

**TRIBUNAL  
DE GRANDE  
INSTANCE  
DE PARIS**



**ORDONNANCE DE RÉFÉRÉ  
rendue le 06 janvier 2012**

N° RG :  
11/59895

BF/N° :2

Assignation du :  
30 Novembre 2011

par **Claire DAVID, Première Vice-Présidente** au Tribunal de Grande Instance de Paris, agissant par délégation du Président du Tribunal,

Assistée de **Christelle LE GUEN, Greffier.**

**DEMANDERESSE**

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

20 rue Saint Fiacre  
75002 PARIS

Représentée par Me Catherine GIAFFERI, avocat au barreau de  
PARIS - #C0107

**DEFENDERESSES**

**S.A.S. MOET HENNESSY DIAGEO**

105 boulevard de la Mission Marchande Défense Avenue  
92400 COURBEVOIE

Représentée par Me Jean-François CANAT, avocat au barreau de  
PARIS - #P0261

**S.A.R.L. TOC MEDIA**

15 boulevard Saint Martin  
75003 PARIS

Représentée par Me Benjamin SARFATI, avocat au barreau de  
PARIS - #E1227

**INTERVENANTE VOLONTAIRE**

**S.A.S. DDB**

55 rue d'Amsterdam  
75008 PARIS

Représentée par Me Pierre DEPRESZ, avocat au barreau de PARIS  
- #P221

**Copies exécutoires  
délivrées le:**

## DÉBATS

A l'audience du 09 Décembre 2011, tenue publiquement, présidée par **Claire DAVID, Première Vice-Présidente**, assistée de **Christelle LE GUEN, Greffier**,

Nous, Président,

Après avoir entendu les parties comparantes ou leur conseil,

Autorisée par ordonnance du 28 novembre 2011, l'Association Nationale de Prévention en Alcoologie et Addictologie, ANPAA, a assigné d'heure à heure par actes du 30 novembre 2011 la SAS Moët Hennesy Diageo et la SARL Toc Média aux fins :

- d'ordonner le retrait du visuel publicitaire du whisky J&B sur tout support et notamment sur les sites Internet, [www.jbwhisky.fr](http://www.jbwhisky.fr), sur les applications mobiles, et sur tout support Facebook, sous astreinte de 10 000 € par jour et par infraction,
- d'ordonner le retrait des jeux intitulés "Etes-vous J&B" et "Quiz" et de leurs applications, de tout support et notamment du réseau social Facebook, sous astreinte de 10 000 € par jour et par infraction,
- de condamner les défenderesses à lui verser 6 000 € au titre de l'article 700 du code de procédure civile et à lui rembourser le coût des constats d'huissier.

Par conclusions déposées le 9 décembre 2011 et soutenues oralement, l'ANPAA forme les mêmes demandes.

Dans ses écritures déposées le 9 décembre 2011 et soutenues oralement, la SAS Moët Hennesy Diageo conclut au rejet des demandes et à l'incompétence du juge des référés et sollicite 5 000 € au titre de l'article 700 du code de procédure civile, ainsi que le remboursement des constats d'huissier.

Par conclusions déposées le 9 décembre 2011 et soutenues oralement, la SARL Toc Média sollicite le débouté des demandes et 5 000 € au titre de l'article 700 du code de procédure civile.

A l'audience la SAS DDB intervient volontairement à la procédure et dépose des conclusions soutenues oralement, aux termes desquelles elle demande de dire que l'ANPAA ne rapporte pas la preuve d'un trouble manifestement illicite.

## **SUR CE,**

Attendu que l'ANPAA soulève l'irrecevabilité de l'intervention volontaire de la SAS DDB, au motif qu'elle ne détient aucun pouvoir sur le retrait des visuels, tel qu'il est sollicité et qu'elle n'agit pas pour la conservation de ses droits ;

Mais attendu que la SAS DDB a conçu la campagne publicitaire incriminée pour le compte de la SAS Moët Hennesy Diageo ; que son intervention volontaire accessoire est donc recevable, dès lors qu'elle a intérêt à intervenir aux côtés de sa cliente afin de préserver ses droits au vu des clauses du contrat les liant ;

Que l'intervention volontaire est donc recevable ;

Attendu, s'agissant du visuel publicitaire, que le litige ne porte plus sur l'affiche qui était exposée dans les stations de métro et qui a été retirée, mais porte exclusivement sur les publicités qui sont toujours diffusées sur le site de J&B ;

Attendu que ces publicités sont sur fond noir et présentent le drapeau britannique, matérialisé par des lignes jaunes, d'une part, et rouges, bleues, vertes ou violettes, d'autre part ; qu'au centre de l'affiche, figure une bouteille de whisky J&B, de la couleur rouge, bleue, verte ou violette, en rapport avec les lignes du drapeau ;

Attendu que figure derrière la bouteille une silhouette représentant un horse-guard, toujours de la même couleur que la bouteille ;

Attendu enfin qu'est mentionné en haut et à droite de l'affiche le texte suivant : "J&B, Rare, a blend of the purest old scotch whiskies (...) Né à Londres, Distillé en Ecosse, So British" ;

Attendu que l'ANPAA soutient que le houseguard humanise le produit, que le drapeau britannique n'est pas ressemblant, que les expressions "So british" et "Né à Londres" apportent une information fautive au consommateur et que les couleurs évoquent le monde festif de la nuit ;

Mais attendu que la création artistique d'une affiche n'est pas interdite ; que la publicité implique nécessairement le recours à des agences de publicité qui font preuve d'imagination créative aux fins de valoriser le produit ; qu'il appartient seulement de savoir si les défenderesses ont contrevenu aux dispositions des articles L. 3323-2 et L. 3323-4 du code de la santé publique ;

Attendu que la silhouette d'un horseguard figurant derrière la bouteille, de la même taille et de la même couleur que celle-ci, de même que les mentions "So British" et "Né à Londres" constituent manifestement l'indication de l'origine de la boisson qui provient de Grande-Bretagne, qui a été créée à Londres et qui est distillée en Ecosse ; que si l'ANPAA rappelle que Londres n'est pas la capitale de l'Ecosse et que l'expression "So british" rappelle le "chic" britannique, il n'en demeure pas moins que le whisky J&B provient d'une des quatre nations constitutives du Royaume Uni, composé de la Grande-Bretagne (Angleterre, Ecosse et pays de Galles) et de l'Irlande du Nord ; qu'à ce titre, le drapeau figurant en fond d'affiche rappelle l'origine géographique de la boisson ; que de même l'expression "So british" et la silhouette d'un horseguard rappellent tout simplement que la boisson provient du Royaume Uni et font référence à son origine, sans que toutes ces indications, qui sont le symbole même du pays et qui ne constituent nullement une incitation à la consommation, dépassent les limites de l'objectivité ;

Attendu enfin que les couleurs des affiches sont sobres et n'évoquent pas particulièrement «le monde de la nuit» ;

Attendu que la publicité respectant les mentions autorisées par loi et n'étant pas illicite, il n'y a pas lieu de faire droit à la demande de retrait de cette publicité sur tout support ;

Attendu, s'agissant des jeux, que la demande est devenue sans objet pour le jeu intitulé "Êtes-vous J&B", celui-ci ayant pris fin le 30 novembre 2011 ;

Attendu que l'ANPAA demande par contre que le jeu intitulé "Quizz J&B" soit retiré de l'application Facebook, dès lors qu'il constitue une publicité intrusive, puisque le message publicitaire est diffusé automatiquement sur la page Facebook du client et sur celles de ses "amis" ;

Attendu que l'article L. 3323-2 du code de la santé publique autorise la publicité sur des services de communication en ligne, à l'exclusion de ceux qui sont principalement destinés à la jeunesse, qui concernent le monde du sport, sous réserve que la propagande ou la publicité ne soit ni intrusive, ni interstitielle ;

Attendu qu'il convient en conséquence de savoir si le jeu contesté entre dans le cadre des dispositions légales ;

Attendu que le jeu ne constitue pas un mode de publicité intrusif, puisque c'est l'utilisateur qui télécharge lui-même l'application, ni interstitiel, puisque le jeu n'apparaît pas de manière intempestive, tel que cela résulte du constat d'huissier produit, et qu'il ne constitue donc pas une publicité ciblée ;

Attendu qu'il convient par contre de savoir si le jeu peut être destiné à la jeunesse ;

Attendu que s'il ressort d'une étude produite par la société Toc Média que 58 % des utilisateurs de Facebook sont âgés de 25 ans ou plus, il n'est pas contestable que beaucoup de jeunes à partir de 13 ans disposent aujourd'hui d'un profil créé sur un réseau social ; que d'ailleurs la même étude indique que 17 % des utilisateurs de Facebook ont de 13 à 17 ans, ce qui constitue déjà une cible potentielle importante pour toute entreprise ;

Attendu qu'il résulte des paramétrages du jeu que les personnes qui se déclarent âgées de moins de 21 ans ne peuvent pas obtenir l'affichage de la page J&B, que ce soit sur le site de la société ou sur le réseau Facebook ;

Mais attendu que qu'il leur est facile de ne pas déclarer leur âge véritable pour pouvoir accéder au jeu en ligne, puisqu'aucune possibilité de vérification efficace n'est mise en place ;

Attendu cependant que la publicité étant autorisée sur un service de communication en ligne, elle ne peut pas être interdite sur les réseaux sociaux tels que Facebook, dès lors que la société Moët Hennesy Diageo limite officiellement sa cible aux personnes âgées de plus de 21 ans ;

Attendu qu'il convient en conséquence de dire n'y avoir lieu à référé ;

Attendu qu'il n'est pas inéquitable de laisser à la charge des défenderesses les frais qu'elles ont exposés au titre de l'article 700 du code de procédure civile ;

**PAR CES MOTIFS**

Statuant publiquement, par mise à disposition au greffe, par ordonnance contradictoire et en premier ressort ,

Déclarons l'intervention volontaire de la SAS DDB recevable ;

Disons n'y avoir lieu à référé ;

Rejetons toutes les demandes ;

Condamnons l'ANPAA aux dépens.

Fait à Paris le **06 janvier 2012**

Le Greffier,

Le Président,

Christelle LE GUEN

Claire DAVID