ATF 144 II 386 | TF, 25.06.18, 2C_761/2017*

Une tromperie au sens de la législation sur les denrées alimentaires peut être due à des caractéristiques individuelles de la présentation d'un produit, mais également à son aspect global. Pour savoir s'il y a tromperie, il convient de se baser sur les impressions du consommateur moyen. Il suffit que le produit soit objectivement propice à tromper le consommateur (« objektive Eignung sur Täuschung »*), sans qu'il faille prouver qu'un certain nombre de consommateurs ont effectivement été induits en erreur.*

Faits

Lozärner Bier AG (LU) est une société commercialisant des bières, ne disposant toutefois pas de sa propre brasserie.

En 2016, le Service du contrôle alimentaire et de la protection des consommateurs lucernois (le « Service ») constate que l'étiquetage de l'un des produits distribués, la « *Lozärner Bier Lager* », n'indique ni le lieu de production de la bière en Suisse ni la brasserie. Sur l'étiquette figurent simplement un drapeau lucernois, la mention « produit et mis en bouteille en Suisse », de même qu'une référence à la société Lozärner Bier AG.

Dans son rapport d'enquête, le Service met alors en cause le produit en question, le considérant comme trompeur au sens de la législation sur les denrées alimentaires : l'étiquetage donnerait la fausse impression que la bière est produite à Lucerne alors que ce n'est pas le cas (n.d.l.r. la bière est brassée et mise en bouteille dans le canton de Schaffhouse). Le Service contraint alors la société à prendre des mesures afin de se conformer aux exigences légales.

La société s'oppose à la décision du Service, puis recourt au tribunal cantonal lucernois, sans succès. Elle porte alors l'affaire au Tribunal fédéral, lequel se penche en particulier sur la question de savoir si le produit est trompeur au sens de la législation sur les denrées alimentaires.

Droit

A titre liminaire, il convient de rappeler que la Suisse a procédé à une refonte totale de sa législation sur les denrées alimentaires – également applicable aux boissons alcoolisées – afin de s'aligner sur le droit européen. Le nouveau droit est entré en vigueur le 1er mai 2017, soit quelques mois après le jugement de première instance. Le Tribunal fédéral précise toutefois que les principales dispositions de la nouvelle réglementation correspondent en substance aux anciennes. Le produit en cause entre donc dans le champ d'application tant de l'ancien que du nouveau droit, tous deux visant la protection des consommateurs contre la tromperie en lien avec les denrées alimentaires.

A teneur de l'art. 18 al. 1 LDAI, toute indication concernant des denrées alimentaires doit être conforme à la réalité. La présentation, l'étiquetage et l'emballage des produits ainsi que la publicité pour ces produits ne doivent induire le consommateur en erreur (al. 2). Sont notamment réputés trompeurs les étiquetages, les emballages et les publicités de nature à induire le consommateur en erreur sur la fabrication, la composition, la nature, le mode de production, la durée de conservation, le pays de production, l'origine des matières premières ou des composants, les effets spéciaux ou la valeur particulière du produit (al. 3) (*cf.* art. 18 aLDAI).

Nonobstant la formulation restrictive de l'art. 18 al. 3 LDAI, ne sont pas visées uniquement les informations trompeuses concernant le *pays de production*, mais également celles qui concernent l'origine plus précise du produit – soit régionale ou locale (art. 12 al. 1 ODAlOUs et art. 10 al. 1 aODAlOUs).

Sont ainsi trompeuses au sens de l'art. 18 LDAI des fausses indications relatives à la provenance ou des informations qui créent l'impression erronée que le produit provient d'une région déterminée (*cf.* ATF 124 II 398). De manière générale, le fait de savoir si la présentation d'un produit est trompeuse dépend de divers facteurs. Une tromperie peut être due à des caractéristiques individuelles de la présentation d'un produit, mais aussi à son aspect global.

Pour savoir s'il y a tromperie, il convient de se baser sur les impressions du consommateur moyen. Il suffit que le produit soit objectivement propice à tromper le consommateur

(« *objektive Eignung zur Täuschung* »), sans qu'il faille prouver qu'un certain nombre de consommateurs ont effectivement été induits en erreur.

En l'espèce, la présentation de la « *Lozärner Bier Lager* » donne l'impression qu'il existe un rapport étroit entre la bière et la région de Lucerne à divers égards. Le drapeau lucernois, le nom en soi, de même que l'indication de la société de distribution sur l'étiquette éveillent ainsi la fausse impression que la boisson est produite à Lucerne ; le produit étant ainsi objectivement propice à donner au consommateur moyen des impressions erronées en lien avec sa provenance. Le fait que l'étiquette indique que la bière est produite en Suisse n'y change rien, puisque le consommateur moyen n'a aucune raison objective de penser qu'elle provient d'une autre région que Lucerne.

Pour ces raisons, le Tribunal fédéral considère qu'il y a bien tromperie au sens de l'art. 18 LDAI et rejette le recours.

Note

Le Tribunal fédéral relève que le droit des marques – auquel la législation sur les denrées alimentaires renvoie à plusieurs reprises – a subi un profond changement avec effet au 1er janvier 2017. En effet, les critères qu'une denrée alimentaire doit respecter pour pouvoir revendiquer une provenance suisse sont édictés par la LPM. Néanmoins, le Tribunal fédéral constate que la révision du droit des marques n'a pas induit de modification pour l'application des normes sur les denrées alimentaires. Il n'y a par ailleurs aucune raison de penser que le législateur aurait souhaité alléger les normes contre la tromperie dans le domaine des denrées alimentaires.

Dans son analyse, le Tribunal fédéral se penche en outre sur la législation et la jurisprudence européennes, puisqu'elles ont inspiré la révision helvète. Selon la jurisprudence de la CJUE, il convient, afin de répondre à la question de savoir si une indication d'une denrée peut être trompeuse, de se baser sur l'attente présumée d'un « consommateur moyen, normalement informé, et raisonnablement attentif et éclairé quant à l'origine, la provenance, la qualité liée à la denrée alimentaire ». L'essentiel est de « ne pas induire le consommateur en erreur et de ne pas l'amener à considérer, de façon

erronée, que le produit a une origine, une provenance ou une qualité différentes de ce qu'elles sont en réalité » (CJUE, 10.09.2009, C-446/07).

Il est enfin intéressant de noter que, dans son argumentaire, la recourante relève qu'un seul des produits qu'elle commercialise a été mis en cause par le Service lucernois. Toutefois, le Tribunal fédéral estime que cet élément n'est pas pertinent. Il convient en effet de juger dans chaque cas particulier si la législation applicable aux denrées alimentaires est respectée ou non.

L'argument de la société lucernoise selon lequel la présentation du produit est conforme aux prescriptions relatives au registre du commerce et aux raisons de commerce ne lui apporte pas non plus l'aide escomptée.

Proposition de citation : Marie-Hélène Peter-Spiess, La « Lozärner Bier Lager » non produite à Lucerne : tromperie au sens de la LDAI ?, in: https://lawinside.ch/629/