

**TRIBUNAL  
DE GRANDE  
INSTANCE  
DE PARIS**



**ORDONNANCE DE RÉFÉRÉ  
rendue le 20 février 2014**

N° RG :  
13/59661

BF/N° :1

Assignation du :  
22 Novembre 2013

par **Martine PROVOST-LOPIN, Première Vice-Présidente** au  
Tribunal de Grande Instance de Paris, agissant par délégation du  
Président du Tribunal,

Assistée de **Laurie ARAMENDI, Greffier.**

**DEMANDERESSE**

**ASSOCIATION NATIONALE DE PREVENTION EN  
ALCOOLOGIE ET ADDICTOLOGIE**

20 rue Saint Fiacre  
75002 PARIS

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

**DEFENDERESSES**

**S.A.S H ENTREPRISE HEINEKEN ENTREPRISE**

2 rue des Martinets  
92569 RUEIL MALMAISON CEDEX

représentée par Me Jean-Louis FOURGOUX, avocat au barreau de  
PARIS - #P0069

**S.A.R.L. FACEBOOK FRANCE**

108-112 avenue de Wagram  
75017 PARIS

représentée par Me Bertrand LIARD, avocat au barreau de PARIS -  
#J0002

**Copies exécutoires  
délivrées le:**

## DÉBATS

A l'audience du 23 Janvier 2014, tenue publiquement, présidée par **Martine PROVOST-LOPIN, Première Vice-Présidente**, assistée de **Laurie ARAMENDI, Greffier**,

Nous, Président,

Après avoir entendu les parties comparantes ou leur conseil,

Vu l'assignation en référé délivrée le 22 novembre 2013 par l'Association Nationale de Prévention en Alcoologie et Addictologie (ANPAA) à la société Heineken Entreprise et à la société Facebook France -après autorisation donnée selon ordonnance rendue le 20 novembre 2013 par le délégataire du président du tribunal de grande instance de Paris- aux fins, vu les articles L 3323-2, L 3323-3, L 3323-4, L3323-6, L 3351-7 et L 3355-1 du code de la santé publique et 808 et 809 du code de procédure civile, de :

- constater le trouble manifestement illicite constitué par la violation des articles L 3323-4 et L 3323-2-9° du code de la santé publique, par la diffusion de publicités illicites en faveur de boissons alcooliques Heineken et Desperados, sur le réseau social Facebook, par la société Heineken Entreprise, via les pages officielles Facebook Desperados et Heineken grâce aux services mis à sa disposition par la société Facebook France ;

En conséquence,

- ordonner la suppression par la société Heineken Entreprise et la société Facebook France,

de la page officielle Facebook DESPERADOS sur le réseau social Facebook aux adresses <https://www.Facebook.com/Desperados.fr>, et [www.Facebook.com/ImagineDesperados](http://www.Facebook.com/ImagineDesperados) et de la page officielle Facebook HEINEKEN sur le réseau social Facebook à l'adresse actuelle <https://www.Facebook.Com/Heineken.fr> ainsi qu'à toute autre adresse, sur le réseau social Facebook ;

- dire que cette interdiction sera assortie d'une astreinte de 10 000 euros par jour de retard à compter du prononcé de l'ordonnance à intervenir tant à l'encontre de Heineken Entreprise qu'à l'encontre de Facebook France ;

- faire interdiction à la société Heineken Entreprise et à la société Facebook France de diffuser de la publicité en faveur des bières Desperados et Heineken sur le réseau social Facebook sous astreinte de 10 000 euros par jour de retard à compter de l'ordonnance à intervenir ;

- faire interdiction à la société Facebook de diffuser de la publicité en faveur des boissons alcooliques sur le réseau social Facebook et la condamner à retirer du réseau social Facebook, sous astreinte de 10.000 € à compter du prononcé de l'ordonnance à intervenir, toutes les pages officielles Facebook mentionnant une boisson alcoolique ainsi que toute publicité en faveur des boissons alcooliques ;

- condamner la société Heineken Entreprise à verser à l'ANPAA une provision de 10 000 euros valoir sur la réparation de son préjudice lié à la violation des dispositions du code de la santé publique, l'obligation n'étant pas sérieusement contestable et le juge des référés étant compétent pour lui accorder cette provision ;

- condamner la société Facebook France à verser à l'ANPAA une provision de 10 000 euros à valoir sur son préjudice lié à la violation des dispositions du code de la santé publique, l'obligation n'étant pas sérieusement contestable et le juge des référés étant compétent pour lui accorder cette provision ;
- condamner solidairement la société Heineken Entreprise et la société Facebook France au paiement de la somme de 5 000 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile et aux dépens de la présente procédure en ce compris le coût des constats des 9, 15, 22 et 29 octobre 2013 ;

Vu les conclusions déposées à l'audience du 23 janvier 2014 et soutenues oralement par lesquelles la société Heineken Entreprise nous demande de :

- dire que le site internet Facebook constitue un support de publicité licite ;
- dire que les publicités de la société Heineken Entreprise sont licites au regard de l'article L3323-4 du code de la santé publique ;
- débouter l'ANPAA de ses demandes et la condamner au paiement de 3000 euros sur le fondement de l'article 700 du code de procédure civile ;

Vu les conclusions déposées à l'audience du 23 janvier 2014 et soutenues oralement par lesquelles la société Facebook France nous demande de :

- constater qu'elle est dépourvue de qualité pour agir en ce qu'elle est ni hébergeur ni éditeur des contenus du réseau social accessible à partir de l'adresse URL <https://www.facebook.com> et des applications mobile et pour tablettes correspondantes et n'a pas participé à l'élaboration ou à la diffusion des publicités incriminées ;
- en conséquence,
- la mettre hors de cause ;
- déclarer irrecevable l'ANPAA en ses demandes ;
- l'en débouter ;
- à titre subsidiaire,
- dire n'y avoir lieu à référé ;
- à titre reconventionnel,
- condamner l'ANPAA à payer à la société Facebook la somme de 10000 euros pour procédure abusive sur le fondement des articles 32-1 du code de procédure civile et 1382 du code civil ;
- en tout état de cause,
- la condamner, outre aux dépens, au paiement de 15000 euros au titre de l'article sur le fondement de l'article 700 du code de procédure civile ;

Vu les conclusions déposées à l'audience du 23 janvier 2014 et soutenues oralement par lesquelles l'ANPAA, après avoir modifié les prétentions contenues dans l'acte introductif d'instance, nous demande de :

- constater le trouble manifestement illicite résultant du caractère illicite des publicités en faveur de la bière DESPERADOS VERDE paraissant sur la page officielle FACEBOOK DESPERADOS à l'adresse [www.Facebook.com/ImagineDesperados.troble](http://www.Facebook.com/ImagineDesperados.troble) portant la mention « ATTENTION LA NOUVELLE DESPERADOS VERDE PEUT SURPRENDRE AVEC SES AROMES CITRON VERT, MENTHE ET TEQUILA QUI SE MELANGENT EN BOUCHE LORS DE LA DÉGUSTATION »

En raison de la présence du logo DESPERADOS BEWARE :

- ordonner la suppression de cette publicité sur tout support sous astreinte de 10.000 €, 8 jours après notification de l'ordonnance à intervenir ;

- constater le trouble manifestement illicite résultant du caractère illicite des messages et visuels diffusés par Heineken Entreprise sur la page officielle facebook DESPERADOS annonçant des soirées « WILD BAR » consacrées à sa bière, et des conversations avec des utilisateurs, permettant d'aimer, de commenter et de partager et notamment les mentions :

« Desperados est aujourd'hui à Dijon au Flannery's, à la Salsa Pelpa et au Beverly Hill » accompagné d'une publicité mentionnant DESPERADOS WILD BAR et diffusée le 4/10/2013 « Déguster une desperados verde » le 26/9/2013

« Desperados verde, disponible dès maintenant dans vos magasins », le 19/9/2013.

« Desperados est aujourd'hui à Rennes au Webb Ellis au Tio Paquito », etc... le 27/9/2013

« Quelle Desperados allez vous choisir ? » le 24/9/2013 (également page 13 du constat du 9/10/2013 Pièce 7) ;

- ordonner la suppression de ces mentions sur tout support sous astreinte de 10 000 euros ;

- constater le trouble manifestement illicite résultant du caractère illicite des publicités DESPERADOS reçues sur le fil d'actualité de l'huissier qui a aimé la page officielle facebook Desperados en raison de son caractère intrusif et de son contenu :

*le 15/10/2013* : un visuel portant la marque DESPERADOS et WILD BAR, logo des soirées desperados) et la mention que DESPERADOS est aujourd'hui à Caen à La cagna, au Che Guevara et au Dublin (pages 7 et 8 du constat du 15/10/2013) ;

*le 22/10/2013* : un message avec visuel SUR DESPERADOS WILD BAR annonçant que DESPERADOS est aujourd'hui à TOULOUSE au Saint Pierre, et au Barnum... ;

• un visuel d'une bouteille de DESPÉRADOS VERDE annonçant la Fin des Terrasses ( page 8 et annexe 1 du constat du 22/10/2013) ;

*le 29/10/2013* : les publicités

• un message et un visuel « Connaissez vous toutes les desperados ? » avec le visuel de cinq bouteilles de même marque ;

• un message annonçant une nouvelle soirée WILD BAR à METZ au Chéri, au Bazaar Sainte Marie et au Bar Latino ( page 7 et annexe 1 du constat du 29/10/2013) ;

ordonner la suppression de ces visuels sur tout support sous astreinte de 10 000 € et interdire à la société Heineken Entreprise d'adresser des messages intrusifs via facebook aux internautes sous astreinte de 10 000 euros ;

- constater le trouble manifestement illicite résultant du caractère illicite *des publicités parues sur la page officielle facebook Heineken à l'adresse <https://www.Facebook.Com/Heineken.fr>*

« L' INNOVATION HEINEKEN ARRIVE A PARIS PRÉPAREZ VOUS AU LANCEMENT FINAL »

La mention « PARIS LUMIÈRE » avec un verre de bière et une bouteille Heineken et un message « A l'exposition universelle de 1889 à Paris Heineken reçoit le grand prix de la meilleure bière du monde. Ce cocktail aux notes fruitées et acidulées, relevées par le Champagne, reflète les délices de la ville Lumière au XIXème siècle. »

Les mentions « Avez vous remarqué cette étonnante bouteille Heineken présente sur notre site [www.140ans-HK.fr](http://www.140ans-HK.fr) »

- « Heineken réinvente la pression à domicile avec la collaboration de Marc Nawson » avec la mention dans la conversation la « disponibilité du produit en pré commande pour les fêtes de fin d'année ».

- « La nouvelle révélation Heineken sera révélée demain à l'Aquarium de Paris et bientôt sur Facebook » ;

- « Rendez vous aujourd'hui et demain au Port des Champs Elysées à Paris pour visiter » ;

- ordonner leur suppression sous astreinte de 10 000 euros ;

- constater le caractère intrusif des publicités et messages paraissant sur la page facebook DESEPERADOS aux adresses <https://www.Facebook.com/Desperados.fr>, et [www.Facebook.com/ImagineDesperados](http://www.Facebook.com/ImagineDesperados) et adressées aux internautes ayant aimé cette page ;

- ordonner leur suppression sur tout support sous astreinte de 10 000 euros ;

- constater le caractère illicite des mentions parues sur le mur de MARIE CAU les 3 et 9 octobre 2013, un message de HEINEKEN « l'étoile rouge, symbole de Heineken, naît en 1931 à Amsterdam. A l'époque toutes sortes d'épices et de rhums venus des Antilles étaient acheminés dans la cité. Ce cocktail aux notes épicées est sublimé par la fraîcheur et la finesse des saveurs de Heineken » accompagné du visuel d'un verre de bière à côté d'une bouteille Heineken ;

Le message émanant de Heineken « la date 1873 est inscrite sur la porte de notre salle des innovations sur [www.140ansHK.fr](http://www.140ansHK.fr) Savez vous ce qu'elle représente pour Heineken ? » suivi d'un visuel portant la date de 1873 et l'étoile rouge.

- ordonner leur suppression sur tout support sous astreinte de 10 000 euros ;

- ordonner la suppression par la société Heineken Entreprise éditeur des pages officielles DESPERADOS ET HEINEKEN sur FACEBOOK et par la société Facebook France ayant participé à la diffusion de cette publicité, en raison du caractère intrusif de la publicité illicite diffusée,

- de la page officielle Facebook DESPERADOS sur le réseau social Facebook aux adresses <https://www.Facebook.com/Desperados.fr>, et [www.Facebook.com/ImagineDesperados](http://www.Facebook.com/ImagineDesperados).

- Et de la page officielle Facebook HEINEKEN sur le réseau social Facebook à l'adresse actuelle <https://www.Facebook.Com/Heineken.fr>.

- ainsi qu'à toute autre adresse, sur le réseau social Facebook. ;

- dire que cette interdiction sera assortie d'une astreinte de 10 000 euros par jour de retard à compter du prononcé de l'ordonnance à intervenir tant à l'encontre de Heineken Entreprise qu'à l'encontre de Facebook France.

- faire interdiction à la société HEINEKEN ENTREPRISE et à la société FACEBOOK France de diffuser de la publicité en faveur des bières DESPERADOS et HEINEKEN sur le réseau social FACEBOOK sous astreinte de 10 000 euros par jour de retard à compter de l'ordonnance à intervenir ;

- faire interdiction à la société FACEBOOK France de diffuser de la publicité en faveur des boissons alcooliques sur le réseau social Facebook et la condamner à retirer du réseau social Facebook, sous astreinte de 10 000 euros à compter du prononcé de l'ordonnance à intervenir, toutes les pages officielles Facebook mentionnant une boisson alcoolique ainsi que toute publicité en faveur des boissons alcooliques.

- condamner la société Heineken Entreprise à verser à l'ANPAA une provision de 10 000 euros valoir sur la réparation de son préjudice lié à la violation des dispositions du code de la santé publique ;

- condamner la société Facebook France à verser à l'ANPAA une provision de 10 000 euros à valoir sur son préjudice lié à la violation des dispositions du code de la santé publique,

- débouter la société Heineken Entreprise de toutes ses demandes et conclusions à l'encontre de l'ANPAA,

- débouter la société Facebook France de toutes ses demandes et conclusions à l'encontre de l'ANPAA,

- condamner solidairement la société Heineken Entreprise et la société Facebook France au paiement de la somme de 7 000 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile et aux dépens ;

## SUR CE

Attendu qu'il ressort des pièces produites aux débats et des conclusions des parties que l'Association Nationale de Prévention en Alcoologie et Addictologie (ANPAA) fondée en 1872 et reconnue d'utilité publique depuis 1880 a pour mission de promouvoir et de contribuer à une politique globale de prévention de risques et des conséquences de l'alcoolisation et de pratique addictives ; que la société Heineken Entreprise est une société française exploitant en France une gamme variée de bières et notamment les marques Heineken et Desperados ; que la société Facebook France est la filiale française de la société Facebook inc dont le siège est en Irlande et qui gère le réseau social Facebook -interdit au moins de 13 ans- réunissant un milliard deux d'utilisateurs ; que les marques Heineken et Desperados ont chacune leur page facebook depuis respectivement 2009 et 2012 ;

---

Qu'ayant fait constater par quatre constats d'huissier des 9, 15, 22 et 29 octobre 2013 les publicités en faveur des boissons alcoolisées Desperados et Heineken diffusée sur les pages officielles facebook de Desesperados et Heineken, éditées par la société Heineken, l'ANPAA a saisi le juge des référés sur le fondement de l'article 809 du code de procédure pour faire constater leur caractère illicite, ordonner leur suppression, interdire de publicité sur le réseau social facebook et voir condamner la société Heineken Entreprise et la société Facebook France au paiement de diverses provisions ;

---

Sur la demande à l'égard de la société Facebook France :

Attendu que l'ANPAA soutient que la société Facebook France, filiale de FACEBOOK Inc, assure le développement en France des services publicitaires des entreprises Françaises sur le réseau social Facebook pour le compte de FACEBOOK Inc dont elle est le mandataire en France, qu'elle dispose de tout pouvoir de l'hébergeur et de l'éditeur du site pour facturer la mise en relation de l'annonceur avec son public en fonction de son lieu de résidence, son âge et autres et selon un budget mensuel, que la société Facebook France intervient donc matériellement dans la diffusion des publicités qu'elle facture notamment les publicités sponsorisées ; qu'elle argue qu'à supposer que l'hébergeur du site soit la société Facebook Inc ou la société Facebook Ireland Limited, il n'en reste pas moins que la société Facebook France représente le groupe Facebook sur le territoire français, intervient activement en permettant la diffusion de la publicité ciblée et en participant à l'édition des informations publiées selon un protocole et des caractéristiques techniques mis en place avec l'annonceur qui se trouve ainsi placé sous l'autorité ou le contrôle de Facebook France ou de Facebook Inc dont la responsabilité peut être engagée sur le fondement de l'article 6 I 2 dernier alinéa de la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique ;

Que l'ANPAA fait valoir en outre que la société Facebook France a nécessairement eu connaissance du contenu de la publicité illicite diffusée au profit de DESPERADOS et de HEINEKEN dès lors que ces publicités ne peuvent être diffusées sans son accord ou tout au moins sans qu'elle en soit avisée et après paiement des factures et la mise en place de procédés de ciblage ; que de ce fait, elle est également éditeur de la page officielle Facebook de Desperados et Heineken, avec la société Heineken Entreprise dès lors qu'elle intervient dans la diffusion des publicités selon des critères liés à la publicités ciblée ; que l'éditeur qui détermine ainsi les contenus qui doivent être mis à la disposition du public sur le service qu'il a créé ou auquel il a participé est responsable de tous les contenus figurant sur son site ;

Que l'ANPAA soutient enfin que la société Facebook France ne peut invoquer son objet social pour éluder sa responsabilité en indiquant que son activité est faite au profit exclusif du groupe étranger, sans relation avec le territoire français alors qu'en réalité la société Facebook France est le représentant français de FACEBOOK, développant sur le territoire français les services de publicité vendus au profit de diverses entreprises françaises telle que Heineken ; que le portail publicitaire en ligne en France renvoie au numéro d'information 01 74 18 02 67, sur Paris, lieu du siège social de Facebook France qui est l'interlocuteur français du groupe étranger, auprès des instances françaises telles que la CNIL ; qu'elle ajoute qu'en toute hypothèse, la

société Facebook France engage sa responsabilité sur le fondement de l'article 1382 du Code Civil pour aider à la diffusion payante et ciblée de publicité illicite en faveur de boissons alcooliques ; qu'elle précise à cet égard que l'article L 3351-7 du code de la santé publique qui réprime la publicité illicite en faveur des boissons alcooliques et toute infraction à l'article L 3323-2 mais ne définit aucun auteur punissable et que c'est le régime commun qui s'applique et toute personne participant à la diffusion de la publicité illicite engage sa responsabilité ; que de ce fait, la société Facebook France participe bien à la diffusion de la publicité en faveur de DESPERADOS et de HEINEKEN et engage sa responsabilité en raison de la faute commise en permettant d'adresser des messages publicitaires intrusifs ;

Attendu que la question est de savoir si la société Facebook France est ou non hébergeur du service facebook, est ou non éditeur de contenus sur le service facebook et si elle a ou non élaboré ou diffusé les publicités incriminées ;

#### Sur la qualité d'hébergeur :

Attendu que l'article 6.I.2 de la loi sur l'économie numérique définit l'hébergeur comme suit : " les personnes physiques ou morales qui assurent, même à titre gratuit, pour mise à disposition du public par des services de communication au public en ligne, le stockage de signaux, d'écrits, d'images, de sons ou de messages de toute nature fournis par des destinataires de ces services ; qu'un statut de protection spécifique est réservé à l'hébergeur dans le cadre de l'article 6.I de la loi susvisée en ces termes :

"2. Les personnes physiques ou morales qui assurent, même à titre gratuit, pour mise à disposition du public par des services de communication au public en ligne, le stockage de signaux, d'écrits, d'images, de sons ou de messages de toute nature fournis par des destinataires de ces services ne peuvent pas voir leur responsabilité civile engagée du fait des activités ou des informations stockées à la demande d'un destinataire de ces services si elles n'avaient pas effectivement connaissance de leur caractère illicite ou de faits et circonstances faisant apparaître ce caractère ou si, dès le moment où elles en ont eu cette connaissance, elles ont agi promptement pour retirer ces données ou en rendre l'accès impossible.  
L'alinéa précédent ne s'applique pas lorsque le destinataire du service agit sous l'autorité ou le contrôle de la personne visée audit alinéa.

3. Les personnes visées au 2 ne peuvent voir leur responsabilité pénale engagée à raison des informations stockées à la demande d'un destinataire de ces services si elles n'avaient pas effectivement connaissance de l'activité ou de l'information illicites ou si, dès le moment où elles en ont eu connaissance, elles ont agi promptement pour retirer ces informations ou en rendre l'accès impossible.  
L'alinéa précédent ne s'applique pas lorsque le destinataire du service agit sous l'autorité ou le contrôle de la personne visée audit alinéa....;

5. La connaissance des faits litigieux est présumée acquise par les personnes désignées au 2 lorsqu'il leur est notifié les éléments suivants :  
- la date de la notification ;

- si le notifiant est une personne physique : ses nom, prénoms, profession, domicile, nationalité, date et lieu de naissance ; si le requérant est une personne morale : sa forme, sa dénomination, son siège social et l'organe qui la représente légalement ;
- les nom et domicile du destinataire ou, s'il s'agit d'une personne morale, sa dénomination et son siège social ;
- la description des faits litigieux et leur localisation précise ;
- les motifs pour lesquels le contenu doit être retiré, comprenant la mention des dispositions légales et des justifications de faits ;
- la copie de la correspondance adressée à l'auteur ou à l'éditeur des informations ou activités litigieuses demandant leur interruption, leur retrait ou leur modification, ou la justification de ce que l'auteur ou l'éditeur n'a pu être contacté.” ;

Attendu que le service Facebook est hébergé et opéré par la société Facebook Inc -société de droit américain- et par la société Facebook Ireland Limited -société de droit irlandais- ;

Que la société Facebook France n'opère ni n'héberge le service facebook et se trouve dans l'impossibilité d'agir sur ce service ; que comme relève, dans ses conclusions, la société Facebook France, ni le site facebook ni la Déclaration des Droits et Responsabilités du service facebook (cf pièce 2 - article 19 1°) -que tout utilisateur accepte lors de son inscription-, ne fait référence à la société Facebook France “ *si vous résidez aux Etats Unis ou au Canada, ou que votre lieu d'activité principale y est sis, la présente Déclaration constitue un accord entre vous-même et Facebook INC. Dans le cas contraire, la présente déclaration constitue un accord entre vous même et Facebook IRELAND Limited. Toute référence aux termes “nous” et “notre” signifie SOIT Facebook Inc, soit Facebook Ireland Limited selon le cas applicable*” ; que la simple consultation d'une base publique de noms de domaines telle que celle accessible via l'adresse [www.who.is](http://www.who.is) aurait permis à l'ANPAA, comme le souligne la société Facebook France ,de constater qu'elle n'est pas titulaire des noms de domaines facebook.com et facebook.fr ; qu'enfin, à la lecture de son extrait kbis, la société Facebook France a une activité purement commerciale au profit du groupe facebook ;

Qu'au vu de ce précède, il ne ressort pas avec l'évidence requise en référé que la société FACEBOOK France ait la qualité d'hébergeur du service facebook au sens de la loi du 21 juin 2004 ;

Sur la qualité d'éditeur de contenus du service facebook :

Attendu qu'il est admis que l'éditeur de contenus désigne toute personne physique ou morale qui, à titre professionnel ou non, édite et met en ligne de l'information, au sens large, à destination des internautes, en la publiant sur son site internet ;

Attendu que la société Facebook France n'intervient pas sur le contenu du service facebook, elle ne réalise pas des prestations de services en rapport avec la vente d'espaces publicitaires au bénéfice des annonceurs et des utilisateurs ; que la société facebook france fournit une assistance commerciale comme cela ressort de son extrait kbis qui décrit son activité comme suit : “*fournir au groupe facebook des prestations de services en rapport avec la vente d'espaces publicitaires, le développement commercial , le marketing , les*

*relations publiques, le lobbying, la communication, le support juridique et toutes autres prestations de services commerciales, administratives et/ou informatiques visant à développer les services et la marque facebook en France” ;*

Attendu enfin que la société Facebook France ne contrôle pas les contenus diffusés par les destinataires du service facebook en ce compris les annonceurs ;

Qu’il ne ressort pas de tous ces éléments avec l’évidence requise en référé que la société FACE BOOK soit hébergeur ou éditeur du contenu du service facebook ; qu’il n’y a pas lieu à référé de ce chef ;

Attendu que si l’action est recevable sur le fondement de l’article 1382 du code civil, il demeure que la responsabilité délictuelle de la société FACEBOOK dès lors qu’elle suppose la réunion d’une faute, d’un préjudice et d’un lien de causalité mérite un débat qui excède les pouvoirs du juge des référés ; qu’il n’y a pas lieu à référé sur ce point ;

Sur la demande à l’égard de la société Heineken  
Entreprise :

Attendu que selon l’article 809, alinéa 1, du code de procédure civile, le juge des référés peut toujours, même en présence d’une contestation sérieuse, prescrire les mesures conservatoires ou de remise en état qui s’imposent, soit pour prévenir un dommage imminent, soit pour faire cesser un trouble manifestement illicite ;

Attendu qu’il est acquis aux débats que l’ANPAA ne soutient pas que Facebook est un support illicite mais fait valoir que les messages diffusés sur la page officielle facebook de DESPERADOS ET HEINEKEN sont illicites au regard du contenu des visuels diffusés et du caractère intrusif des publicités en violation de l’article L 3323-2-9° du code de la santé publique ;

Attendu que selon ce texte, *“la propagande ou la publicité, directe ou indirecte, en faveur des boissons alcooliques dont la fabrication et la vente ne sont pas interdites sont autorisées exclusivement :*

*9° sur les services de communication 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” ;*

Attendu que selon l’article 1<sup>er</sup> de la loi n°2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l’économie numérique, *“on entend par communication au public en ligne toute transmission, sur demande individuelle, de données numériques n’ayant pas un caractère de correspondance privée, par un procédé de communication électronique permettant un échange réciproque d’informations entre l’émetteur et le récepteur” ;* que la loi n°2009-879 du 21 juillet 2009, qui a modifié l’article L. 3323-2, a entendu donner le même sens aux *“services de communication en ligne” ;*

Attendu que les pages facebook des marques DESESPERADOS et HEINEKEN existent respectivement depuis 2009 et 2012 ;

Attendu que selon l'article L. 3323-4 du même code, *“la publicité autorisée pour les boissons alcooliques est limitée à l'indication du degré volumique d'alcool, de l'origine, de la dénomination, de la composition du produit, du nom et de l'adresse du fabricant, des agents et des dépositaires ainsi que du mode d'élaboration, des modalités de vente et du mode de consommation du produit (..) ;*

*Cette publicité peut comporter des références objectives relatives à la couleur et aux caractéristiques olfactives et gustatives du produit” ;*

*Attendu que la question se pose de savoir si les publicités visées dans l'assignation respectent ou non les mentions autorisées par l'article L 3323-4 susvisé ;*

Attendu qu'aux termes du constat du 9 octobre 2013, la publicité reproduit une bouteille de Desesperados entourée de représentations stylisées de citron et de menthe accompagnée de la mention *“ ATTENTION LA NOUVELLE DESESPERADOS Verde peut surprendre avec ses arômes citron vert , menthe et tequila qui se mélangent en bouche lors de la dégustation”* et sur chaque côté un logo DESESPERADOS BEWARE et évoque un mouvement ;

Mais attendu que la publicité reproduit les ingrédients de la nouvelle recette, à savoir le citron vert et la menthe ; l'utilisation de la couleur verte renvoie au nom de la boisson, le terme VERDE signifiant vert en espagnol (renvoyant à la couleur de la menthe et du citron vert) ; que contrairement à ce que soutient l'ANPAA la publicité n'établit un lien de causalité entre le mouvement allégué et l'incitation à la consommation d'alcool ; que par ailleurs, par l'utilisation du terme *“surprendre”* la société Heineken Entreprise avise le consommateur de la qualité gustative du produit qui diffère du goût classique de la bière ; que dès lors, ces éléments se rapportent à la composition et aux qualités gustatives du produit tels qu'autorisés par l'article L3323-4 du code de la santé publique ;

Et attendu que le visuel accompagné de la phrase *“ quelle Desesperados allez-vous choisir ?”* présente un panneau indicatif avec les noms de différents desperados existants et indique au consommateur les différents parfums existants ; que la mention n'est pas incitative ;

Que ces publicités se limitent à la composition et aux qualités olfactives ou gustatives du produit ;

Attendu que les conversations sur facebook annonçant les bars dans lesquelles étaient en vente des desperados accompagnées d'un visuel en ces termes *“ « Desperados est aujourd'hui à Dijon au Flannery's, à la Salsa Pelpa et au Beverly Hill »* accompagné d'une publicité mentionnant DESESPERADOS WILD BAR et diffusée le 4/10/2013 *« Déguster une desperados verde »* le 26/9/2013 ; *« Desperados verde, disponible dès maintenant dans vos magasins »,* le 19/9/2013.

« Desperados est aujourd'hui à Rennes au Webb Ellis au Tio Paquito, etc... le 27/9/2013" ; que ces mentions mentionnent les lieux dans lesquels la desesperados est distribuée -lieux totalement indépendants de la société Heineken- et la date de la commercialisation de la desesperados verde ; que le visuel reprend la marque DESÉSPERADOS avec la mention WILD BAR " accompagné de deux bouteilles de bières aromatisées à la tequila sur un comptoir ; que L'ANPAA n'établit pas en quoi ces mentions qui font référence aux modalités de vente et de consommation de ces bières auraient un caractère incitatif ;

Attendu que concernant la phrase L'INNOVATION HEINEKEN ARRIVE A PARIS PRÉPAREZ VOUS AU LANCEMENT FINAL » suivie de la mention « PARIS LUMIÈRE » sur un visuel où apparaît une bouteille Heineken et un message « *A l'exposition universelle de 1889 à Paris Heineken reçoit le grand prix de la meilleure bière du monde. Ce cocktail aux notes fruitées et acidulées, relevées par le Champagne, reflète le délices de la ville Lumière au XIXème siècle.* » (cf constat d'huissier du 9 octobre 2013), l'article 3323-4 du code de la santé publique dispose en son alinéa 2 que cette publicité peut comporter des références relatives aux terroirs de production, *aux distinctions obtenues*, aux appellations d'origine telles que définies à l'article L. 115-1 du code de la consommation ; que l'ANPAA n'établit pas en quoi la mention PARIS LUMIERE, le visuel et le message en cause qui font référence à une distinction reçue par Heineken seraient incitatifs à la consommation d'alcool ;

Attendu que les messages parus sur le mur de MARIE CAU les 3 et 9 octobre 2013, l'un en ces termes : « *l'étoile rouge, symbole de Heineken, naît en 1931 à Amsterdam. A l'époque toutes sortes d'épices et de rhums venus des Antilles étaient acheminées dans la cité. Ce cocktail aux notes épicées est sublimé par la fraîcheur et la finesse des saveurs de Heineken* » accompagné du visuel d'un verre de bière à côté d'une bouteille Heineken et un autre rédigé ainsi « *la date 1873 est inscrite sur la porte de notre salle des innovations sur [www.140ans.HK.fr](http://www.140ans.HK.fr) Savez vous ce qu'elle représente pour Heineken ?* » suivi d'un visuel portant la date de 1873 et une étoile rouge. ; que contrairement à ce que soutient la demanderesse, toutes ces mentions, messages et visuels se rapportent à l'origine de la composition du cocktail "amsterdam delight", de sa composition et de ses qualités gustatives ; que la référence à la date de 1873 est relative à la date de création de la boisson et la suite du message invite l'internaute à une exposition relative à l'histoire de la marque ;

Attendu que l'article L. 3323-4 du code de la santé publique impose d'assortir la publicité d'un message à caractère sanitaire précisant que l'abus d'alcool est dangereux pour la santé ; que cette mention sanitaire apparaît sur toutes les publicités de la société Heineken (cf constat d'huissier du 11 décembre 2013) ;

Attendu que l'ANPAA prétend que la publicité pour la desesperados verde ne respecterait pas cette loi dès lors que la mention DESÉSPERADOS BEWARE aurait du faire l'objet d'une traduction en français "attention ou prenez garde" ;

Mais attendu qu'il ressort du constat d'huissier du 9 octobre 2013, que la publicité litigieuse est accompagnée de la mention "ATTENTION LA NOUVELLE DESESPERADOS Verde peut surprendre avec ses arômes citron vert, menthe et tequila qui se mélangent en bouche lors de la dégustation" qui précède le texte en langue anglaise "DESESPERADOS BEWARE";

Et attendu que, que selon l'article L. 3323-2 du code de la santé publique, la propagande ou la publicité, directe ou indirecte, en faveur des boissons alcooliques, autorisée exclusivement sur les services de communication en ligne, ne doit pas, par son caractère, sa présentation ou son objet, apparaître comme principalement destinée la jeunesse, ni revêtir un caractère intrusif;

*Attendu qu la question se pose de savoir si les publicités litigieuses apparaissent comme principalement destinées à la jeunesse;*

Attendu que l'ANPAA soutient que Facebook est principalement utilisé par la jeunesse, et s'il résulte des pièces produites par l'ANPAA que les réseaux sociaux sont utilisés, à 70%, par des enfants de 12 à 17 ans dont 48% sur Facebook;

Mais attendu que l'ANPAA ne conteste pas les statistiques facebook produites par la société Heineken lesquelles font apparaître que ce réseau social est très majoritairement fréquenté par des adultes majeurs à 87 % dont 51% appartiennent à la tranche d'âge 24-34 ans et 58 % à la tranche d'âge 18-44 ans et que 13 % des utilisateurs facebook en France appartiennent à la tranche d'âge 13-17 ans; qu'il est établi par un constat d'huissier du 11 décembre 2013 établi à la demande de la société Heineken qu'une personne mineure ne peut en aucun cas aller sur les pages facebook litigieuses dans la mesure où elle serait automatiquement redirigée vers la page d'accueil de facebook la société Heineken ayant mis en place un filtre d'âge;

*Attendu que la question se pose de savoir si les publicités en cause apparaissent de façon intrusive, inopinée et systématique;*

Attendu que l'ANPAA fait valoir que l'impact de la publicité est décuplé par la publicité des actualités sponsorisées et que facebook favorise la publication de messages intrusifs des annonceurs sur le fil d'actualité des utilisateurs de son réseau social;

Mais attendu que l'utilisateur de facebook ne peut pas recevoir des messages qu'il n'a pas sollicités, qu'il garde le contrôle - en cliquant sur l'onglet "j'aime" sur les informations qu'il souhaite recevoir et sur les personnes -en cliquant sur l'onglet "amis" - auxquelles il désire communiquer ces informations; que par suite, la publicité dès lors qu'elle est suscitée par l'internaute ne peut être qualifiée d'intrusive;

Qu'enfin la preuve n'est nullement établie avec l'évidence requise en référé que les publicités et visuels en cause apparaîtraient de façon intrusive, inopinée, systématique et interstitielle en cours de consultation d'une page;

Qu'au vu de ce qui précède, le caractère illicite des publicités incriminées n'étant pas manifeste, les conditions de l'article 809 du code de procédure civile ne sont pas réunies; que l'ANPAA doit être déboutée de ses demandes;

Attendu que les circonstances de la cause ne permettent pas de caractériser un exercice fautif du droit d'agir en justice ; que la demande de dommages-intérêts formée par la société Face book France sera rejetée ;

Attendu que l'équité commande d'allouer à la société Heineken Entreprise et à la société Facebook France une indemnité sur le fondement de l'article 700 du code de procédure civile ;

### **PAR CES MOTIFS**

Statuant publiquement, en premier ressort, par ordonnance contradictoire, mise à disposition au greffe du tribunal, les parties en ayant été préalablement avisées dans les conditions du deuxième alinéa de l'article 450 du Code de procédure civile,

Déboutons l'ANPAA de ses demandes formées à l'encontre de la société Heineken ;

Disons n'y avoir lieu à référé sur les demandes formées à l'encontre de la société Facebook France ;

Déboutons la société Facebook France de sa demande en paiement de dommages et intérêts pour procédure abusive ;

Condamnons l'ANPAA à payer à la société Heineken Entreprise et à la société Facebook France une indemnité de 1500 euros sur le fondement de l'article 700 du code de procédure civile

Condamnons l'ANPAA aux dépens.

Fait à Paris le **20 février 2014**

Le Greffier,

Le Président,

Laurie ARAMENDI

Martine PROVOST-LOPIN