

**TRIBUNAL
DE GRANDE
INSTANCE
DE PARIS**

■

3ème chambre

N° RG : 16/12861

Assignation du : 04 Août 2016

JUGEMENT rendu le 15 Septembre 2016

DEMANDERESSE

CENTRE D'ETUDES ET DE DOCUMENTATION DU SUCRE (CEDUS) 23 avenue d'Iena
75116 PARIS

Représentée par Maître XXX

DÉFENDERESSES

S.A.S. MARCEL 133 avenue des Champs Elysées 75008 PARIS

Représentée par Maître XXX

S.A.S.U. ITM ALIMENTAIRE INTERNATIONAL (INTERMARCHE) 24 rue Auguste
Chabrières 75015 PARIS

Représentée par Maître XXX

Décision du 15 Septembre 2016 3ème chambre 1ère section N° RG : 16/12861

COMPOSITION DU TRIBUNAL

Marie Christine COURBOULAY, Vice Présidente Julien RICHAUD, Juge Aurélie
JIMENEZ, Juge assistée de Marie-Aline PIGNOLET, Greffier

DEBATS

A l'audience du 13 Septembre 2016 tenue en audience publique

JUGEMENT

Prononcé publiquement par mise à disposition au greffe Contradictoire en premier ressort

EXPOSÉ DU LITIGE

Le CENTRE D'ETUDES ET DE DOCUMENTATION DU SUCRE (ci-après CEDUS) est une union intersyndicale créée en 1932 qui réunit la Confédération générale des planteurs de betteraves, le Syndicat national des fabricants de sucre de France et le Syndicat du sucre de la Réunion (article 1 des statuts). Il a en particulier pour objet statutaire de « défendre le sucre, en tant que produit, tant auprès des pouvoirs publics, des acteurs de la vie économique, des consommateurs et de leurs associations, que des média et d'agir en justice en cas d'atteinte portée au sucre en tant que produit, notamment en présence de toute publication, acte de

diffusion ou action quelconque ayant pour objet ou pour effet de dévaloriser ou dénigrer le sucre ou de répandre des informations erronées partielles et déloyales sur ce produit » (article 2 des statuts).

La SAS ITM ALIMENTAIRE INTERNATIONAL est en charge de la stratégie et de la politique commerciale des enseignes de distribution alimentaire du Groupement des Mousquetaires dont l'enseigne INTERMARCHE qui présente notamment dans ses rayons, en qualité de producteur commerçant, des produits à marque propre dont elle contrôle la conception et la production.

La SAS MARCEL, filiale du groupe PUBLICIS, est une agence de conseil en communication qui a conçu pour la SAS ITM ALIMENTAIRE INTERNATIONAL une opération promotionnelle et publicitaire intitulée « Sucre Detox » et testée du 5 au 7 avril 2016 dans le magasin à l'enseigne INTERMARCHE de Clichy où était proposé à la vente et à la dégustation un pack de 6 crèmes dessert au chocolat, chacune avec une teneur dégressive en glucides (sucre compris). La SAS MARCEL est titulaire des droits de propriété intellectuelle sur les marques françaises suivantes déposées pour les besoins de cette opération destinée à être renouvelée dès le 16 septembre 2016 dans plusieurs magasins en France et sur internet : la marque verbale « LA DETOX DU SUCRE » déposée le 16 septembre 2015 et enregistrée sous le n° 4210098 dans les produits et services des classes 16 et 35, la marque verbale « LA DETOX DE SUCRE » déposée le 16 septembre 2015 et enregistrée sous le n° 4210285 dans les produits et services des classes 16 et 35 ; la marque verbale « SUGAR DETOX » déposée le 16 septembre 2015 et enregistrée sous le n° 4210104 dans les produits et services des classes 16 et 35.

La SAS MARCEL a également déposé le 18 avril 2016 la marque semi figurative en couleurs « SUCRE DETOX » en classes 16 et 35 qui n'est à ce jour pas enregistrée.

Imputant à la SAS MARCEL et à la SAS ITM ALIMENTAIRE INTERNATIONAL dans le cadre de cette opération promotionnelle d'une part la violation des Règlements européens 1924/2006 du 20 décembre 2006 et 1169/2011 du 25 octobre 2011 et une pratique commerciale trompeuse tirée notamment de l'évocation tronquée d'une recommandation de l'OMS et d'autre part des actes de dénigrement du sucre en particulier fondés sur l'association des termes « sucre » et « detox » dans la campagne et les dépôts de marque, le CEDUS a, par lettre recommandée avec accusé de réception du 24 juin 2016, mis en demeure ces dernières de renoncer à la nouvelle opération projetée.

Par courriers des 13 juillet 2016, la SAS MARCEL et la SAS ITM ALIMENTAIRE INTERNATIONAL ont contesté les griefs qui leur étaient opposés.

Les 20 et 25 juillet 2016, le CEDUS faisait dresser par huissier de justice un procès-verbal de constat sur divers sites internet relayant la campagne publicitaire critiquée.

C'est dans ces circonstances que le CEDUS, autorisé à assigner à jour fixe par ordonnance du 28 juillet 2016, a, par exploit d'huissier du 4 août 2016, assigné la SAS ITM ALIMENTAIRE INTERNATIONAL et la SAS MARCEL devant le tribunal de grande instance de Paris.

L'affaire était retenue à l'audience du 13 septembre 2016 au cours de laquelle le tribunal, par jugement rendu sur le siège conformément à l'article 450 du code de procédure civile, a

déclaré irrecevables les pièces 30, 31 et 32 communiquées par le CEDUS et constaté l'accord des parties que soient maintenues au débat ses pièces 33, 34 et 35.

Dans son acte introductif d'instance intégralement repris à l'audience et auquel il sera renvoyé pour un exposé de ses moyens conformément aux articles 792 alinéa 2 et 455 du code de procédure civile, le CEDUS demande au tribunal, sous le bénéfice de l'exécution provisoire et au visa des dispositions des articles 788 du code de procédure civile, 716-3 du code de la propriété intellectuelle, L 714-3 combiné à L 711-2 b) et L 711-3b) du code de la propriété intellectuelle, 1382 du code civil, L 120-1 et L 121-1 2° b du code de la consommation et des Règlements européens 1924/2006 du 20 décembre 2006 relatif aux allégations nutritionnelles et de santé portant sur les denrées alimentaires et notamment son annexe et 1169/2011 du 25 octobre 2011 relatif à l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires :

-de dire et juger que le CEDUS est recevable et bien fondé en son action et ses demandes, et, y faisant droit, de dire et juger que la campagne publicitaire et promotionnelle « SUCRE DETOX » et notamment la commercialisation de produits alimentaires sous cette marque est dénigrante ;

-de dire et juger que la campagne publicitaire et promotionnelle « SUCRE DETOX » comporte des mentions illicites contrevenant aux règles réglementaires européennes ;

-de dire et juger que la campagne publicitaire et promotionnelle « SUCRE DETOX » et notamment la commercialisation de produits alimentaires sous cette marque constitue une pratique commerciale trompeuse et déloyale ;

En conséquence :

- de prononcer la nullité des marques « LA DETOX DU SUCRE » n° 4210098, « LA DETOX DE SUCRE » n° 4210285 et « SUGAR DETOX » pour l'ensemble des produits et services visés ; de prendre acte du fait que le CEDUS se réserve le droit de demander la nullité de la marque « SUCRE DETOX » n° 4265688 pour l'ensemble des produits et services visés une fois l'enregistrement de cette marque publié ;

-de faire défense à la SAS MARCEL et à la SAS ITM ALIMENTAIRE INTERNATIONAL de poursuivre ou de reprendre la campagne « SUCRE DETOX » et la commercialisation des produits « SUCRE DETOX » et d'utiliser cette appellation ou tout autre similaire dans le cadre d'actes quelconques de communication ou de commercialisation qui seraient en relation avec des produits alimentaires et ce sous astreinte de 10 000 euros par infraction constatée, d'ordonner la publication judiciaire du dispositif de la décision à intervenir aux frais avancés du CEDUS, à deux reprises dans trois publications dans les journaux et sites internet associés suivants : LE FIGARO, LSA, LES ECHOS, dans la limite de 6 000 euros HT par insertion ; d'ordonner la publication judiciaire du dispositif de la décision à intervenir sur la page d'accueil des sites internet descombatsquicomptent.com et intermarche.com/home.html de la SAS ITM ALIMENTAIRE INTERNATIONAL ainsi que sur la page d'accueil du site internet marcelww.com de la SAS MARCEL pendant un délai de 15 jours et d'ordonner le partage du lien vers ces publications le jour même de leur parution sur les pages Twitter et Facebook de la SAS ITM ALIMENTAIRE INTERNATIONAL et de la SAS MARCEL avec la mention « Intermarché et l'agence Marcel condamnés pour la campagne SUCRE DETOX » ; de condamner solidairement la SAS ITM ALIMENTAIRE INTERNATIONAL et la SAS

MARCEL à verser la somme de 10 000 euros à titre de dommages et intérêts ; de condamner solidairement la SAS ITM ALIMENTAIRE INTERNATIONAL et la SAS MARCEL à verser la somme de 10 000 euros en application de l'article 700 du code de procédure civile outre aux entiers dépens de la procédure.

En réplique, dans ses dernières conclusions notifiées par la voie électronique le 13 septembre 2016 intégralement reprises à l'audience et auxquelles il sera renvoyé pour un exposé de ses moyens conformément aux articles 792 alinéa 2 et 455 du code de procédure civile, la SAS ITM ALIMENTAIRE INTERNATIONAL demande au tribunal, au visa des dispositions des articles 31 et 122 du code de procédure civile, L 120-1 s du code de la consommation, des règlements UE n°1924/2006 et 1169/2011, 1626s et 1382 du code civil, L 714-3, L 711-1, L 711-2 b et L.711-3b) du code de la propriété intellectuelle, de :

DIRE ET JUGER le CEDUS, faute d'intérêt à agir, irrecevable en ses demandes tendant à : « dire et juger que la campagne publicitaire et promotionnelle SUCRE DETOX comporte des mentions illicites contrevenant aux règles réglementaires européennes » ; « dire et juger que la campagne publicitaire et promotionnelle SUCRE DETOX et notamment la commercialisation de produits alimentaires sous cette marque constitue une pratique commerciale trompeuse et déloyale ».

DIRE ET JUGER le CEDUS, faute d'intérêt à agir, irrecevable en ses demandes tendant à l'annulation des marques « LA DETOX DU SUCRE » n°4210098, « LA DETOX DE SUCRE » n°4210285 et « Sugar Detox » n°4210104, déposées le 16 septembre 2015 par l'agence MARCEL ;

En tout état de cause :

DIRE ET JUGER le CEDUS infondé en toutes ses prétentions, l'en DEBOUTER intégralement, CONDAMNER le CEDUS à verser à INTERMARCHE 10.000 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile, CONDAMNER le CEDUS aux entiers dépens, dont distraction à la SCP Deprez Guignot & Associés.

Dans ses dernières conclusions notifiées par la voie électronique le 12 septembre 2016 intégralement reprises à l'audience et auxquelles il sera renvoyé pour un exposé de ses moyens conformément aux articles 792 alinéa 2 et 455 du code de procédure civile, la SAS MARCEL demande au tribunal, sous le bénéfice de l'exécution provisoire et au visa des dispositions des articles 10 de la Convention Européenne de Sauvegarde des droits de l'Homme et des Libertés Fondamentales, 1382 et 1383 du code civil, 31 et 122 du code de procédure civile, L 714-3 et L 711-2, L 711-2 b), L 711-3 b), L 7113 c du code de la propriété intellectuelle et L121-1 et suivants du code de la consommation, de :

DIRE ET JUGER que le programme « Sucre Detox » conçu par MARCEL et exploité par son client INTERMARCHE des 5 au 7 avril 2016 dans le magasin INTERMARCHE de Clichy, pour apprendre à aimer des produits moins sucrés, n'est pas dénigrant à l'égard du sucre ;

DIRE ET JUGER que le CEDUS est irrecevable et mal fondé à prétendre que le programme « Sucre Detox » serait illicite ou trompeur au regard des dispositions de règlements européens et du code de la consommation visant à assurer la protection des consommateurs, que le CEDUS n'a pas qualité ni intérêt pour défendre et représenter ;

DIRE ET JUGER que ce programme « Sucre Detox » relève de l'exercice légitime de sa liberté de création et d'expression par l'agence MARCEL, à travers une communication exempte de caractère mensonger, dans le contexte d'un débat d'intérêt général concernant la santé publique, sur l'opportunité de réduire la consommation de sucre ;

DIRE ET JUGER que le CEDUS est irrecevable et mal fondé à demander l'annulation des marques « LA DETOX DE SUCRE », « LA DETOX DU SUCRE », « SUGAR DETOX », déposées par MARCEL à titre conservatoire en septembre 2015, dont le CEDUS n'a pas qualité ni intérêt pour prétendre qu'elles seraient illicites ou déceptives, et qui n'ont fait l'objet d'aucune exploitation à titre de marque lors de l'opération test « Sucre Detox » menée du 5 au 7 avril 2016 à l'INTERMARCHE de Clichy ;

DIRE ET JUGER que le CEDUS ne pouvait se méprendre sur la portée de ses droits, et a engagé sa responsabilité en mettant en cause sous des prétextes fallacieux, le professionnalisme et la liberté d'expression et de création de l'agence MARCEL, en présence de son client INTERMARCHE en conséquence : DEBOUTER le CEDUS de l'intégralité de ses demandes, fins et conclusions ;

CONDAMNER le CEDUS à payer à la société MARCEL la somme de 15 000 euros de dommages et intérêts pour procédure abusive, et celle de 15 000 euros par application de l'article 700 du code de procédure civile, ainsi qu' aux entiers dépens.

Les parties ayant régulièrement constitué avocat, le présent jugement, rendu en premier ressort, sera contradictoire en application de l'article 467 du code de procédure civile.

MOTIFS DU JUGEMENT

1°) Sur le caractère « illicite » de la campagne « SUCRE DETOX »

Moyens des parties

Au soutien de ses prétentions, le CEDUS expose que l'association des termes « sucre » et « détox » jette le discrédit sur le produit sucre, le second se rapportant à l'action de désintoxiquer ou « détoxifier » le corps d'une substance toxique à laquelle est assimilé le premier et la presse ayant immédiatement compris ce rapprochement en un sens péjoratif alors qu'il n'existe aucune étude révélant la nocivité et le caractère addictif du sucre qui au contraire est un aliment présentant de multiples bienfaits. Il ajoute que le débat sur la surconsommation alléguée de sucre ne valide pas une campagne publicitaire ayant pour effet d'associer ce produit au besoin de suivre une sorte de traitement pour s'en purifier et que la liberté d'expression n'est pas opposable dans une communication à but exclusivement commercial. Il précise par ailleurs que les mentions des réductions inférieures à 30 % sur les pots de crème vendus ne sont pas conformes aux dispositions du Règlement UE 1924/2006 du 20 décembre 2006 relatif aux allégations nutritionnelles et de santé portant sur les denrées alimentaires qui impose une réduction d'au moins 30 % par rapport à un produit similaire, ce qui est de nature à tromper le consommateur, et que l'information sur la teneur en « sucre » viole le Règlement UE n° 1169/2011 du 25 octobre 2011 sur l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires qui n'autorise une communication que sur la teneur en « sucres ». Il explique enfin que la campagne litigieuse constitue une pratique commerciale trompeuse en raison de la violation de la réglementation européenne évoquée, de la référence tronquée à une recommandation de l'OMS, de l'association de « sucre » et de « détox », qui assimile le sucre

à un produit toxique et laisse indûment escompter au consommateur un bénéfice thérapeutique, et de l'utilisation des codes couleurs de la pharmacie et de la diététique et ce alors même que l'enregistrement des marques reprenant cette combinaison a été refusé en raison de leur caractère trompeur pour les produits auxquels ils ont été associés lors de la campagne publicitaire litigieuse. Il précise à ce titre que ce message trompeur a altéré le comportement économique du consommateur en raison de l'ampleur de l'opération de communication.

En réplique, la SAS ITM ALIMENTAIRE INTERNATIONAL expose que le CEDUS, en tant que syndicat professionnel et conformément à l'article L 2132-3 du code du travail, a le droit d'agir en justice pour des faits portant un préjudice direct ou indirect à l'intérêt collectif de la profession qu'il représente et ne peut agir en dehors de son objet social défini par ses statuts.

Elle ajoute que les Règlements européens opposés ont, comme les articles L 121-1 et suivants du code de la consommation relatifs aux « pratiques commerciales déloyales », pour seule finalité la protection des consommateurs.

Elle en déduit que le CEDUS fait artificiellement passer au premier plan l'intérêt des consommateurs, sans référence à celui des professionnels de la culture de la betterave sucrière et des fabricants de sucre qui n'ont aucun intérêt à voir la teneur en sucre des produits de l'industrie alimentaire diminuer dans des proportions importantes, et ne défend pas les intérêts dont il a la charge. Subsidiairement sur le fond, elle précise que : le Règlement UE 1924/2006 exige que le taux de réduction soit d'au moins 30% uniquement dans le cas d'une allégation non chiffrée et que, de surcroît, les réductions chiffrées figurant sur les pots de crème chocolatée informent précisément le consommateur et satisfont aux incitations des pouvoirs publics en la matière, l'utilisation de « sucre » au singulier ne trompe pas le consommateur qui sait que la réduction porte sur les sucres ajoutés (ou « libres ») et non sur ceux compris naturellement dans d'autres ingrédients, le CEDUS confond pratique commerciale déloyale au sens de l'article L 121-1 du code de la consommation et acte de concurrence déloyale, un manquement à la réglementation ne constituant pas nécessairement une pratique commerciale déloyale au sens de l'article L 121-1 du code de la consommation qui exige en outre que celui-ci altère substantiellement le comportement du consommateur, ce qui n'est pas non plus démontré, la citation de la recommandation officielle de l'OMS est véridique et respectée, l'INPI, qui n'applique pas les dispositions du code de la consommation opposées, a statué au visa des dispositions relatives au caractère distinctif et descriptif des marques en question au regard de certains produits et n'a donc relevé aucune tromperie, la pratique incriminée doit être appréciée dans sa globalité et non à travers sa seule dénomination.

Sur le dénigrement, elle explique que le dénigrement collectif suppose des propos agressifs et vindicatifs, relevant de l'insulte, ou des allégations d'agissements délictueux imputés à une profession.

Elle indique que la campagne, qui doit être appréciée globalement et non à travers sa seule dénomination, porte non sur les dangers du sucre lui-même et la nécessité de son éradication, la plus forte réduction n'étant que de 50%, mais sur les conséquences néfastes de la surconsommation de sucre sur la santé qui sont bien connues du consommateur, informé par de multiples études, rapports et articles établissant la nécessité d'une consommation modérée et raisonnable de sucre ainsi que des campagnes de sensibilisation de la part des autorités

telles que l'OMS et le Ministère de la santé, notamment lors de sa campagne « Manger Bouger » relayée dans tous les grands médias depuis 2009. Elle ajoute que l'exactitude du message est un obstacle à la qualification de dénigrement et qu'il est légitime, sauf à démontrer une intention de nuire qui n'est pas prouvée, d'informer le public et de l'interpeller sur un sujet d'intérêt général dans le cadre de la liberté d'expression qui s'applique également aux messages promotionnels ou publicitaires.

Elle précise en outre que, en lien avec les produits alimentaires ou l'alimentation en général, le terme « détox » désigne communément un régime alimentaire plus équilibré, à faible apport calorique, sur une période généralement limitée dans le temps, souvent suite à une période d'excès (après les fêtes par exemple) et que le consommateur comprend qu'avec « Sucre detox » c'est à l'excès de sucre, et non au sucre lui-même, que l'on remédie.

S'associant aux moyens et aux fins de non-recevoir de la SAS ITM ALIMENTAIRE INTERNATIONAL, la SAS MARCEL y ajoute que l'importance de la réduction de la consommation excessive de produits sucrés est soulignée par les messages et recommandations des autorités publiques et que l'opération menée du 5 au 7 avril 2016 dans le magasin INTERMARCHE de Clichy participe de son objectif de « faire émerger les marques et leur donner du sens dans l'époque », constitue le prolongement des engagements et « actions citoyennes » d'INTERMARCHE en faveur de la réduction du gaspillage alimentaire et « Pour la nutrition », s'inscrit clairement dans le contexte de ce débat public et relève de ce fait de sa liberté d'expression.

Appréciation du tribunal

Sur la recevabilité des demandes du CEDUS

En vertu des articles 31 et 32 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, toute prétention émise par ou contre une personne dépourvue du droit d'agir étant irrecevable.

Et, conformément à 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.

Le CEDUS est une union syndicale professionnelle soumise aux dispositions des articles L 2111-1 et suivants du code du travail, ce que rappelle l'article 1 de ses statuts. En application des dispositions combinées des articles L 2133-3 et L 2132-3 du code du travail, elle a le droit d'agir en justice et peut, devant toutes les juridictions, exercer tous les droits réservés à la partie civile concernant les faits portant un préjudice direct ou indirect à l'intérêt collectif de la profession qu'elle représente dans les limites fixées par ses statuts conformément à l'article L 2131-1 du même code. A ce titre, aux termes de l'article 2 « objet » de ces derniers, le CEDUS, qui développe une activité d'études et de lobbying (§1 à 3), a pour but de « défendre le sucre, en tant que produit, tant auprès des pouvoirs publics, des acteurs de la vie économique, des consommateurs et de leurs associations, que des média et d'agir en justice en cas d'atteinte portée au sucre en tant que produit, notamment en présence de toute publication, acte de diffusion ou action quelconque ayant pour objet ou pour effet de dévaloriser ou

dénigrer le sucre ou de répandre des informations erronées partielles et déloyales sur ce produit ». Sa mission est ainsi circonscrite à la défense des intérêts de ses membres à travers la protection du sucre envisagé comme produit.

Or, le Règlement UE 1924/2006 du 20 décembre 2006 relatif aux allégations nutritionnelles et de santé portant sur les denrées alimentaires est consacré à la protection du consommateur ainsi que le confirment son considérant le' (« Afin d'assurer aux consommateurs un niveau élevé de protection et de faciliter leur choix, il faut que les produits mis sur le marché soient sûrs et adéquatement étiquetés ») et article 1er « objet et champ d'application » (« Le présent règlement harmonise les dispositions législatives, réglementaires ou administratives des Etats membres qui concernent les allégations nutritionnelles et de santé, afin de garantir le fonctionnement efficace du marché intérieur tout en assurant un niveau élevé de protection des consommateurs »). Et, le Règlement UE n° 1169/2011 du 25 octobre 2011 sur l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires poursuit le même objectif comme l'indique son titre et le confirment son considérant 3 (« Afin d'atteindre un niveau élevé de protection de la santé des consommateurs et de garantir leur droit à l'information, il convient que ceux-ci disposent d'informations appropriées sur les denrées alimentaires qu'ils consomment. Les choix des consommateurs peuvent être influencés, entre autres, par des considérations d'ordre sanitaire économique, environnemental, social ou éthique ») et son article 1er « Objet et champ d'application » (« 1. Le présent règlement contient les dispositions de base permettant d'assurer un niveau élevé de protection des consommateurs en matière d'information sur les denrées alimentaires, dans le respect des différences de perception desdits consommateurs et de leurs besoins en information, tout en veillant au bon fonctionnement du marché intérieur. 2. Le présent règlement définit les principes généraux, les exigences et les responsabilités générales régissant l'information sur les denrées alimentaires et, en particulier, l'étiquetage des denrées alimentaires. Il fixe les dispositifs garantissant le droit des consommateurs à l'information et les procédures d'information sur les denrées alimentaires, tout en tenant compte de la nécessité de prévoir une souplesse suffisante permettant de répondre aux évolutions futures et aux nouvelles exigences en matière d'information »).

Ainsi, non seulement la violation, éventuelle, des dispositions de ces normes n'est pas suffisante pour engager la responsabilité délictuelle de leur auteur qui suppose la démonstration d'un lien de causalité avec un préjudice justifié en son principe et sa mesure, preuve dont se dispense le CEDUS qui invoque ces manquements en tant que tels sans justifier d'un préjudice quelconque, mais ce dernier n'a ni qualité ni intérêt à défendre les intérêts des consommateurs. Il n'explique d'ailleurs pas en quoi les irrégularités alléguées porteraient, même indirectement, atteinte à l'intérêt professionnel collectif qu'il défend alors pourtant que les mentions qu'il incrimine concernent des réductions inférieures à celle qu'il prétend imposée par l'article 8 du Règlement UE 1924/2006 et induisent de fait une consommation de sucre supérieure servant l'intérêt collectif de l'industrie sucrière. Il demeure également silencieux sur les conséquences de l'usage du singulier au lieu du pluriel pour désigner le sucre dans le tableau d'informations nutritionnelles figurant sur les produits vendus.

En conséquence, ses demandes au titre de la violation de la législation européenne sont irrecevables.

De la même manière, les articles L 121-1 et 2 du code de la consommation sur les pratiques commerciales déloyales et trompeuses ont pour objectif la protection du consommateur ainsi que le confirme l'article le « Objectif » de la Directive 2005/29 du 11 mai 2005 relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur dont ils assurent la transposition (« L'objectif de la présente directive est de contribuer au bon fonctionnement du marché intérieur et d'assurer un niveau élevé de protection des consommateurs en rapprochant les dispositions législatives, réglementaires et administratives des Etats membres relatives aux pratiques commerciales déloyales qui portent atteinte aux intérêts économiques des consommateurs ») figurant en annexe I de la Directive 2009/22 du 23 avril 2009 relative aux actions en cessation en matière de protection des intérêts des consommateurs dont l'article 1^{er} « Champ d'application » rappelle cet objectif (« Article premier : 1. La présente directive a pour objet de rapprocher les dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives aux actions en cessation, mentionnées à l'article 2, visant à protéger les intérêts collectifs des consommateurs inclus dans les directives énumérées à l'annexe I, afin de garantir le bon fonctionnement du marché intérieur. 2. Aux fins de la présente directive, on entend par infraction tout acte qui est contraire aux directives énumérées à l'annexe I telles que transposées dans l'ordre juridique interne des États membres et qui porte atteinte aux intérêts collectifs visés au paragraphe 1 »).

Le CEDUS, qui n'a pas pour mission de défendre les consommateurs et n'invoque pas cette disposition pour caractériser une faute constituant un fait de concurrence déloyale, n'a ni intérêt ni qualité à opposer cette disposition aux défenderesses, le tribunal constatant à titre surabondant que l'altération substantielle du comportement des consommateurs, qui ne peut se déduire des seules déclarations du responsable de l'INTERMARCHE de Clichy et de l'accueil médiatique réservé à la campagne publicitaire, n'est pas établie.

Ses demandes au titre des pratiques commerciales déloyales et trompeuses sont ainsi intégralement irrecevables.

Sur le dénigrement

En vertu des dispositions des articles 1382 et 1383 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, chacun étant responsable du dommage qu'il a causé non seulement par son fait, mais encore par sa négligence ou par son imprudence.

Il ressort du procès-verbal de constat des 20 et 25 juillet 2015 et des écritures des parties que la campagne promotionnelle et publicitaire litigieuse se déclinait en une vente dans le magasin à l'enseigne INTERMARCHE de Clichy du 5 au 7 avril 2016 de desserts laitiers sous le slogan « SUCRE DETOX » et en des messages diffusés par voie de presse, d'affichage, radiophonique et télévisuelle. Les propos tenus à cette occasion par les défenderesses ne se limitent pas au slogan incriminé mais doivent être appréciés globalement, le CEDUS ne pouvant d'ailleurs de bonne foi faire l'économie de cette analyse tout en dénonçant l'ampleur de la publicité et la variété de ses formes.

A ce titre, les produits étaient conditionnés dans des emballages associant du blanc et des teintes de rose, figurant six pots de crème au chocolat porteur de pastilles indiquant une baisse progressive (5, 10, 20, 30, 40 et 50%) de leur teneur en sucre et portant la mention suivante d'une couleur rose s'estompant dans le sens vertical descendant de la lecture : « Diminuez

vosre consommation de sucre pot après pot » puis « découvrez un programme de détox de sucre en 6 étapes. 6 crèmes desserts avec un taux de sucre dégressif pour diminuer votre consommation de sucre petit à petit » :

Les affiches visibles dans le constat comportent, avec le même code couleurs et la même typographie, les slogans suivants : « Vous allez l'adorer mais pas maintenant. Diminuez votre consommation de sucre pot après pot », « Detox de sucre. Diminuez votre consommation de sucre pot après pot », « Il vous faudra un peu de temps pour apprendre à l'aimer » et « Ici faites le test de la Detox de sucre ».

Sur le site descombatsquicomptent.fr, la SAS ITM ALIMENTAIRE INTERNATIONAL explique sa campagne en précisant qu'elle est destinée à « faire changer d'avis [le consommateur] sur [son] rapport au sucre » et, partant du constat que les « Français [sont] accrocs au sucre » au regard des recommandations de l'OMS et des dangers de la « surconsommation de sucre », définit son programme comme « visant à aider les consommateurs à réduire leur consommation de sucre » pour leur permettre de « s'habituer pas à pas à un goût moins sucré » et de vivre une « expérience inédite qui vise à démontrer que l'on peut facilement accepter facilement une diminution de sucre, même dans les produits les plus gourmands » et permettre de découvrir « qu'une recette moins sucrée n'est pas moins bonne ».

Le terme « détox » est en lui-même un néologisme, la langue française, qui doit servir de référence puisqu'il comporte un accent, ne connaissant que les mots de même radical « détoxiquer » qui consiste à supprimer les effets nocifs ou toxiques d'une substance et « détoxification » qui se définit comme l'élimination des toxines par un organisme. La SAS ITM ALIMENTAIRE INTERNATIONAL justifie par la production de divers articles de presse que ce terme, appliqué à des produits alimentaires qui constituent le marché de référence, est usuellement compris par le consommateur moyen comme renvoyant à un régime alimentaire équilibré et moins calorique contrecarrant pour un temps les excès des « fêtes » ou de la « vie moderne » (pièce 22 et en particulier : magazine ELLE du 15 janvier 2016, « Détox, 32 pages pour se faire du bien » et site internet elle.fr qui évoque à diverses reprises dans sa rubrique minceur des « cure[s] détox » « maison » ou « homemade » ; marieclaire.fr : « détox : 3 étapes pour retrouver son équilibre après les fêtes », « le gras, le trop salé, le trop sucré » étant « à bannir » ; vogue.fr : « pour conserver leur silhouette déliée malgré les excès des repas de fêtes, les tops s'offrent des pauses détox à leur façon » ; topsante.fr : « régime détox : votre programme purifiant et amincissant » qui à son tour, comme femmeactuelle.fr, insiste sur la nécessité de compenser les excès des fêtes ; sites lapenseesauvage.com, thalassopornic.com, lacueillette.com ou sante.journaldesfemmes.com qui vantent les mérites des cures « détox »). Si le CEDUS oppose deux articles de presse évoquant dans leurs titres une désintoxication ou détoxification, le corps de ces derniers fait immédiatement référence, comme tous les articles produits, au problème de la surconsommation de sucre ou à l'objectif du programme commenté d'une réduction de cette consommation.

Ainsi, pris dans le sens qui lui est usuellement attribué dans le domaine alimentaire seul en cause, le terme « détox » n'est pas en lui-même péjoratif en ce qu'il évoque une modération à l'endroit de produits ou d'habitudes dont les excès peuvent être nocifs.

Et, alors qu'il est constant que les pouvoirs publics français, dans des campagnes d'ampleur dont l'existence depuis 2009 n'est pas contestée, et l'OMS dans ses recommandations

encouragent une diminution de la consommation de sucre en raison d'un impératif de santé publique et que le CEDUS lui-même ne « prône nullement une consommation abusive » de sucre (page 12 de son assignation) et reconnaît ainsi implicitement qu'un excès de consommation de sucre n'est pas souhaitable, le seul fait d'inviter à la modération n'est pas dégradant pour le produit sucre. Les termes de la campagne querellée sont d'ailleurs particulièrement clairs : il n'y est jamais question de cesser la consommation de sucre mais uniquement de la réduire ; le sucre, présent à hauteur de 50% en fin de « programme », y demeure une nécessité gustative et est associé à un « plaisir gourmand ». Il n'est ni discrédité ni déprécié en tant que tel mais critiqué à travers l'abus dans sa consommation.

Par ailleurs, le fait d'inscrire explicitement la campagne publicitaire dans cette logique partagée par les pouvoirs publics de protection de la santé des consommateurs en se référant à la recommandation du 4 mars 2015 de l'OMS n'est pas fautif d'une part car le but poursuivi répond objectivement bien qu'indirectement à cet impératif et d'autre part car les préconisations de l'OMS sont exactement reprises.

Enfin, la liberté d'expression, garantie par l'article 10 de la Convention Européenne de Sauvegarde des Droits de l'Homme et des Libertés Fondamentales, bénéficie, ainsi que l'a jugé la Cour européenne des droits de l'homme dans son arrêt *Casado Coca c. Espagne* du 24 février 1994 (§35), à « toute personne » sans distinction d'après la nature, lucrative ou non, du but recherché, l'article 10 englobant « l'expression artistique (arrêt *Müller et autres c. Suisse* du 24 mai 1988, série A no 133, p. 19, par. 27), des informations à caractère commercial (arrêt *markt intern Verlag GmbH et Klaus Beermann précité, ibidem*) [...], ou même de la musique légère et des messages publicitaires diffusés par câble (arrêt *Groppera Radio AG et autres c. Suisse* du 28 mars 1990, série A no 173, p. 22, paras. 54-55) ». Ainsi, si la liberté d'expression peut se heurter à des limites plus strictes quand elle sert un intérêt privé que quand elle est exercée exclusivement dans l'intérêt commun, l'importance accordée par les autorités françaises, l'OMS et les médias fait de la surconsommation de sucre un débat d'intérêt général sur lequel les défenderesses peuvent, même à des fins lucratives, communiquer dès lors qu'elles ne commettent aucun abus. Or, consacrée à la surconsommation de sucre et non à son élimination en des termes modérés et neutres et s'appuyant sur des données objectives mettant en évidence les dangers, admis par le CEDUS lui-même, d'un abus de consommation de sucre, la communication globale développée par la SAS MARCEL et la SAS ITM ALIMENTAIRE INTERNATIONAL s'inscrit dans l'exercice régulier de leur liberté d'expression. Et, la liberté d'expression ne peut être restreinte que par la loi du 29 juillet 1881 et par les autres textes spéciaux tels les articles 9 et 9-1 du code civil et non dans le cadre de la responsabilité délictuelle de droit commun.

En conséquence, en l'absence de dénigrement démontré, les demandes du CEDUS à ce titre seront intégralement rejetées.

2°) Sur la nullité des marques françaises n° 4210098, n° 4210285 et n°4210104

Moyens des parties

Au soutien de ses prétentions, le CEDUS expose que les marques litigieuses sont dépourvues de caractère distinctif car elles sont descriptives des produits et services visés à leur enregistrement en ce que les termes qui les composent sont « susceptibles de servir pour faire référence au sujet » de ces derniers en ayant pour « objet de promouvoir la lutte contre la

consommation excessive de sucre et les produits qui permettent de s'en « désintoxiquer » ». Il ajoute que le caractère intrinsèquement dénigrant et trompeur des marques les rend contraires à l'ordre public qui intègre les « prescriptions impératives de la législation économique et celles qui sont destinées à protéger les consommateurs ».

En réponse, la SAS ITM ALIMENTAIRE INTERNATIONAL explique que, appliqués aux produits et services visés, les signes « LA DETOX DE SUCRE », « LA DETOX DU SUCRE » et « SUGAR DETOX » sont parfaitement arbitraires et distinctifs puisqu'ils ne sont pas susceptibles de décrire la caractéristique d'une affiche, d'un carton, d'un mouchoir, ou d'un service de publicité, « sauf à considérer que le carton employé n'a qu'une faible teneur en sucre ou que l'agence livre une prestation peu sucrée ». Elle ajoute que le caractère prétendument « intrinsèquement dénigrant et trompeur » de ces marques ne relève pas de la contrariété « à l'ordre public et aux bonnes mœurs » visée dans le texte, le caractère trompeur relevant de l'article L 713-3c du code de la propriété intellectuelle que le CEDUS ne vise à aucun moment dans son assignation et le dénigrement ne pouvant être appréhendé à travers l'article L 711-3b du code de la propriété intellectuelle relatif à la contrariété à l'ordre public et qui interdit les signes susceptibles de porter atteinte à des principes essentiels au bon fonctionnement de la société et non à des intérêts particuliers.

S'associant aux moyens de la SAS ITM ALIMENTAIRE INTERNATIONAL, la SAS MARCEL y ajoute que, s'agissant des trois marques faisant l'objet d'une demande d'annulation, le CEDUS ne justifie pas de la réalité d'actes d'exploitation et que, tenant de ses statuts la mission de « défendre le sucre », il ne démontre pas qu'une atteinte y ait été portée. Précisant que le simple dépôt de marques, non exploitées sur le marché et dont l'existence est de toute évidence restée ignorée du grand public et des consommateurs, ne cause ni grief, ni préjudice au CEDUS ou à ses membres à défaut d'un quelconque impact sur le marché, elle en déduit l'absence d'intérêt à agir du CEDUS. Subsidiairement, elle précise que l'exigence de distinctivité des marques répond à la volonté d'éviter qu'un opérateur ne puisse réserver, pour décrire ses propres produits et services, un signe indispensable à l'exercice de l'activité d'autres opérateurs économiques et que la recevabilité à agir en nullité d'une marque sur le fondement des articles L 714-3 et L 711-2, est subordonnée, en application de l'article de l'article 31 du code de procédure civile à la démonstration d'un intérêt légitime à en solliciter la nullité. Indiquant que le CEDUS n'est un concurrent ni de l'agence MARCEL ni des supermarchés INTERMARCHE, qui commercialisent au contraire de nombreux produits comportant du sucre achetés aux membres du CEDUS ou fabriqués à partir des produits qu'ils produisent, et qu'il ne soutient pas que ses membres ou lui-même entendraient exploiter les signes « LA DETOX DU SUCRE » n° 4210098, « LA DETOX DE SUCRE » n°4210285 et « SUGAR DETOX » et que l'enregistrement de ces signes à titre de marque empêcherait le développement de son activité ou sa propre communication publique, elle en déduit son irrecevabilité pour défaut d'intérêt à contester la distinctivité des marques en raison de leur caractère descriptif.

Appréciation du tribunal

Conformément aux articles 12 et 16 du code de procédure civile, le juge tranche le litige conformément aux règles de droit qui lui sont applicables et doit donner ou restituer dans le respect du principe de la contradiction leur exacte qualification aux faits et actes litigieux sans s'arrêter à la dénomination que les parties en auraient proposée.

En vertu des articles 31 et 32 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, toute prétention émise par ou contre une personne dépourvue du droit d'agir étant irrecevable.

Et, conformément à 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.

Conformément à l'article L 714-3 du code de la propriété intellectuelle, est déclaré nul par décision de justice l'enregistrement d'une marque qui n'est pas conforme aux dispositions des articles L 711-1 et à L 711-4, la décision d'annulation ayant un effet absolu et étant, une fois devenue définitive, transmise à l'INPI pour inscription sur ses registres par le greffe ou l'une des parties en application de l'article R 714-3 du même code.

La SAS MARCEL invoque à titre principal l'irrecevabilité à agir du CEDUS en raison de l'inexploitation des marques litigieuses et de l'absence d'atteinte effective aux droits du CEDUS qui en découle. Toutefois, l'exploitation d'une marque n'est pas une condition de recevabilité de l'action en nullité qui porte sur l'enregistrement de la marque et par laquelle est contesté le monopole qu'il confère à son titulaire. Tel qu'il est présenté, ce moyen n'est pas pertinent. Mais, la SAS MARCEL poursuit son analyse en indiquant que le CEDUS ne démontre pas l'existence d'une atteinte à un droit antérieur détenu par lui et qu'il ne prétend pas avoir été victime, du fait de l'enregistrement des marques, d'une atteinte spécifique. Développés comme des arguments illustrant son analyse précédente, ceux-ci constituent en réalité des moyens propres auxquels le tribunal donnera toute leur portée conformément à l'article 12 du code de procédure civile, tous les éléments étant dans le débat.

Le droit sur une marque est un droit d'occupation d'un marché et non d'un registre : l'enregistrement d'une marque confère à son titulaire un monopole d'exploitation sur le signe déposé pour les produits et services visés et lui garantit qu'aucun acteur du même marché ne pourra en faire usage pour des produits et services identiques et le cas échéant similaires. Aussi, conformément à cette logique et à la fonction essentielle de la marque qui est de garantir l'origine commerciale d'un produit ou service, l'intérêt à agir en nullité d'un enregistrement de marque suppose la démonstration préalable que le monopole constitué par la marque génère une entrave à l'activité économique du demandeur.

Or, le CEDUS, dans sa mission de défense du produit sucre dans l'intérêt collectif de ses membres, ne prétend pas qu'il entend, pas plus que ses membres, se livrer à l'exploitation des signes monopolisés par la SAS MARCEL pour remplir son objet statutaire mais entend agir en défense de la Loi, pouvoir qui n'appartient qu'au ministère public. Il ne cherche pas à rendre disponible les signes dont il prétend qu'ils sont descriptifs mais, ainsi que le révèle l'ampleur de l'interdiction de promotion et de commercialisation de tout produit alimentaire sous un slogan même « similaire », à éradiquer toute évocation du caractère néfaste de la surconsommation de sucre. Il ne justifie en conséquence d'aucun intérêt légitime à agir en nullité des marques litigieuses ce qui commande l'irrecevabilité de ses demandes.

A titre surabondant, le tribunal constate que : au titre du caractère descriptif, le CEDUS se dispense de toute analyse produit par produit pourtant indispensable, le « sujet » de la lutte contre la surconsommation de sucre n'ayant aucun sens appliqué à des produits ou services tels les articles pour reliures, les adhésifs, les instruments d'écriture, les objets d'art gravés, les serviettes en papier ou encore les sacs à ordures de la classe 16 et le recrutement de personnel ou la gestion de fichiers informatiques en classe 35.

Et, si les termes « LA DETOX DU SUCRE », « LA DETOX DE SUCRE » et « SUGAR DETOX » servent accessoirement un objectif de lutte contre la surconsommation de sucre, celui-ci ne se confond pas avec la « destination » du bien ou du service couvert par la marque pas plus qu'il n'est pas assimilable à des signes ou dénominations pouvant servir à désigner une caractéristique du produit ou du service, et notamment l'espèce, la qualité, la quantité, la valeur, la provenance géographique, l'époque de la production du bien ou de la prestation de service au sens de l'article L 711-2b invoqué par le CEDUS ; au titre de la contrariété à l'ordre public, il est désormais établi que le caractère dénigrant des signes constituant les marques est inexistant. Surtout, le dénigrement et le caractère trompeur d'une marque, spécialement sanctionné par l'article L 711-3c du code de la propriété intellectuelle non invoqué par le CEDUS, ne relèvent pas de l'ordre public mais de la stricte défense d'intérêts privés qui ne sont de surcroît pas en cause dans le litige.

Dès lors, à la supposer recevable, son action serait mal fondée.

3°) Sur la procédure abusive

En application 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.

L'exercice d'une action en justice constitue par principe un droit et ne dégénère en abus pouvant donner naissance à une dette de dommages et intérêts que dans le cas de malice, de mauvaise foi ou d'erreur équipollente au dol.

Le CEDUS, qui n'avait imputé à la SAS MARCEL et la SAS ITM ALIMENTAIRE INTERNATIONAL dans son communiqué du 13 avril 2016 sur le site vraifaux.lesucre.com que le fait de se référer à une recommandation de l'OMS formulée « avec réserves » mais dont il ne contestait pour autant pas l'exactitude, a manifesté une légèreté blâmable traduisant une intention de nuire en présentant des demandes d'annulation de marque sans y avoir le moindre intérêt et en sollicitant des mesures d'interdiction particulièrement générales et de publication extrêmement larges en développant son moyen principal au titre du dénigrement sur une lecture volontairement tronquée et dénaturante de la campagne publicitaire litigieuse. Toutefois, la SAS MARCEL ne démontre pas l'existence d'un préjudice distinct de celui causé par la nécessité de se défendre en justice qui est intégralement réparé par l'allocation d'une somme en application de l'article 700 du code de procédure civile. Sa demande reconventionnelle sera en conséquence rejetée.

4°) Sur les demandes accessoires

Succombant au litige, le CEDUS, dont la demande au titre des frais irrépétibles sera rejetée, sera condamné à payer à la SAS MARCEL la somme de 15 000 euros et à la SAS ITM ALIMENTAIRE INTERNATIONAL celle de 10 000 euros application de l'article 700 du code de procédure civile ainsi qu'à supporter les entiers dépens de l'instance qui seront

recouverts conformément à l'article 699 du code de procédure civile par la SCP Deprez Guignot & Associés pour la part lui revenant.

Non nécessaire, l'exécution provisoire du jugement ne sera pas ordonnée conformément à l'article 515 du code de procédure civile.

PAR CES MOTIFS

Le tribunal, statuant publiquement, par jugement contradictoire, rendu en premier ressort et mis à la disposition par le greffe le jour du délibéré,

Déclare irrecevables les demandes du CENTRE D'ETUDES ET DE DOCUMENTATION DU SUCRE au titre de la violation de la législation européenne et des pratiques commerciales déloyales et trompeuses ;

Rejette les demandes du CENTRE D'ETUDES ET DE DOCUMENTATION DU SUCRE au titre du dénigrement ;

Déclare irrecevables les demandes du CENTRE D'ETUDES ET DE DOCUMENTATION DU SUCRE au titre de l'annulation de l'enregistrement des marques « LA DETOX DU SUCRE » n° 4210098, « LA DETOX DE SUCRE » n° 4210285 et « SUGAR DETOX » n° 4210104;

Rejette la demande de la SAS MARCEL au titre de la procédure abusive ;

Rejette la demande du CENTRE D'ETUDES ET DE DOCUMENTATION DU SUCRE au titre des frais irrépétibles ;

Condamne le CENTRE D'ETUDES ET DE DOCUMENTATION DU SUCRE à payer à la SAS MARCEL la somme de QUINZE MILLE EUROS (15 000 €) et à la SAS ITM ALIMENTAIRE INTERNATIONAL la somme de DIX MILLE EUROS (10 000 €) en application de l'article 700 du code de procédure civile ;

Condamne le CENTRE D'ETUDES ET DE DOCUMENTATION DU SUCRE à supporter les entiers dépens de l'instance qui seront recouverts directement par la SCP Deprez Guignot & Associés pour la part lui revenant conformément à l'article 699 du code de procédure civile ;

Dit n'y avoir lieu à l'exécution provisoire du jugement.

Fait et jugé à Paris le 15 Septembre 2016

LE GREFFIER
LE PRESIDENT