

**TRIBUNAL
DE GRANDE
INSTANCE
DE PARIS**

4ème chambre 1ère
section

N° RG :
06/00193

N° MINUTE : 9

JUGEMENT
rendu le 26 Juin 2007

Assignation du :
27 Décembre 2005

DEMANDERESSE

**ASSOCIATION NATIONALE DE PREVENTION EN
ALCOOLOGIE ET ADDICTOLOGUE**

20 rue Saint-Fiacre
75002 PARIS

représentée par **Me Catherine GIAFFERI**, avocat au barreau de
PARIS, avocat postulant, vestiaire C 107

DÉFENDEURS

S.A. LES ECHOS
16 rue du Quatre Septembre
75112 PARIS CEDEX 02

Monsieur David GUIRAUD
46 rue de la Boétie
75008 PARIS

représentés par **Me Basile ADER**, avocat au barreau de PARIS, avocat
postulant, vestiaire T.1111

Expéditions
exécutoires
délivrées le:

COMPOSITION DU TRIBUNAL

Mme REBBOH, Vice-Président
Madame FAIVRE, Vice-Présidente
Mme TREARD, Juge

assisté de Emmanuelle SEGUILLON, Greffier,

DÉBATS

A l'audience du 19 Mars 2007 tenue publiquement devant Mme REBBOH, juge rapporteur, qui, sans opposition des avocats, a tenu seule l'audience, et, après avoir entendu les conseils des parties, en a rendu compte au Tribunal, conformément aux dispositions de l'article 786 du Nouveau Code de Procédure Civile.

JUGEMENT

Prononcé publiquement
Contradictoire
en premier ressort

Selon acte du 27 décembre 2005, l'Association Nationale de Prévention en Alcoologie et Addictologie a fait assigner la société Les Échos afin d'obtenir, avec le bénéfice de l'exécution provisoire :

- que soient déclarées illicites trois publicités en faveur de boissons alcooliques, parues dans le supplément gratuit intitulé "Série Vin" au numéro 19.541 du quotidien "Les Échos" daté du 16 novembre 2005, pour absence de message à caractère sanitaire,
- que soient déclarées illicites sept publicités en faveur de boissons alcooliques, parues dans le supplément gratuit "Série Vin" au numéro 19.541 du quotidien "Les Échos" daté du 16 novembre 2005, pour message de caractère sanitaire insuffisamment apparent,
- qu'il soit fait interdiction à la société Les Échos de diffuser toute publicité identique aux publicités litigieuses, dans tout support publicitaire et sur tout support, sous astreinte de 4.000 € par diffusion constatée, par jour de retard à compter de la signification de la décision à intervenir ;
- que la société Les Échos soit condamnée à lui payer la somme de 20.000 € à titre de dommages et intérêts, outre 5.000 € en application des dispositions de l'article 700 du Nouveau code de procédure civile.

Par conclusions en date du 13 novembre 2006, la société Les Échos, editrice du journal "Les Échos", a soulevé l'irrecevabilité de l'action de l'Association Nationale de Prévention en Alcoologie et Addictologie et, subsidiairement, prétendu au rejet des demandes de son contradicteur, souhaitant à titre reconventionnel la condamnation de celle-ci à lui verser 3.000 € en application des dispositions de l'article 700 du Nouveau code de procédure civile.

Dans ses dernières écritures signifiées le 19 février 2007, l'Association Nationale de Prévention en Alcoologie et Addictologie a repris ses demandes initiales et, y ajoutant, a réclamé que soient déclarées illicites sept publicités en faveur de boissons alcooliques, parues dans le supplément gratuit intitulé "Vin" au numéro 19.697 daté du 28 juin 2006, pour absence de message à caractère sanitaire, ainsi que deux autres publicités parues dans le même supplément pour message sanitaire irrégulier ou insuffisamment apparent.

L'ordonnance de clôture est intervenue le 5 mars 2007.

MOTIVATION

Sur la recevabilité de l'action

Attendu que la société Les Échos conteste d'une part que l'association en demande soit, comme elle l'annonce dans son assignation, une association reconnue d'utilité publique et fondée, à ce titre, à agir en justice dans l'intérêt de la lutte contre l'alcoolisme, d'autre part qu'elle a autorisé son Président à intenter la présente instance, enfin qu'elle a subi un préjudice direct, distinct à la fois du trouble social sanctionné par la condamnation pénale et de l'atteinte portée à sa mission générale, tous moyens contre lesquels l'Association Nationale de Prévention en Alcoologie et Addictologie s'élève ;

Attendu que, selon ses statuts adoptés par assemblée générale du 30 novembre 2002 et modifiés le 23 octobre 2004, l'association "*a pour but de promouvoir et contribuer à une politique globale de prévention des risques et des conséquences de l'alcoolisation et des pratiques addictives par tous les moyens en son pouvoir et notamment par l'appel à l'opinion et par une action constante auprès des pouvoirs publics et des autres décideurs ; par l'éducation à la santé de chacun et par la formation de relais dans tous les milieux ; par une aide, des soins et un accompagnement médico-psycho-social*", mais aussi de "*veiller à l'amélioration et à l'application de la législation en la matière et d'exercer ses droits reconnus de partie civile*" ;

Que, de l'arrêté du ministère de l'intérieur et de l'aménagement du territoire en date du 4 juillet 2005, il ressort que cette association, désormais dénommée "Association Nationale de Prévention en Alcoologie et Addictologie" après s'être dite "Association Nationale de Prévention de l'Alcoolisme", a été reconnue d'utilité publique par décret du 5 février 1880 ;

Qu'ainsi, il est établi que l'association en demande est reconnue d'utilité publique et que son objet social inclut la possibilité d'agir en justice conformément aux droits qui lui sont reconnus en tant que partie civile ;

Attendu que, par ailleurs, l'article 9 des Statuts de l'association prévoit, en son deuxième alinéa : *"le président représente l'association en justice. Il a compétence pour engager toute action, tant en demande qu'en défense, en vue de défendre les intérêts de l'association et les buts qu'elle s'est fixée"* ;

Que, au surplus, lors de la réunion du bureau du conseil d'administration du 6 décembre 2005, le Président a été autorisé à engager une action en justice contre le journal "Les Échos" pour non respect du code de la santé publique dans le numéro spécial du 16 novembre 2005 consacré au champagne ;

Qu'il convient de relever que le règlement intérieur de l'association, qui a pour objet de préciser les domaines et limites des délégations de pouvoir et de compétence, précise que le Conseil d'administration élit le Bureau National, chargé de mettre en oeuvre la politique décidée par le Conseil et reçoit à cet effet délégation de pouvoirs permanente du conseil, sauf dans les domaines réservés ;

Que, dans ces conditions, le Président de l'association a pu, par son pouvoir propre et selon l'autorisation qu'il a expressément reçue du bureau, intenter la présente action ;

Attendu que, enfin, selon les dispositions de l'article L 3355-1 du code de la santé publique, les associations dont l'objet statutaire comporte la lutte contre l'alcoolisme, régulièrement déclarées depuis au moins cinq ans à la date des faits, peuvent exercer les droits reconnus à la partie civile pour les infractions visant, notamment, la violation des obligations prévues à l'article L 3323-4 de ce même code en matière de publicité des boissons alcooliques ;

Que l'Association Nationale de Prévention en Alcoologie et Addictologie, qui remplit les conditions posées par ces dispositions légales, est en conséquence recevable en son action tendant à obtenir réparation du préjudice occasionné par un affichage contrevenant, selon elle, au code de la santé publique et contraire à son objet statutaire ;

Sur le fond

Attendu que, s'appuyant sur les dispositions de l'article L 3323-4 du code de la santé publique, l'Association Nationale de Prévention en Alcoologie et Addictologie soutient que la société Les Échos a fait paraître, dans les deux suppléments datés des 16 novembre 2005 et 28 juin 2006, des publicités qui ne comportaient pas le message de caractère sanitaire précisant que l'abus d'alcool est dangereux pour la santé ou qui portaient une mention sanitaire irrégulière et insuffisamment apparente, toute critique que conteste la société éditrice en défense ;

Attendu que, en premier lieu, les parties s'opposent sur la notion même de publicité ; qu'en effet l'Association Nationale de Prévention en Alcoologie et Addictologie affirme que la publicité réglementée par l'article L 3323-4 du code de la santé publique doit s'entendre de tout acte en faveur d'un organisme, d'un service, d'une activité, d'un produit ou d'un article, ayant pour effet quelle qu'en soit la finalité, de rappeler une boisson alcoolique ;

Qu'elle qualifie donc de publicités illicites les photographies situées en première page des deux suppléments, représentant, pour le supplément du 16 novembre 2005 un verre rempli d'une boisson gazeuse jaune évoquant le champagne et portant en titre la mention "Vins et champagnes : les nouvelles stars" et, pour le supplément du 28 juin 2006, une jeune femme tenant à la main un verre de vin avec le titre "De la vigne au verre, le temps des femmes" ;

Qu'elle soutient de même que doit porter la mention sanitaire la publicité insérée en page 16 du supplément daté du 16 novembre 2005 ;

Que, en revanche, la société Les Échos soutient qu'une publicité, au sens de la loi, se définit comme une forme de communication faite dans le cadre d'une activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale, en vue de promouvoir la fourniture de biens ou de services ; qu'elle conteste donc que soient qualifiées de publicitaires les illustrations des pages de garde de ses suppléments, dès lors que ces couvertures ne présentent aucun produit particulier et qu'aucun espace n'a été vendu par le journal à un quelconque fabricant ou négociant de champagne ou de vin ;

Qu'elle affirme que la publicité en page 16 du supplément daté du 16 novembre 2005 concerne un site Internet et non le vin du "Château d'Yquem", qui n'est que l'illustration d'un des vins auxquels le site "Mondovino.com" donne l'accès ;

Attendu que la publicité est l'action, le fait de promouvoir la vente d'un produit en exerçant sur le public une influence, une action psychologique de nature à créer en lui des besoins, des désirs ; qu'une action publicitaire ne porte pas nécessairement sur une marque, un fabricant ou un négociant, mais peut avoir pour objet de promouvoir un produit en sa généralité, tel le vin ou le champagne ; que, dans ces conditions, toute photographie, de nature à inciter le lecteur à consommer une boisson alcoolique constitue une publicité qui, comme telle, doit être soumise aux dispositions de l'article L 3323-4 du code de la santé publique ;

Attendu que les photographies placées sur les premières pages des deux suppléments incriminés constituent à l'évidence une incitation à consommer :

- pour le supplément du 16 novembre 2005, du champagne évoqué à la fois par la photographie d'un verre plein d'une boisson pétillante de couleur jaune mais aussi par le titre placé sur la photographie même, qui fait référence au champagne,
- pour le supplément du 28 juin 2005, du vin, par la photographie d'une jeune femme souriante, portant à hauteur de son visage un verre au tiers plein d'un liquide foncé évoquant du vin, le titre placé à proximité

indiquant "De la vigne au verre, le temps des femmes" ;

Qu'il importe dès lors peu que ces photographies n'ont pas été placées auprès d'un fabricant ou d'un négociant afin de promouvoir leurs produits ou leurs services ;

Qu'à défaut de la mention sanitaire prévue par l'article L 3323-4 du code de la santé publique, ces deux photographies constituent une publicité illicite au sens de l'article L 3351-7 du code de la santé publique ;

Attendu qu'il en est de même de la publicité insérée par le site Internet "mondovino.com", laquelle fait apparaître plusieurs étiquettes d'un vin, qualifié de légende, s'agissant du Château d'Yquem, laquelle, incitant à l'achat d'une boisson alcoolique, devait être assortie de la mention sanitaire prévue par la loi ; qu'en effet, cette annonce en faveur d'un site Internet ne constitue pas l'envoi de circulaires commerciales destinées aux personnes agissant à titre professionnel ou faisant l'objet d'envois nominatifs, seule exception dispensant de l'apposition du message sanitaire ;

Attendu que, ensuite, l'Association Nationale de Prévention en Alcoologie et Addictologie prétend que la mention sanitaire est absente de publicités situées, pour l'une en page 12 du supplément daté du 16 novembre 2005 en faveur du "Champagne Philipponnat", pour les autres dans le supplément daté du 28 juin 2006, pages 6 en faveur des vins du "Domaines Rollan de By", 11 en faveur du "Château d'Yquem", 13 en faveur du "Champagne de Saint Gall", 20 en faveur du "Bourgogne Chanson", 22 en faveur du "Château Talbot" et 25 en faveur du "Champagne Philipponnat" ;

Attendu que la société Les Échos reconnaît que la mention sanitaire manque sur la publicité parue page 13 de son supplément du 28 juin 2006 en faveur du "Champagne de Saint Gall", affirmant néanmoins que cette mention figure à de très nombreuses reprises sur toutes les autres pages du journal, de sorte qu'aucun lecteur n'a pu se méprendre sur le risque que provoquerait une trop grande consommation d'alcool, de sorte que les obligations légales ont bien été respectées ;

Qu'elle soutient que les publicités parues dans ce même supplément en faveur des vins des "Domaines Rollan de By", du "Château Talbot" et du "Château d'Yquem" contiennent la mention sanitaire ;

Qu'elle affirme enfin que, pour les autres publicités, qui ne portent pas directement la formule sanitaire légale, celle-ci figure dans une annonce publicitaire située immédiatement à proximité ;

Attendu que l'article L 3323-4 du code de la santé publique impose à "toute publicité en faveur de boissons alcooliques" la mention du message à caractère sanitaire ; qu'aucune latitude n'est ici laissée à l'éditeur de telles annonces publicitaires ; que c'est donc à tort que la société Les Échos a cru possible de publier, sans cette mention, les publicités suivantes :

- dans le supplément daté du 16 novembre 2005 : celle parue en page 12 concernant le "Champagne Philipponnat",

- dans le supplément daté du 28 juin 2006 : celle parue en page 13 concernant le "Champagne de Saint-Gall", celle parue en page 20 concernant le "Bourgogne Chanson Père et Fils" et celle parue en page 25 concernant le "Champagne Philipponnat" ;

Qu'en revanche, un examen extrêmement attentif fait apparaître que la mention sanitaire existe dans les autres annonces contestées du supplément du 28 juin 2006 ; qu'elle se trouve page 6 en bas de la publicité des vins des "Domaines Rollan de By", en caractères minuscules, page 11 à l'avant-dernière ligne de l'annonce en caractères à peine lisibles et page 22 au pied de la publicité pour les vins de "Château Talbot" en caractères blancs noyés dans l'illustration ;

Attendu que, certes, l'article L 3323-4 du code de la santé publique ne prévoit pas la taille minimum ; que néanmoins l'objectif poursuivi par le législateur par l'apposition de la mention à caractère sanitaire est d'avertir le consommateur potentiel des dangers d'une consommation excessive d'alcool ; que, dans ces conditions, la mention doit être visible et lisible pour un lecteur normalement attentif ;

Que la mention à visée sanitaire des trois publicités en cause n'apparaissent qu'à condition qu'elle soit spécialement recherchée ; qu'elles doivent dès lors être déclarées contraires à l'article L 3323-4 du code de la santé publique ;

Que tel est également le cas des publicités suivantes :

- dans le supplément du 16 novembre 2005, la publicité parue page 14 concernant le "Champagne Delamotte", la mention étant écrite à la verticale, en caractères illisibles et noyée dans l'illustration,
- dans le supplément du 28 juin 2006, la publicité parue page 16 concernant les "Grands crus Diffusion", la mention étant écrite en caractères illisibles et noyée dans l'illustration ;

Qu'en revanche, même si la mention est en très petits caractères et/ou apposée à la verticale, elle reste lisible car de couleur contrastée par rapport au fond de l'illustration en ce qui concerne le supplément du 16 novembre 2005 pour les publicités parues en pages 6 (Les Géologiques de Jean-Marc Brocard), 7 (Champagne de Venoge), 12 (Champagne Bollinger), 13 (Champagne Pol Roger), 18 (Grands crus Diffusion) et 20 (Cloudy Bay) et, en ce qui concerne le supplément du 28 juin 2006, la publicité parue en page 8 (Les Géologiques de Jean-Marc Brocard) ;

Attendu que, enfin, l'Association Nationale de Prévention en Alcoologie et Addictologie reproche à plusieurs publicités d'avoir ajouté à la mention légale, la mention "À consommer avec modération", de nature, selon elle, à en amoindrir la portée ;

Que, toutefois, la mention ainsi ajoutée n'est que la formulation en d'autres termes de la mention légale, la consommation modérée ainsi promue faisant écho au danger pour la santé de l'abus d'alcool ;

Que, dès lors, les publicités incriminées en ce qu'elles ont ajouté cette formule ne peuvent être déclarées illicites de ce seul fait ;



Attendu que, dès lors qu'elle a pour but de veiller à l'amélioration et à l'application de la législation en matière de lutte contre l'alcoolisation, l'Association Nationale de Prévention en Alcoologie et Addictologie demande l'indemnisation du préjudice que les infractions commises par la société Les Échos lui ont causé ;

Que la société Les Échos relève que les deux suppléments litigieux ont fait connaître à de nombreuses reprises les méfaits de l'abus d'alcool, de sorte que l'association en demande ne pourrait pas sérieusement soutenir que leur parution lui a causé un préjudice personnel distinct ; que, subsidiairement, elle prétend que ce préjudice ne peut qu'être symbolique ;

Attendu que l'Association Nationale de Prévention en Alcoologie et Addictologie justifie développer ses actions de prévention dans l'ensemble du territoire national au travers de délégations régionales, de comités départementaux et de centres d'alcoologie, accessibles gratuitement à toute personne rencontrant des problèmes liés à une consommation excessive d'alcool ;

Que les publicités dont l'illicéité a été caractérisée, recherchent, en tant que telles, à provoquer un acte d'achat, et donc de consommation ; que, contrairement à ce que soutient la société Les Échos, seule une répétition de la mention à visée sanitaire est susceptible de faire atteindre le but recherché par le législateur ;

Que l'Association Nationale de Prévention en Alcoologie et Addictologie, qui lutte de façon active contre les méfaits de la consommation excessive d'alcool, a nécessairement subi un préjudice du fait de la parution des deux suppléments litigieux, qui ont multiplié les infractions aux dispositions de l'article L. 3323-4 du code de la santé publique, ce préjudice devant être évalué à la somme de 15.000 € ;

Attendu que la société Les Échos, qui succombe dans le cadre de la présente instance, doit supporter les dépens, ainsi que, dans la limite de 2.500 €, partie des frais exposés par l'Association Nationale de Prévention en Alcoologie et Addictologie ;

Attendu qu'il n'y a pas lieu à exécution provisoire ;

PAR CES MOTIFS

Statuant publiquement, par jugement contradictoire, en premier ressort

Déclare l'Association Nationale de Prévention en Alcoologie et Addictologie recevable en son action intentée à l'encontre de la société Les Échos ;



Déclare illicites au regard des dispositions de l'article L3323-4 du code de la santé publique, les publicités parues dans les suppléments édités par la société Les Échos :

- le 16 novembre 2005, en pages 1 (photographie illustrant la page), 12 (annonce "Champagne Philipponnat"), 14 (annonce "Champagne Delamotte") et 16 (annonce "mondovino.com") ;
- le 28 juin 2006, en pages 1 (photographie illustrant la page), 6 (annonce "Domaines Rollan de By"), 11 (annonce "Grands Crus Diffusion"), 13 (annonce "Champagne de Saint Gall"), 20 (annonce "Bourgogne Chanson Père & Fils"), 22 (annonce "Château Talbot") et 24 (annonce "Champagne Philipponnat") ;

Rejette le surplus des demandes formées par l'Association Nationale de Prévention en Alcoologie et Addictologie tendant à faire déclarer illicites au regard des dispositions de l'article L 3323-4 du code de la santé publique d'autres publicités parues dans les suppléments édités les 16 novembre 2005 et 28 juin 2006 par la société Les Échos ;

Condamne la société Les Échos à payer à l'Association Nationale de Prévention en Alcoologie et Addictologie la somme de 15.000 € à titre de dommages et intérêts ;

Condamne la société Les Échos à verser à l'Association Nationale de Prévention en Alcoologie et Addictologie la somme de 2.500 € en application des dispositions de l'article 700 du Nouveau code de procédure civile ;

Condamne la société Les Échos aux dépens ;

Dit n'y avoir lieu à exécution provisoire.

Fait et jugé à Paris le 26 Juin 2007

Le Greffier



Le Président



N° RG: 06/00193

EXPÉDITION exécutoire dans l'affaire :

Demanderesse : ASSOCIATION NATIONALE DE PREVENTION EN ALCOOLOGIE ET
ADDICTOLOGUE

Défendeurs : S.A. LES ECHOS, M. David GUIRAUD

EN CONSÉQUENCE, LA RÉPUBLIQUE FRANÇAISE mande
et ordonne :

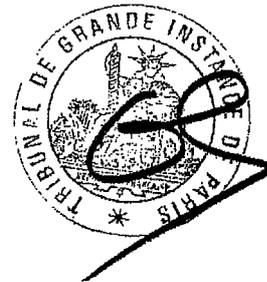
A tous les huissiers de justice, sur ce requis, de mettre ladite
décision à exécution,

Aux Procureurs Généraux et aux Procureurs de la République
près les Tribunaux de Grande Instance d'y tenir la main,

A tous commandants et officiers de la force publique de prêter
main-forte lorsqu'ils en seront requis.

En foi de quoi la présente a été signée et délivrée par nous
Greffier en Chef soussigné au Greffe du Tribunal de Grande
Instance de Paris

p/Le Greffier en Chef



10 ème page et dernière