

**REPUBLIQUE FRANCAISE**  
**AU NOM DU PEUPLE FRANÇAIS**

TRIBUNAL DE GRANDE INSTANCE DE PARIS  
ORDONNANCE DE RÉFÉRÉ rendue le 07 novembre 2019

N° RG 19/57144 – N° Portalis 352J-W-B7D-CQOG 4 par D E, Premier Vice-Président adjoint au Tribunal de Grande Instance de Paris, agissant par délégation du Président du FMN° : 1 Tribunal,

Assignation du : Assisté de B C , Greffier. 13 Août 2019 1

**DEMANDERESSE**

Société CONFEDERATION, LOGEMENT ET CADRE DE VIE [...] représentée par Maître Charles CONSTANTIN-VALLET de la SELEURL CONSTANTIN-VALLET, avocats au barreau de PARIS – #E1759, Me Agathe MICHAUT, avocat au barreau de PARIS – E.1759

**DEFENDERESSE**

Société X Y 1198 avenue du docteur maurice donat 06250 MOUGINS représentée par Me Caroline GARNERO, avocat au barreau de PARIS – P146, Me Thierry BOISNARD, avocat au barreau d'ANGERS

**DÉBATS**

A l'audience du 10 Octobre 2019, tenue publiquement, présidée par D E, Premier Vice-Président adjoint, assisté de Brigitte FAILLOT, Faisant fonction de Greffier,

Nous, Président,

Après avoir entendu les parties comparantes ou leur conseil,

**EXPOSE DU LITIGE :**

« Z A » est un dispositif médical commercialisé par la société X Y sous la marque EAFIT ; Soutenant que la société X Y met en œuvre une pratique commerciale trompeuse et commet des manquements aux dispositions relatives aux dispositifs médicaux, l'association CONSOMMATION, LOGEMENT ET CADRE DE VIE l'a fait assigner, par exploit du 13 août 2019, devant la présente juridiction, au visa de l'article 809 du code de procédure civile, aux fins de voir, aux termes de ses conclusions déposées à l'audience et soutenues oralement :

ORDONNER la cessation de la commercialisation du produit Z A dans son état actuel et la modification immédiate de l'ensemble des supports de présentation, commercialisation et publicité du produit litigieux et ORDONNER notamment les mesures suivantes :

ORDONNER le retrait et interdire pour l'avenir toute publicité, présentation, promotion sur l'ensemble des supports de vente, de présentation ou de publicité du produit Z A faisant mention d'éléments faux, mensongers, trompeurs ou de nature à induire en erreur le consommateur sur l'efficacité et les résultats attendus du produit et celles qui sont interdites par les dispositions du Code de la santé publique relatives à la publicité d'un dispositif médical, et notamment :

— de toutes les affirmations, mentions ou allégations relatives aux études invoquées laissant croire qu'elles portent sur le produit Z A, notamment « Z A bénéficie de plusieurs études d'efficacité » ou de toutes les mentions, références ou formules qui en auraient le même sens ;

— de toutes les affirmations, mentions ou allégations relatives à une perte de 462 Kcalories par jour par la prise du produit, notamment « SCIENTIFIQUEMENT TESTÉ -462 KCAL /JOUR » ou « -462 Kcal / jour sur deux repas » ou de toutes les mentions, références ou formules qui en auraient le même sens ensemble ou détachées ;

— de toutes les affirmations, mentions ou allégations relatives au fait que Z A permet de capter jusqu'à 75% des calories absorbées sur les aliments gras, notamment « JUSQU'À 75% de calories absorbées sur les aliments gras », « EFFICACITÉ PROUVÉE SUR LA CAPTATION DES CALORIES EN UNE PRISE », « -50% de calories après 6 carrés de chocolat », « -29% de calories après 2 tranches de brioche », « -75% de calories après 16 pistaches », « -58% de calories après 1 sachet de chips (20g) » ou de toutes les mentions, références ou formules qui en auraient le même sens ;

— de toutes les affirmations, mentions ou allégations selon lesquelles l'efficacité du produit serait cliniquement prouvée et celles selon lesquelles l'ensemble des effets annoncés du produit Z A seraient cliniquement prouvés, notamment l'affirmation « EFFICACITÉ CLINIQUEMENT PROUVÉE » ou de toutes les mentions, références ou formules qui en auraient le même sens ;

ORDONNER le retrait et interdire pour l'avenir toute publicité, promotion ou présentation, du produit Z A, sur l'ensemble des supports de vente, de présentation ou de publicité affirmant ou suggérant que l'efficacité du produit est due au fait qu'il contient des fibres 100% naturelles, notamment « FIBRES 100% NATURELLES » en dessous des résultats garantis du produit, « Z A est un complexe breveté de fibres 100% naturelles associant 5 actions décisives dans la perte de poids », « Sans colorant ni conservateur, Z A 5 en 1 capte les graisses, les sucres et les calories tout en réduisant la sensation de faim et le grignotage pour perdre du poids efficacement », ou de toutes les mentions, références ou formules qui en auraient le même sens ;

ORDONNER notamment en conséquence le retrait de la vente et le rappel des invendus du produit Z A eu égard aux éléments interdits, faux, mensongers, trompeurs et de nature à induire en erreur figurant sur l'emballage et le pilulier ;

ORDONNER notamment en conséquence le retrait et le rappel des supports de vente (tels que les présentoirs et affiches) distribués par X Y à son réseau de distribution (pharmacie et parapharmacie) à destination du consommateur ;

ORDONNER notamment en conséquence la cessation de la diffusion du spot publicitaire, sur tous support de diffusion, réalisé pour promouvoir le produit Z A et visé dans la présente assignation ;

ORDONNER notamment en conséquence le retrait des affiches publicitaires issues du spot publicitaire réalisées pour promouvoir le produit Z A et la suppression de la promotion du produit sur les réseaux sociaux dans son état actuel;

ORDONNER la publication en première page du site internet de la société X Y destiné à l'exploitation de la marque EAFIT (actuellement : <http://www.eafit.com>) de la décision à intervenir ou des passages pertinents de la décision à venir et ce, pendant une durée minimum de trois mois ;

ORDONNER la communication par la société X Y du chiffre d'affaires réalisé par la vente du produit Z A 2018 et 2019 ;

ORDONNER la communication par la société X Y du nombre de boîtes du produit Z A depuis le début de l'année 2018 ;

ORDONNER l'exécution par la société X Y de l'ensemble des mesures conservatoires et de remise en état prononcées par la décision à intervenir dans un délai de deux semaines à compter de la signification de la décision et ce, sous astreinte de 1000 euros par manquement ;

DIRE ET JUGER que les manquements de la société X Y ne souffrent d'aucune contestation sérieuse au même titre que les préjudices en résultant pour la CLCV ;

En conséquence, ACCORDER une provision de 300 000 euros à la CLCV en raison de son préjudice d'atteinte à l'intérêt collectif des consommateurs ;

ACCORDER une provision de 100 000 euros à la CLCV en raison de son préjudice associatif ;

Et enfin, CONDAMNER la société X Y à verser à la CLCV la somme de 7.000 euros au titre de l'article 700 du Code de procédure civile ainsi qu'aux entiers dépens ; La demanderesse fait valoir que la société X Y se rend responsable d'un trouble manifestement illicite;

Elle soutient que cette dernière met en œuvre une pratique commerciale trompeuse dans le cadre de la présentation de la commercialisation du produit Z A ; qu'à ce titre elle promet mensongèrement la perte de 462 Kcal/jour garantie, sans réserve et scientifiquement testée, et affirme de manière illicite l'efficacité assurée d'un dispositif médical ;

Elle fait valoir par ailleurs que la défenderesse promet de manière mensongère et trompeuse la captation de 75% des calories absorbées sur les aliments gras ;

Elle affirme que la société X Y manque en outre aux dispositions législatives et réglementaires en matière de dispositif médical ;

Elle soutient que ces agissements ont provoqué une altération substantielle du comportement économique du consommateur ;

Elle ajoute qu'il existe également un dommage imminent nécessitant l'intervention de la présente juridiction puisque les pratiques commerciales trompeuses et les manquements aux dispositions en matière de dispositif médical sont actuellement en cours ;

Elle fait valoir enfin l'existence d'un important préjudice associatif ; soulevant qu'elle défend l'intérêt collectif des consommateurs ; qu'elle a engagé d'importants frais dans la présente procédure ; qu'elle a été obligé d'engager une veille relative aux différents produits minceurs et qu'elle devra mobiliser de nombreux moyens au titre de l'information des consommateurs une fois la présente décision rendue ;

En réponse aux conclusions de la société X Y elle soutient qu'en raison de l'urgence les dispositions de l'article 56 du Code de procédure civile n'ont pas été méconnues ;

Elle fait valoir qu'il doit y avoir une application cumulatives des dispositions du Code de la consommation et du Code de la santé publique au présent litige et que la pratique commerciale trompeuse mise en œuvre par X Y altère de manière substantielle le comportement économique du consommateur moyen ;

Dans ses conclusions déposées et développées oralement à l'audience, la société X Y sollicite de voir :

A titre liminaire :

CONSTATER que l'assignation de la CLCV n'est pas conforme aux exigences de l'article 56 du Code de procédure civile

ENJOINDRE la CLCV à rechercher une solution amiable et le justifier avant tout jugement, y compris en référé

A titre principal :

DIRE et JUGER que les pratiques faisant l'objet des contestations de la CLCV relèvent du Code de la santé publique ; En conséquence, JUGER que les demandes fondées sur le Code de la consommation sont irrecevables ;

JUGER que les pratiques de la société X Y ne constituent pas une violation aux règles des articles L5213-1 et suivants du Code de la santé publique ;

A titre subsidiaire :

CONSTATER que la CLCV n'apporte pas la preuve d'une pratique commerciale, à la charge de la société X Y affectant significativement le comportement économique du consommateur moyen de référence ;

DIRE et JUGER en conséquence, que la CLCV n'apporte pas la preuve d'une violation manifeste d'une règle de droit par la société X Y ;

Dire n'y avoir lieu à référé ;

DIRE et JUGER que les prétentions au titre de l'atteinte à l'intérêt associatif ne sont pas justifiées ;

DIRE et JUGER que les demandes de mesures conservatoires et de remise en état ne sont pas justifiées ;

REJETER toutes les demandes, fins et conclusions de la CLCV ;

En toute hypothèse :

CONDAMNER la CLCV à verser à la société X Y une somme de 10 000 euros au titre de l'article 700 du Code de procédure civile, ainsi qu'aux entiers dépens ;

La société X Y fait valoir que les dispositions de l'article 56 du code de procédure civile tendant à voir préciser les diligences entreprises en vue de parvenir à une résolution amiable du litige n'ont pas été respectées ;

Elle conclut à l'absence de trouble manifestement illicite au regard du code de la santé publique qui est seul applicable en l'espèce, faisant valoir que le produit litigieux Z A est un dispositif médical soumis aux dispositions de l'article L. 5213-2 du Code de la santé publique relatif à la publicité trompeuse en matière de dispositifs médicaux qui a été respecté en l'espèce ;

Elle soutient qu'il n'existe pas la moindre garantie annoncée par la société X Y sur la perte de 462 Kcal par jour et qu'elle prend particulièrement soin, sur pas moins de la moitié d'un côté de l'étiquetage, de rappeler que l'action d'un produit ne peut s'entendre qu'en respectant notamment deux critères essentiels liés à une alimentation équilibrée et la réalisation d'activités sportives ;

Elle soutient qu'il est mis en évidence par l'étude l'action du produit sur les aliments gras dont ceux visés et illustrés sur le packaging du produit qui concerne 4 aliments gras ;

Qu'il n'existe donc aucune tromperie et qu'il n'existe pas plus de mention excessive puisqu'il est clairement indiqué les pourcentages de calories perdues alors que la mention « jusqu'à » permet d'alléguer jusqu'à la valeur supérieure, soit 75 % ;

Elle soutient que les quantités d'aliments gras visés par l'étude sont clairement exprimées sur le packaging du produit de sorte que la critique est vaine ;

Elle affirme qu'elle ne prétend ni n'allègue que la naturalité des fibres aurait un lien avec la sécurité ou l'efficacité du produit et que la mention « Fibres 100% naturelles » apposée à l'avant de la boîte n'est pas associée à un renvoi vers la liste des effets ;

Elle fait valoir qu'à titre subsidiaire, il n'existe pas de trouble manifestement illicite au regard des règles du Code de la consommation et qu'il n'y a pas eu une altération substantielle du comportement économique du consommateur moyen de référence alors que son public cible est composé des sportifs souhaitant mincir, faisant valoir à ce titre qu'elle est spécialisée dans les produits destinés aux sportifs ;

Elle soutient que le public du Z A n'est pas le « grand public complexé » évoqué et que le consommateur moyen est normalement avisé, normalement attentif et normalement intelligent ;

Elle affirme qu'il ne peut y avoir de pratique commerciale trompeuse sans preuve de la méconnaissance des exigences de diligences professionnelles qui en l'espèce n'est pas rapportée ;

Elle exprime que les conditions de vente ne permettent pas de retenir l'existence d'une altération significative du comportement économique du consommateur ;

Elle soutient qu'elle ne présente ni promesse sans réserve, ni garantie d'efficacité ; à ce titre elle rappelle que :

— Sur l'emballage de la boîte du produit Z A 40 , il est indiqué, dans des caractères parfaitement lisibles et visibles, à l'avant de la boîte « jusqu'à 75% de calories absorbées sur les aliments gras », le terme « jusqu'à » étant écrit dans la même typographie et même dimension que la mention « 75% de calories absorbées » et ce, alors que le consommateur moyen est parfaitement capable de comprendre que le terme « jusqu'à » induit nécessairement que le résultat peut être inférieur ;

— Sur la boîte, toujours en caractères lisibles et visibles, il est également précisé que le Z A doit être utilisé dans le cadre d'un mode de vie sain et ne pas être donné comme substitut d'un régime alimentaire varié et X, le consommateur moyen étant parfaitement capable de comprendre ce texte qui n'est ni technique, ni complexe, ni scientifique alors qu'il n'est même pas nécessaire d'ouvrir la boîte pour lire cette précaution et que le consommateur a donc connaissance de cette information avant son achat ;

Elle fait valoir qu'à la lecture de ce texte, le consommateur moyen est capable de comprendre que le Z A n'est pas une garantie de perte de poids ou de perte de calories s'il n'est pas associé à une alimentation adaptée ;

Que cette mention s'ajoute à celle qui apparaît au dos de la boîte (donc toujours visible avant un achat) et qui précise « Pour être complément efficace, un programme minceur se construit dans la durée et repose sur ces trois critères essentiels : ALIMENTATION EQUILIBREE, ACTIVITES SPORTIVES, ACTIONS DES FORMULES » ;

Elle fait observer à ce titre que ce texte apparaît pour moitié en bleu vif et pour l'autre moitié en majuscule ; qu'il évoque l'efficacité des programmes minceurs, non l'efficacité du Z A et qu'il suffit de le lire pour le comprendre, cela étant à la portée d'un consommateur moyen ;

Elle fait valoir en outre que sur les sites internet il est indiqué que le dispositif médical doit être utilisé dans le cadre d'un mode de vie sain et ne pas être donné comme un substitut d'un régime alimentaire varié et X ;

Elle soutient que les études et essais cliniques ne sont pas présentés de manière trompeuse ;

A ce titre, elle fait valoir que pour obtenir le marquage CE, délivré par un organisme compétent après contrôle du dossier déposé, le produit doit respecter les exigences essentielles définies notamment au niveau européen ; que ledit organisme de contrôle doit vérifier le respect des exigences essentielles et, notamment, évaluer la pertinence, le bien-fondé, la réalité... des études versées au dossier par le fabricant et que dans le cas d'espèce elle justifie que son produit et l'étiquetage ont été notifiés à l'organisme, qui a marqué son parfait accord pour l'enregistrement de la déclaration du dispositif médical et son marquage CE ;

Elle soutient par ailleurs, que, s'agissant de la perte de 462 KCAL/JOUR, il convient de rappeler que la mention a été validée par l'organisme certificateur ;

Elle affirme que cet organisme technique a donc vérifié la concordance entre l'allégation portée sur le dispositif médical et les exigences essentielles définies au niveau communautaire, notamment la conformité à l'étude in vitro de l'action sur les sucres et les graisses du complexe de fibres ;

Elle affirme que les mentions sur la boîte ou le pilulier sont parfaitement lisibles ;

Enfin, elle fait valoir le caractère injustifié et infondé des demandes en paiement de la demanderesse :

Pour plus ample informé de l'exposé des prétentions des parties, il est renvoyé à l'assignation introductive d'instance et aux écritures déposées et développées oralement à l'audience.

SUR CE,

En vertu de l'article 56 alinéa 3 du code de procédure civile :

“L'assignation contient à peine de nullité, outre les mentions prescrites pour les actes d'huissier de justice :

1° L'indication de la juridiction devant laquelle la demande est portée ;

2° L'objet de la demande avec un exposé des moyens en fait et en droit ;

3° L'indication des modalités de comparution devant la juridiction et la précision que, faute pour le défendeur de comparaître, il s'expose à ce qu'un jugement soit rendu contre lui sur les seuls éléments fournis par son adversaire ;

4° Le cas échéant, les mentions relatives à la désignation des immeubles exigées pour la publication au fichier immobilier.

Elle comprend en outre l'indication des pièces sur lesquelles la demande est fondée. Ces pièces sont énumérées sur un bordereau qui lui est annexé.

Sauf justification d'un motif légitime tenant à l'urgence ou à la matière considérée, en particulier lorsqu'elle intéresse l'ordre public, l'assignation précise également les diligences entreprises en vue de parvenir à une résolution amiable du litige.

Elle vaut conclusions “ ;

En l'espèce l'assignation en référé, qui vise à permettre un accès rapide au juge, soit au regard de l'urgence, soit en raison de l'absence de contestation sérieuse, aux fins d'obtenir des décisions ayant autorité relative de la chose jugée, exclut dès lors l'application de l'article 56 alinéa 3 du code de procédure civile et il y aura lieu en conséquence de rejeter l'exception de nullité à ce titre ;

En vertu des dispositions de l'article 808 du Code de Procédure Civile “dans tous les cas d'urgence, le président du tribunal de grande instance peut ordonner en référé toutes les mesures qui ne se heurtent à aucune contestation sérieuse ou que justifie l'existence d'un différend” ;

En vertu des dispositions de l'article 809 du Code de Procédure Civile “le président peut toujours, même en présence d'une contestation sérieuse, prescrire en référé les mesures conservatoires ou de remise en état qui s'imposent, soit pour prévenir un dommage imminent, soit pour faire cesser un trouble manifestement illicite” ;

En vertu des dispositions de l'article L 121-1 du code de la consommation : “Les pratiques commerciales déloyales sont interdites. 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 normalement informé et raisonnablement attentif et avisé, à l'égard d'un bien ou d'un service (...)” ; En vertu des dispositions de l'article L 121-2 du code de la consommation :

“Une pratique commerciale est trompeuse si elle est commise dans l'une des circonstances suivantes :

(...) 2° Lorsqu'elle repose sur des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur et portant sur l'un ou plusieurs des éléments suivants : a) L'existence, la disponibilité ou la nature du bien ou du service ; b) Les caractéristiques essentielles du bien ou du service, à savoir : ses qualités substantielles, sa composition, ses accessoires, son origine, sa quantité, son mode et sa date de fabrication, les conditions de son utilisation et son aptitude à l'usage, ses propriétés et les résultats attendus de son utilisation, ainsi que les résultats et les principales caractéristiques des tests et contrôles effectués sur le bien ou le service (...)” ;

En vertu des dispositions de l'article L 5213-1 du code de la santé publique :

“I. On entend par publicité pour les dispositifs médicaux au sens de l'article L. 5211-1 toute forme d'information, y compris le démarchage, de prospection ou d'incitation qui vise à

promouvoir la prescription, la délivrance, la vente ou l'utilisation de ces dispositifs, à l'exception de l'information dispensée dans le cadre de leurs fonctions par les pharmaciens gérant une pharmacie à usage intérieur.

II. Ne sont pas inclus dans le champ de cette définition :

1° L'étiquetage et la notice d'instruction des dispositifs médicaux ;

2° La correspondance, accompagnée, le cas échéant, de tout document non publicitaire, nécessaire pour répondre à une question précise sur un dispositif médical particulier ;

3° Les informations relatives aux mises en garde, aux précautions d'emploi et aux effets indésirables relevés dans le cadre de la matériovigilance ainsi que les catalogues de ventes et listes de prix s'il n'y figure aucune information sur le dispositif médical ;

4° Les informations relatives à la santé humaine ou à des maladies humaines, pour autant qu'il n'y ait pas de référence même indirecte à un dispositif médical” ;

En vertu des dispositions de l'article L 5213-2 du code de la santé publique : “La publicité définie à l'article L. 5213-1 porte sur les dispositifs médicaux qui respectent les obligations fixées à l'article L. 5211-3.

La publicité définit de façon objective le produit, le cas échéant ses performances et sa conformité aux exigences essentielles concernant la sécurité et la santé, telles qu'elles sont attestées par le certificat mentionné au même article L. 5211-3, et favorise son bon usage.

La publicité ne peut ni être trompeuse, ni présenter un risque pour la santé publique” ;

Il convient de constater que l'ensemble de ces dispositions, le produit litigieux étant un dispositif médical, ne sont pas incompatibles entre-elles mais cumulatives ;

En l'espèce il résulte des pièces versées aux débats et notamment de l'emballage du produit que les mentions suivantes :

“Perte de poids, capte les graisses, capte les sucres, réduit l'absorption des calories, diminue la sensation de faim, réduit le grignotage” et “jusqu'à 75 % de calories absorbées sur les aliments gras (1), [...] (2)” ;

Ne peuvent, d'évidence, relever de “L'étiquetage et la notice d'instruction des dispositifs médicaux” mais consiste bien en une publicité sur l'efficacité du produit dans la perte de poids ;

Il est par ailleurs évident que les éléments publicitaires précités sur la façade de l'emballage du produit affirment que l'ensemble de ces qualités appartiennent au produit Z A ;

Or, il apparaît à la lecture des renvois de notes que les études et tests qui y sont cités ne portent pas sur le produit mais seulement sur le “complexe de fibres” qu'il contient ;

L'affirmation "[...]" ne concerne donc pas le produit Z A ;

Il apparaît en outre, à la lecture du renvoi de la note n°2, que l'étude amenée à justifier cette affirmation repose sur une "évaluation in vitro de l'action sur les sucres et les graisses du complexe de fibres sur un repas complet lors de simulation de la digestion duodénale " et non pas sur un organisme humain ;

De même, contrairement à ce que la façade de l'emballage laisse supposer, la perte "jusqu'à 75 % de calories absorbées sur les aliments gras" ne concerne que quelques aliments, qui plus est en quantité limitée, soit 6 carrés de chocolat, 2 tranches de brioches, 16 pistaches, 1 sachet de chips de 20 G ;

En l'espèce, si le terme "jusqu'à 75 % de calories absorbées" permet de comprendre qu'il s'agit d'une absorption maximale et laisse supposer qu'il existe des absorptions moindres, tel étant le cas en l'espèce, l'emploi de l'expression "sur les aliments gras" au lieu de "sur des aliments gras" signifie l'affirmation que le produit agit sur la totalité des éléments gras et, en tout état de cause, sur un nombre bien supérieur à 4 aliments ;

Il apparaît en outre, à la lecture du renvoi de la note n°1, que l'étude amenée à justifier cette affirmation repose sur une "évaluation in vitro de l'action du complexe de fibres" sans autre précision ;

Tous ces éléments prouvent que la publicité précitée repose sur des "allégations, indications ou présentations fausses portant notamment sur les caractéristiques essentielles du bien" permettant une absorption de gras et une perte de calories ;

Concernant le comportement du consommateur, il résulte des pièces versées aux débats que le produit n'est pas commercialisé seulement auprès des sportifs puisqu'il est distribué dans des pharmacies et des parapharmacies ainsi sur des sites de E- commerces sans aucune spécificités particulières tels Amazon ou Cdiscount ;

Au demeurant aucune des mentions écrites sur l'emballage n'indique que ce produit est réservé aux sportifs ;

Dès lors, le public concerné par le produit apparaît être un public courant sans spécificité particulière autre que celle de vouloir maigrir et donc le consommateur concerné doit être qualifié de consommateur moyen ;

Or, la lecture de l'emballage en façade du produit est particulièrement attrayante ; l'oeil n'est attiré que par la photographie d'une partie d'un corps féminin mince ainsi que par les caractéristiques d'absorption de calories jusqu'à 75 % et la perte de 462 KCAL/JOUR dont il est mentionné en gros caractères et en majuscule qu'il est "SCIENTIFIQUEMENT TESTE" ;

Il convient en outre, de constater que les chiffres des renvois sont écrits en caractères très petits et la lecture de ces renvois nécessite de tourner complètement la boîte ;

Ces renvois eux-mêmes sont écrits en petits caractères ;

Dès lors, le consommateur moyen doit s'attendre en achetant le produit à bénéficier des caractéristiques précitées d'absorption de calories jusqu'à 75 % et de la perte de 462 KCAL/JOUR alors que ce n'est pas le cas ;

En conséquence il apparaît que les mentions sur l'emballage du produit procèdent d'une pratique commerciale trompeuse qui altère de manière substantielle le comportement économique du consommateur moyen appelé à acheter ce produit ;

L'ensemble de ces motifs vaut aussi pour le spot publicitaire litigieux qui reprend les mêmes arguments publicitaires avec les mêmes références aux tests litigieux ;

Cette pratique commerciale trompeuse suffit à elle seule à caractériser le trouble manifestement illicite au sens de l'article 809 du code de procédure civile auquel il convient de mettre fin ;

En revanche la mention faisant état de l'existence de 100 % de fibres naturelles apparaît relever d'une simple information qui, au demeurant, concernant la nature des fibres contenues dans les gélules, n'est pas mensongère ;

De même il n'apparaît pas que la mention faisant valoir que "Z A 5 en 1 capte les graisses, les sucres et les calories tout en réduisant la sensation de faim et le grignotage pour perdre du poids efficacement", soit mensongère ;

En conséquence il y aura lieu, au titre des mesures conservatoires strictement nécessaires qui s'imposent, de :

ORDONNER la cessation de la commercialisation du produit Z A dans son état actuel ;

Ordonner la modification de l'ensemble des supports de présentation, commercialisation et publicité du produit litigieux avec les suppressions suivantes :

— de toutes les affirmations, mentions ou allégations relatives à une perte de 462 Kcalories par jour par la prise du produit, « SCIENTIFIQUEMENT TESTÉ -462 KCAL / JOUR » ou « -462 Kcal / jour sur deux repas » ou de toutes les mentions, références ou formules qui en auraient le même sens ensemble ou détachées;

— de toutes les affirmations, mentions ou allégations relatives au fait que Z A permet de capter jusqu'à 75% des calories absorbées sur les aliments gras, « JUSQU'À 75% de calories absorbées sur les aliments gras », « EFFICACITÉ PROUVÉE SUR LA CAPTATION DES CALORIES EN UNE PRISE », « -50% de calories après 6 carrés de chocolat », « -29% de calories après 2 tranches de brioche », « -75% de calories après 16 pistaches », « -58% de calories après 1 sachet de chips (20g) » ou de toutes les mentions, références ou formules qui en auraient le même sens ;

ORDONNER le retrait de la vente et le rappel des invendus du produit Z A contenant les mentions dont la suppression sera ordonnée ;

ORDONNER la cessation de la diffusion du spot publicitaire, sur tous support de diffusion, réalisé pour promouvoir le produit Z A faisant état des mentions dont la suppression sera ordonnée ;

ORDONNER le retrait des affiches publicitaires issues du spot publicitaire réalisées pour promouvoir le produit Z A contenant les mentions dont la suppression sera ordonnée et la suppression de la promotion du produit Z A contenant les mentions dont la suppression sera ordonnée sur les réseaux sociaux ;

Dire que pour l'exécution par la société X Y de l'ensemble des mesures conservatoires et de remise en état prononcées par la décision à intervenir, une astreinte de 300 euros par infraction constatée – l'infraction étant constituée par chaque boîte mise en vente ou chaque publicité diffusée – commencera à courir dans un délai de 60 jours à compter de la signification de la présente décision et ce, pendant un délai de 90 jours ;

Il y aura lieu de nous réserver la liquidation de l'astreinte ;

Sur les demandes de provisions : En vertu des dispositions de l'article 809 du Code de Procédure Civile « le président peut toujours, même en présence d'une contestation sérieuse, prescrire en référé les mesures conservatoires ou de remise en état qui s'imposent, soit pour prévenir un dommage imminent, soit pour faire cesser un trouble manifestement illicite.

Dans le cas où l'existence d'une obligation n'est pas sérieusement contestable, il peut accorder une provision au créancier, ou ordonner l'exécution de l'obligation même s'il s'agit d'une obligation de faire » ;

— Sur la demande au titre de l'atteinte portée à l'intérêt collectif des consommateurs ;

En vertu des dispositions de l'article L 621-1 du code de la consommation :

“Les associations régulièrement déclarées ayant pour objet statutaire explicite la défense des intérêts des consommateurs peuvent, si elles ont été agréées à cette fin en application de l'article L. 811-1, exercer les droits reconnus à la partie civile relativement aux faits portant un préjudice direct ou indirect à l'intérêt collectif des consommateurs (...)” ;

En l'espèce l'association CONSOMMATION, LOGEMENT ET CADRE DE VIE satisfait aux conditions précitées ;

Par ailleurs, il est manifeste que l'obligation de la SA LABORATOIRES FORTE PHARMA d'indemniser l'atteinte à l'intérêt collectif des consommateurs n'est pas sérieusement contestable au vu de la pratique commerciale trompeuse sur un aspect aussi important que la preuve scientifique de l'efficacité d'un dispositif médical sur le marché de la minceur et de la perte de poids de la part d'un laboratoire qui est l'un des principaux acteurs de ce marché ;

Compte tenu que le produit en cause est un dispositif médical commercialisé sur l'ensemble du territoire notamment par le biais d'un réseau particulièrement développé de pharmacies et parapharmacies ainsi surtout que par le biais de vente sur des “marketplaces”, et ce depuis 2017

et compte tenu du prix de la boîte de gélules variant de 29,90 à 39,90 euros, il sera alloué à la CCLCV à ce titre une somme de 30 000 euros à titre provisionnel;

— Sur la provision à valoir sur l'indemnisation du préjudice associatif : La mission de la CCLCV et son action dans le cas présent nécessitent et ont nécessité des moyens financiers et humains pour l'étude du dispositif médical litigieux sur le marché de la perte de poids et l'examen de ce produit ;

Le travail accompli par la CCLCV du fait de la pratique commerciale trompeuse retenue a eu un coût qui s'analyse en un préjudice associatif ;

Ce préjudice doit cependant se cantonner au présent litige et non pas concerner le rôle général rempli par la demanderesse dans la défense et l'information des consommateurs ;

Dès lors, au vu des pièces versées aux débats, il y aura lieu d'allouer à l'association CONSOMMATION, LOGEMENT ET CADRE DE VIE la somme provisionnelle de 10 000 euros à ce titre ;

Il apparaît inéquitable de laisser à la charge de l'association CONSOMMATION, LOGEMENT ET CADRE DE VIE le montant des frais irrépétibles et il y aura lieu de condamner la société X Y à lui payer 7 000 euros sur le fondement de l'article 700 du code de procédure civile ;

La société X Y succombe à la procédure et sera donc condamnée aux dépens ;

PAR CES MOTIFS Statuant publiquement, par ordonnance contradictoire et en premier ressort, rendue par mise à disposition au greffe ; Rejetons l'exception de nullité ;

Ordonnons la cessation de la commercialisation du produit Z A dans son état actuel ;

Ordonnons la modification de l'ensemble des supports de présentation, commercialisation et publicité du produit litigieux avec les suppressions suivantes :

— de toutes les affirmations, mentions ou allégations relatives à une perte de 462 Kcalories par jour par la prise du produit, « SCIENTIFIQUEMENT TESTÉ -462 KCAL / JOUR » ou « -462 Kcal / jour sur deux repas » ou de toutes les mentions, références ou formules qui en auraient le même sens ensemble ou détachées ;

— de toutes les affirmations, mentions ou allégations relatives au fait que Z A permet de capter jusqu'à 75% des calories absorbées sur les aliments gras, « JUSQU'À 75% de calories absorbées sur les aliments gras », « EFFICACITÉ PROUVÉE SUR LA CAPTATION DES CALORIES EN UNE PRISE », « -50% de calories après 6 carrés de chocolat », « -29% de calories après 2 tranches de brioche », « -75% de calories après 16 pistaches », « -58% de calories après 1 sachet de chips (20g) » ou de toutes les mentions, références ou formules qui en auraient le même sens ;

Ordonnons le retrait de la vente et le rappel des invendus du produit Z A contenant les mentions dont la suppression est ordonnée par la présente décision ;

Ordonnons la cessation de la diffusion du spot publicitaire, sur tous support de diffusion, réalisé pour promouvoir le produit Z A faisant état des mentions dont la suppression est ordonnée par la présente décision ;

Ordonnons le retrait des affiches publicitaires issues du spot publicitaire réalisées pour promouvoir le produit Z A contenant les mentions dont la suppression est ordonnée par la présente décision et la suppression de la promotion du produit Z A sur les réseaux sociaux contenant les mentions dont la suppression est ordonnée par la présente décision ;

Disons que pour l'exécution par la société X Y de l'ensemble des mesures conservatoires et de remise en état prononcées par la décision à intervenir, une astreinte de 300 euros par infraction constatée – l'infraction étant constituée par chaque boîte mise en vente ou chaque publicité diffusée – commencera à courir dans un délai de 60 jours à compter de la signification de la présente décision et ce, pendant un délai de 90 jours ;

Condamnons la société X Y à payer à l'association CONSOMMATION, LOGEMENT ET CADRE DE VIE la somme provisionnelle de 30 000 euros au titre de l'atteinte portée à l'intérêt collectif des consommateurs ;

Condamnons la société X Y à payer à l'association CONSOMMATION, LOGEMENT ET CADRE DE VIE la somme provisionnelle de 10 000 euros au titre de son préjudice associatif ;

Condamnons la société X Y à payer à l'association CONSOMMATION, LOGEMENT ET CADRE DE VIE 7 000 euros sur le fondement de l'article 700 du Code de Procédure Civile ; Rappelons que la présente décision est exécutoire à titre provisoire; Condamnons la société X Y aux dépens

Fait à Paris le 07 novembre 2019

Le Greffier, Le Président,