

TRIBUNAL  
JUDICIAIRE  
DE PARIS [ 1]

[1]  
Expéditions  
exécutoires  
délivrées le:

■

4ème chambre 1ère section

N° RG 23/02578  
N° Portalis 352J-W-B7H-CZEYK

N° MINUTE :

Assignation du :  
23 Février 2023

JUGEMENT  
rendu le 30 Septembre 2025

DEMANDERESSE

Association COMITE NATIONAL INTERPROFESSIONNEL DES PALMIPEDES A FOIE GRAS (CIFOG)  
[Adresse 3]  
[Localité 4]  
représentée par Me Pierre GREFFE, avocat au barreau de PARIS, vestiaire #E0617

DÉFENDERESSE

S.A.S. ABERYNE  
[Adresse 1]  
[Localité 2]  
représentée par Me Edouard CASTEL, avocat au barreau de PARIS, vestiaire #D0901

COMPOSITION DU TRIBUNAL

Madame Géraldine DETIENNE, Vice-Présidente  
Madame Julie MASMONTIEL, Juge  
Monsieur Pierre CHAFFENET, Juge

assistés de Madame Nadia SHAKI, Greffier,

Décision du 30 Septembre 2025

## DÉBATS

A l'audience du 07 Janvier 2025 tenue en audience publique devant Monsieur CHAFFENET, juge rapporteur, qui, sans opposition des avocats, a tenu seul l'audience, et, après avoir entendu les conseils des parties, en a rendu compte au Tribunal, conformément aux dispositions de l'article 805 du Code de Procédure Civile.

## JUGEMENT

Prononcé par mise à disposition au greffe au 18 mars 2025 prorogé au 30 septembre 2025  
Contradictoire  
En premier ressort

## EXPOSÉ DU LITIGE

L'association Comité national interprofessionnel des palmipèdes à foie gras (ci-après le Cifog) a pour objet, selon ses statuts, de défendre dans toutes ses spécificités la filière (production et approvisionnement) des « Palmipèdes à foie gras », de réaliser des actions d'information et de promotion en vue de développer le marché en France et à l'étranger et, dans ce cadre, d'assurer « toute action menée dans l'intérêt général de la filière ».

La SAS Aberyne est une société constituée en 2021 qui propose à la vente une gamme de produits alimentaires d'origine végétale dénommés « Foie green » qu'elle présente sur son site internet comme une alternative au foie gras.

Par lettre du 24 octobre 2022, le Cifog a, par l'intermédiaire de son conseil, adressé à la société Aberyne une mise en demeure en lui reprochant :

- d'une part, la commission de pratiques commerciales trompeuses et d'actes de concurrence déloyale et parasitaires en raison de la présentation de son produit comme du foie gras alors que ce produit ne peut être que d'origine animale,
- d'autre part, la commission d'actes de publicité comparative illicite par la publication d'affirmations mensongères relatives aux qualités de son produit par rapport au « foie gras », notamment sur son site internet .

A la suite de ce courrier, la société Aberyne a modifié le nom de son produit, désormais appelé « Foi green ».

Par ordonnance du 4 janvier 2023, le juge des référés du tribunal judiciaire de Paris, saisi par le Cifog, a rejeté l'ensemble des prétentions de ce dernier à l'encontre de la société Aberyne.

Par acte de commissaire de justice en date du 23 février 2023, le Cifog a fait citer devant le tribunal judiciaire de Paris la société Aberyne.

Par dernières écritures régularisées par la voie électronique le 5 février 2024, le Cifog demande au tribunal de :

« Vu les articles L. 121-2, L. 122-1 du code de la consommation et l'article 1240 du Code civil,  
Vu l'article L. 412-10 du code de la consommation et le décret n° 2022-947 du 29 juin 2022 relatif à l'utilisation de certaines dénominations employées pour désigner des denrées comportant des protéines végétales,  
Vu le règlement (CE) n° 543/2008 de la Commission du 16 juin 2008 et l'article L. 654-27-1 du Code rural et de la pêche maritime,

Vu le décret n° 93-999 du 9 août 1993,

Vu l'arrêt de la Cour de cassation du 30 mars 2016 (Cass.com, 30 mars 2016, n°13-12.122) (...)

JUGER qu'en établissant sans nécessité un lien entre ses produits dénommés « Foie green » et le foie gras dans le cadre d'une stratégie marketing délibérée afin d'attirer l'attention du consommateur, la société ABERYNE se livre, à l'encontre de la filière foie gras que représente le CIFOG, à des actes de parasitisme en application de l'article 1240 du Code civil

JUGER qu'en laissant croire aux consommateurs que ses produits auraient les « ... mêmes caractéristiques uniques du foie gras », seraient « ... l'alternative végétale haut de gamme au foie gras », seraient « une réplique de foie gras... », « un foie gras vegan » ayant la même saveur et le même goût que le foie gras, la société ABERYNE se livre à l'encontre du CIFOG à des pratiques commerciales trompeuses en application de l'article L. 121-2 du Code de la consommation et de l'article 1240 du Code civil

JUGER que la société ABERYNE se livre à des actes de dénigrement à l'encontre de la filière foie gras que représente le CIFOG en application de l'article 1240 du Code civil

JUGER qu'en opérant une comparaison sur les qualités gustatives de ses produits et du foie gras, la société ABERYNE se livre à des actes constitutifs de publicité comparative illicite en application des articles L. 122-1 et L. 122-2 du Code de la

consommation et 1240 du Code civil

JUGER qu'en utilisant l'expression « foie green », la société ABERYNE contrevient aux dispositions de l'article L. 412-10 du Code de la consommation et de l'article 2 paragraphe 2 du décret n° 2022-947 qui interdisent d'utiliser une dénomination, telle que foie, faisant référence à l'anatomie animale pour décrire, commercialiser ou promouvoir des produits d'origine végétale

FAIRE INTERDICTION, sous astreinte de 1.000 € par infraction constatée à compter de la signification du jugement à intervenir, à la société ABERYNE de se référer au foie gras pour promouvoir et commercialiser son produit « foie green » et/ou « foi green », d'utiliser, sur quelques supports que ce soit, l'appellation « Foie Gras » et/ou « Foie green » et/ou « Foi Green » et/ou foie ainsi que les mentions selon lesquelles son produit serait « une réplique de foie gras », « L'alternative premium au foie gras ?? 100 % végétale et bluffant », « No, this is not f\*\*\* g\*\*\* », « The premium plant-based foie gras » qu'il aurait « les mêmes caractéristiques uniques du foie gras », qu'il serait « l'alternative végétale haut de gamme au foie gras » ou encore « l'alternative 100 % haut de gamme au foie gras », le « premier foie gras haut de gamme à base de plantes » qu'il serait « un foie gras vegan », qu' « En optant pour Foi Green, vous pouvez profiter de la même texture onctueuse et du goût riche... » que le foie gras, que « ...notre alternative végétale parvient à recréer la texture, la saveur et l'aspect du foie gras », qu'il s'agit d'un « Delicacy and non-guilty pleasure » que « Le foie gras est souvent associé aux moments de convivialité et de partage lors des repas festifs. En optant pour foi Green, vous pouvez continuer à célébrer ces moments spéciaux avec vos proches... » ; « Alors la prochaine fois que vous souhaitez déguster un délicieux foie gras, pensez à choisir Foi Green : la version vegan » et de continuer à diffuser les publicités incriminées à travers lesquelles elle se livre à l'encontre de la filière foie gras à des actes de parasitisme, de dénigrement, des pratiques commerciales trompeuses et des publicités comparatives illicites.

CONDAMNER la société ABERYNE à verser au CIFOG la somme de 75.000 € du fait des actes constitutifs de parasitisme, de dénigrement, de pratiques commerciales trompeuses et de publicités comparatives illicites qu'elle a commis.

ORDONNER aux frais avancés de la société ABERYNE la publication du jugement à intervenir dans CINQ journaux, revues ou sites internet, au choix du CIFOG, sans que le coût de chacune de ces publications n'excède la somme de 5.000 € H.T.

ORDONNER la publication de la mention suivante, aux frais de la société ABERYNE, dans le premier quart supérieur et dans toute la largeur de la première page de son site internet <https://aberyne.com>: un bandeau de couleur rouge énonçant le texte suivant en lettres blanches, de taille égale et de caractères verdana taille 12, dans la totalité de l'espace dudit bandeau : « Par jugement du Tribunal judiciaire de Paris du ....., à la demande du CIFOG, il a été ordonné à la société ABERYNE de cesser de se référer au foie gras pour promouvoir son produit « foie green », de cesser d'utiliser l'appellation « Foie Gras » et l'expression « foie green » et « foi green » et de comparer ses produits au foie gras. La société ABERYNE a été condamnée à verser au CIFOG une indemnité pour parasitisme, dénigrement, pratiques commerciales trompeuses et publicités comparatives illicites », pendant une durée ininterrompue d'un mois, sous astreinte de 1.000 € par jour de retard à compter du huitième jour de la signification de l'ordonnance à intervenir.

CONDAMNER la société ABERYNE à régler au CIFOG la somme 10.000 € en application des dispositions de l'article 700 du Code de procédure civile, couvrant notamment les frais relatifs aux procès-verbaux de constat (pièce 13).

CONDAMNER la société ABERYNE aux dépens ».

Par dernières écritures régularisées par la voie électronique le 3 avril 2024, la société Aberyne demande au tribunal de :

« Vu l'article L. 654-27-1 du Code rural et de la pêche maritime,  
Vu les articles L. 121-1, L. 121-2, L. 412-10, L. 122-1 du Code de la consommation ;  
Vus les articles 1240 et 1241 du Code civil,  
Vu la jurisprudence citée,  
Vu les pièces visées en fin d'acte, (...)

- DIRE la société ABERYNE recevable en l'ensemble de ses prétentions, fins et conclusions ;
- JUGER que la société ABERYNE ne peut être reconnue coupable d'actes de publicité commerciale trompeuse, de publicité comparative illicite, de parasitisme et de dénigrement ou encore d'utilisation illicite de la dénomination « foi green » ;

En conséquence,

- DEBOUTER l'association COMITE NATIONAL INTERPROFESSIONNEL DES PALMIPEDES A FOIE GRAS de l'intégralité de ses demandes, fins et prétentions ;
- CONDAMNER l'association COMITE NATIONAL INTERPROFESSIONNEL DES PALMIPEDES A FOIE GRAS à payer à la société ABERYNE la somme de 10.000 euros au titre de l'article 700 du Code de procédure civile ;
- CONDAMNER l'association COMITE NATIONAL INTERPROFESSIONNEL DES PALMIPEDES A FOIE GRAS aux entiers dépens ».

L'ordonnance de clôture a été ordonnée le 30 avril 2024.

Pour un plus ample exposé des faits de la cause et des prétentions des parties, il est fait expressément référence aux pièces du dossier et aux dernières écritures des parties conformément aux dispositions de l'article 455 du code de procédure civile.

MOTIFS DE LA DECISION

A titre liminaire, il convient de rappeler que les demandes tendant à voir "juger" ne constituent pas nécessairement des

prétentions au sens des dispositions de l'article 4 du code de procédure civile en ce qu'elles ne sont pas susceptibles d'emporter des conséquences juridiques mais constituent, en réalité, les moyens invoqués par les parties au soutien de leurs demandes. Il ne sera donc pas statué sur ces "demandes" qui ne donneront pas lieu à mention au dispositif.

#### I- Sur le parasitisme

Le Cifog soutient en substance que l'accumulation et la répétition des références au foie gras faites par la société Aberyne, sans nécessité par rapport au produit qu'elle commercialise, traduisent une volonté de se placer dans le sillage de l'univers propre au foie gras. Il relève alors les références faites par la défenderesse au foie gras dans sa communication autour de son produit, notamment pour le présenter comme une alternative au foie gras en comparant leur qualité ou encore leur saveur, et expose que la défenderesse a en outre cherché à imiter le conditionnement traditionnel dans lequel le foie gras est offert à la vente, à se rapprocher de son apparence extérieure et de sa texture, outre qu'elle propose, toujours pour s'immiscer dans ce sillage, des recettes s'inspirant de celles connues à base de foie gras.

Il souligne encore que cette stratégie marketing adoptée par la société Aberyne, avec pour objectif d'associer son produit à la notoriété et à l'image positive du foie gras, a fonctionné puisque la presse s'en est fait l'écho, mais que cette stratégie, contribuant également à banaliser l'appellation « Foie Gras », porte gravement atteinte à ce produit.

Décision du 30 Septembre 2025

4ème chambre 1ère section

N° RG 23/02578 - N° Portalis 352J-W-B7H-CZEYK

Il ajoute alors que le foie gras est un produit de haute valeur, faisant partie du patrimoine culturel et gastronomique de la France, qu'aucune banalisation de l'emploi de l'expression « foie gras » dans la langue française ne peut donc lui être opposée et que lui-même investit au contraire des sommes importantes afin de faire sa promotion.

En réplique aux moyens en défense, il estime indifférent à la caractérisation du parasitisme que les produits en cause ne se placent pas sur le même marché, outre qu'il conteste cette affirmation de la société Aberyne s'agissant dans les deux cas de produits alimentaires, et oppose que le parasitisme se déduit au cas présent du caractère non nécessaire de la comparaison opérée entre ces produits.

Il soutient encore qu'il s'infère de la caractérisation de tels actes parasitaires à tout le moins un préjudice moral, en raison de l'atteinte portée à l'image du produit, et fait état de la difficulté à se ménager la preuve exacte de son montant.

En réponse, la société Aberyne fait pour l'essentiel valoir qu'est constamment rappelé dans l'ensemble de sa communication que ses produits ne sont pas du foie gras et que le demandeur se réfère en réalité à d'anciennes publications qui ont été depuis supprimées. Elle oppose encore que le conditionnement et l'aspect de son produit sont communs à d'autres produits de charcuterie (mousse de canard ou terrine).

Elle estime ainsi qu'il n'est pas démontré en quoi le seul concept de « Foie green » aurait tiré profit du savoir-faire d'un producteur de foie gras de canard ou d'oie puisqu'il ne s'agit pas du même produit et qu'elle ne se situe en outre pas sur le même marché, n'étant pas sur celui du foie de canard mais sur celui des produits végétariens.

Sur ce,

Le principe de la liberté du commerce implique qu'un produit qui n'est pas l'objet d'un droit privatif peut être librement reproduit et commercialisé, à moins que le comportement économique adopté ne soit attentatoire à l'exercice paisible et loyal du commerce.

En vertu de ce même principe, il est également constant que la recherche d'une économie au détriment d'un concurrent n'est pas en tant que telle fautive mais procède de cette même liberté et du principe de la libre concurrence, sous réserve de respecter les usages loyaux du commerce.

A cet égard, le parasitisme se caractérise, indépendamment de tout risque de confusion, par la circonstance selon laquelle une personne, à titre lucratif et de façon injustifiée, s'inspire ou copie une valeur économique d'un opérateur économique, individualisée et procurant un avantage concurrentiel, fruit d'un savoir-faire, d'un travail intellectuel et d'investissements, manifestant par cette attitude une volonté de se placer dans le sillage de ce dernier pour profiter de sa notoriété ou de celle de son produit.

L'action pour agissements parasitaires se fondant sur les dispositions de l'article 1240 du code civil, il appartient à celui qui s'en prétend victime d'identifier la valeur économique individualisée qu'il invoque, ainsi que la volonté du tiers de s'immiscer dans son sillage.

Décision du 30 Septembre 2025

4ème chambre 1ère section

N° RG 23/02578 - N° Portalis 352J-W-B7H-CZEYK

Ceci rappelé, le Cifog expose dans ses écritures assurer la défense et la promotion du foie gras et plus généralement, agir dans l'intérêt de l'ensemble des professions impliquées dans la filière de ce produit.

Sur ce produit, ainsi que le rappelle le demandeur, l'article L. 654-27-1 du code rural et de la pêche maritime dispose que « Le foie gras fait partie du patrimoine culturel et gastronomique protégé en France. On entend par foie gras, le foie d'un canard ou d'une oie spécialement engraisé par gavage », tandis que le règlement CE n° 543/2008 de la Commission du 16 juin 2008 souligne, en son cinquième considérant, « la valeur élevée du produit dénommé « foie gras » » et la nécessité en conséquence de définir des normes de commercialisation afin d'éviter le risque de pratiques frauduleuses.

Il s'en déduit que si le législateur, tant français qu'europpéen, a entendu réglementer le processus de fabrication du foie gras, ce produit n'en reste pas moins considéré comme une spécialité culinaire relevant d'un patrimoine commun, sans donc qu'il soit accordé à un seul acteur économique un droit privatif sur celui-ci.

En conséquence, le Cifog, qui n'entend d'ailleurs pas revendiquer une quelconque paternité dans le concept même du « foie gras », ne dispose d'aucun droit particulier sur ce mets et son action ne fait que contribuer à perpétuer la tradition culinaire qui y est liée et bien connue en France, dans le cadre des normes de production imposées par la réglementation ci-avant évoquée.

Dans un tel contexte, il revient au Cifog d'établir en quoi les investissements qu'il déclare réaliser sont de nature à adjoindre au produit « foie gras » une valeur économique pouvant être individualisée et partant, lui être attribuée, et qui soit susceptible d'offrir aux différents acteurs économiques qu'il représente un avantage concurrentiel.

Le Cifog invoque alors dans ses écritures la reprise de certains codes, selon lui propres au foie gras. Toutefois, la société Aberyne établit que ces codes, tenant à la forme de l'emballage, à la couleur du produit ou encore à sa présentation en magasin au consommateur ou à ses possibilités de préparation, peuvent être partagés par d'autres spécialités culinaires. Elle souligne également, sans être contestée, que des mets végétaux (« faux gras », « voie gras », etc.) servant d'alternatives au foie gras sont présents sur le marché depuis plusieurs années et que leurs fabricants se prévalent alors de la filiation avec le foie gras tout en reprenant certains des codes invoqués en demande.

Il n'est ainsi pas justifié que ces codes s'éloignent foncièrement de certains standards traditionnels partagés entre différents acteurs de la gastronomie française, lesquels sont inappropriables au regard du principe de la liberté du commerce.

En outre, la seule attestation produite par le demandeur, émanant de sa directrice qui expose que « les moyens de communication engagés pour promouvoir les produits de la filière du foie gras (campagne publicitaire, relations publiques auprès de la presse, campagne de communication digitale et partenariats TV) se sont élevés à 2 257 547 € en 2021 », n'est pas de nature à éclairer la juridiction sur l'objet précis des investissements ainsi réalisés et sur lequel le Cifog pourrait se prévaloir d'un droit réservé.

Ainsi, la reprise de l'un ou plusieurs des éléments revendiqués par le Cifog ne peut être considérée comme constituant, de la part de la société Aberyne, un acte fautif car parasitant un savoir-faire propre dont il serait seul à disposer ou des efforts intellectuels ou économiques particuliers qu'il aurait menés.

Le Cifog sera par conséquent débouté de l'ensemble de ses prétentions sur ce fondement.

## II- Sur les actes de concurrence déloyale

L'action en concurrence déloyale permet à son titulaire de faire sanctionner civilement certains agissements s'écartant des règles générales de loyauté et de probité professionnelle applicables dans les activités économiques et régissant la vie des affaires tels que ceux constitutifs de pratiques commerciales trompeuses, de publicité comparative illicite ou d'actes de dénigrement. Fondée sur l'article 1240 du code civil, elle ne peut prospérer que si est rapportée la preuve d'une faute, d'un préjudice et d'un lien de causalité entre ces deux éléments.

Il sera précisé que, conformément aux dispositions de l'article 768 du code de procédure civile, seuls seront examinés par le tribunal les éléments extraits des sites internet de la société Aberyne expressément invoqués par le Cifog comme étant constitutifs des actes de concurrence déloyale dans la partie discussion de ses écritures. En effet, le tribunal n'a pas, hors du cadre des moyens développés par le demandeur pour démontrer la réunion des conditions requises pour engager la responsabilité de la défenderesse et hors donc tout débat contradictoire, à porter une appréciation sur l'intégralité des mentions des extraits de publication produits aux débats.

### Sur les pratiques commerciales trompeuses

Le Cifog expose que les conditions pour répondre à la dénomination « foie gras » sont fixées par le règlement (CE) n° 543/2008 de la Commission du 16 juin 2008, par l'article L. 654-27-1 du code rural et de la pêche maritime et par le décret n° 93-999 du 9 août 1993 relatif aux préparations à base de foie gras, et que le produit commercialisé par la société Aberyne, entièrement végétal, ne répond pas à ces réglementations, exigeant que le foie gras soit issu de viande animale.

Au visa des articles L. 121-2 § 2 a) et b) du code de la consommation et 1240 du code civil, il en déduit qu'en aucun cas les termes « foie gras » ne peuvent être utilisés pour décrire et promouvoir des produits d'origine végétale et fait reproche à la société Aberyne d'avoir développé une stratégie marketing mensongère faisant croire au consommateur que son Foie green, dénomination choisie comme étant proche du foie gras, serait exactement équivalent à ce produit, le premier étant présenté

comme une alternative ou un substitut au second ayant la même texture et la même saveur. Il en déduit que le consommateur, attentif à la qualité des produits alimentaires, est ainsi susceptible de se détourner de la filière traditionnelle du foie gras pour se reporter sur les produits de la défenderesse.

Il se prévaut en conséquence d'une tromperie de la part de la société Aberyne altérant de manière substantielle le comportement économique du consommateur, circonstances suffisantes à établir l'existence de pratiques commerciales trompeuses de la défenderesse, le risque de confusion n'étant pas l'une des conditions posées par les textes susvisés.

En réponse, la société Aberyne souligne tout d'abord qu'en vertu du décret n° 2022-947 pris pour l'application de l'article L. 412-10 du code de la consommation invoqué en demande, les produits d'importation ne sont pas soumis à cette dernière disposition et expose alors que ses produits sont fabriqués en Espagne. Elle rappelle ensuite qu'aux termes de la législation européenne et de la jurisprudence de la Cour de justice de l'Union européenne (CJUE), les appellations non définies réglementairement peuvent être utilisées pour désigner un produit végétal et que rien n'interdit, pour celles ainsi réglementées, leur usage pour décrire des produits végétaux.

Elle fait alors valoir que son produit Foie green est fabriqué en Espagne et qu'elle ne présente aucunement celui-ci comme un produit de substitution au foie gras, mais comme une alternative végétale, sans prétendre à une parfaite équivalence entre leurs caractéristiques. Elle expose dès lors que ses méthodes de commercialisation s'inscrivent dans les limites autorisées par le législateur européen, ne désignant jamais son produit comme du foie gras mais se bornant à utiliser ce dernier pour le décrire à l'aide de références limitées.

Elle oppose encore avoir adapté sa stratégie de communication, notamment en modifiant le nom de son produit pour « Foi Green », et rappeler de manière constante, sur l'ensemble de ses emballages et supports promotionnels, que ce produit est « 100% végétal ». Elle en déduit que les griefs opposés par le Cifog, selon lesquels elle aurait l'intention de mentir ou d'induire en erreur le consommateur sur la nature du produit qu'il acquiert, sont infondés.

Sur ce,

En vertu de l'article L. 121-1 du code de la consommation, « Les pratiques commerciales déloyales sont interdites.

Une pratique commerciale est déloyale lorsqu'elle est contraire aux exigences de la diligence professionnelle et qu'elle altère ou est susceptible d'altérer de manière substantielle le comportement économique du consommateur normalement informé et raisonnablement attentif et avisé, à l'égard d'un bien ou d'un service.

Le caractère déloyal d'une pratique commerciale visant une catégorie particulière de consommateurs ou un groupe de consommateurs vulnérables en raison d'une infirmité mentale ou physique, de leur âge ou de leur crédulité s'apprécie au regard de la capacité moyenne de discernement de la catégorie ou du groupe.

Constituent, en particulier, des pratiques commerciales déloyales les pratiques commerciales trompeuses définies aux articles L. 121-2 à L. 121-4 et les pratiques commerciales agressives définies aux articles L. 121-6 et L. 121-7 ».

L'article L. 121-2 du même code précise que :

« Une pratique commerciale est trompeuse si elle est commise dans l'une des circonstances suivantes :

1° Lorsqu'elle crée une confusion avec un autre bien ou service, une marque, un nom commercial ou un autre signe distinctif d'un concurrent ;

2° Lorsqu'elle repose sur des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur et portant sur l'un ou plusieurs des éléments suivants :

- a) L'existence, la disponibilité ou la nature du bien ou du service ;
- b) Les caractéristiques essentielles du bien ou du service, à savoir : ses qualités substantielles, sa composition, ses accessoires, son origine, notamment au regard des règles justifiant l'apposition des mentions " fabriqué en France " ou " origine France " ou de toute mention, signe ou symbole équivalent, au sens du code des douanes de l'Union sur l'origine non préférentielle des produits, sa quantité, son mode et sa date de fabrication, les conditions de son utilisation et son aptitude à l'usage, ses propriétés et les résultats attendus de son utilisation, notamment son impact environnemental, ainsi que les résultats et les principales caractéristiques des tests et contrôles effectués sur le bien ou le service ;
- c) Le prix ou le mode de calcul du prix, le caractère promotionnel du prix notamment les réductions de prix au sens du I de l'article L. 112-1-1, les comparaisons de prix et les conditions de vente, de paiement et de livraison du bien ou du service ;
- d) Le service après-vente, la nécessité d'un service, d'une pièce détachée, d'un remplacement ou d'une réparation ;
- e) La portée des engagements de l'annonceur, notamment en matière environnementale, la nature, le procédé ou le motif de la vente ou de la prestation de services ;
- f) L'identité, les qualités, les aptitudes et les droits du professionnel ;
- g) Le traitement des réclamations et les droits du consommateur ;

3° Lorsque la personne pour le compte de laquelle elle est mise en œuvre n'est pas clairement identifiable ;

4° Lorsqu'un bien est présenté comme étant identique à un bien commercialisé dans un ou plusieurs autres Etats membres alors qu'il a une composition ou des caractéristiques différentes ».

Ces dispositions sont issues de la transposition en droit français de différents textes européens ayant pour origine la directive

84/450/CEE du Conseil du 10 septembre 1984 en matière de publicité trompeuse et de publicité comparative, elle-même réformée, d'une part, par la directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil du 11 mai 2005 relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur, dite « directive sur les pratiques commerciales déloyales », et, d'autre part, par la directive 2006/114/CE du Parlement européen et du Conseil du 12 décembre 2006 en matière de publicité trompeuse et de publicité comparative.

Décision du 30 Septembre 2025  
4ème chambre 1ère section  
N° RG 23/02578 - N° Portalis 352J-W-B7H-CZEYK

A cet égard, le législateur européen rappelle, aux termes des considérants 3 à 6 de sa directive 2005/29/CE, que l'objectif premier d'un cadre harmonisé relatif aux pratiques commerciales déloyales, notamment celles trompeuses, n'est pas d'assurer une régulation du marché commun par des effets de verrouillage mais au contraire, faisant le constat que « les dispositions législatives des États membres en matière de publicité trompeuse présentent des divergences importantes », de libérer le marché de ces entraves, lesquelles « augmentent le coût à supporter par les entreprises pour exercer les libertés liées au marché intérieur, en particulier lorsqu'elles souhaitent s'engager dans une commercialisation, lancer des campagnes publicitaires ou offrir des promotions commerciales transfrontalières » et entraînent, pour les consommateurs, « des incertitudes quant à leurs droits et affaiblissent leur confiance dans le marché intérieur ».

Le législateur rappelle alors de manière constante la finalité des textes adoptés, laquelle est en premier lieu, d'assurer un haut degré de protection des consommateurs contre d'éventuelles pratiques commerciales déloyales de la part d'entreprises, de nature à directement influencer leurs décisions, et en second lieu, d'indirectement protéger les intérêts des acteurs économiques contre les distorsions de nature à affecter le bon fonctionnement du marché intérieur (considérant 8).

Le considérant 14 de la directive 2005/29/CE rappelle ainsi que : « La présente directive n'entend pas réduire le choix des consommateurs en interdisant la promotion de produits qui semblent similaires à d'autres produits, à moins que cette similarité ne sème la confusion dans l'esprit des consommateurs quant à l'origine commerciale du produit et soit donc trompeuse ».

Il résulte ainsi des articles 5 et 6 de cette directive, dont sont issues les dispositions susvisées du code de la consommation, qu'une pratique commerciale est réputée trompeuse notamment lorsque soit elle contient des informations fausses, soit elle est susceptible d'induire en erreur le consommateur d'attention moyenne, et qu'elle est en outre de nature à altérer de manière substantielle le comportement économique de celui-ci en le conduisant à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement.

En outre, l'article 2 b) de la directive 2006/114/CE définit la publicité trompeuse comme « toute publicité qui, d'une manière quelconque, y compris sa présentation, induit en erreur ou est susceptible d'induire en erreur les personnes auxquelles elle s'adresse ou qu'elle touche et qui, en raison de son caractère trompeur, est susceptible d'affecter leur comportement économique ou qui, pour ces raisons, porte préjudice ou est susceptible de porter préjudice à un concurrent ».

Ce cadre juridique rappelé, il ressort des écritures du Cifog que celui-ci reproche à la société Aberyne les communications suivantes :

- « Le foie green, 100% plant-based « foie gras » »,
- « Le foie green® (foie gras 100% végétal et bio) »,
- « « Foie gras » 100 % végétal »,
- « Le Foie Gras Végétal Premium & Bio »,

Décision du 30 Septembre 2025  
4ème chambre 1ère section  
N° RG 23/02578 - N° Portalis 352J-W-B7H-CZEYK

- la mention selon laquelle son président « décide alors d'élaborer une réplique de foie gras uniquement avec des ingrédients végétaux, qui soit au plus proche possible du foie gras traditionnel »,
- « Enfin une VRAIE alternative VEGETALE au foie gras ! »,
- « premier foie gras haut de gamme à base de plantes »,
- « L'alternative premium au foie gras 100 % végétale et bluffant »,
- « The premium plant-based foie gras »,
- « Le foie green est une recette aboutie qui a les mêmes caractéristiques uniques du foie gras notamment son croquant à l'attaque, puis l'aspect fondant, prolongé par une longueur en bouche »,
- « Le foie green est l'alternative végétale haut de gamme au foie gras. Notre produit à l'avantage de pouvoir être utilisé à la fois comme un foie gras mi-cuit et surtout comme un foie gras poêlé »,
- « Sortir foie green® quelques minutes avant, si utilisé comme un foie gras mi-cuit »,
- « Foi Green (un foie gras vegan) »,
- « En optant pour Foi Green, vous pouvez profiter de la même texture onctueuse et du goût riche... » que le foie gras,
- « ...notre alternative végétale parvient à recréer la texture, la saveur et l'aspect du foie gras »,
- « Alors la prochaine fois que vous souhaitez déguster un délicieux foie gras, pensez à choisir Foi Green : la version vegan »,
- « L'alternative 100 % végétale au « foie gras » »,

- « L'alternative 100 % haut de gamme au « foie gras »,
- « Une vraie alternative végétale au foie gras »,
- « premier foie gras haut de gamme à base de plantes ».

Le tribunal observe tout d'abord que certaines des communications reprochées par le Cifog proviennent d'articles de presse faisant état de l'arrivée et de la réussite sur le marché du produit Foie Green (pièce communiquée n° 8). Rien ne démontrant que ces articles résulteraient d'annonces commandées par la société Aberyne ou réalisées sous sa direction, les propos libres qu'ils contiennent, tenus par des personnes tierces, ne peuvent pas lui être reprochés.

Pour ce qui concerne les extraits émanant du site internet, il ressort de leur lecture que ni le Cifog, ni aucun des syndicats, organisations ou producteurs de foie gras qu'il déclare représenter n'y est directement mentionné. De plus, les pièces aux débats établissent que la filière du foie gras est segmentée en différents marchés et dès lors répartie entre de multiples concurrents, pouvant intervenir à différents stades de la commercialisation d'un foie gras ou d'un produit à base de ce dernier, de sorte que les extraits critiqués ne rendent pas non plus identifiables l'un quelconque des acteurs de cette filière.

Ainsi que le souligne le Cifog, il est certain que le foie gras est un mets connu de tous comme symbole de l'art de vivre à la française et comme associé au luxe, à la rareté et à la cherté. Pour autant, aucun opérateur, en ce compris le Cifog ou ses membres, ne peut prétendre à un monopole sur l'usage des termes génériques « foie gras » qui servent à désigner cette spécialité culinaire, réalisable par quiconque notamment pour sa propre consommation, et non un produit commercial précis.

Décision du 30 Septembre 2025

4ème chambre 1ère section

N° RG 23/02578 - N° Portalis 352J-W-B7H-CZEYK

En revanche, compte tenu de la haute valeur ainsi associée à ce produit dans la tradition culinaire, les consommateurs cherchant à s'en procurer sur le marché seront particulièrement attentifs à la qualité et à l'origine des produits qui leur sont proposés à l'achat. Ils n'ignoreront pas non plus que le foie gras, ainsi que son nom l'indique, est une préparation d'origine animale, réalisée à base du foie d'une oie ou d'un canard.

Il ressort alors des passages critiqués que la société Aberyne désigne de manière constante et univoque le produit qu'elle commercialise comme étant « 100% végétal ». Dans ce contexte, ces mentions sont suffisantes à faire comprendre au consommateur que le produit qu'il achète n'est pas du « foie gras » selon l'acception communément admise, mais une alternative s'en différenciant fondamentalement en raison de son origine entièrement végétale, circonstance qui apparaît d'ailleurs comme l'un des arguments promotionnels principaux de la société Aberyne.

La société Aberyne souligne en outre à raison que dans ces mêmes passages, les références faites au foie gras servent avant tout comme point de comparaison pour décrire les qualités de son produit Foie Green, et non pour désigner ce dernier comme étant effectivement du foie gras.

Dans un tel contexte, il ne peut non plus être affirmé par le Cifog que l'effet promotionnel recherché par la comparaison, en des termes usuels s'agissant de biens alimentaires, du Foie green avec le foie gras s'appuierait sur des allégations mensongères et donc, trompeuses pour les consommateurs, alors même qu'il est ainsi établi la parfaite transparence de la société Aberyne quant à la composition de son produit et partant à ses caractéristiques essentielles, à ses qualités substantielles, notamment nutritives, et à ses possibilités d'utilisation.

Enfin et compte tenu de ces mêmes circonstances, l'usage des termes « Foie Green », bien que constituant manifestement une référence au foie gras sous la forme d'un jeu de mots, n'est pas non plus de nature à induire en erreur le consommateur quant aux caractéristiques réelles du produit qui lui est proposé.

Dès lors, le Cifog ne démontre pas qu'il existerait dans l'esprit du consommateur moyen normalement informé, raisonnablement attentif et doué d'une capacité de discernement, un risque d'être trompé, en raison des mentions citées, sur l'origine ou les caractéristiques essentielles du produit Foie green.

N'étant ainsi pas établi que la stratégie commerciale adoptée par la société Aberyne serait contraire aux exigences de la diligence professionnelle au sens de l'article L. 121-1 du code de la consommation, le Cifog sera débouté de l'intégralité de ses prétentions sur ce fondement.

Sur la publicité comparative illicite

Au visa de l'article L. 122-1 3° du code de la consommation, le Cifog rappelle qu'une publicité comparative ne peut être licite que si « elle compare objectivement une ou plusieurs caractéristiques essentielles, pertinentes, vérifiables et représentatives du bien ou du service comparé » et souligne alors que toute comparaison au regard du goût, élément de comparaison subjectif et par conséquent non vérifiable, constitue une publicité illicite.

Il ajoute enfin que la comparaison entre des produits peut porter atteinte aux intérêts de l'ensemble des professionnels d'un secteur donné, de sorte qu'il est bien fondé à se prévaloir, du fait de la publicité comparative illicite opérée par la société Aberyne, d'un préjudice moral.



En réponse, la société Aberyne relève que les seules références faites au foie gras ont pour objet d'expliquer en quoi ses produits constituent une alternative végétale à ce dernier, sans faire aucune autre comparaison factuelle de son produit avec les caractéristiques propres au foie gras de canard ou d'oie ; qu'en outre, elle ne fait aucune référence, dans ses publications, à une marque ou à un concurrent producteur de foie gras en particulier, condition nécessaire selon elle à la caractérisation d'une publicité comparative. Elle ajoute au demeurant qu'agissant sur un marché distinct des producteurs de foie gras, ces derniers ne peuvent être considérés comme concurrents.

Elle rappelle enfin de nouveau qu'il est expliqué dans l'ensemble de ses communications que son produit Foie green n'est pas du foie gras mais une alternative végétale.

Sur ce,

En vertu de l'article L. 122-1 du code de la consommation, « Toute publicité qui met en comparaison des biens ou services en identifiant, implicitement ou explicitement, un concurrent ou des biens ou services offerts par un concurrent n'est licite que si :

- 1° Elle n'est pas trompeuse ou de nature à induire en erreur ;
- 2° Elle porte sur des biens ou services répondant aux mêmes besoins ou ayant le même objectif ;
- 3° Elle compare objectivement une ou plusieurs caractéristiques essentielles, pertinentes, vérifiables et représentatives de ces biens ou services, dont le prix peut faire partie ».

L'article L. 122-2 du même code dispose que : « La publicité comparative ne peut :

- 1° Tirer indûment profit de la notoriété attachée à une marque de produits ou de services, à un nom commercial, à d'autres signes distinctifs d'un concurrent ou à l'appellation d'origine ainsi qu'à l'indication géographique protégée d'un produit concurrent ;
- 2° Entraîner le discrédit ou le dénigrement des marques, noms commerciaux, autres signes distinctifs, biens, services, activité ou situation d'un concurrent ;
- 3° Engendrer de confusion entre l'annonceur et un concurrent ou entre les marques, noms commerciaux, autres signes distinctifs, biens ou services de l'annonceur et ceux d'un concurrent ;
- 4° Présenter des biens ou des services comme une imitation ou une reproduction d'un bien ou d'un service bénéficiant d'une marque ou d'un nom commercial protégé ».

Outre la directive 97/55/CE du Parlement européen et du Conseil du 6 octobre 1997 modifiant la directive 84/450/CEE, ces dispositions sont également issues des directives ci-avant citées 2005/29/CE et 2006/114/CE, en particulier l'article 4 de ce dernier texte.

Les finalités visées par le législateur en régulant le champ de la publicité comparative sont ainsi identiques à celles précédemment rappelées au titre des pratiques commerciales trompeuses et les considérants de la directive 97/55/CE montrent que l'intention dudit législateur a été pour l'essentiel de libéraliser, bien qu'en les soumettant à des conditions précises de licéité, des formes de publicité aptes à informer les consommateurs mais dont la légalité était susceptible de varier en fonction des disparités liées au droit applicable dans les différents États membres.

Ainsi le législateur ne pose-t-il pas le principe d'une interdiction de la publicité comparative, le considérant 8 de la directive 2005/29/CE rappelant au contraire clairement qu'elle peut constituer un « moyen légitime d'informer les consommateurs ».

Suivant cette intention, la CJUE a dit pour droit qu'une publicité qui fait référence à un type de produits sans pour autant identifier un concurrent ou les biens offerts par ce dernier n'est pas illicite, au regard de l'article 3 bis, paragraphe 1, de la directive 84/450, telle que modifiée par la directive 97/55 et que les conditions de licéité d'une telle publicité doivent être examinées à la lumière d'autres dispositions du droit national ou, le cas échéant, du droit communautaire, indépendamment du fait que cela pourrait impliquer une moindre protection des consommateurs ou des entreprises concurrentes (arrêt du 19 avril 2007, C-381/05, De Landtsheer Emmanuel SA contre Comité interprofessionnel du Vin de Champagne et Veuve Clicquot Ponsardin SA).

Au regard des considérants susvisés, l'exigence d'identification d'un professionnel ou d'un bien au sens des textes et de la jurisprudence européens s'apprécie nécessairement du point de vue du consommateur moyen, normalement informé et raisonnablement attentif et avisé, et non du point de vue du concurrent.

En l'espèce, le Cifog se prévaut des passages suivants cités dans ses dernières conclusions, émanant du site internet de la société Aberyne :

- « Le Foie Green est une recette aboutie qui a les mêmes caractéristiques uniques du foie gras notamment son croquant à l'attaque, puis l'aspect fondant, prolongé par une longueur en bouche »,
- « Notre produit a l'avantage de pouvoir être utilisé à la fois comme un foie gras mi-cuit et surtout comme un foie gras poêlé »,
- « Sortir Foie Green® quelques minutes avant, si utilisé comme un foie gras mi-cuit »,
- « Notre alternative végétale parvient à recréer la texture, la saveur et l'aspect du foie gras »,
- « En optant pour Foie Green, vous pouvez profiter de la même texture onctueuse et au goût riche, tout en respectant le bien-être animal ».

Il en résulte à l'évidence une volonté de la société Aberyne de promouvoir son produit par référence au foie gras et ce, à des fins publicitaires car ayant pour objet de mettre en valeur celui-ci.

Pour autant, ainsi que précédemment retenu, compte tenu de la généralité des propos tenus et de la diversité de marchés et d'acteurs intervenant sur la filière du foie gras, ni le Cifog, ni aucune des entreprises liées à cette filière n'est identifié ou identifiable pour le consommateur.

Egalement, le seul usage des termes génériques « foie gras », qui recouvre un panel de produits divers, ainsi qu'il ressort notamment de l'article 2 du décret n° 93-999 du 9 août 1993 cité par le Cifog, ne permet pas de considérer qu'il serait fait référence à un produit commercial précis, mais bien à une spécialité culinaire prise dans son acception la plus communément admise, peu important à cet égard la haute renommée de celle-ci.

Il est encore observé que les propos critiqués ne tendent pas, même de manière sous-entendue, à dévaloriser les caractéristiques d'une forme de foie gras en particulier, puisque vantant au contraire ce dernier, et donc le produit Foie green, à travers des termes de comparaison dont il est d'ailleurs relevé le caractère usuel s'agissant d'un aliment (« texture onctueuse », « goût riche », « aspect fondant »).

Dans ce contexte, il n'est pas établi que, dans l'esprit d'un consommateur d'attention moyenne confronté aux textes critiqués, ceux-ci seraient susceptibles de provoquer la représentation d'un ou de plusieurs concurrents déterminés de la société Aberyne, ou de leurs produits ou services.

En conséquence, le Cifog échoue à établir que les formules utilisées seraient susceptibles de permettre l'identification, de manière implicite ou explicite, de lui-même ou d'un quelconque membre de la filière dont il défend les intérêts, ou d'un produit ou service commercialisé par l'un d'entre eux et que la publicité réalisée par la société Aberyne pourrait donc être qualifiée de comparative au sens des dispositions de l'article L. 121-1 susvisé du code de la consommation.

Dès lors, le Cifog sera débouté de l'ensemble de ses prétentions sur ce fondement.

Sur l'usage illicite du terme « foie »

Le Cifog, au visa de l'article L. 412-10 du code de la consommation, soutient que le terme « foie », qui fait partie intégrante de l'anatomie des animaux, ne peut être utilisé pour décrire, commercialiser ou promouvoir un produit « 100 % végétal » tel celui de la société Aberyne. Il relève d'ailleurs que celle-ci a, depuis la naissance de leur litige, modifié sa communication pour employer le terme « foi ». Il oppose encore que ces dispositions sont applicables à tout produit commercialisé en France, peu important son lieu de fabrication, sauf à créer des distorsions injustifiées sur le marché.

Décision du 30 Septembre 2025  
4ème chambre 1ère section  
N° RG 23/02578 - N° Portalis 352J-W-B7H-CZEYK

En réponse, la société Aberyne, outre les moyens précédemment rappelés relatifs aux pratiques commerciales trompeuses alléguées par le Cifog, souligne les réformes intervenues pour modifier la portée de l'article L. 412-10 du code de la consommation et conclut à l'absence de toute responsabilité de sa part dès lors qu'elle a volontairement abandonné l'expression « Foie green » au profit de celle « Foi green ».

Sur ce,

Selon l'article L. 412-10 du code de la consommation, « Les dénominations utilisées pour désigner des denrées alimentaires d'origine animale ne peuvent être utilisées pour décrire, commercialiser ou promouvoir des denrées alimentaires comportant des protéines végétales. Un décret fixe la part de protéines végétales au-delà de laquelle cette dénomination n'est pas possible. Ce décret définit également les modalités d'application du présent article et les sanctions encourues en cas de manquement ».

En application de ces dispositions, le décret n° 2022-947 du 29 juin 2022 relatif à l'utilisation de certaines dénominations employées pour désigner des denrées comportant des protéines végétales et le décret n° 2024-144 du 26 février 2024 relatif à l'utilisation de certaines dénominations employées pour désigner des denrées comportant des protéines végétales ont été successivement adoptés par le pouvoir réglementaire.

Toutefois, ces deux décrets ont chacun fait l'objet d'une annulation par le Conseil d'Etat par décisions n° 465835, 467116 et 468384, rendues après questions préjudicielles posées à la CJUE.

Par arrêt du 4 octobre 2024 (affaire C-438.23), cette Cour, au visa du règlement (UE) n°1169/2011 relatif à l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires (règlement « INCO »), a retenu qu'un « État membre ne saurait empêcher, par une interdiction générale et abstraite, les producteurs de denrées alimentaires à base de protéines végétales de s'acquitter de leur obligation d'indiquer la dénomination de ces denrées par l'utilisation de noms usuels ou de noms descriptifs », exposant notamment, dans sa motivation, que ce règlement harmonise « la protection des consommateurs du risque d'être induits en

erreur par l'utilisation de dénominations, autres que des dénominations légales, constituées de termes issus des secteurs de la boucherie, de la charcuterie et de la poissonnerie pour décrire, commercialiser ou promouvoir des denrées alimentaires contenant des protéines végétales au lieu des protéines d'origine animale, y compris dans leur totalité ».

Dans les décisions susvisées, le Conseil d'Etat, prenant acte de la réponse de la CJUE, relève alors que « s'il eût été loisible au législateur, d'une part, d'interdire l'utilisation de « dénominations légales », au sens des dispositions du n) du paragraphe 2 de l'article 2 du règlement (UE) n° 1169/2011 citées au point 3, déjà réservées aux seules denrées alimentaires d'origine animale ou, d'autre part, d'instituer de telles dénominations, aux fins d'interdire l'utilisation de ces dénominations pour désigner des denrées alimentaires comportant des protéines végétales, il résulte des dispositions de l'article L. 412-10 du code de la consommation cité au point 6, éclairées par les travaux parlementaires préparatoires à l'adoption de l'article 5 de la loi du 10 juin 2020, que le législateur a exclusivement entendu encadrer l'utilisation de « noms usuels » ou de « noms descriptifs », au sens des dispositions, respectivement, des o) et p) du paragraphe 2 de l'article 2 de ce règlement (UE) n° 1169/2011, pour désigner des denrées alimentaires à base de protéines végétales ».

Le Conseil en déduit que « l'article L. 412-10 du code de la consommation a été adopté en méconnaissance de l'harmonisation expresse décrite au point 4, qui faisait obstacle à ce que le législateur adopte des dispositions régissant les dénominations qu'il a visées » et procède en conséquence à l'annulation des décrets en cause pour défaut de base légale, car pris en application de dispositions législatives contraires au droit de l'Union européenne.

Au regard de ces circonstances et en l'absence de toute nouvelle disposition légale ou réglementaire, le tribunal, lequel est tenu par l'interprétation faite par la CJUE, retiendra que l'utilisation du terme « foie » par la société Aberyne pour désigner son produit d'origine végétale n'est pas illicite, les dispositions de l'article L. 421-10 du code de la consommation étant contraires au droit de l'Union européenne, et qu'aucune faute ne saurait donc être reprochée à la défenderesse en raison de cette utilisation.

Dès lors, le Cifog sera débouté de l'ensemble de ses prétentions sur ce fondement.

Sur le dénigrement

Le Cifog estime que les déclarations tenues par la société Aberyne, notamment devant la presse, sont de nature à dénigrer le foie gras, présentant ce produit sous un jour dévalorisant car porteur de risques pour la santé et comme ayant des effets néfastes sur la planète, et partant, dissuadent les consommateurs d'en acheter. En réplique à la défenderesse qui invoque sa liberté d'expression et l'article 10 de la Convention de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales (CESDH), il soutient que les propos ainsi tenus ont une visée strictement commerciale, afin de favoriser ses propres intérêts économiques.

En réponse, la société Aberyne soutient que le fait d'affirmer que le mode de production du foie gras est « un peu archaïque » et d'assimiler le foie gras à un aliment « un peu gras » ne peut aucunement caractériser un acte de dénigrement dès lors que de telles déclarations reposent sur une base factuelle suffisante et que le mode de production du foie gras ressort d'une pratique ancestrale, aujourd'hui objet de débats notamment au titre de la protection du bien-être animal.

Elle estime par conséquent que ses déclarations génériques relèvent de la liberté d'expression, s'inscrivent dans un sujet d'intérêt général et ont été prononcées avec modération, dans le cadre particulier d'une histoire de jeunesse évoquée par son président au cours d'une interview.

Sur ce,

Il est de principe que le dénigrement consiste à divulguer une information de nature à jeter le discrédit sur un concurrent en répandant à son propos, ou au sujet de ses produits ou de ses méthodes commerciales, des critiques ou des informations malveillantes.

Décision du 30 Septembre 2025

4ème chambre 1ère section

N° RG 23/02578 - N° Portalis 352J-W-B7H-CZEYK

La volonté de faire sanctionner civilement certains manquements contraires à l'exercice loyal du commerce doit toutefois se concilier avec la liberté d'expression et le droit de libre critique, principes à valeur tant conventionnelle, en vertu de l'article 10 de la CESDH, que constitutionnelle, en application de l'article 11 de la Déclaration des Droits de l'Homme et du Citoyen de 1789.

Il est ainsi de droit que la divulgation, par une personne, d'une information de nature à jeter le discrédit sur un produit commercialisé par un autre constitue un acte de dénigrement, à moins que l'information en cause ne se rapporte à un sujet d'intérêt général et repose sur une base factuelle suffisante, et sous réserve qu'elle soit exprimée avec une certaine mesure. Cette base doit s'apprécier au regard de la gravité des allégations en cause.

Au cas présent, le Cifog reproche à la société Aberyne :

- en premier lieu, les propos suivants tenus par son président, M. [U] [X], publiés le 17 décembre 2021 au sein d'un article dont l'accessibilité depuis le site n'est pas débattue :

« Alors que les maires écologistes de [Localité 5], [Localité 7] et [Localité 6] ont décidé de bannir le foie gras de leurs réceptions officielles au nom du bien-être animal, plusieurs start-up régionales ont décidé, elles aussi, de miser sur les consommateurs opposés au gavage des oies et canards. C'est une pratique « un peu archaïque », juge [U] [X], 31 ans, fondateur d'Abernye, basée à [Localité 2]. Ce fils de restaurateurs a lancé il y a quelques mois, le « Foie Green » dont l'idée lui est venue il y a trois ans au moment des fêtes de Noël : « Mon père a eu des problèmes de cœur et son docteur lui a interdit la charcuterie, le foie gras, tout ce qui était un peu gras. J'ai été voir s'il y avait des alternatives en végétal et ce que j'ai trouvé ne m'a pas convaincu, que ce soit en terme de goût ou de texture » ».

- en deuxième lieu, d'avoir déclaré sur son site internet que « la fabrication de foie gras a un impact considérable sur l'environnement » et qu'elle contribuerait « à la dégradation de la planète », étant alors nécessaire de préciser l'entier paragraphe dans lequel ces propos s'inscrivent :

« De plus, la fabrication de foie gras a un impact considérable sur l'environnement. L'élevage intensif des animaux, la consommation excessive d'eau et la production de déchets sont autant de facteurs qui contribuent à la dégradation de notre planète. En choisissant Foi Green, vous réduisez votre empreinte carbone et votre impact sur les ressources naturelles. Les alternatives végétales nécessitent moins de terres, d'eau et d'énergie, ce qui en fait un choix plus durable pour l'environnement ».

- en dernier lieu, d'avoir, sur son compte Instagram, qualifié son produit de « Delicacy & non-guilty pleasure », que le Cifog traduit par : « Dégustation et plaisir non-coupable ».

S'agissant tout d'abord de ces derniers propos, ceux-ci ne font aucune référence au foie gras ou à sa filière dont le Cifog entend protéger les intérêts, de sorte que cette simple description par la société Abernye de son propre produit ne saurait être considérée comme discréditant ou dénigrant, d'une quelconque manière, le foie gras.

Décision du 30 Septembre 2025

4ème chambre 1ère section

N° RG 23/02578 - N° Portalis 352J-W-B7H-CZEYK

S'agissant ensuite de la présentation de la méthode de production du foie gras comme « un peu archaïque », la société Abernye relève à raison que les termes employés par son président s'inscrivent dans le débat plus général initié par la journaliste, portant sur le sujet controversé de la production du foie gras par gavage des animaux concernés.

En effet, ainsi qu'en justifie la défenderesse, différents responsables politiques et autorités publiques, tant en France qu'à l'international, ont adopté des mesures de nature à limiter, encadrer voire interdire la commercialisation de foie gras obtenu par gavage, méthode de production controversée dans l'ère contemporaine en raison d'une prise en considération accrue du bien-être animal dans les techniques d'élevage et plus généralement, de la polarisation politique croissante relative aux droits des animaux.

Le Cifog rappelant également de lui-même que le foie gras résulte d'une tradition culinaire ancienne, le terme « archaïque » employé par le fondateur de la société n'apparaît pas outrancier et de nature à jeter le discrédit sur la filière du foie gras dont les intérêts sont représentés par le Cifog.

Par ailleurs, il est incontestable que le foie gras, en tant que produit issu d'un animal dont le foie a été volontairement engraisé, constitue un aliment riche en acides gras saturés, de sorte qu'il ne saurait être fait grief au fondateur de la société défenderesse de le qualifier d'aliment « un peu gras ». Le reste du propos, qui se borne à faire état d'une histoire familiale de l'intéressé sans qu'il ne soit fait à un quelconque moment référence au foie gras ou à sa filière de production, n'est pas davantage de nature à caractériser un dénigrement de la part de la société Abernye.

Enfin, le reste des déclarations publiées par la défenderesse sur son site internet se rapporte au sujet d'intérêt général de la protection de l'environnement et de la nécessaire inscription de la production alimentaire dans un cadre durable. Compte tenu en outre du caractère modéré des propos tenus, qui relèvent pour l'essentiel davantage de l'organisation structurelle de l'agriculture et de l'élevage, il ne peut être considéré que ces derniers outrepasseraient les limites autorisées par la liberté d'expression et caractériseraient, à l'égard du Cifog ou des intérêts qu'il défend, un dénigrement fautif.

Dès lors, le Cifog sera débouté de l'ensemble de ses demandes sur ce fondement.

### III- Sur les autres demandes

Le Cifog, succombant, sera condamné aux dépens.

Il convient, en application des dispositions de l'article 700 du code de procédure civile, de mettre à sa charge une partie des frais non compris dans les dépens et exposés par la société Abernye à l'occasion de la présente instance. Il sera ainsi condamné à lui payer la somme de 10.000 euros à ce titre.

L'exécution provisoire est, en vertu des articles 514-1 à 514-6 du code de procédure civile issus du décret 2019-1333 du 11 décembre 2019, de droit pour les instances introduites comme en l'espèce à compter du 1er janvier 2020. Il n'y a pas lieu de

l'écarter.

PAR CES MOTIFS

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

Déboute l'association Comité national interprofessionnel des palmipèdes à foie gras de l'ensemble de ses demandes en interdiction sous astreinte,

Déboute l'association Comité national interprofessionnel des palmipèdes à foie gras de sa demande indemnitaire à hauteur de la somme de 75.000 euros,

Déboute l'association Comité national interprofessionnel des palmipèdes à foie gras de l'ensemble de ses demandes aux fins de publication du jugement,

Condamne l'association Comité national interprofessionnel des palmipèdes à foie gras à payer à la SAS Aberyne la somme de 10.000 euros au titre de ses frais irrépétibles,

Condamne l'association Comité national interprofessionnel des palmipèdes à foie gras aux dépens,

Rejette toute autre demande plus ample ou contraire des parties,

Rappelle que le présent jugement bénéficie, de plein droit, de l'exécution provisoire.

Fait et jugé à Paris le 30 Septembre 2025.

Le Greffier La Présidente

