

COUR D'APPEL DE PARIS

Pôle 2 - Ch.9

(21 pages)

Prononcé publiquement le mercredi 15 mai 2024, par le Pôle 2 - Ch.9 des appels correctionnels,

Sur appel d'un jugement du tribunal judiciaire de Paris - chambre 31-1 - du 04 avril 2022 (P21092000029).

PARTIES EN CAUSE :

Prévenu

S.A.R.L. BEER MARKET
N° de SIREN : 519-692-933
Prévenu, appelant

Non comparante représentée par Maître PROUST Jonathan, avocat au barreau de MANS (conclusions déposées)

Ministère public
Appelant incident

Partie civile
ASSOCIATION NATIONALE DE PREVENTION DE
L'ALCOOLISME ET ADDICTOLOGIE
Partie civile, appelant

Non comparante représentée par Maître BERNARD Guillaume subsistant
Maître LAFFORGUE François, avocat au barreau de PARIS, vestiaire P268
(conclusions déposées)

Composition de la cour lors des débats et du délibéré :

présidente : Isabelle HAREL-DUTIROU
conseillers : Claire D'URSO
Delphine REYGROBELLET

Greffière :
Lucie NEUMANN aux débats et Johanna ROUSSE au prononcé

Ministère public :
représenté aux débats et au prononcé de l'arrêt par Marie-Lucie DIVIALLE,
avocate générale.

POURVOI formé
le 17.05.2024 par
SARL BEER MARKET

COPIE CONFORME
délivrée le : 24.05.2024
à M. PROUST

COPIE EXÉCUTOIRE
délivrée le : 24.05.24
à M. LAFFORGUE
P268

LA PROCÉDURE :

La saisine du tribunal et la prévention

Par exploit d'huissier de justice délivré à personne morale le 17 juin 2021 (Madame Sandrine BOUVET, assistante de direction), l'ASSOCIATION NATIONALE DE PREVENTION EN ALCOOLOGIE ET ADDICTOLOGIE a fait citer directement devant la 31ème chambre correctionnelle 1 du tribunal judiciaire de Paris, à l'audience du 6 décembre 2021, la **SARL BEER MARKET** en qualité de prévenu.

S.A.R.L. BEER MARKET est prévenue d'avoir à Paris, courant 2021 et jusqu'au 2 avril 2021, en tout cas sur le territoire national et depuis temps non couvert par la prescription, procédé sciemment par ses organes ou représentant légal à des publicités et propagandes illicites de boissons alcooliques en l'espèce en diffusant sur son site internet <https://www.bieres-levrette.com> et sur ses bouteilles de bières de la publicité pour la boisson alcoolique LEVRETTE hors des limitations légales admises notamment en ne comprenant pas la mention sanitaire obligatoire et en comprenant des mentions non autorisées par l'article L.3323-4 du code de la santé publique, *faits prévus par ART.L.3351-7 AL.1, ART.L.3323-2, ART.L.3323-3, ART.L.3323-4 C.SANTE.PUB. et réprimés par ART.L.3351-7 AL.1, AL.4, ART.L.3355-4, ART.L.3355-6 AL.1 C.SANTE.PUB.*

Le jugement

- Le tribunal judiciaire de Paris - chambre 31-1 - par jugement contradictoire, en date du 04 avril 2022, a :

sur l'action publique :

- déclaré **S.A.R.L. BEER MARKET** coupable d'avoir à Paris courant 2021 et notamment le 14 janvier 2021, en tout cas sur le territoire national et depuis temps non couvert par la prescription procédé sciemment, par ses organes ou représentant légal, à des publicités et propagandes illicites de boissons alcooliques, en l'espèce en diffusant sur son site internet <https://www.bieres-levrette.com> et sur ses bouteilles de bières de la publicité pour la boisson alcoolique LEVRETTE hors des limitations légales admises, faits caractérisés par :

- l'absence de la mention sanitaire obligatoire obligatoire sur le site internet, la présence des slogans "La Levrette, ce n'est pas ce que vous pensez !", "Pas la peine de monter sur vos grands lapins !", "Il ne s'agit pas d'une proposition indécente du barman...", "Si le barman vous propose une Levrette ce n'est pas ce que vous croyez !", "Ne nous posez pas un lapin, si l'on vous propose une Levrette !" sur le site internet ;
- les mentions "Une petite Levrette entre amis", "bière blonde de position", "Une Levrette Cherry", "bière d'hiver de position" sur les bouteilles ;
- les mentions "Chapitre 1 - L'envie de jus" "Chapitre 2 - Le sombre laboratoire", "Chapitre 3 - Au fond du trou", "Chapitre 4 - Le jus de houblon", "Chapitre 5 - La forêt humide", "Chapitre 6 - La soif de Stanley", "Chapitre 7 - Tout le monde adore la Levrette", "THE END. Découvrir l'histoire des lapins" ;
- la présence de dessins des personnages Jack, Stanley et Lapinours sur le site internet et les bouteilles ainsi que le descriptif de chacun de ses personnages ainsi que des deux autres personnages RET et LOVE.

Faits prévus et réprimés par les articles L.3323-2, L.3323-4 et L.3351-7 du Code de la santé publique, 121-2 à 121-7 du Code pénal.

- relaxé la société BEER MARKET de ce même chef s'agissant de :
 - la mention Levrette sur le site internet,
 - la mention Levrette sur les bouteilles de bière,
 - la présence de dessins des personnages Ret, et Love sur le site internet
 - et les bouteilles, correspondant aux marques déposées.

- condamné la SARL BEER MARKET, prise en la personne de son représentant légal en exercice, à la peine de dix mille euros (10000 euros) d'amende ;

à titre de peine complémentaire :

- ordonné à la SARL BEER MARKET de supprimer de son site internet <https://www.bieres-levrette.com> et de l'étiquetage de ses bouteilles les mentions litigieuses listées ci-dessus, à ses frais.

sur l'action civile :

- déclaré la constitution de partie civile de l'ASSOCIATION NATIONALE DE PREVENTION EN ALCOOLOGIE ET ADDICTOLOGIE recevable ;

- déclaré la SARL BEER MARKET responsable de son préjudice ;

- condamne la SARL BEER MARKET prise en la personne de son représentant légal en exercice à verser à l'ASSOCIATION NATIONALE DE PREVENTION EN ALCOOLOGIE ET ADDICTOLOGIE : la somme de 10 000 euros au titre de dommages-intérêts et la somme de 2000 euros au titre de l'article 475-1 du code de procédure pénale.

Les appels

Appels ont été interjetés par :

- S.A.R.L. BEER MARKET, le 11 avril 2022, son appel portant tant sur les dispositions pénales que civiles (*appel principal*)
- M. le procureur de la République, le 11 avril 2022 contre S.A.R.L. BEER MARKET (*appel incident*)
- ASSOCIATION NATIONALE DE PREVENTION DE L'ALCOOLISME ET ADDICTOLOGIE, le 14 avril 2022 contre S.A.R.L. BEER MARKET, son appel étant limité aux dispositions civiles (*appel incident*)

DÉROULEMENT DES DÉBATS :

À l'audience publique du 13 mars 2024, la présidente a constaté l'absence prévenu.

Maitre PROUST, avocat du prévenu a déposé des conclusions, lesquelles ont été visées par la présidente et la greffière, jointes au dossier.

Maitre BERNARD, avocat de la partie civile a déposé des conclusions, lesquelles ont été visées par la présidente et la greffière, jointes au dossier.

Claire D'URSO a été entendue en son rapport.

Ont été entendus :

Maître BERNARD avocat de la partie civile, en sa plaidoirie ;

Marie-Lucie DIVIALLE, avocate générale, en ses réquisitions ;

Maître PROUST avocat du prévenu, en sa plaidoirie.

Puis la cour a mis l'affaire en délibéré et la présidente a déclaré que l'arrêt serait rendu à l'audience publique du 02 mai 2024, prorogé au mercredi 15 mai 2024.

Et ce jour, en application des articles 485, 486 et 512 du code de procédure pénale, et en présence du ministère public et de la greffière, Isabelle HAREL-DÜTIROU, présidente ayant assisté aux débats et au délibéré, a donné lecture de l'arrêt.

DÉCISION :

Rendue après en avoir délibéré conformément à la loi.

RAPPEL DES FAITS ET DE LA PROCEDURE :

Le 17 juin 2021, l'ASSOCIATION NATIONALE DE PREVENTION EN ALCOOLOGIE ET ADDICTOLOGIE (ANPAA) faisait citer la SARL BEER MARKET à l'audience du 6 décembre 2021 du Tribunal judiciaire de Paris aux fins de voir :

- constater que la SAS BEER MARKET a, à Paris, courant 2021 et notamment le 14 janvier 2021, en tout cas sur le territoire national et depuis temps non couvert par la prescription, procédé sciemment, par ses organes ou représentant légal, à des publicités et propagandes illicites de boissons alcooliques, en l'espèce en diffusant sur son site internet <https://www.bieres-levrette.com> et sur ses bouteilles de bières de la publicité pour la boisson alcoolique Levrette hors des limitations légales admises, notamment ne comprenant pas la mention sanitaire obligatoire et comprenant des mentions non autorisées par l'article L. 3323-4 du code de la santé publique, à savoir notamment :

- la mention Levrette sur le site internet en ce qu'elle est associée à une boisson alcoolique,
- la mention Levrette sur les bouteilles de bière en ce qu'elle est associée à une boisson alcoolique,
- les mentions "La Levrette, ce n'est pas ce que vous pensez !", "Pas la peine de monter sur vos grands lapins", "Il ne s'agit pas d'une proposition indécente du barman...", "Si le barman vous propose une Levrette ce n'est pas ce que vous croyez !", "Ne nous posez pas un lapin, si l'on vous propose une Levrette !" sur le site internet,
- les mentions "Une petite Levrette entre amis", "bière blonde de position", "Une Levrette Cherry", "bière d'hiver de position" sur les bouteilles,
- Les mentions "Chapitre 1 - L'envie de jus" "Chapitre 2 - Le sombre laboratoire", "Chapitre 3 - Au fond du trou", "Chapitre 4 - Le jus de houblon", "Chapitre 5 - La forêt humide", "Chapitre 6 - La soif de Stanley", "Chapitre 7 - Tout le monde adore la Levrette", "THE END. Découvrir l'histoire des lapins."
- La présence de dessins des personnages Ret, Love, Jack, Stanley et Lapinours sur le site internet et les bouteilles ainsi que le descriptif de chacun de ses personnages,

faits prévus et réprimés par les articles L.3323-2, L.3323-4 et L.3351-7 du code de la santé publique et 121-2 à 121-7 du code pénal.

Sur l'action publique

- déclarer la société BEER MARKET coupable des chefs de publicité illicite de boissons alcooliques dans les termes de la prévention,

- dire et juger que l'Association nationale de prévention en alcoologie et addictologie procédera dans le délai fixé par le tribunal à la consignation de la somme qu'il plaira à celui-ci de fixer en application des dispositions de l'article 392-1 du code de procédure pénale,

Sur l'action civile

- recevoir en sa constitution de partie civile l'Association nationale de prévention en alcoologie et addictologie,

- condamner la société BEER MARKET à verser à l'Association nationale de prévention en alcoologie et addictologie les sommes de :

- 30 000 euros à titre de dommages et intérêts, en réparation du préjudice moral,
- et de 5 000 euros sur le fondement de l'article 475-1 du code de procédure pénale (CPP),

- prononcer la suppression de toutes les publicités illicites ainsi que l'interdiction de la commercialisation des boissons alcooliques sous la dénomination Levrette,

- et ordonner l'exécution provisoire du jugement à intervenir.

Dans sa citation, l'ANPAA rappelait qu'elle était une association régie par la loi du 1er juillet 1901 reconnue d'utilité publique par décret du 5 février 1880 et assurait une prévention contre l'alcoolisme et les addictions dans le cadre général de la politique de santé publique de l'Etat.

Ces statuts en date du 18 janvier 2014 et l'arrêté en date du 2 avril 2015 en approuvant les modifications et rappelant le caractère d'utilité publique étaient versés au dossier.

Elle exposait que la société BEER MARKET produisait et vendait des bières sous la dénomination "Levrette".

Elle éditait également un site internet ([https:// : www.bieres-levrette.com](https://www.bieres-levrette.com)) dans le but manifeste de faire de la publicité pour les boissons alcooliques de la marque Levrette laquelle était commercialisée sur différents sites marchands et dans des magasins de produits alimentaires. Ce site internet avait fait l'objet d'un constat d'huissier en date du 29 septembre 2019 qui avait permis de constater que les différentes bières de la marque Levrette utilisaient des dénominations humoristiques et présentaient des visuels mettant en scène des lapins dessinés.

Par requête en date du 30 octobre 2019, l'ANPAA avait sollicité du Président du Tribunal de grande instance qu'il désigne un huissier aux fins de constater la présence de ces boissons alcooliques dans le magasin E. Leclerc situé 191 boulevard Mac Donald à Paris et lui permettre de se rendre acquéreur desdites boissons. Par ordonnance du même jour, le Président du tribunal de grande instance désignait Maître Florence HOUTART afin qu'elle procède à cet achat.

Maître Florence HOUTART en dressait procès-verbal le 15 novembre 2019.

L'ANPAA considérant que le nom des bières Levrette et les visuels utilisés sur les bouteilles et les produits dérivés étaient illicites au regard des dispositions de l'article L.3323-4 du code de la santé publique, en ce qu'il associait la boisson alcoolique à l'humour, à la grivoiserie et à la sexualité, saisissait le Juge des référés afin de solliciter le retrait sous astreinte de la vente des boissons alcooliques de la marque Levrette et l'interdiction de toute publicité.

Par ordonnance en date du 25 novembre 2020, le juge des référés du Tribunal judiciaire de Paris rejetait les demandes de l'ANPAA et disait n'y avoir lieu à référé notamment parce que les visuels et mentions litigieuses avaient été retirés par la société BEER MARKET.

Cependant, l'ANPAA disait avoir constaté que la société BEER MARKET continuait à utiliser des mentions et visuels illicites sur son internet.

Maître Mayeul ROBERT dressait un procès-verbal du contenu du site internet <https://www.bières-levrette.com> le 14 janvier 2021 dont il ressortait d'importants manquements relatifs aux dispositions du code de la santé publique.

Ainsi l'ANPAA rappelait que l'article L. 3323-2 du code de la santé publique prévoyait que la publicité directe ou indirecte en faveur des boissons alcooliques dont la fabrication et la vente n'étaient pas interdites était autorisée exclusivement sur certains supports parmi lesquels les services de communications en ligne à l'exclusion de ceux qui, par leur caractère, leur présentation ou leur objet, apparaissent comme principalement destinés à la jeunesse ainsi que ceux édités par des associations, sociétés et fédérations sportives ou des ligues professionnelles au sens du code du sport, sous réserve que la propagande ou la publicité ne soit ni intrusive, ni interstitielle.

Par conséquent, la publicité pour des boissons alcooliques était autorisée exclusivement par les voies et sous les conditions légalement déterminées.

Les notions de publicité et de propagande indirectes étaient définies par L. 3323-3 du code de la santé publique qui prévoyait qu'est considérée comme propagande ou publicité indirecte la propagande ou publicité en faveur d'un organisme, d'un service, d'une activité, d'un produit ou d'un article autre qu'une boisson alcoolique qui, par son graphisme, sa présentation, l'utilisation d'une dénomination, d'une marque, d'un emblème publicitaire ou d'un autre signe distinctif, rappelle une boisson alcoolique.

Par ailleurs, l'article L. 3323-4 du code de la santé publique encadrait strictement le contenu de la publicité, contenu que la première Chambre civile de la Cour de cassation avait précisé dans un arrêt du 1er juillet 2015 (Civ. 1er juillet 2015, pourvoi n°14-17.368).

Toute publicité présentant une boisson alcoolisée de manière valorisante était prohibée ainsi qu'il résultait de la jurisprudence constante de la Cour de cassation (Cass. Crim. 29 novembre 2005, n°05-81.189 et Cass. Crim. 19 décembre 2006, n°05-87.268).

Enfin, la Cour de cassation avait une appréciation extensive de l'élément intentionnel en la matière, considérant que la mauvaise foi de l'agent pouvait être déduite de la matérialité des faits reprochés.

En l'espèce, l'ANPAA indiquait qu'il ressortait des constatations de l'huissier de justice qu'aucune des pages du site internet <https://www.bieres-levrette.com> ne comportait la mention sanitaire obligatoire prévue à l'article L. 3323-4 du code de la santé publique.

En outre, le constat du 14 janvier 2021 permettait de constater la présence de plusieurs mentions illicites dans la publicité présente sur le site internet <https://www.bieres-levrette.com>.

Ainsi, la société BEER MARKET utilisait sur toutes les pages du site internet la dénomination Levrette, associant la boisson alcoolique à la sexualité et la grivoiserie, en violation de l'article L. 3323-4 du code de la santé publique, peu important que cette marque ait fait l'objet d'un dépôt auprès de l'institut national de la propriété intellectuelle.

Sur la page d'accueil du site, une illustration présentait six bouteilles de bières de la marque Levrette avec la mention : "La Levrette, ce n'est pas ce que vous pensez!" de même que les mentions suivantes : "Pas la peine de monter sur vos grands lapins !", "Il ne s'agit pas d'une proposition indécente du barman...", "Si le barman vous propose une Levrette ce n'est pas ce que vous croyez !", "Ne nous posez pas un lapin, si l'on vous propose une Levrette !".

Sur une des bouteilles de bière, il était inscrit les mentions "Une petite Levrette entre amis" et "bière blonde de position" et sur une seconde, la mention "Une Levrette Cherry".

Le site internet proposait de découvrir l'univers de la marque Levrette sous la déclinaison de plusieurs chapitres, décrivant une fiction relative à la création de la boisson alcoolique Levrette :

- Chapitre 1 - L'envie de jus
 - Chapitre 2 - Le sombre laboratoire
 - Chapitre 3 - Au fond du trou
 - Chapitre 4 - Le jus de houblon
 - Chapitre 5 - La forêt humide
 - Chapitre 6 - La soif de Stanley
 - Chapitre 7 - Tout le monde adore la Levrette
- THE END. Découvrir l'histoire des lapins.

Le site présentait ensuite l'histoire de personnages, les lapins Ret, Love, Stanley, Jack, Lapinours, chacun associé à une bière de la gamme Levrette et figurant sur les bouteilles de bière Levrette.

Le personnage Ret était notamment présenté de la manière suivante : Depuis qu'il a malencontreusement fabriqué de la bière, Ret n'a plus qu'une lubie, brasser son précieux breuvage. Accompagné de ses deux amis de toujours Love et Stanley, il souhaite partager au monde entier le fruit de son travail acharné. Enfin depuis quelques temps, les choses ont un peu évolué. Il voue une vraie passion pour Love. Son amour pour elle ne cesse de s'intensifier jour après jour. Il lui aura cependant fallu de nombreuses années pour déclarer sa flamme à sa bien-aimée. Depuis ce jour, les deux ne se quittent plus. Ils ont d'ailleurs eu un enfant ensemble répondant au nom de Jack. Si vous voulez en savoir plus sur la création de la Levrette Originale, la Levrette Grand Cru et la Levrette de Noël (dont il est l'ambassadeur), lisez leurs légendes.

La lapine Love était présentée de la manière suivante : Love n'est pas que la touche féminine du groupe, elle est avant tout le grain de folie de celui-ci. Sans elle, le terrier serait bien moins animé. Avec ses farces incessantes, les autres lapins pourraient lui en vouloir mais il n'en est rien. Son charme opère sur chacun d'entre eux, leur faisant rapidement oublier chacune de ses blagues. Enfin son charme fonctionne surtout sur Ret qui est épris d'elle depuis leur première rencontre. Si vous voulez en savoir plus sur la création de la Levrette Cherry, lisez sa légende.

Le personnage Stanley était accompagné du commentaire suivant : Stanley est le petit intrépide de la bande, un vrai casse-cou que rien n'effraie. Il ne cesse de tenter de nouvelles choses. Après le skateboard, la philosophie ou encore la peinture, sa nouvelle passion est le bio. Il a récemment pris conscience de l'impact des pesticides sur la nature. Il a donc conçu un potager entièrement bio pour y faire pousser des carottes et du houblon de manière responsable. Contrairement à ses anciennes passions, celle-ci risque de perdurer. Ret et Love ne l'ont jamais vu aussi impliqué dans un projet. Si vous voulez en savoir plus sur la création de la Levrette Bio, lisez sa légende.

Le personnage de Jack était présenté de la manière suivante : Jack n'est plus le même homme depuis son voyage aux Etats-Unis que se [sic] soit physiquement ou

mentalement. Des tatouages, un style hipster et surtout une passion pour la bière IPA. En effet, lors de cette expérience, il se lia d'amitié avec un brasseur local qui lui transmet son amour des bières IPA. Il passa son année au sein de la brasserie à apprendre l'art du brassage. Une fois de retour au terrier, il ne manqua pas de mettre en action tout le savoir-faire qu'on lui avait appris. Si vous voulez en savoir plus sur la création de Za Levrette IPA, lisez sa légende.

Enfin, le personnage de Lapinours était accompagné du commentaire suivant: Lapinours, malgré sa taille imposante, est un vrai nounours qui ne demande qu'à être câliné par ses parents. Et oui, celui-ci n'a que 2 ans. Il est encore tout jeune. C'est d'ailleurs pour cela qu'il a été envoyé en mission chez les lapins. Etant le plus petit de la banquise, lui seul pouvait rivaliser avec la taille des lapins. Malheureusement, il n'était pas très doué pour mentir. La mascarade prit fin très rapidement. Si vous voulez en savoir plus sur la création de la Levrette Blanche, lisez sa légende.

L'ANPAA indiquait que ces mentions n'étaient en aucun cas objectives et informatives et ne correspondaient pas aux indications et références autorisées par l'article L. 3323-4 du code de la santé publique.

Ce faisant, la société BEER MARKET associait la consommation de boissons alcooliques à l'humour et à la grivoiserie ; l'emploi de mascottes sous formes de lapins stylisés, dont le caractère était décrit, qui n'étaient pas sans rappeler les Lapins Crétiens, personnages populaires de jeux vidéo et de dessins animés pour enfants, contribuait à la personnification de la bière au travers de ces mascottes et constituait un procédé publicitaire illicite car sans rapport avec l'origine, la dénomination, la composition du produit, le nom et l'adresse du fabricant, des agents et des dépositaires ainsi qu'avec le mode d'élaboration, les modalités de vente et le mode de consommation du produit, seules mentions autorisées par l'article L. 3323-4 précité.

Le Tribunal judiciaire de Paris avait ainsi jugé que la représentation d'un phénix sur les publicités pour la bière Grimbergen était illicite aux motifs que l'association de la consommation d'une boisson alcoolisée à la représentation d'un animal légendaire, figurant sur la publicité, même s'il était l'emblème de la marque, ne constituait pas davantage une référence objective aux caractéristiques gustatives du produit ou à son origine historique mais visait au contraire à valoriser la boisson en l'associant à une mythologie et à des pouvoirs exceptionnels, telle une capacité de résistance surnaturelle. (TJ Paris, 5e Chambre Section 2, 22 octobre 2000, RG 18/12812)

Concernant les mentions présentes sur les bouteilles des bières Levrette, l'huissier avait constaté la présence des mentions "Une Levrette Cherry", "Bière blonde de position", "Une petite Levrette entre amis", "Bière d'hiver de position" ainsi que la présence des personnages sus cités.

Ces mentions et la présence de ses personnages dépassaient manifestement le cadre des mentions autorisées par l'article L. 3323-4 du code de la santé publique dans la mesure où elles ne se rapportaient pas à une mention objective et informative relative à l'indication du degré volumique d'alcool, l'origine, la dénomination, la composition du produit, le nom et l'adresse du fabricant, les agents et dépositaires ainsi qu'au mode d'élaboration, aux modalités de vente et au mode de consommation du produit.

Or, la Cour d'appel de Paris avait confirmé le 9 février 2016 l'ordonnance de référé du Tribunal de grande instance de Paris du 21 octobre 2014 qui avait jugé que le conditionnement des boissons alcooliques constituait un support de publicité qui devait respecter les dispositions de l'article L. 3323-4 sus citées.

En sa qualité d'éditeur du site internet <https://www.bieres-levrette.com>, la société BEER MARKET était responsable du contenu diffusé sur cette application.

L'affaire était renvoyée contradictoirement successivement aux audiences des 6 décembre 2021 et 7 mars 2022.

Aux termes d'un jugement en date du 6 décembre 2021, le Tribunal correctionnel de Paris fixait à 500 euros la consignation due par la partie civile et renvoyait l'examen de l'affaire au 7 mars 2022.

A l'audience du 7 mars 2022, la société BEER MARKET était représentée par son conseil.

L'ANPAA déposait des conclusions aux mêmes fins que celles figurant à la citation.

Le Ministère public ne formait aucune réquisition.

Le conseil de la société BEER MARKET sollicitait la relaxe et la condamnation de la partie civile au paiement de la somme de 7 000 euros, en application de l'article 475-1 du CPP.

Aux termes d'un jugement en date du 4 avril 2022, le Tribunal judiciaire de Paris, statuant à juge unique, par décision contradictoire à l'égard de l'ensemble des parties et en premier ressort a :

Sur l'action publique :

- déclaré la SARL BEER MARKET coupable d'avoir, à Paris courant 2021 et notamment le 14 janvier 2021, procédé sciemment, par ses organes ou représentant légal, à des publicités et propagandes illicites de boissons alcooliques, en l'espèce en diffusant sur son site internet <https://www.bieres-levrette.com> et sur ses bouteilles de bière de la publicité pour la boisson alcoolique Levrette hors des limitations légales admises, faits caractérisés par :

- l'absence de la mention sanitaire obligatoire sur le site internet,
- la présence des slogans "La Levrette, ce n'est pas ce que vous pensez !", "Pas la peine de monter sur vos grands lapins !", "Il ne s'agit pas d'une proposition indécente du barman...", "Si le barman vous propose une Levrette ce n'est pas ce que vous croyez !", "Ne nous posez pas un lapin, si l'on vous propose une Levrette !" sur le site internet,
- les mentions "Une petite Levrette entre amis", "bière blonde de position", "Une Levrette Cherry", "bière d'hiver de position" sur les bouteilles,
- les mentions "Chapitre 1 - L'envie de jus" "Chapitre 2 - Le sombre laboratoire", "Chapitre 3 - Au fond du trou", "Chapitre 4 - Le jus de houblon", "Chapitre 5 - La forêt humide", "Chapitre 6 - La soif de Stanley", "Chapitre 7 - Tout le monde adore la Levrette", "THE END. Découvrir l'histoire des lapins."
- et la présence de dessins des personnages Jack, Stanley et Lapinours sur le site internet et les bouteilles ainsi que le descriptif de chacun de ses personnages ainsi que des deux autres personnages Ret et Love, faits prévus et réprimés par les articles L.3323-2, L.3323-4 et L.3351-7 du code de la santé publique et 121-2 à 121-7 du code pénal,

- relaxé la société BEER MARKET de ce même chef s'agissant de :

- la mention Levrette sur le site internet,
- la mention Levrette sur les bouteilles de bière,
- la présence de dessins des personnages Ret et Love sur le site internet et les bouteilles, correspondant aux marques déposées,

- condamné la SARL BEER MARKET, prise en la personne de son représentant légal en exercice, à la peine de 10 000 euros d'amende,

- à titre de peine complémentaire, ordonné à la SARL BEER MARKET de supprimer de son site internet <https://www.bieres-levrette.com> et de l'étiquetage de ses bouteilles les mentions litigieuses listées ci-dessus, à ses frais,

Sur l'action civile

- déclaré la constitution de partie civile de l'ANPAA recevable,
- déclaré la SARL BEER MARKET responsable de son préjudice,
- condamné la SARL BEER MARKET, prise en la personne de son représentant légal en exercice, à verser à l'ANPAA les sommes de :
 - 10 000 euros au titre de dommages-intérêts
 - et de 2000 euros au titre de l'article 475-1 du CPP
- et ordonné l'exécution provisoire des dispositions civiles du jugement.

Il motivait sa décision comme suit :

A) la caractérisation de l'infraction

- l'élément légal

Après rappel des articles L. 3323-2 et L. 3323-4 du code de la santé publique...

Il en résulte que toute publicité qui présente une boisson alcoolisée de manière valorisante, ou promet de façon suggestive que sa consommation apportera à son acheteur un confort, des vertus ou qualités sans aucun lien avec les caractéristiques intrinsèques et les effets objectifs de la boisson est interdite. Seuls sont autorisés des visuels attrayants se limitant à la mise en scène des éléments informatifs listés ci-dessus, et comportant le message d'avertissement à caractère sanitaire.

- l'élément matériel

Le constat d'huissier du 14 janvier 2021 fait état de nombreuses publications du site internet www.bières-levrette.com destinées à assurer la publicité des boissons de la marque, qui excèdent les mentions autorisées et listées à l'article L3323-4 du Code de la Santé Publique rappelées ci-dessus, en utilisant des références humoristiques ou culturelles du jeune public pour rendre la boisson attrayante et indissociable d'un contexte convivial et sexuel.

La société BEER MARKET ne peut sérieusement affirmer que les jeux de mots utilisés, exclusivement liés à la sexualité, et le visuel du lapin assorti à de textes de personnalisation se limitent à l'utilisation de l'humour, ce qui ne serait pas prohibé par les textes du Code de la Santé publique. Outre que le visuel du lapin ne fournit aucune information objectivée sur le contenu de la bouteille, il est évident que cet animal a été choisi comme mascotte de la marque pour sa réputation d'insatiable et infatigable copulateur, permettant, associé au nom choisi pour la bière, la levrette, une série infinie de jeux de mots en rapport avec une sexualité débridée et obsessionnelle.

L'objectif poursuivi est évidemment d'associer dans l'esprit du jeune consommateur, dont on peut supposer que la sexualité est une préoccupation importante, la consommation de la bière à un épanouissement sur ce plan. En tout état de cause il sera attiré par le produit en raison de cet environnement visuel et verbal le rapprochant d'un thème cher à sa classe d'âge, pourtant sans aucun rapport avec les effets de l'alcool vendu.

Sans plus entrer dans le détail il ne peut qu'être relevé que la description de la personnalité de chaque lapin, l'histoire fictionnelle de la marque retraçant le parcours des lapins et les slogans apposés sur les bouteilles et le site internet ne se réfèrent à aucun des items strictement autorisés par l'article L3323-4 du Code de la Santé publique, soit le degré volumique d'alcool, l'origine, la dénomination, la composition du produit, le nom et l'adresse du fabricant, des agents et des dépositaires ainsi que le mode d'élaboration, les modalités de vente et le mode de consommation du produit, les terroirs de production, les distinctions obtenues, les appellations d'origine et les indications géographiques, enfin les références objectives relatives à la couleur et aux caractéristiques olfactives et gustatives du produit, et ne fournissent en tout état de cause aucune information objective sur la bière vendue et ses caractéristiques.

Ainsi, les procédés utilisés par la société BEER MARKET tendent à contourner les autorisations accordées par la loi, qui doivent être interprétées restrictivement, dans l'intérêt du consommateur et de sa santé.

La décision de référé du 25 novembre 2020 dont se prévaut la société BEER MARKET n'indique pas autre chose lorsqu'elle souligne que "suite à cette mise en demeure la société SARL BEER MARKET a modifié son environnement marketing en supprimant les slogans qui pouvaient prêter à une interprétation illicite associée à la grivoiserie et à la sexualité et arrêté la commercialisation des produits dérivés de la page internet "fan store".

Il s'infère de l'ensemble de ces éléments que les slogans utilisés pour les publicités des produits de la marque LEVRETTE associaient initialement la consommation de boissons alcooliques à l'humour licencieux et à la sexualité, en contravention des dispositions susvisées du Code de la Santé publique.

Cette ordonnance constate que les slogans "une levrette cherry ?" "levrette bière de position" dont il est toujours fait état dans le constat du 14 janvier 2021 sont manifestement illicites. Ils n'ont donc pas été retirés du site.

Le site internet tel que décrit dans les constatations du 14 janvier 2021 ne comporte pas non plus la mention sanitaire obligatoire, ce qui n'est pas contesté.

Les seules mentions dont il ne peut être contesté le lien avec les informations strictement autorisées par l'article L3323-4 du Code de la Santé publique sont celles relatives à la dénomination du produit : dès lors que la marque Levrette a été déposée de même que le visuel du lapin RET et celui du lapin Love à titre de marque, il ne saurait être sanctionné leur présence sur les bouteilles et le site internet de la marque, sauf à engager au préalable une action pour faire constater l'illicéité de ces marques déposées.

Par conséquent il y a lieu de juger que l'élément matériel de l'infraction de publicité illicite en faveur de la boisson alcoolique Levrette est caractérisé en ce qui concerne :

- l'absence de la mention sanitaire obligatoire sur le site internet de promotion de cette boisson,
- la présence des slogans "La Levrette, ce n'est pas ce que vous pensez !", "Pas la peine de monter sur vos grands lapins !", "Il ne s'agit pas d'une proposition indécente du barman...", "Si le barman vous propose une Levrette ce n'est pas ce que vous croyez!", "Ne nous posez pas un lapin, si l'on vous propose une Levrette !" sur le site internet,
- les mentions "Une petite Levrette entre amis", "bière blonde de position", "Une Levrette Cherry", "bière d'hiver de position" sur les bouteilles,
- les mentions "Chapitre 1 - L'envie de jus" "Chapitre 2 - Le sombre laboratoire", "Chapitre 3 - Au fond du trou", "Chapitre 4 - Le jus de houblon",

“Chapitre 5 - La forêt humide”, “Chapitre 6 - La soif de Stanley”, “Chapitre 7 - Tout le monde adore la Levrette”, “THE END. Découvrir l'histoire des lapins”,

- La présence de dessins des personnages Jack, Stanley et Lapinours sur le site internet et les bouteilles ainsi que le descriptif de chacun de ses personnages ainsi que des deux autres personnages RET et LOVE.

La société BEER MARKET sera en revanche relaxée de ce même chef s'agissant de :

- la mention Levrette sur le site internet,
- le mention Levrette sur les bouteilles de bière,
- la présence de dessins des personnages Ret, et Love sur le site internet et les bouteilles, correspondant aux marques déposées.

ELEMENTS RELATIFS AU PARCOURS ET A LA PERSONNALITE:

Il résulte des conclusions que la société BEER MARKET est une société à responsabilité limitée inscrite au RCS de LAVAL sous le numéro 519 692 933 depuis le 26 janvier 2010, appartenant au Groupe V AND B.

Ladite société exerce des activités de vente en gros et au détail de boissons alcooliques et notamment de bières.

La société BEER MARKET est à ce titre titulaire de nombreuses marques françaises, européennes et internationales, notamment :

- la marque française “LA LEVRETTE” n°3516539 enregistrée le 25/07/2007 en classes 21, 25 et 32 ;
- la marque internationale “LA LEVRETTE” n°1270812 enregistrée le 17/07/2015 en classes 21, 25 et 32 désignant le Vietnam et la Chine ;
- la marque Union Européenne “LeVREtte” n°008292881 enregistrée le 11/05/2009 en classes 21 et 32 ;
- la marque française “LeVrettE” n°3688100 enregistrée le 30/10/2009 en classes 21, 25 et 32 ;
- la marque française “Ret” n°4038850 enregistrée le 10/10/2013 en classes 21, 25, 32 et 32 ;
- la marque française représentée par une lapine 4038836 enregistrée le 10/10/2013 en classes 21, 25, 32 et 33 ;
- la marque française “LA FRENCH LEVRETTE” n°4435323 enregistrée le 08/03/2018 en classes 21, 25, 32, 33 et 35.

La société BEER MARKET a débuté la commercialisation de bières sous la marque LEVRETTE il y a plus de 10 ans.

La société défenderesse fait partie du Groupe V AND B qui est un réseau de franchise d'origine mayennaise, créé il y a plus de 20 ans.

Les valeurs du Groupe reposent essentiellement sur l'échange et le partage.

Dans le respect de ces valeurs, le Groupe V AND B assure notamment le sponsoring du skipper Maxime Sorel, parrain national de l'association Vaincre la mucoviscidose et a organisé un Festival de musique dénommé V and B Fest' en septembre 2019, événement dont les fonds récoltés ont été reversés à cette association ainsi qu'à l'association LM Petits Pas (Association mayennaise qui a pour objectif d'aider les enfants Infirmes Moteur Cérébraux et leur famille à accéder à des thérapies) et à l'association ADAPEI 49 (Association de parents et amis qui milite en faveur des personnes handicapées mentales et leur famille).

Il résulte du Kbis de la société que le 17 février 2022, son capital s'élevait à 10000 euros.

La société BEER MARKET a communiqué les comptes de l'exercice de l'année 2022.

Contrairement à ce que la Cour avait sollicité, elle n'a pas justifié des dépenses consacrées à l'opération de publicité mais seulement des frais de maintenance du site Internet, à hauteur de 432 euros.

Son **casier judiciaire** ne comporte la mention d'aucune condamnation.

LES APPELS :

Le 11 avril 2022, le conseil de la SARL BEER MARKET faisait appel principal du jugement sur l'ensemble du dispositif et sollicitait par ailleurs, l'examen de l'affaire par la formation collégiale de la Cour d'appel. Le Procureur de la République et l'ANPAA formaient appel incident, respectivement le même jour et le 14 avril 2022.

A l'audience du 13 mars 2024, la SARL BEER MARKET était représentée par son avocat. Il convient par conséquent de statuer à son égard par arrêt contradictoire.

L'ANPAA était représentée par son avocat. Il convient par conséquent de statuer à son égard par arrêt contradictoire.

Son conseil, entendu en sa plaidoirie au soutien de ses conclusions, sollicitait l'infirmité du jugement sur la relaxe s'agissant des mentions Levrette sur le site internet, Levrette sur les bouteilles de bière, des dessins des personnages Ret et Love sur le site internet et les bouteilles, la déclaration de culpabilité de ce chef, la confirmation du surplus des dispositions pénales, l'infirmité du jugement sur les dommages et intérêts, la condamnation de la prévenue au paiement de des sommes de 30 000 euros à titre de dommages et intérêts et de 5 000 euros au titre de l'article 475-1 du CPP, en cause d'appel et la confirmation des autres dispositions civiles.

Il faisait valoir les mêmes arguments que ceux développés dans la citation et ci-dessus rappelés.

Il ajoutait, s'agissant des marques déposées par la prévenue, qu'une marque déposée ne pouvait être utilisée à des fins publicitaires que pour autant qu'elle respectait les dispositions du code de la santé publique. Il ajoutait que dans un cas d'espèce similaire la Cour d'appel de Paris avait jugé que "l'enregistrement d'une marque n'autorisait pas par lui-même son utilisation publicitaire, laquelle devait se faire dans le respect des dispositions du code de la santé publique".

Sur pourvoi à l'encontre d'une ordonnance de référé du Tribunal de grande instance de Paris qui avait jugé le 21 octobre 2014 que le conditionnement de boissons alcooliques constituait un support de publicité devant respecter l'article 3323-4 précité, la Cour de cassation rejetait le pourvoi le 5 juillet 2017 aux motifs que le moyen n'était manifestement pas de nature à entraîner une cassation.

L'avocat général requérait la confirmation du jugement.

Le conseil du prévenu, entendu en sa plaidoirie au soutien de ses conclusions, sollicitait l'infirmité du jugement, la relaxe de la prévenue, le débouté de l'ensemble des demandes de la partie civile et la condamnation de cette dernière au paiement de la somme de 7 000 euros, au titre de l'article 800-2 du CPP.

Il faisait valoir que la publicité des boissons alcooliques était encadrée par l'article L. 3323-4 du Code de la santé publique qui, loin de prohiber la publicité en faveur des boissons alcooliques, tendait simplement à en limiter le contenu. Le Conseil constitutionnel avait précisé dans quelles limites pouvait s'inscrire la démarche publicitaire en faveur des boissons alcooliques, en ces termes : "Les restrictions apportées par le législateur à la propagande ou à la publicité en faveur des boissons alcooliques ont pour objectif d'éviter un excès de consommation d'alcool, notamment chez les jeunes ; de telles restrictions reposent sur un impératif de protection de la santé publique, principe de valeur constitutionnelle ; le législateur qui a entendu prévenir une consommation excessive d'alcool, s'est borné à limiter sa publicité en ce domaine, sans la prohiber de façon générale et absolue". (Cons. const., déc. n°90-283 DC, 8 janv. 1991, Loi relative à la lutte contre le tabagisme et l'alcoolisme, cons.n°29).

Conformément à cette décision, la jurisprudence faisait une interprétation téléologique de l'article L. 3323-4 du Code de la santé publique. Ainsi, la Cour d'Appel de Paris avait-elle récemment rappelé que "La publicité se définissant comme toute forme de communication faite dans le cadre d'une activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale dans le but de promouvoir la fourniture de biens ou de services, il ne saurait être retenu que la publicité pour l'alcool est illicite au seul motif qu'elle serait attractive ou qu'elle inciterait à l'achat ou à la consommation de boissons alcoolisées, seule la consommation excessive contrevenant à l'objectif de santé publique de lutte contre l'alcoolisme défini par le législateur".

Contrairement à ce que soutenait la partie civile, affirmant que la publicité devait se limiter à la description intrinsèque du produit, une distinction était établie entre la publicité simplement incitative, dont le caractère attractif découlait nécessairement de la démarche publicitaire et qui demeurerait par conséquent licite et la publicité illicite dont le but était d'inciter à une consommation abusive et excessive d'alcool.

Dans le cadre d'une affaire relative à une campagne en faveur des vins de Côtes du Rhône, la Cour d'appel de Paris avait eu à connaître de deux visuels publicitaires. Le premier visuel représentant un personnage en costume de ville gris portant une cravate, manifestement sortant du travail, tenant dans la main droite une sacoche, souriant, la main gauche tenant un ballon de baudruche s'envolant vers le ciel au-dessus d'une ville grise, avait été déclaré illicite dans la mesure où il incitait à une consommation excessive d'alcool ; le second représentant au loin un homme de dos, occupé sur un escabeau à repeindre en rouge la façade d'une maison grise, laquelle était mitoyenne de deux autres maisons identiques grises, a été déclaré licite faute d'inciter à une telle consommation excessive, aux motifs que si le premier visuel laissait entendre qu'après une dure journée de travail dans une ambiance grise, il était possible de faire une pause comme cet homme avec son ballon et ne comportait aucune autre indication que Côtes du Rhône, associant la consommation de vin à un sentiment de liberté, le deuxième visuel n'était pas spécifiquement réjouissant mais simplement descriptive, n'était pas de nature à inciter à une consommation abusive d'alcool.

L'ANPAA reproche à la défenderesse d'utiliser sur toutes les pages de son site Internet ainsi que sur les bouteilles de bière la dénomination Levrette ; or, il s'agissait d'une marque enregistrée auprès de l'INPI qui constituait la dénomination de la bière ; par conséquent, son emploi sur le site Internet et les bouteilles de bière constituait une mention expressément autorisée par le législateur.

La Cour de cassation dans l'affaire ayant abouti à l'arrêt en date du 31 mai 1995 invoqué par l'ANPAA au soutien de ses prétentions avait à connaître d'une publicité en faveur de la bière Kronenbourg faisant mention de "3 siècles d'amour de la bière", expression enregistrée par la société BRASSERIES KRONENBOURG auprès de l'INPI. La Cour de cassation avait suivi la Cour d'appel dans son raisonnement selon

lequel l'expression "3 siècles d'amour de la bière" ne se référait pas à l'origine de la boisson alcoolique et ne pouvait donc pas être rattachée à une mention autorisée au sens de l'article L. 3323-4 du Code de la santé publique, affirmant que l'enregistrement d'une marque à l'INPI n'autorisait pas par lui-même son utilisation publicitaire et ce faisant, rappelant seulement que lorsque les publicitaires faisaient usage d'une marque enregistrée, ils devaient veiller à ce que la marque corresponde à l'une des mentions autorisées par le Code de la santé publique. Or en l'espèce, Levrette constituait la dénomination de la bière et ne contrevenait pas aux dispositions du Code de la santé publique.

En application du principe d'interprétation stricte de la loi pénale, la grivoiserie, pas plus que l'humour, ne pouvaient être considérés comme illicites au regard de l'article L. 3323-4 du Code de santé publique.

Concernant l'usage de dessins sur le site Internet et les bouteilles, il insistait sur le fait que le jugement du Tribunal Judiciaire de Paris du 22 octobre 2020 concernant une publicité en faveur de la bière Grimbergen représentant un phénix aux ailes enflammées se tenant devant un verre de bière avait été sanctionnée car la société avait connoté la consommation de bière à la mythologie et aux pouvoirs exceptionnels du phénix, animal légendaire doté de pouvoirs exceptionnels que n'était manifestement pas le lapin.

Dans un arrêt du 15 mai 2012 relatif à la publicité concernant le whisky de marque Jameson, la Cour de cassation avait rappelé que le recours à une illustration attrayante et à une part de fiction ne constituait pas une violation de l'article L. 3323-4 du Code de la santé publique.

Cette jurisprudence était tout à fait logique à l'article L. 3323-4 du Code de la santé publique qui n'imposait pas de "fond neutre". il ressortait d'ailleurs des débats parlementaires précédant l'adoption de la loi Evin qu'une disposition imposant un fond neutre aux publicités en faveur de boissons alcooliques avait initialement été votée par l'Assemblée nationale qui avait été supprimée par le Sénat, au motif qu'un fond neutre ne laisserait guère place à l'imagination créative des publicitaires.

Les lapins stylisés présents sur le site Internet et les bouteilles de bière Levrette n'évoquaient aucune ambiance ni n'exaltaient aucune qualité ni vertu, mais permettaient simplement de distinguer la bière commercialisée par la prévenue.

S'agissant des slogans apparaissant sur le site Internet et sur les bouteilles, ils relevaient de l'expression de la créativité des publicitaires et de la liberté du commerce et de l'industrie et toute restriction apportée à ces libertés fondamentales en vue de la protection du droit à la santé devait être strictement proportionnée.

Or, les slogans consistaient seulement à procéder à des jeux de mots en référence à la dénomination de la marque ainsi qu'au lapin, mascotte de la marque et n'avaient pas pour finalité d'inciter à une consommation excessive d'alcool.

Concernant l'histoire de la création de la marque via sur le site Internet des chapitres décrivant une histoire fictionnelle de la création de la bière ainsi que l'histoire des mascottes de la bière, cette fiction ne comportait aucune incitation à une consommation excessive d'alcool.

Il ajoutait que l'ANPAA n'établissait pas le préjudice invoqué.

Quant à la demande de suppression des publicités et d'interdiction de la commercialisation des bières Levrette, il ne saurait y être fait droit dans la mesure où elles ne contrevenaient pas aux dispositions de l'article L. 3323-4 du Code de la santé

publique, où il s'agissait de la marque déposée de la bière et où l'interdiction de commercialisation ne pouvait être prononcée qu'en cas de récidive et à l'encontre des personnes physiques, ce qui n'était pas le cas en l'espèce.

La Cour invitait le conseil de la prévenue à produire dans le cadre du délibéré son compte d'exploitation et les éléments relatifs à l'administrateur du site Internet ainsi qu'au budget consacré à ce site internet, pièces qui étaient produites le 18 mars 2024.

CECI ETANT EXPOSE,

SUR LA RECEVABILITE DES APPELS

Le conseil de la SARL BEER MARKET a fait appel principal du jugement contradictoire à son égard rendu par le Tribunal judiciaire de Paris le 4 avril 2022, par déclaration au greffe du tribunal en date du 11 avril 2022.

Cet appel régulier en la forme, formé dans le délai de 10 jours de la décision est recevable en application des articles 498 et 502 du CPP.

Il en est de même des incidents interjetés dans les mêmes formes par le Procureur de la République et l'ANPAA, respectivement le même jour et le 14 avril 2022, en application des articles 498 et 500 du CPP.

SUR LE FOND

Sur l'action publique

Sur la culpabilité

C'est par des motifs pertinents, que la Cour fait siens, et par une juste appréciation des faits et circonstances de la cause, que la juridiction du premier degré a, à bon droit, déclaré la SARL BEER MARKET coupable d'avoir, à Paris courant 2021 et notamment le 14 janvier 2021, procédé sciemment, par ses organes ou représentant légal, à des publicités et propagandes illicites de boissons alcooliques, en l'espèce en diffusant sur son site internet <https://www.bieres-levrette.com> et sur ses bouteilles de bière de la publicité pour la boisson alcoolique Levrette hors des limitations légales admises, faits caractérisés par :

- l'absence de la mention sanitaire obligatoire sur le site internet,
- la présence des slogans "La Levrette, ce n'est pas ce que vous pensez !", "Pas la peine de monter sur vos grands lapins !", "Il ne s'agit pas d'une proposition indécente du barman...", "Si le barman vous propose une Levrette ce n'est pas ce que vous croyez!", "Ne nous posez pas un lapin, si l'on vous propose une Levrette !" sur le site internet,
- les mentions "Une petite Levrette entre amis", "Bière blonde de position", "Une Levrette Cherry", "Bière d'hiver de position" sur les bouteilles,
- les mentions "Chapitre 1 - L'envie de jus" "Chapitre 2 - Le sombre laboratoire", "Chapitre 3 - Au fond du trou", "Chapitre 4 - Le jus de houblon", "Chapitre 5 - La forêt humide", "Chapitre 6 - La soif de Stanley", "Chapitre 7 - Tout le monde adore la Levrette", "THE END. Découvrir l'histoire des lapins." sur le site Internet
- et la présence de dessins des personnages Jack, Stanley et Lapinours sur le site internet et les bouteilles ainsi que le descriptif de chacun de ses personnages ainsi que des deux autres personnages Ret et Love sur le site internet, faits prévus et réprimés par les articles L.3323-2, L.3323-4 et L.3351-7 du code de la santé publique et 121-2 à 121-7 du code pénal,

La Cour ajoute que, contrairement à ce qu'a soutenu la SARL BEER MARKET, l'article L3323-4 du code de la santé publique limite expressément le champ de la création publicitaire licite, la lutte contre l'alcoolisme, objectif de santé publique, justifiant une restriction de la liberté de communication et une information du consommateur adaptée à la dangerosité du produit.

Toute illustration graphique, rédactionnelle ou visuelle doit en effet, aux termes de ce texte, se rattacher à l'une des mentions autorisées.

La publicité autorisée se trouve limitée à une information sur la boisson alcoolique, toute publicité incitative sur sa consommation étant prohibée.

Par conséquent, les slogans, mentions et dessins figurant tant sur le site Internet que sur les bouteilles qui ne contiennent aucun élément d'information sur la boisson y compris sur les dangers inhérents à sa consommation mais participent à la création d'un univers attractif, de surcroît plus particulièrement pour un public jeune de par ses références à une imagerie connue d'eux au travers notamment des jeux vidéo, constituent une publicité illicite.

Enfin, aux termes de l'article 121-2 du code pénal "Les personnes morales, à l'exclusion de l'Etat, sont responsables pénalement, selon les distinctions des articles 121-4 à 121-7, des infractions commises, pour leur compte, par leurs organes ou représentants".

Tel est le cas en l'espèce, puisque selon ses propres déclarations, la société BEER MARKET commercialise les bières sous la marque LEVRETTE.

Il convient par conséquent de confirmer le jugement sur la culpabilité.

Il convient, en revanche, d'infirmer le jugement en ce qu'il a relaxé la SARL BEER MARKET du même chef s'agissant de la mention Levrette sur le site internet, de la mention Levrette sur les bouteilles de bière et de la présence de dessins des personnages Ret et Love sur le site internet et les bouteilles.

En effet, le tribunal a motivé sa décision par le fait qu'il s'agissait de marques déposées.

Or, l'article L. 3323-4, alinéa 3 du code de la santé publique dispose que "Le conditionnement ne peut être reproduit que s'il est conforme aux dispositions précédentes" de l'article, soit aux restrictions ci-dessus rappelées relatives à la publicité.

Ainsi, la reproduction dans le cadre d'une publicité, y compris de marques déposées, doit-elle répondre aux exigences de l'article précité.

Le conditionnement étant utilisé à des fins publicitaires, les mentions précitées n'échappent pas par conséquent, aux restrictions imposées par l'article L. 3323-4 du code de la santé publique.

Or, ces mentions ne revêtant aucun caractère informatif au sens de cet article, leur présence sur le site internet, comme sur les bouteilles, constitue une publicité illicite.

Il convient, par conséquent, de déclarer la SARL BEER MARKET coupable d'avoir à Paris, courant 2021 et notamment le 14 janvier 2021, en tout cas sur le territoire national et depuis temps non couvert par la prescription, procédé sciemment, par ses organes ou représentant légal, à des publicités et propagandes illicites de boissons alcooliques, en l'espèce en diffusant sur son site internet <https://www.bieres-levrette.com> et sur ses bouteilles de bières de la publicité pour la boisson alcoolique Levrette hors des limitations légales admises, notamment ne comprenant pas la mention sanitaire obligatoire et comprenant des mentions non autorisées par l'article L. 3323-4 du code de la santé publique, à savoir notamment :

- la mention Levrette sur le site internet,
- la mention Levrette sur les bouteilles de bière,

- La présence de dessins des personnages Ret et Love sur le site internet et les bouteilles, faits prévus et réprimés par les articles L.3323-2, L.3323-4 et L.3351-7 du code de la santé publique et 121-2 à 121-7 du code pénal.

Sur la peine

L'article L3351-7 du code de la santé publique, en vigueur au moment des faits, prévoit que La société BEER MARKET encourt une peine de 75 000 euros d'amende, le maximum de l'amende pouvant être porté à 50 % du montant des dépenses consacrées à l'opération illégale, outre les peines complémentaires prévues par cet article.

Aux termes de l'article 131-38 alinéa 1 du code pénal "Le taux maximum de l'amende applicable aux personnes morales est égal au quintuple de celui prévu pour les personnes physiques par la loi qui réprime l'infraction".

Aux termes de l'article 132-1 alinéa 3 du code pénal "Dans les limites fixées par la loi, la juridiction détermine la nature, le quantum et le régime des peines prononcées en fonction des circonstances de l'infraction et de la personnalité de son auteur ainsi que de sa situation matérielle, familiale et sociale, conformément aux finalités et fonctions de la peine, énoncées à l'article 130-1."

Ces finalités et fonctions de la peine sont rappelées par l'article 130-1 du code pénal qui indique que "afin d'assurer la protection de la société, de prévenir la commission de nouvelles infractions et de restaurer l'équilibre social, dans le respect des intérêts de la victime, la peine a pour fonctions de sanctionner l'auteur de l'infraction et de favoriser son amendement, son insertion ou sa réinsertion."

En l'espèce, il convient de souligner que l'opération publicitaire illicite menée par la société BEER MARKET vise un public particulièrement jeune.

Cette campagne a en outre duré au moins une année entière et il s'agit, aux dires de la société, de son produit phare, les bières sous la marque LEVRETTE étant par ailleurs commercialisées depuis dix ans.

Les faits sont d'autant plus graves que l'attention de ce jeune public n'était pas attirée sur les méfaits de la consommation de cette boisson alcoolique.

Il résulte cependant, du casier judiciaire de l'intéressée qu'aucune condamnation ne figure à son casier judiciaire.

S'agissant de sa situation, la société immatriculée le 26 janvier 2010 appartient au Groupe V AND B qui a vingt ans d'existence ; elle vend en gros et au détail des boissons alcooliques dont des bières.

La société BEER MARKET est titulaire de nombreuses marques françaises, européennes et internationales.

Contrairement à ce que la Cour avait sollicité, elle n'a pas justifié des dépenses consacrées à l'opération illégale.

Apparaissent seulement sur le compte de résultat détaillé respectivement 421 euros et 2937 euros, au titre de la publicité site Internet et de la publicité/support, sommes qui d'évidence ne sauraient correspondre au total du montant des dépenses consacrées à l'opération illégale.

Dans ces conditions, la gravité de l'infraction, la durée de la période de prévention, l'absence d'antécédents judiciaires et la situation actuelle de la société justifient une peine d'amende plus importante que celle prononcée par le tribunal.

Il convient par conséquent, d'infirmer le jugement sur la peine et de condamner la société BEER MARKET à une amende de 50 000 euros.

Aux termes de l'article L3351-7 du code de la santé publique "Le tribunal ordonne, s'il y a lieu, la suppression, l'enlèvement ou la confiscation de la publicité interdite aux frais des délinquants".

Eu égard au public jeune concerné par cette campagne de publicité et au caractère particulièrement attractif et non informatif du site internet et des figurines et mentions figurant sur les bouteilles, mais également à la déclaration de culpabilité pour l'ensemble des faits visés par la citation, il convient d'infirmer le jugement sur la peine complémentaire et d'ordonner à la SARL BEER MARKET de supprimer de son site internet <https://www.bieres-levrette.com> et de l'étiquetage de ses bouteilles de bière Levrette l'ensemble des slogans, mentions et dessins litigieux visés aux déclarations de culpabilité et ce, à ses frais.

Sur l'action civile

Sur la recevabilité de la constitution de partie civile

Aux termes des articles 2 alinéa 1 et 3 du CPP "L'action civile en réparation du dommage causé par un crime, un délit ou une contravention appartient à tous ceux qui ont personnellement souffert du dommage directement causé par l'infraction".

"L'action civile peut être exercée en même temps que l'action publique et devant la même juridiction. Elle sera recevable pour tous chefs de dommages, aussi bien matériels que corporels ou moraux, qui découleront des faits objet de la poursuite."

Aux termes d'une jurisprudence constante il résulte de ces textes que, pour qu'une constitution de partie civile soit recevable, il suffit que les circonstances sur lesquelles elle s'appuie permettent au juge d'admettre comme possibles l'existence du préjudice allégué et la relation directe de celui-ci avec une infraction à la loi pénale.

Tel est le cas en l'espèce, puisque le préjudice moral invoqué par l'ANPAA est attesté par son objet statutaire et résulte directement de la publicité illégale commise par la société BEER MARKET.

Il convient par conséquent de confirmer le jugement en ce qu'il a déclaré recevable la constitution de partie civile de l'ANPAA.

Sur la responsabilité

Les faits dont la société BEER MARKET est déclarée coupable engagent sa responsabilité civile et l'obligent à en réparer les conséquences dommageables, en application de l'article 1240 du code civil, seul ouvrant droit à réparation le préjudice directement causé par l'infraction.

L'ANPAA n'ayant aucune responsabilité dans le dommage subi, il convient de confirmer le jugement en ce qu'il a déclaré la SARL BEER MARKET responsable du préjudice de cette dernière.

Sur la demande d'indemnisation

L'ANPAA se prévaut exclusivement d'un préjudice moral.

Eu égard à la période de prévention, la juridiction du premier degré a fait une exacte appréciation du préjudice résultant directement des agissements délictueux de la prévenue.

Il convient donc de confirmer le jugement sur les dommages-intérêts alloués.

Il apparaît par ailleurs équitable d'allouer la somme de 5 000 euros au titre de l'article 475-1 du CPP pour les frais non payés par l'Etat exposés en première instance.

Il y a lieu de confirmer également le jugement sur ce point.

Il apparaît enfin équitable de faire application, en cause d'appel, des dispositions de l'article 475-1 du CPP au profit de la partie civile contrainte de se défendre devant la cour sur l'appel interjeté par le prévenu.

En conséquence, la société BEER MARKET sera également condamnée à payer à la partie civile une indemnité de 5 000 euros pour les frais non payés par l'Etat exposés en appel.

PAR CES MOTIFS,

LA COUR,

Statuant publiquement, par arrêt contradictoire à l'égard de la SARL BEER MARKET et de l'ASSOCIATION NATIONALE DE PREVENTION EN ALCOOLOGIE ET ADDICTOLOGIE et en dernier ressort,

DÉCLARE les appels de société BEER MARKET, de l'ASSOCIATION NATIONALE DE PREVENTION EN ALCOOLOGIE ET ADDICTOLOGIE et du Procureur de la République recevables,

Sur l'action publique

CONFIRME le jugement en ce qu'il a déclaré la SARL BEER MARKET coupable d'avoir, à Paris courant 2021 et notamment le 14 janvier 2021, procédé sciemment, par ses organes ou représentant légal, à des publicités et propagandes illicites de boissons alcooliques, en l'espèce en diffusant sur son site internet <https://www.bieres-levrette.com> et sur ses bouteilles de bière de la publicité pour la boisson alcoolique Levrette hors des limitations légales admises, faits caractérisés par:

- l'absence de la mention sanitaire obligatoire sur le site internet,
- la présence des slogans "La Levrette, ce n'est pas ce que vous pensez !", "Pas la peine de monter sur vos grands lapins !", "Il ne s'agit pas d'une proposition indécente du barman...", "Si le barman vous propose une Levrette ce n'est pas ce que vous croyez!", "Ne nous posez pas un lapin, si l'on vous propose une Levrette !" sur le site internet,
- les mentions "Une petite Levrette entre amis", "bière blonde de position", "Une Levrette Cherry", "bière d'hiver de position" sur les bouteilles,
- les mentions "Chapitre 1 - L'envie de jus" "Chapitre 2 - Le sombre laboratoire", "Chapitre 3 - Au fond du trou", "Chapitre 4 - Le jus de houblon", "Chapitre 5 - La forêt humide", "Chapitre 6 - La soif de Stanley", "Chapitre 7 - Tout le monde adore la Levrette", "THE END. Découvrir l'histoire des lapins." sur le site Internet
- et la présence de dessins des personnages Jack, Stanley et Lapinours sur le site internet et les bouteilles ainsi que le descriptif de chacun de ses personnages ainsi que des deux autres personnages Ret et Love sur le site internet, faits prévus et réprimés par les articles L.3323-2, L.3323-4 et L.3351-7 du code de la santé publique et 121-2 à 121-7 du code pénal,

INFIRME le jugement en ce qu'il a relaxé la SARL BEER MARKET des autres chefs de prévention,

DÉCLARE la SARL BEER MARKET coupable d'avoir, à Paris courant 2021 et notamment le 14 janvier 2021, procédé sciemment, par ses organes ou représentant légal, à des publicités et propagandes illicites de boissons alcooliques, en l'espèce en diffusant sur son site internet <https://www.bieres-levrette.com> et sur ses bouteilles de bière de la publicité pour la boisson alcoolique Levrette hors des limitations légales admises, faits caractérisés par :

- la mention Levrette sur le site internet,
- la mention Levrette sur les bouteilles de bière,
- la présence de dessins des personnages Ret et Love sur le site internet et les bouteilles, faits prévus et réprimés par les articles L.3323-2, L.3323-4 et L.3351-7 du code de la santé publique et 121-2 à 121-7 du code pénal,

INFIRME le jugement sur la peine principale et la peine complémentaire,

CONDAMNE la société BEER MARKET à une amende de 50 000 euros,

ORDONNE à la SARL BEER MARKET de supprimer de son site internet <https://www.bieres-levrette.com> et de l'étiquetage des bouteilles de bière Levrette l'ensemble des slogans, mentions et dessins litigieux ci-dessus visés et ce, à ses frais,

Sur l'action civile

CONFIRME le jugement en toutes ses dispositions,

CONDAMNE SARL BEER MARKET à payer à l'ASSOCIATION NATIONALE DE PREVENTION EN ALCOOLOGIE ET ADDICTOLOGIE la somme de 5000 euros, en cause d'appel, en application de l'article 475-1 du Code de Procédure Pénale,

Du fait de l'absence du condamné, le président n'a pu l'informer de la possibilité pour la partie civile, non éligible à la Commission d'Indemnisation des Victimes d'Infractions (CIVI), de saisir le Service d'Aide au Recouvrement des Victimes d'Infractions (SARVI), s'il ne procède pas au paiement des dommages intérêts auxquels il a été condamné dans le délai de deux mois courant à compter du jour où la décision est devenue définitive, ni du fait que, en cas de saisine du SARVI par la victime, les dommages intérêts seront augmentés de 30% en sus des frais de recouvrement.

Le présent arrêt est signé par Isabelle HAREL-DUTIROU, présidente et par Johanna ROUSSE, greffière

LA PRÉSIDENTE

LA GREFFIERE




En conséquence, la République française mande et ordonne à tout huissier de justice, sur ce requis de mettre l'arrêt à exécution, aux procureurs généraux et aux procureurs de la République près les tribunaux judiciaires d'y tenir la main, à tous commandants et officiers de la force publique de prêter main-forte lorsqu'ils en seront légalement requis. En foi de quoi, le présent arrêt a été signé par le président et la greffière. La présente feuille exécutoire a été signée par le directeur de greffe de la cour d'appel de Paris.



La présente décision est assujettie à un droit fixe de procédure d'un montant de 169 euros dont est redevable condamné. Ce montant est diminué de 20% en cas de paiement dans le délai d'un mois :

- à compter du jour du prononcé de la décision si celle-ci est contradictoire,
- à compter de la signification si l'arrêt est contradictoire à signifier ou par défaut.