

0141236913

Fédération Nationale Des Eaux Conditionnées Et Embouteillées

SOCIETE OPM FRANCE
Pierre-Yves HELIAS
Directeur Général
20, Rue Véga
44470 CARQUEFOU

Lettre Recommandée avec AR
N°1A11078619742

Paris, le 21 Novembre 2016

Lettre recommandée avec accusé de réception et par télécopie : 02 40 93 96 22

Monsieur le Directeur Général,

Nous venons de constater que plusieurs versions (notamment bandes annonces, versions courtes et longues) d'une vidéo publicitaire SODASTREAM intitulée « *Honte ou Gloire* » (« *Shame or Glory* ») venaient d'être postées, à partir du 14 novembre 2016, sur YouTube par la chaîne officielle de votre société (« SodaStreamFrance ») ainsi que sur la chaîne « Shame or Glory » affiliée à votre société,

cette vidéo étant également présente en page d'accueil de votre site www.sodastream.fr, au soutien de prétendues « promos ».

Nous constatons encore que cette vidéo est accessible sur les sites www.ShameOrGlory.net et www.heavybubbles.com dont le but est uniquement de discréditer l'eau en bouteille en distinguant deux univers, l'enfer pour les bouteilles en plastique et le paradis pour les machines SodaStream.

1°/ Comme vous le savez, la version longue de cette vidéo en anglais d'une durée totale de 3,06 minutes, consacre ses 2,24 premières minutes à présenter un acheteur de deux packs d'eau pétillante embouteillée s'enfonçant dans un climat d'insultes, de violence, et pour finir, de honte et de culpabilité face à la conclusion de Thor Björnsson (« Mr Mountain », alias « la Montagne » dans la série mondialement connue Games Of Thrones) que ceux qui achètent de l'eau embouteillée sont des pollueurs qui détruisent la « planète terre ».

Cette vidéo publicitaire repose donc principalement, sinon seulement, sur le dénigrement des consommateurs d'eaux embouteillées, présentés comme des assassins de la « planète terre », et sur le discrédit de ces produits.

Fédération Nationale Des Eaux Conditionnées Et Embouteillées

2°/ Vous n'ignorez pas que ce type de campagne de publicité, bâtie sur le discrédit d'autres produits concurrents, est de longue date, condamné par la jurisprudence.

Dans le cadre des affaires les plus récentes, la Cour de Cassation puis la Cour d'Appel de renvoi de Versailles ont condamné une campagne BODUM dénigrant les capsules de café.

Et, voici quelques semaines, un jugement-définitif- du Tribunal Correctionnel de Paris, rendu le 21 septembre 2016 dans une affaire opposant des Fédérations de producteurs de fruits à la société BIOCOOP à raison de sa campagne de 2014 qui promouvait les pommes « bio » vendues chez BIOCOOP, a condamné cette société pour « faute par dénigrement et appel au boycott » au préjudice de ces Fédérations.

Il a ainsi décidé, au sujet de l'énumération dans cette campagne des traitements chimiques que « certaines pommes de table françaises peuvent recevoir (...) », que :

« Dans ces circonstances, indépendamment du caractère exact des données chiffrées relatives aux traitements appliqués -circonstance qui indiffère pour la constitution du dénigrement-, il est établi que cette campagne publicitaire repose non pas sur la valorisation des pommes issues de l'agriculture biologique, mais au contraire sur le dénigrement de celles issues des autres filières, aux fins de dissuader les consommateurs d'acheter ces fruits. »

3°/ En l'espèce, vos vidéos publicitaires « *Shame or Glory* » caractérisent une attaque encore plus violente et condamnable puisqu'elle tend au discrédit

- non pas seulement des bouteilles en plastique (conditionnement de ces denrées alimentaire qui, en plus d'être un conditionnement nécessaire et régi par les textes garantissant les qualités spécifiques des eaux minérales naturelles et de source, est recyclable à 100 %, mais qui est pourtant assimilé, sans autre forme de procès, à une invasion de déchets polluant et détruisant la « *planète terre* »), ainsi par voie de conséquence qu'au dénigrement des producteurs d'eaux minérales naturelles et de source (« *Shame !* »),

- mais surtout des malheureux consommateurs qui oseraient continuer à boire de l'eau pétillante embouteillée que cette vidéo présente comme des personnes exposées à l'opprobre publique pour leur -quasi- crime contre l'humanité (« *Shame on you !* »).

Nous vous mettons donc en demeure de retirer les différentes versions de cette vidéo, ainsi que toutes ses versions accessibles depuis la France, au plus tard sous 24 heures de la réception de la présente mise en demeure, des chaînes YouTube affiliées à votre société, et notamment « *SodaStreamFrance* » et « *ShameOrGlory* », ainsi que de supprimer tout lien vers celle-ci des sites www.sodastream.fr, www.ShameOrGlory.net et www.heavybubbles.com.

0141236913

Fédération Nationale Des Eaux Conditionnées Et Embouteillées

À défaut, nous transmettrons ce dossier à notre avocat pour qu'il mette aussitôt en œuvre toutes voies de droit appropriées afin d'obtenir la cessation de diffusion de cette vidéo et la complète réparation du préjudice causé par celle-ci aux intérêts que nous représentons, y compris par voie de publication judiciaire.

Nous vous prions de croire, Monsieur le Directeur Général, à l'assurance de notre considération distinguée.



Denis CANS
Président