

**TRIBUNAL  
DE GRANDE  
INSTANCE  
DE PARIS**



5ème chambre 2ème  
section

N° RG :  
15/14239

N° MINUTE :

8

Assignation du :  
06 Octobre 2015

**JUGEMENT**  
**rendu le 09 Février 2017**

**DEMANDERESSE**

**Association NATIONALE DE PREVENTION EN ALCOOLOGIE  
ET EN ADDICTOLOGIE (ANPAA)**

20 rue Saint Fiacre  
75002 PARIS

représentée par Me Catherine GIAFFERI, avocat au barreau de PARIS,  
avocat postulant, vestiaire #C0107

**DÉFENDERESSE**

**S.A. KRONENBOURG, précédemment BRASSERIES  
KRONENBOURG**

Boulevard d'Europe  
67210 OBERNAI

représentée par Maître Eric ANDRIEU de la SCP PECHENARD &  
Associés, avocats au barreau de PARIS, avocats postulant, vestiaire  
#R0047

**COMPOSITION DU TRIBUNAL**

Edmée BONGRAND, Vice-Président  
Michel REVEL, Vice-Président  
Stéphanie VACHER, Juge

assistée de Laure POUPET, greffière

2 Expéditions  
exécutoires  
délivrées le:

14 FEV. 2017

18

7

## **DÉBATS**

A l'audience du 20 Octobre 2016 tenue en audience publique devant Stéphanie VACHER, 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 Code de Procédure Civile.

## **JUGEMENT**

Prononcé par mise à disposition  
Contradictoire  
en premier ressort

---

## **FAITS ET PROCEDURE**

L'ASSOCIATION NATIONALE DE PREVENTION EN ALCOOLOGIE ET ADDICTOLOGIE (ANPAA) a fait assigner devant ce tribunal par acte en date du 6 octobre 2015, la S.A. KRONENBOURG afin de faire déclarer illicites au regard de l'article L. 3323-4 du code de la santé publique et d'ordonner le retrait du site français de la société KRONENBOURG, à l'adresse <http://www.grimbergen.fr>, la diffusion de:

- films intitulés : « La légende du Phoenix » et « les territoires d'une légende »;
- d'un jeu intitulé « Le jeu des territoires »;
- diverses publicités, portant comme slogan, en haut d'affiche, « l'intensité d'une légende », suivi d'un verre de bière avec le nom de Grimbergen Blonde ou Blanche ou Rouge ou Poire etc.

**Dans ses dernières écritures en date du 22 février 2016 l'ANPAA** sollicite du tribunal au visa des articles L 3323-2, L 3323-4, L 3351-7, L 3323-7, L 3355-1, L 3355-3, du Code de la Santé Publique; 1382 et suivants du Code Civil et 515 du Code de Procédure Civile de:

1. Déclarer illicites les publicités en faveur de la boisson alcoolique GRIMBERGEN parues sur le site, [www.grimbergen.fr](http://www.grimbergen.fr), éditées par la société Kronenbourg et constituées par :

- Le film intitulé « la légende du Phoenix »
- Le film intitulé « les territoires d'une légende »
- Le jeu intitulé « le jeu des territoires »
- Les publicités portant le slogan « l'intensité d'une légende ».

En conséquence,

2. Ordonner le retrait sur le site [www.grimbergen.fr](http://www.grimbergen.fr) :

- Du film intitulé « la légende du Phoenix »
- Du film intitulé « les territoires d'une légende »
- Du jeu intitulé « le jeu des territoires »
- Des publicités portant le slogan « l'intensité d'une légende. »

3. Dire que ces retraits interviendront sous astreinte de 10 000 euros par jour à compter de la signification de la décision à intervenir et pour chaque retrait sollicité.

1 p

7

4. Condamner, en conséquence, la société Kronenbourg, éditrice du site [www.grimbergen.fr](http://www.grimbergen.fr), au paiement d'une somme de 70 000 euros au titre des dommages et intérêts au profit de l'ANPAA.

Au soutien de ses prétentions elle expose que:

- tout élément relatif à la publicité ne doit faire état de mentions purement objectives se rapportant aux mentions définies à l'article L.3323-4 du Code de la Santé Publique;
- Concernant le film intitulé « la légende du Phoenix », même si le Phoenix est selon la société Kronenbourg le symbole de la bière Grimbergen, il n'en reste pas moins que l'exploitation de ce visuel du Phoenix au delà des âges et au regard des vertus auxquelles il renvoie, est sans relation avec l'intégralité des mentions visées à l'article L.3323-4;
- Concernant le film intitulé «des territoires d'une légende»: il n'y a pas de lien précis et incontestable avec le produit quant à la représentation d'un territoire, d'un rapace, et d'une carte à l'ancienne représentant des territoires. La mise en scène des verres de bière au milieu de ces décors survolés par un Phoenix aux vertus rappelées dans le premier film, n'a d'autre objectif que d'inciter le consommateur à croire aux vertus légendaires de la bière Grimbergen en s'inspirant du générique de la série à succès Games of Thrones;
- Concernant le jeu intitulé « le jeu des territoires » : il est manifeste que ce jeu s'adresse à un jeune public et n'a d'autres objectifs que de retenir l'attention de l'internaute en lui permettant d'associer la bière GRIMBERGEN à une parenthèse ludique;
- Les publicités portant le slogan « l'intensité d'une légende » sont sans relation avec les dispositions de l'article L.3323-4 du Code de la Santé Publique, la légende étant sans relation avec la bière et l'intensité ne pouvant en aucun cas qualifier une bière, étant en outre appliquée ici au terme de la légende;
- La diffusion de ces visuels illicites et incitatifs à la consommation d'alcool, est contraire au but de prévention poursuivi par l'ANPAA dans le cadre de ses activités.

Il paraît légitime de réparer le préjudice de l'ANPAA en lui allouant la somme de 70 000 euros au paiement de laquelle sera condamnée la Société KRONEBOURG, éditrice du site [www.grimbergen.fr](http://www.grimbergen.fr).

**Dans ses dernières écritures du 23 mars 2016 KRONENBOURG** sollicite du tribunal au visa de l'article L. 3323-4 du code de la santé publique de:

- DIRE et JUGER que : Le film « La légende du Phoenix », le film « Les territoires d'une légende », le jeu des territoires, les publicités portant le slogan « L'intensité d'une légende », figurant sur le site [www.grimbergen.fr](http://www.grimbergen.fr) ne constituent pas des publicités illicites en faveur d'une boisson alcoolique;
- DEBOUTER l'ANPAA de l'ensemble de ses demandes,
- CONDAMNER l'ANPAA à payer à la société Brasseries Kronenbourg la somme de 10.000 € au titre de l'article 700 du Code de procédure civile;
- CONDAMNER l'ANPAA aux entiers dépens.

1 P

7

Au soutien de ses prétentions elle expose que:

- Il résulte de l'article L.3323-4 du code de la santé publique, que la publicité pour les alcools « peut également comporter des références objectives relatives à la couleur et aux caractéristiques olfactives et gustatives du produit », ce qui montre que pour les autres éléments autorisés par le texte, l'objectivité n'est pas requise;
- La notion même de publicité impose une certaine liberté de création et une publicité peut ainsi avoir recours à un fond attrayant;
- l'emblème de l'Abbaye est un phénix et sa devise est «Ardet nec consumitur» («Brûle mais ne se consume point»). Le film "La légende du Phoenix" ne contient pas d'autres éléments que la description de cette origine historique du produit, ce qui est expressément autorisé par la loi; ;
- concernant le caractère illicite du film, "les territoires d'une légende", en identifiant les territoires de la marque Grimbergen pour chaque produit de sa gamme et en les rattachant à son histoire, qui est indissociable de l'Abbaye de Grimbergen, la société Kronembourg inscrit sa communication dans le respect le plus strict des dispositions de l'article L3323-4 du Code de la santé publique;
- L'absence de caractère illicite du jeu des territoires: ce jeu dont il est question a pour seule vocation de permettre aux internautes de se distraire au moyen d'un certain nombre d'animations liées aux décors évoquant chacune des bières de la gamme Grimbergen. Il se contente d'évoquer les spécificités de chacune des bières de la gamme en les illustrant au travers de visuels de produits et d'éléments participant à sa composition ou à ses caractéristiques olfactives et gustatives, à son mode de consommation ou à son origine historique. La technique employée est sans doute ludique mais ceci n'est pas interdit dès lors que sur le fond, le contenu est bien conforme à l'article L.3323-4 du code de la santé publique;
- L'absence de caractère illicite du slogan "L'intensité d'une légende": La légende se rattache directement à cette bière dont il a amplement été rappelé l'origine particulièrement originale qui lui permet d'être considérée comme une légende parmi les produits de sa catégorie. Quant à son intensité, elle résulte tout d'abord du goût de la bière elle-même qui présente un arôme intense et est d'ailleurs perçu par les consommateurs comme une bière au goût intense mais également du fait que cette bière, créée en 1629, a une histoire riche et mouvementée. Ainsi, ce slogan se rattache tout à la fois aux caractéristiques olfactives et gustatives du produit et à son origine historique, éléments conformes aux dispositions de l'article L. 3323-4 du code de la consommation;

Pour plus ample exposé des moyens et prétentions des parties, il convient de se référer à leurs dernières écritures conformément aux dispositions de l'article 455 du code de procédure civile.

La clôture a été prononcée le 7 avril 2016.

**MOTIFS**

L'article L. 3323-4 du code de la santé publique énonce:

*“La publicité autorisée pour les boissons alcooliques est limitée à l'indication du degré volumique d'alcool, de l'origine, de la dénomination, de la composition du produit, du nom et de l'adresse du fabricant, des agents et des dépositaires ainsi que du mode*

*d'élaboration, des modalités de vente et du mode de consommation du produit.*

*Cette publicité peut comporter des références relatives aux terroirs de production, aux distinctions obtenues, aux appellations d'origine telles que définies à l'article L. 115-1 du code de la consommation ou aux indications géographiques telles que définies dans les conventions et traités internationaux régulièrement ratifiés. Elle peut également comporter des références objectives relatives à la couleur et aux caractéristiques olfactives et gustatives du produit.*

*Le conditionnement ne peut être reproduit que s'il est conforme aux dispositions précédentes.*

*Toute publicité en faveur de boissons alcooliques, à l'exception des circulaires commerciales destinées aux personnes agissant à titre professionnel ou faisant l'objet d'envois nominatifs ainsi que les affichettes, tarifs, menus ou objets à l'intérieur des lieux de vente à caractère spécialisé, doit être assortie d'un message de caractère sanitaire précisant que l'abus d'alcool est dangereux pour la santé”.*

Il résulte des dispositions de l'article L 3323-4 du code de la santé publique que la publicité y compris sur internet, pour des boissons alcoolisées est autorisée, mais strictement encadrée afin d'éviter qu'elle soit incitative à la consommation d'alcool pour répondre efficacement à la légitime préoccupation de santé publique du législateur.

### **1. Sur le caractère illicite des films “la légende du phoenix”:**

De tels films, en ce qu'ils associent la consommation d'une boisson alcoolisée à l'animal légendaire du phoenix, qui même s'il représente l'emblème de la marque GRIMBERGEN, ne font aucunement référence objective aux caractéristiques gustatives du produit ou à son origine historique, mais valorisent la consommation de cette boisson en l'associant à un oiseau mythique, imaginaire aux pouvoirs exceptionnels. Ils délivrent ainsi un message qui ne se limite pas aux indications autorisées par la loi et, par là constituent une incitation directe à consommer de la bière.

Dès lors, ces films en ne respectant pas le critère d'objectivité imposé par les dispositions de l'article L 3323-4 du code de la santé publique, constituent une publicité illicite en faveur de l'alcool.

Il doit être en conséquence, ordonné la cessation de la diffusion des films “la légende du phoenix” sur le site “www.grimbergen .fr”.

### **2. Sur l'illégitimité du film “les territoires d'une légende”:**

Ce film, en faisant survoler par un phoenix, emblème de la marque GRIMBERGEN, différents territoires, ne fait aucunement référence objective aux caractéristiques gustatives du produit ou à son terroir d'origine, mais valorise la consommation de cette boisson auprès d'un public jeune, en l'associant à des territoires imaginaires, dont le visuel rappelle sans équivoque, ceux du générique de la série “Games of Thrones”.

Ce film, doit en conséquence être déclarée illicite, et son retrait doit être ordonné sur le site www.grimbergen. fr sous astreinte de 1.500 euros par jour à compter de la signification du présent jugement.

1P

7

### **3. Sur l'illégalité du jeu des territoires**

L'association de la bière GRIMBERGEN à un jeu en ligne, n'a que pour objectif d'inciter principalement les jeunes à consommer cette boisson, en s'adonnant à une activité ludique et dérivative.

En conséquence, ce jeu des territoires doit être déclaré illicite, et son retrait doit être ordonné sur le site [www.grimbergen.fr](http://www.grimbergen.fr) sous astreinte de 1.500 euros par jour à compter de la signification du présent jugement.

### **4. Sur l'illégalité des publicités portant le slogan "l'intensité d'une légende":**

Si la notion "d'intensité" se réfère au goût de la bière, qui aurait un goût intense, en revanche, la référence à la notion de "légende" n'a aucun rapport avec le goût, l'origine ou le terroir de la bière.

L'association "intensité d'une légende" ne renseigne pas sur l'origine historique de la bière de l'abbaye de GRIMBERGEN comme le soutient la SA. KRONEMBOURG mais crée une association d'idées chez le consommateur entre la consommation de bière GRIMBERGEN et le fait de vivre un moment unique, magique, exceptionnel.

Ainsi ces publicités incitent à la consommation et vont manifestement au-delà des limitations autorisées par les dispositions de l'article L3323-4 du code de la santé publique".

En conséquence, ces publicités portant le slogan "l'intensité d'une légende" doivent être déclarées illicites, et leur retrait doit être ordonné sous astreinte de 5.000 euros par jour à compter de la signification du présent jugement, et ce pendant 60 jours.

### **5. Sur la demande de dommages et intérêts**

Vu l'article 1382 du code civil;  
Vu l'article 1315 du code civil;

L'ANPAA ne rapporte pas la preuve que la diffusion de ces visuels lui a causé un préjudice distinct et elle doit donc être déboutée de sa demande de dommages et intérêts.

### **6. Sur les demandes accessoires:**

Il y a lieu de condamner la SA KRONEMBOURG aux dépens qui seront recouverts conformément aux dispositions de l'article 699 du code de procédure civile.

En outre, elle doit être condamnée à verser à l'ANPAA, une indemnité au titre de l'article 700 du code de procédure civile qu'il est équitable de fixer à la somme de 1.500 euros.

Au vu de la nature du litige, il convient d'ordonner l'exécution provisoire de la présente décision.

1P

7

**PAR CES MOTIFS**

**Le tribunal, statuant par jugement contradictoire, en premier ressort et par mise à disposition au greffe:**

- Dit illicites les publicités en faveur de la boisson alcoolique GRIMBERGEN parues sur le site, www.grimbergen .fr, éditées par la société Kronembourg et constituées par :

- Le film intitulé « la légende du Phoenix »
- Le film intitulé « les territoires d'une légende »
- Le jeu intitulé « le jeu des territoires »
- Les publicités portant le slogan « l'intensité d'une légende. »

En conséquence,

- Ordonner le retrait sur le site www.grimbergen.fr :
- Du film intitulé « la légende du Phoenix »
- Du film intitulé « les territoires d'une légende »
- Du jeu intitulé « le jeu des territoires »
- Des publicités portant le slogan « l'intensité d'une légende. »

- Dit que chaque retrait interviendra sous astreinte de 5.000 euros par jour de retard à compter de la signification de la présente décision et ce pendant 60 jours;

- Déboute les parties de l'ensemble de leurs demandes plus amples ou contraires;

- Condamne la SA KRONEMBOURG à payer à L'ASSOCIATION NATIONALE DE PREVENTION EN ALCOOLOGIE ET EN ADDICTOLOGIE (ANPAA) la somme de 1.500 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile;

- Condamne la SA KRONEMBOURG aux dépens, qui seront recouvrés conformément aux dispositions de l'article 699 du code de procédure civile;

- Prononce l'exécution provisoire de la présente décision

**Fait et jugé à Paris le 09 Février 2017**

**Le Greffier  
Laure POUPET**

**Le Président  
Edmée BONGRAND**



