

**TRIBUNAL  
DE GRANDE  
INSTANCE  
DE PARIS**



5ème chambre 2ème  
section

N° RG :  
**14/14066**

N° MINUTE :

5

**JUGEMENT  
rendu le 04 Février 2016**

Assignation du :  
01 Octobre 2014

**DEMANDERESSE**

**CONFEDERATION NATIONALE DE LA BOULANGERIE ET  
DE LA BOULANGERIE-PATISSERIE FRANCAISE**

27 avenue d'Eylau  
75782 PARIS CEDEX 16

représentée par Maître Jean-louis FOURGOUX de la SELARL  
FOURGOUX ET ASSOCIES, avocats au barreau de PARIS, avocats  
postulant, vestiaire #P0069

**DÉFENDERESSE**

**S.A.S. HERTA**  
7 boulevard Pierre Carle  
77186 NOISEL

représentée par Maître Jean-christophe ANDRE de la SCP DEPREZ,  
GUIGNOT & ASSOCIES, avocats au barreau de PARIS, avocats  
postulant, vestiaire #P0221

**COMPOSITION DU TRIBUNAL**

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

assistés de Laure POUPET, greffière

Expéditions  
exécutoires  
délivrées le:

1/0

07

09 FEV. 2016

Page 1

3

## **DÉBATS**

A l'audience du 18 Novembre 2015 tenue en audience publique devant Edmée BONGRAND, 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

---

## **EXPOSE DU LITIGE**

La confédération nationale de la boulangerie et boulangerie- pâtisserie française (ci-après CNBF) représente les intérêts des artisans boulangers pâtisseries de France devant les représentants des pouvoirs publics, de la filière, des organisations ouvrières et des partenaires professionnels .

Elle a notamment pour objectif de veiller aux intérêts généraux, matériels et moraux de la profession.

Estimant que la publicité intitulée *La Barque* faisant la promotion du jambon «*Herta tendre noix*», diffusée en novembre et décembre 2013 et en février 2014 sur les principales chaînes de télévision nationale tant par ses dialogues que son cadre, véhicule un message dénigrant à l'égard du pain aux seules fins de valoriser le jambon et est en ce sens, selon elle, un acte de concurrence déloyale préjudiciable à la profession d'artisan boulanger -pâtissier, la CNBF a, par acte du 26 mai 2014 assigné devant ce tribunal la société SAS Nestlé France afin d'obtenir la condamnation de la société Nestlé FRANCE à lui payer la somme de 3 451 407 € à titre de dommages- intérêts pour atteinte à l'image du pain, l'interdiction pour la société Nestlé France de procéder à toute diffusion de la publicité *La Barque* dans sa version longue et sa version courte , sous quelque support de communication que ce soit, à compter de la signification du jugement à intervenir, sous le bénéfice de l'exécution provisoire et la condamnation de la société Nestlé France à lui payer la somme de 10000€ au titre des dispositions de l'article 700 du code de procédure civile .

Par acte du 1er octobre 2014, la CNBF a fait assigner devant ce tribunal la société Herta en sollicitant la jonction des deux instances, la condamnation solidaire des sociétés Herta et Nestlé France au paiement de la somme de 3451407 euros à titre de dommages intérêts pour atteinte à l'image du pain et l'interdiction pour les deux sociétés de procéder à toute diffusion de la publicité litigieuse sous toutes ses formes, le tout sous le bénéfice de l'exécution provisoire et leur condamnation à une indemnité de procédure .

110

07

Par ordonnance du 8 janvier 2015, le juge de la mise en état a constaté le désistement d'instance et d'action de la CNBF dans l'instance l'opposant à la société Nestlé France .

**Pa dernières conclusions signifiées le 24 février 2015, la CNBF** demande au tribunal au visa de l'article 1382 du code civil, de condamner la société Herta à lui payer la somme de 3451407 euros à titre de dommages intérêts pour atteinte à l'image du pain, de faire interdiction à la société Herta de procéder à toute diffusion de la publicité " la barque" dans sa version longue et sa version courte , sous quelque support de communication que ce soit, à compter de la signification du jugement à intervenir, le tout sous le bénéfice de l'exécution provisoire et de condamner la société Herta à lui payer la somme de 20000 euros au titre des dispositions de l'article 700 du code de procédure civile .

**A l'appui de ses demandes, la CNBF fait valoir que :**

- le dénigrement recouvre des agissements qui tendent à jeter le discrédit sur un concurrent ou sur les produits fabriqués
- en l'espèce la société Herta, par la diffusion de la publicité "Herta tendre noix" dénigre le pain et ce faisant commet un acte de concurrence déloyale condamnable dès lors que la publicité fait clairement référence au pain de manière dévalorisante puisque elle présente deux produits à savoir le jambon et le pain côte à côte mais en dévalorisant le pain puisque l'homme dit à son petit fils qu'il va lui apprendre à reconnaître les bonnes choses , qu'il prend le jambon et la miché de pain et qu'il jette celle ci par dessus bord en déclarant que *"et le pain , tu le laisses aux poissons"*
- le message consiste à privilégier la consommation du jambon au détriment du pain
- cette publicité dévalorise le pain au profit du jambon ; la société Herta ne peut affirmer que cette publicité a pour seul objectif de soutenir que les qualités gustatives exceptionnelles de ce jambon permettent de ne pas l'accompagner de pain. En effet le message publicitaire ne contient aucun élément descriptif du jambon , qu'il n'est pas justifié par le contexte de la partie pêche même si il est usuel que les pêcheurs jettent du pain aux poissons mais alors ce n'est que du pain rassis et non du pain frais comme cela est présenté dans la publicité
- les avis de l'ARPP et du JDP relatifs à cette publicité ne lient pas le juge
- contrairement à ce que soutient la défenderesse , cette publicité ne se situe pas dans le cadre de ce qui est autorisé pour une communication commerciale car elle ne contient pas de message hyperbolique sur les qualités gustatives du jambon et le ton humoristique n'est pas de nature à ôter à la publicité son caractère dénigrant
- la promotion des professions dans l'intérêt desquelles elle agi est réalisée au moyen des campagnes publicitaires, d'organisation de salons; au cours de ces dernières années, elle a donc engagé un budget moyen de 340000 euros par jour pour réaliser ces opérations et l'ensemble de ses efforts a été réduit à néant par cette publicité ; les consommateurs ont par ailleurs manifesté leur consternation face à cette publicité
- l'indemnisation ne peut se limiter à l'euro symbolique, son préjudice correspondant au coût de la campagne litigieuse.

**Par conclusions signifiées le 23 mars 2015, la société Herta** conclut au débouté de la CNBF de l'ensemble de ses demandes et sollicite sa condamnation à lui payer la somme de 30000 euros au titre des dispositions de l'article 700 du code de procédure civile aux motifs que:

\* en droit

-la caractérisation du dénigrement est soumise à une double condition: la première est l'identification explicite ou implicite de la victime du dénigrement et il n'y a pas dénigrement quant la critique est tellement générale que la victime n'est pas identifiable, la seconde est l'existence d'une critique ou d'une appréciation péjorative excessive d'une entreprise ou de ses produits donnant une image particulièrement dévalorisée de celle ci ou de ses produits

-en matière de dénigrement collectif, pour être condamné, le message incriminé doit être virulent et jeter clairement le discrédit sur un produit ou une profession de telle sorte que l'image du produit ou de la profession est dégradée dans l'esprit du consommateur

\* en l'espèce

- la publicité "la barque" ne véhicule aucune critique sur le pain visant à le discréditer ; en effet ce sont les qualités gustatives du jambon qui sont mises en avant et qui justifient qu'il puisse être consommé seul c'est à dire sans pain, mot qui n'est d'ailleurs prononcé qu'une fois au cours de cette publicité, qu'il ne s'agit pas de dire que le jambon est meilleur ou mieux que le pain, la phrase invitant à laisser le pain aux poissons vise seulement à mettre en exergue le jambon et à préciser que, le contexte du spot étant celui d'une partie de pêche, il est possible de donner le pain aux poissons comme le font souvent les pêcheurs

-contrairement à ce que la demanderesse soutient, la publicité incriminée compte bien des éléments descriptifs du jambon puisque tant le dialogue que l'emballage du produit visible sur plusieurs plans font référence à la noix de jambon qui, comme chacun le sait est la partie la plus noble du produit, le pain n'est pas jeté à l'eau et ne sert qu'à nourrir les poissons

- l'ARRP et le JDP ont donné des avis favorables à cette publicité et la portée du message publicitaire a parfaitement été compris par le JDP qui a rejeté la plainte de la CNBF tenant à obtenir la cessation de la diffusion de ce spot dans ses versions courte et longue

-la modification de ce spot en août 2014, dans la version actuelle le pain n'est plus lancé dans l'épuisette ne peut s'analyser en un aveu de culpabilité

- cette publicité vise seulement à mettre en avant le jambon Herta "tendre noix" sans critiquer ni jeter le discrédit sur le pain

-le préjudice dont se prévaut la demanderesse est inexistant ; en matière de dénigrement, le préjudice peut résulter par exemple d'une baisse de chiffre d'affaires, d'un affaiblissement de la marque ; or en l'espèce la preuve de telles conséquences n'est pas rapportée et aucune atteinte à l'image du pain qui serait caractérisée par une campagne de diffusion agressive et la consternation des consommateurs selon les déclarations de la demanderesse n'est établie ; La diffusion de ce spot est parfaitement habituelle et la consternation alléguée n'est pas établie, les courriels mails et autres tweets sont adressés à Nestlé, et non à Herta alors même que le lien entre les deux sociétés est peu connu du public, ainsi qu'il résulte d'une étude réalisée par l'IFOP à la demande de Nestlé ; il y a donc lieu de s'interroger sur la valeur de ces avis

1/2

07

- subsidiairement, en l'absence de démonstration du préjudice, la demanderesse ne peut prétendre qu'à l'euro symbolique
- enfin, la demanderesse ne peut réclamer une indemnisation visant à engager une action publicitaire de même ampleur que la campagne Herta, sa demande en paiement de la somme de plus de 3 millions d'euros n'est fondée sur aucune pièce sérieuse, la demanderesse déclarant engager un budget moyen de 340000 euros par an pour la réalisation de ses opérations de communication,
- il ne peut être fait droit à la demande d'interdiction de diffusion de cette publicité dans la mesure où celle ci ne présente aucun caractère dénigrant et que depuis le 21 août 2014, le spot a été modifié .

Il y a lieu, pour un exposé détaillé des moyens des parties, de se reporter à leurs écritures signifiées aux dates ci-dessus visées, en application de l'article 455 du code de procédure civile.

L'ordonnance de clôture a été rendue le 20 mai 2015.

### MOTIFS DU JUGEMENT

Le dénigrement se définit comme une action qui tend à jeter le discrédit sur un concurrent ou sur un produit désigné ou identifiable et lui cause un préjudice.

Pour donner lieu à sanction sur le fondement des dispositions de l'article 1382 du code civil, les agissements litigieux doivent être considérés comme ayant dépassé le droit de libre critique ou de simples critiques.

Le visionnage de la publicité litigieuse de la société Herta dite " La Barque" permet de constater qu'elle a pour objet de vanter les qualités du jambon "Herta tendre noix ". Elle permet de voir l'emballage du produit à quatre reprises dans le spot.

La référence à la noix de jambon a pour but de vanter les qualités gustatives du produit, la noix de jambon étant traditionnellement considérée comme le meilleur morceau du jambon.

La phrase du personnage du grand père invitant le personnage de l'enfant qui l'accompagne à une partie de pêche à "*laisser le pain aux poissons*" vise seulement à surligner l'excellence du jambon qui serait telle que le pain, aliment considéré dans la tradition comme étant le préféré des Français et l'allié naturel du jambon et de la charcuterie en général, pourrait être laissé à d'autres usages et s'agissant en l'occurrence d'une partie de pêche, aux poissons . Cette phrase n'induit pas l'idée que le pain serait réservé aux poissons en raison de médiocres qualités gustatives.

Cette scène ne crée aucun ordre de hiérarchie entre les qualités gustatives respectives du produit Herta et du pain dont le mot n'est prononcé qu'une seule fois. Elle vise à mettre en exergue les qualités du produit jambon" tendre noix".

1 p

07

Suggérer que le jambon "tendre noix" peut être consommé sans pain ne constitue pas une critique même modérée du pain, ne jette pas le discrédit sur cet aliment et en faisant allusion au pain, la publicité rappelle que celui-ci occupe une place privilégiée dans la tradition alimentaire française, étant rappelé qu'il n'est fait aucun triste sort au pain dans cette publicité, la miche de pain n'étant pas jetée dans l'eau comme la demanderesse le soutient.

Il ne peut se déduire de la seule modification du spot publicitaire en août 2014 consistant à la suppression de la scène du lancer du pain dans l'épuisette qu'antérieurement cette publicité véhiculait un message dénigrant à l'égard du pain et la reconnaissance par la société défenderesse de ce caractère dénigrant dès lors que pour le reste, le contenu est le même.

Par ailleurs, la société Herta commercialisant de nombreux produits à base de pain, elle n'a aucun intérêt à dénigrer ce produit.

L'ensemble de la scène au cours de laquelle le grand père lance la miche entière par dessus la barque, le pain terminant sa course dans l'épuisette et dit à son petit fils " *et le pain, tu le laisses aux poissons* " est commentée en voix-off par l'enfant qui qualifie le geste de son grand père de " *truc dingue* " .

Le geste du grand père et le commentaire de l'enfant ont pour vocation d'exagérer le message de la publicité consistant à dire que les valeurs gustatives du produit sont elles qu'il peut être manger sans pain, son accompagnement habituel. Ce message est hyperbolique, figure de style qui peut être verbale et visuelle, communément utilisée en publicité permettant d'exagérer encore les mérites du produit de la défenderesse.

Si l'exagération peut être sanctionnée lorsque la publicité va au delà de la simple exagération en véhiculant une image dévalorisante d'un produit, tel n'est pas le cas en l'espèce. En effet, cet effet stylistique ne contient aucune image, aucun terme, dévalorisant le produit " pain " dont la chute dans l'épuisette réduit par ailleurs, l'effet d'exagération du message et du geste.

Il n'est donc pas possible de voir une intention malveillante à l'égard du produit " pain " dans cette publicité.

Faute pour la demanderesse de rapporter la preuve d'un acte déloyal commis à son égard par la société Herta au titre de ce spot "La barque", elle sera déboutée de l'ensemble de ses demandes.

Succombant, la demanderesse supportera la charge des dépens ainsi que celle d'une indemnité, au titre des dispositions de l'article 700 du code de procédure civile, qu'il apparaît équitable de fixer à la somme de 7000 euros.

18

7

**PAR CES MOTIFS**

**Le tribunal, statuant par jugement contradictoire, en premier ressort et prononcé par mise à disposition**

Déboute la confédération nationale de la boulangerie et boulangerie-pâtisserie française de l'ensemble de ses demandes,

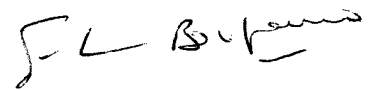
condamne la confédération nationale de la boulangerie et boulangerie-pâtisserie française à payer à la société Herta la somme de 7000 euros au titre des dispositions de l'article 700 du code de procédure civile

condamne la confédération nationale de la boulangerie et boulangerie-pâtisserie française aux dépens .

**Fait et jugé à Paris le 04 Février 2016**

**Le Greffier  
Laure POUPET**

**Le Président  
Edmée BONGRAND**



Décision du 04 Février 2016  
5ème chambre 2ème section  
N° RG : 14/14066