



PROCES-VERBAL DE CONSTAT DE DEPOT DE REGLEMENT DE JEU CONCOURS

Force Probante :

Acte authentique dont les mentions relatives aux
constatations font foi jusqu'à preuve contraire
Loi n° 2010-1609 du 22 décembre 2010

Endate du 08 juin 2026

Objet : dépôt de règlement du jeu concours « CHARNEL »

LE HUIT JUIN EUX MILLE VINGT-SIX

A LA DEMANDE DE :

La S.A.S. ETABLISSEMENTS LE SAINT - FRUITS ET LEGUMES

société par actions simplifiée, au capital de 1 341 000,00€, N° Siret 63732026800062 dont le siège social est 160 Rue Roberto Cabanas 29490 GUIPAVAS agissant poursuites et diligences de ses représentants légaux domiciliés en cette qualité, lequel, préalablement aux constatations ci-après, m'expose :

Que la société requérante organise un jeu-concours gratuit sans obligation d'achat intitulé «CHARNEL » du 12 au 13 juin 2026 au Centre E. Leclerc Gouesnou

Je suis requis afin de classer le règlement dudit jeu au rang des minutes de l'Etude.

IMPORTANT

Extrait de l'article 1^{er} de l'Ordonnance n°45-2592 du 2 novembre 1945 relative au statut des huissiers de justice : « Ils (les huissiers de justice) peuvent, commis par justice ou à la requête des particuliers, effectuer des constatations purement matérielles, exclusives de tout avis sur les conséquences de fait et de droit qui peuvent en résulter. Sauf en matière pénale où elles ont valeur de simples renseignements, ces constatations font foi jusqu'à preuve contraire. »

DEFERANT A CETTE REQUISITION

Je, Me Martial LE ROY, Commissaire de Justice associé de la SELARL SED LEX, Huissier de Justice, près le Tribunal Judiciaire de BREST, à la résidence de LANDERNEAU, y demeurant, 100, rue Edmond Michelet, soussigné,

Après avoir pris connaissance du règlement ci-joint, qui m'est transmis par mail, sur 5 feuilles de format A4, et vérifié la régularité de ce dernier conformément aux dispositions des articles L.121-1 à L.121-7 du Code de la Consommation sur les Pratiques commerciales déloyales et de celles de l'article L.121-20 du Code de la Consommation sur les Loteries publicitaires, toutes reproduites ci-après,

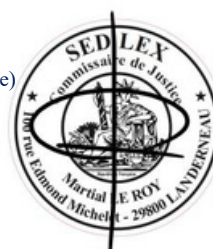
Je classe un exemplaire de ce règlement aux rangs des minutes de notre Etude.

Et de tout ce qui précède, il est dressé procès-verbal, pour servir et valoir ce que de droit.

COUT DE L'ACTE

(les articles font référence au Code de Commerce)

Emoluments (Art A.444-10)	200,00
Déplacement (Art R.444-3)	7,67
TVA (20%)	41,53
TOTAL en Euros (TTC)	249,20



RAPPEL DES TEXTES LEGAUX

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. »

Article L.121-2 du Code de la consommation :

« 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, 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, 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 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, 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. »

Article L.121-3 du Code de la consommation :

« Une pratique commerciale est également trompeuse si, compte tenu des limites propres au moyen de communication utilisé et des circonstances qui l'entourent, elle omet, dissimule ou fournit de façon inintelligible, ambiguë ou à contretemps une information substantielle ou lorsqu'elle n'indique pas sa véritable intention commerciale dès lors que celle-ci ne ressort pas déjà du contexte.

Lorsque le moyen de communication utilisé impose des limites d'espace ou de temps, il y a lieu, pour apprécier si des informations substantielles ont été omises, de tenir compte de ces limites ainsi que de toute mesure prise par le professionnel pour mettre ces informations à la disposition du consommateur par d'autres moyens.

Dans toute communication commerciale constituant une invitation à l'achat et destinée au consommateur mentionnant le prix et les caractéristiques du bien ou du service proposé, sont considérées comme substantielles les informations suivantes :

1° Les caractéristiques principales du bien ou du service ;

2° L'adresse et l'identité du professionnel ;

3° Le prix toutes taxes comprises et les frais de livraison à la charge du consommateur, ou leur mode de calcul, s'ils ne peuvent être établis à l'avance ;

4° Les modalités de paiement, de livraison, d'exécution et de traitement des réclamations des consommateurs, dès lors qu'elles sont différentes de celles habituellement pratiquées dans le domaine d'activité professionnelle concerné ;

5° L'existence d'un droit de rétractation, si ce dernier est prévu par la loi. »

Article L.121-4 du Code de la consommation :

« Sont réputées trompeuses, au sens des articles L. 121-2 et L. 121-3, les pratiques commerciales qui ont pour objet :

1° Pour un professionnel, de se prétendre signataire d'un code de conduite alors qu'il ne l'est pas ;

2° D'afficher un certificat, un label de qualité ou un équivalent sans avoir obtenu l'autorisation nécessaire ;

3° D'affirmer qu'un code de conduite a reçu l'approbation d'un organisme public ou privé alors que ce n'est pas le cas ;

4° D'affirmer qu'un professionnel, y compris à travers ses pratiques commerciales ou qu'un produit ou service a été agréé, approuvé ou autorisé par un organisme public ou privé alors que ce n'est pas le cas ou de ne pas respecter les conditions de l'agrément, de l'approbation ou de l'autorisation reçue ;

5° De proposer l'achat de produits ou la fourniture de services à un prix indiqué sans révéler les raisons plausibles que pourrait avoir le professionnel de penser qu'il ne pourra fournir lui-même ou faire fournir par un autre professionnel, les produits ou services en question ou des produits ou services équivalents au prix indiqué, pendant une période et dans des quantités qui soient raisonnables compte tenu du produit ou du service, de l'ampleur de la publicité faite pour le produit ou le service et du prix proposé ;

6° De proposer l'achat de produits ou la fourniture de services à un prix indiqué, et ensuite :

a) De refuser de présenter aux consommateurs l'article ayant fait l'objet de la publicité ;

b) Ou de refuser de prendre des commandes concernant ces produits ou ces services ou de les livrer ou de les fournir dans un délai raisonnable ;

c) Ou d'en présenter un échantillon défectueux, dans le but de faire la promotion d'un produit ou d'un service différent ;

7° De déclarer faussement qu'un produit ou un service ne sera disponible que pendant une période très limitée ou qu'il ne sera disponible que sous des conditions particulières pendant une période très limitée afin d'obtenir une décision immédiate et priver les consommateurs d'une possibilité ou d'un délai suffisant pour opérer un choix en connaissance de cause ;

8° De s'engager à fournir un service après-vente aux consommateurs avec lesquels le professionnel a communiqué avant la transaction dans une langue qui n'est pas une langue officielle de l'Etat membre de l'Union européenne dans lequel il est établi et, ensuite, assurer ce service uniquement dans une autre langue sans clairement en informer le consommateur avant que celui-ci ne s'engage dans la transaction ;

9° De déclarer ou de donner l'impression que la vente d'un produit ou la fourniture d'un service est licite alors qu'elle ne l'est pas ;

10° De présenter les droits conférés au consommateur par la loi comme constituant une caractéristique propre à la proposition faite par le professionnel ;

11° D'utiliser un contenu rédactionnel dans les médias pour faire la promotion d'un produit ou d'un service alors que le professionnel a financé celle-ci lui-même, sans l'indiquer clairement dans le contenu ou à l'aide d'images ou de sons clairement identifiables par le consommateur ;

12° De formuler des affirmations matériellement inexactes en ce qui concerne la nature et l'ampleur des risques auxquels s'expose le consommateur sur le plan de sa sécurité personnelle ou de celle de sa famille s'il n'achète pas le produit ou le service ;

13° De promouvoir un produit ou un service similaire à celui d'un autre fournisseur clairement identifié, de manière à inciter délibérément le consommateur à penser que le produit ou le service provient de ce fournisseur alors que tel n'est pas le cas ;

14° De déclarer que le professionnel est sur le point de cesser ses activités ou de les établir ailleurs alors que tel n'est pas le cas ;

15° D'affirmer d'un produit ou d'un service qu'il augmente les chances de gagner aux jeux d'argent et de hasard ;

16° D'affirmer faussement qu'un produit ou une prestation de services est de nature à guérir des maladies, des dysfonctionnements ou des malformations ;

17° De communiquer des informations matériellement inexactes sur les conditions de marché ou sur les possibilités de trouver un produit ou un service, dans le but d'inciter le consommateur à acquérir celui-ci à des conditions moins favorables que les conditions normales de marché ;

18° D'affirmer, dans le cadre d'une pratique commerciale, qu'un concours est organisé ou qu'un prix peut être gagné sans attribuer les prix décrits ou un équivalent raisonnable ;

19° De décrire un produit ou un service comme étant " gratuit ", " à titre gracieux ", " sans frais " ou autres termes similaires si le consommateur doit payer quoi que ce soit d'autre que les coûts inévitables liés à la réponse à la pratique commerciale et au fait de prendre possession ou livraison de l'article ;

20° D'inclure dans un support publicitaire une facture ou un document similaire demandant paiement qui donne au consommateur l'impression qu'il

a déjà commandé le produit ou le service commercialisé alors que tel n'est pas le cas ;

21° De faussement affirmer ou donner l'impression que le professionnel n'agit pas à des fins qui entrent dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale, libérale ou agricole ou de se présenter faussement comme un consommateur ;

22° De créer faussement l'impression que le service après-vente en rapport avec un produit ou un service est disponible dans un Etat membre de l'Union européenne autre que celui dans lequel le produit ou le service est vendu ;

23° Dans une publicité, de donner l'impression, par des opérations de promotion coordonnées à l'échelle nationale, que le consommateur bénéficie d'une réduction de prix comparable à celle des soldes, tels que définis à l'article L. 310-3 du code de commerce, en dehors de leur période légale

mentionnés au même article L. 310-3 »

Article L.121-5 du Code de la consommation :

« Les dispositions des articles L.121-2 à L.121-4 sont également applicables aux pratiques qui visent les professionnels et les non-professionnels. »

Article L.121-6 du Code de la consommation :

« Une pratique commerciale est agressive lorsque du fait de sollicitations répétées et insistantes ou de l'usage d'une contrainte physique ou morale, et compte tenu des circonstances qui l'entourent :

1° Elle altère ou est de nature à altérer de manière significative la liberté de choix d'un consommateur ;

2° Elle vicie ou est de nature à vicier le consentement d'un consommateur ;

3° Elle entrave l'exercice des droits contractuels d'un consommateur.

Afin de déterminer si une pratique commerciale recourt au harcèlement, à la contrainte, y compris la force physique, ou à une influence injustifiée, les éléments suivants sont pris en considération :

1° Le moment et l'endroit où la pratique est mise en œuvre, sa nature et sa persistance ;

2° Le recours à la menace physique ou verbale ;

3° L'exploitation, en connaissance de cause, par le professionnel, de tout malheur ou circonstance particulière d'une gravité propre à altérer le jugement du consommateur, dans le but d'influencer la décision du consommateur à l'égard du produit ;

4° Tout obstacle non contractuel important ou disproportionné imposé par le professionnel lorsque le consommateur souhaite faire valoir ses droits contractuels, et notamment celui de mettre fin au contrat ou de changer de produit ou de fournisseur ;

5° Toute menace d'action alors que cette action n'est pas légalement possible. »

Article L.121-7 du Code de la consommation :

« Sont réputées agressives au sens de l'article L. 121-6 les pratiques commerciales qui ont pour objet :

1° De donner au consommateur l'impression qu'il ne pourra quitter les lieux avant qu'un contrat n'ait été conclu ;

2° D'effectuer des visites personnelles au domicile du consommateur, en ignorant sa demande de voir le professionnel quitter les lieux ou de ne pas y revenir, sauf si la législation nationale l'y autorise pour assurer l'exécution d'une obligation contractuelle ;

3° De se livrer à des sollicitations répétées et non souhaitées par téléphone, télécopieur, courrier électronique ou tout autre outil de communication à distance ;

4° D'obliger un consommateur qui souhaite demander une indemnité au titre d'une police d'assurance à produire des documents qui ne peuvent raisonnablement être considérés comme pertinents pour établir la validité de la demande ou s'abstenir systématiquement de répondre à des correspondances pertinentes, dans le but de dissuader ce consommateur d'exercer ses droits contractuels ;

5° Dans une publicité, d'inciter directement les enfants à acheter ou à persuader leurs parents ou d'autres adultes de leur acheter le produit faisant l'objet de la publicité ;

6° D'informer explicitement le consommateur que s'il n'achète pas le produit ou le service, l'emploi ou les moyens d'existence du professionnel seront menacés ;

7° De donner l'impression que le consommateur a déjà gagné, gagnera ou gagnera en accomplissant tel acte un prix ou un autre avantage équivalent, alors que, en fait :

-soit il n'existe pas de prix ou autre avantage équivalent ;

-soit l'accomplissement d'une action en rapport avec la demande du prix ou autre avantage équivalent est subordonné à l'obligation pour le consommateur de verser de l'argent ou de supporter un coût. »

Article L.121-20 du Code de la consommation :

« Dès lors qu'elles sont déloyales au sens de l'article L. 121-1, sont interdites les pratiques commerciales mises en œuvre par les professionnels à l'égard des consommateurs, sous la forme d'opérations promotionnelles tendant à l'attribution d'un gain ou d'un avantage de toute nature par la voie d'un tirage au sort, quelles qu'en soient les modalités, ou par l'intervention d'un élément aléatoire. »

Règlement jeu-concours « CHARNEL »

Les 12 et 13 juin 2026, de 8h à 19H au Centre E. Leclerc Gouesnou, la Société LE SAINT organise un jeu-concours.

Article 1 : Organisateur

LE SAINT SA dont le siège social est situé 160 rue Roberto Cabanas, 29490 Guipavas

Article 2 : Conditions de participation

Ce jeu gratuit sans obligation d'achat est exclusivement ouvert aux majeurs à la date du début du jeu, résidant en France métropolitaine (Corse comprise) et DOM-ROM, ou tout autre pays et nationalités présentes dans le magasin du LECLERC GOUESNOU.

Les mineurs sont admis à participer à ce jeu, à condition qu'ils aient préalablement obtenu de leurs parents ou de la personne exerçant l'autorité parentale l'autorisation expresse de le faire. Le fait pour eux de participer implique qu'ils aient obtenu cette autorisation.

Sont exclues du jeu les personnes ne répondant pas aux conditions ci-dessus ainsi que toutes les personnes ayant directement ou indirectement participé à la conception, à la réalisation ou à la gestion du jeu ainsi que leur conjoint et les membres de leurs familles : ascendants et descendants directs ou autres parents vivant ou non sous leur toit.

L'organisateur se réserve le droit de demander à tout participant de justifier des conditions ci-dessus exposées. Toute personne ne remplissant pas ces conditions ou refusant de les justifier sera exclue du jeu et ne pourra, en cas de gain, bénéficier de son lot.

Il n'est autorisé qu'une seule participation par personne (même nom, même adresse). L'organisateur se réserve le droit de procéder à toute vérification pour le respect de cette règle.

La participation au jeu implique l'entière acceptation du présent règlement.

Les bulletins du jeu seront à disposition sur le stand CHARNEL du magasin LECLERC GOUESNOU, les 12 et 13 juin 2026, de 8h à 19H. Adresse : Porte de Gouesnou - 29850 Gouesnou.

Article 3 : Modalité de participation

Pour participer, le joueur doit renseigner sur un bulletin, ses civilités : nom, prénom, adresses électronique et postale, âge, téléphone portable, accepter le règlement et répondre à une question. Si ces conditions ne sont pas respectées, la participation n'est pas valable. Puis glisser le bulletin dûment rempli au sein d'une urne prévue à cet effet, sur le rayon.

Il est strictement interdit, sous peine de poursuites judiciaires, de détourner l'objet du Jeu.

Article 4 : Gratuité

Le jeu est gratuit et sans obligation d'achat.

Article 5 : Accès au règlement

Le présent règlement est consultable en ligne sur www.reseau-le-saint.com ainsi que sur le stand CHARNEL du magasin LECLERC GOUESNOU, les 12 et 13 juin 2026, de 8h à 19H au Centre E. Leclerc Gouesnou. Adresse : Porte de Gouesnou-29850 Gouesnou.

Article 6 : Sélection des gagnants, dotations, remise de ces dernières

Les 12 et 13 juin 2026, de 8h à 19H au Centre E. Leclerc Gouesnou, 10 dotations seront à gagner chaque jour.

Après avoir répondu à une question, les 10 gagnants du jour seront tirés au sort à 19h sur le stand CHARNEL du magasin LECLERC GOUESNOU. Adresse : Porte de Gouesnou-29850 Gouesnou.

Dotations

Il s'agit de dotations quotidiennes :

- Le 12 juin 2026 :
 - 1^{er} prix : 1 maillot officiel anniversaire SB29 (valeur 99€)
 - 2^{ème} prix : 1 maillot d'entraînement rose BBH (valeur 45€)
 - 3^{ème} prix : 1 corbeille de fruits (valeur 25€)
 - 4^{ème} prix : 1 écharpe rouge SB29 (valeur 12€)
 - 5^{ème} prix : 1 mug bi-ton BBH (valeur 8€)
 - 6^{ème} prix : 1 gourde BBH (valeur 5€)
 - 7^{ème}, 8^{ème}, 9^{ème} et 10^{ème} prix : 1 frisbee (valeur 5€)

- Le 13 juin 2026 :
 - 1^{er} prix : 1 maillot domicile officiel BBH (valeur 65€)
 - 2^{ème} prix : 1 veste de sortie bleu marine SB29 (valeur 70€)
 - 3^{ème} prix : 1 corbeille de fruits (valeur 25€)
 - 4^{ème} prix : 1 écharpe rouge SB29 (valeur 12€)
 - 5^{ème} prix : 1 mug bi-ton BBH (valeur 8€)

- 6^{ème} prix : 1 porte-clefs blason métal SB29 (valeur 5€)
- 7^{ème}, 8^{ème}, 9^{ème} et 10^{ème} prix : 1 frisbee (valeur 5€)

Les dotations seront à retirer sur place au stand CHARNEL, du magasin LECLERC GOUESNOU. Adresse : Porte de Gouesnou-29850 Gouesnou.

Du seul fait de l'acceptation de sa dotation, le gagnant autorise l'organisateur à utiliser ses noms et prénoms, sur le site Internet et la page Facebook de l'entreprise LE SAINT, sans que cette utilisation puisse ouvrir de droit et rémunération autres que la dotation gagnée.

Dotations non retirées :

Les dotations ne sont pas interchangeables contre un autre objet, ni contre une quelconque valeur monétaire et ne pourront pas donner lieu à un remboursement partiel ou total. Les participants sont informés que la vente ou l'échange de dotations sont strictement interdits.

L'organisateur ne peut être tenu pour responsable de tout incident/accident pouvant subvenir dans l'utilisation des dotations. Toutes les marques ou noms de produits cités sont des marques déposées de leurs propriétaires respectifs.

Les gagnants pourront retirer les lots SB29 et BBH et les frisbees avant le 30 juin 2026 à 19H. Les lots non retirés à l'issue de l'opération resteront la propriété de la société organisatrice et les gagnants seront déchus de tout droit sur les dits biens.

Article 7 : Dépôt du règlement

Le règlement du jeu est déposé à SED LEX, Martial LE ROY - Commissaire de Justice associé, 100 Rue Edmond Michelet, 29800 Landerneau

Le règlement pourra être consulté sur le site suivant : www.reseau-le-saint.com, ainsi que sur le stand CHARNEL du magasin LECLERC GOUESNOU, les 12 et 13 juin 2025, de 8h à 19H, Porte de Gouesnou, 29850 Gouesnou.

L'organisateur se réserve le droit de prolonger, écourter, modifier ou annuler le jeu à tout moment, notamment en cas de force majeure, sans qu'il puisse être prétendu à aucune indemnité par les participants. Le règlement modifié par avenant(s), sera déposé à SED LEX, Martial LE ROY - Commissaire de Justice associé, 100 Rue Edmond Michelet, 29800 Landerneau.

Article 8 : Donnée personnelles

Il est rappelé que pour participer au jeu, les joueurs doivent nécessairement fournir certaines informations personnelles les concernant (nom, prénom, adresses électronique et postale, âge...). Ces informations sont nécessaires à la prise en compte de leur participation, à la détermination des gagnants, à l'attribution et à la remise des prix.

En application de la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, les participants disposent des droits d'accès, de rectification et de suppression des données les concernant.

Article 9 : Litige

Le jeu est régi par la loi française.

Il ne sera répondu à aucune demande ou réclamation téléphonique concernant l'application ou l'interprétation du présent règlement.

Toute contestation ou réclamation relative au Jeu et ou tirage au sort devra être formulée par écrit à l'adresse de l'organisateur. Aucune contestation ne sera prise en compte huit jours après la clôture du Jeu.

En cas de désaccord persistant sur l'application ou l'interprétation du présent règlement, et à défaut d'accord amiable, tout litige sera soumis aux juridictions compétentes.