suffisait donc qu'un de ces éléments manque pour que la loterie soit licite. Ce qui a permis aux professionnels de contourner l'interdiction en supprimant toute participation financière pour organiser des loteries commerciales en toute légalité.

La loi du 23 juin 1989 a finalement légalisé les loteries publicitaires gratuites tout en déclarant illicites les loteries commerciales avec obligation d'achat.

Ainsi, l'ancien article L. 121-36 du Code de la consommation disposait que :

*« Les opérations publicitaires réalisées par voie d'écrit qui tendent à faire naître l'espérance d'un gain attribué à chacun des participants, quelles que soient les modalités de tirage au sort, ne peuvent être pratiquées que si elles n'imposent aux participants aucune contrepartie financière ni dépense sous quelque forme que ce soit. »*

Sous l'influence du droit communautaire, la loi n° 2011-525 du 17 mai 2011 a cependant autorisé les loteries promotionnelles dont la participation des consommateurs est subordonnée à une

obligation d'achat, à la condition toutefois qu'une telle pratique ne revête pas un caractère déloyal.

A cet égard, l'article L. 120-1 du code de la consommation dispose qu'une pratique commerciale est déloyale lorsqu'elle est contraire aux exigences de la diligence professionnelle et qu'elle altère, ou est susceptible d'altérer de manière substantielle, le comportement économique du consommateur.

A ce titre, l'article L121-1-1 du code de la consommation qualifie de trompeuses les pratiques commerciales qui ont pour objet :

- d'affirmer, dans le cadre d'une pratique commerciale, qu'un concours est organisé ou qu'un prix peut être gagné sans attribuer les prix décrits ou un équivalent raisonnable,
- de décrire un produit ou un service comme étant "gratuit" ou "sans frais" alors qu'en réalité le consommateur doit payer plus que les coûts liés à la réponse à la pratique commerciale et au fait de prendre possession ou livraison de l'article.

En outre, l'article L122-11-1 du code de la consommation répute agressives les pratiques commerciales qui ont pour objet de donner l'impression que le consommateur a déjà gagné, gagnera ou gagnera en accomplissant tel acte un prix ou un autre avantage équivalent, alors que, en fait :

- soit il n'existe pas de prix ou autre avantage équivalent,
- soit l'accomplissement d'une action en rapport avec la demande du prix ou autre avantage équivalent est subordonné à l'obligation pour le consommateur de verser de l'argent ou de supporter un coût.

Afin de lutter contre de telles pratiques, la Cour de cassation appréhende désormais ces pratiques sous la qualification de quasi-contrat qui est défini par l'article 1371 du Code civil comme un fait purement volontaire de l'homme dont il résulte un engagement quelconque envers un tiers.

En effet, dans un arrêt de principe rendu par la Chambre Mixte le 6 septembre 2002, la Cour de cassation a appliqué ce texte aux loteries publicitaires en décidant que l'organisation d'une loterie qui annonce un gain à une personne dénommée sans mettre en évidence l'existence d'un aléa, s'oblige, par ce fait purement volontaire, à le délivrer.

De même, dans un arrêt ultérieur du 1<sup>er</sup> juillet 2010, la même Cour a précisé que l'organisateur d'une loterie qui annonce un gain à une personne dénommée sans mettre en évidence, à première lecture, l'existence d'un aléa s'oblige par ce fait purement volontaire à le délivrer.

Cette solution a récemment été appliquée dans un arrêt rendu par la première chambre civile de la Cour de cassation rendu le 19 mars 2015. (Cass. civ. 1<sup>ère</sup>, 19 mars 2015, n° 13-27414)

En l'espèce, une société avait envoyé à deux personnes une lettre leur annonçant qu'une loterie publicitaire les désignait comme ayant gagné chacune 9 000 €. Elles ont alors assigné la société afin d'obtenir le paiement de ces sommes.

La Cour d'appel leur avait donné gain de cause en condamnant la société à leur payer la somme promise au motif que les documents envoyés ne mettaient pas en évidence, à première lecture, l'existence d'un aléa.

La société s'est alors pourvue en cassation en soutenant au moyen de son pourvoi que :

- D'une part, la qualification de quasi-contrat doit être écartée lorsque l'organisateur d'une loterie publicitaire met en évidence à première lecture l'existence d'un aléa.
- Et d'autre part, ne peut se prévaloir de l'existence du quasi-contrat de loterie publicitaire que celui qui a participé au jeu publicitaire conformément aux modalités fixées par l'organisateur de la loterie.

La question était donc toute posée :

Peut-on obliger l'organisateur d'un jeu publicitaire qui annonce un gain à personne dénommée à le délivrer sans qu'il puisse subordonner l'attribution de celui-ci à l'envoi d'un bon de participation?

La réponse de la Cour est cinglante.

En effet, la Cour de cassation rappelle d'abord qu'« ***il résulte de l'article 1371 du code civil que l'organisateur d'un jeu publicitaire qui annonce un gain à personne dénommée sans mettre en évidence, à première lecture, l'existence d'un aléa, s'oblige par ce fait purement volontaire, à le délivrer*** »

Elle en déduit, ensuite que, « ***l'organisateur de la loterie publicitaire était tenu à la délivrance du gain annoncé, sans pouvoir la subordonner au renvoi par le destinataire du bon de participation.***

Il ressort donc de cet arrêt qu'en l'absence de tout aléa apparaissant à première lecture des documents annonçant un gain à personne dénommée, l'existence d'un quasi-contrat dans la relation entre les parties est caractérisée au sens de l'article 1371 du code civil.

Par conséquent, il est possible de prendre l'organisateur de la loterie publicitaire à son propre jeu.

En effet, lorsque l'ensemble des documents envoyés au consommateur répètent à l'envi, de manière très apparente et sans aucune nuance donnant penser à un quelconque aléa, l'engagement de l'organisateur de la loterie de payer à la personne désignée la somme qui lui a été attribuée, ou lorsque la mention de l'existence d'un aléa ne respecte pas les exigences de la loyauté (par exemple l'existence de l'aléa est annoncée en caractères minuscules, ou lorsque le règlement est non apparent ou trop confus pour permettre au consommateur d'en déduire l'existence d'un aléa), la personne dénommée peut saisir le juge afin d'obtenir le paiement du gain promis.

La sanction est plus ou moins automatique dans la mesure où la Cour de cassation juge que l'organisateur de la loterie publicitaire est tenu à la délivrance du gain annoncé sans pouvoir opposer au consommateur le respect du règlement du jeu notamment le renvoi par le destinataire du bon de participation.

Par ailleurs, l'organisateur de la loterie publicitaire peut être condamné pour pratique commerciale déloyale, si l'information donnée aux consommateurs est de nature à leur induire en erreur (article L 121-1 du code de la consommation).

Dès lors, si une loterie publicitaire vous désigne comme le "seul gagnant" ou le "gagnant officiel" d'un "grand jeu concours", adressez à l'organisateur un courrier recommandé avec AR pour lui réclamer le lot ou le gain promis.

En cas de refus, saisissez le tribunal civil compétent en fonction des montants pour réclamer l'attribution du gain promis.

Dans le cas où l'organisateur de la loterie est à l'étranger (par exemple dans un pays membre de l'Union européenne), vous pouvez porter l'affaire devant le tribunal du lieu de votre domicile par application du Règlement Bruxelles I.

En effet, aux termes de l'article 16 .1 du Règlement (CE) n° 44/2001 du 22 décembre 2000, « **L'action intentée par un consommateur contre l'autre partie au contrat peut être portée soit devant les tribunaux de l'État membre sur le territoire duquel est domiciliée cette partie, soit devant le tribunal du lieu où le consommateur est domicilié.** »

Dans cette hypothèse, n'oubliez pas de passer commande afin d'acquérir la qualité de consommateur et de pouvoir invoquer le règlement communautaire.

Je reste à votre disposition pour toutes questions supplémentaires.

**Yaya MENDY**