


Publicité illicite en faveur du tabac. Décoration de paquets de cigarettes
(Cass. crim., 3 mai 2006, pourvoi n° 05-85.089, Bull. crim., n° 118 ; AJ pénal 2006, p. 362, obs. C. Rondey )

Bernard Bouloc, Professeur à l'Université Panthéon-Sorbonne (Paris I), Directeur du Centre de recherches de droit des affaires de l'Université Panthéon-Sorbonne (Paris I)

Les dirigeants des sociétés fabriquant ou commercialisant des cigarettes ont été poursuivis pour avoir mis en vente, en série limitée et aléatoire, des paquets de cigarettes, décorés par un artiste sur le thème de l'Australie. Les images représentaient, certes un bar ou un bus, mais aussi des paquets de cigarettes ou des cendriers, à proximité de jeunes clients. Le Comité national contre le tabagisme a fait citer les dirigeants. Le tribunal avait relaxé, mais la Cour de Rennes est entrée en voie de condamnation. Les intéressés contestaient cette décision, car la loi ne prohibe pas la décoration des paquets de cigarette, la décoration est un mode d'expression de la liberté de création, et un décor ne peut constituer une publicité pour le produit.

La Haute juridiction devait rejeter le pourvoi. Elle précise que l'article L. 3511-3 du code de la santé publique prohibe toute publicité sauf les enseignes et les affichettes répondant à certaines caractéristiques. Aussi sont prohibées toutes formes de communication commerciale, quel qu'en soit le support, ayant pour but de promouvoir le tabac. Dans le cas présent, les décorations associant le tabac à la jeunesse et aux voyages, suscitaient le désir d'acquérir des cigarettes. Elle indique que la prohibition n'est pas contraire aux dispositions de la directive 2001/37/CE sur le rapprochement des législations, pas plus qu'elle n'est contraire à la Conv. EDH, l'expression commerciale pouvant être limitée par des motifs tenant à la protection de la santé publique.

En ce qui concerne l'action civile, les cigarettiers contestaient l'allocation d'une somme calculée d'après les paquets vendus, et même l'octroi d'une indemnité, en l'absence de toute indication sur le dommage effectivement subi par le centre. Là, encore, la Cour de cassation a rejeté le moyen car les juges avaient usé de leur pouvoir d'appréciation, dans l'évaluation du préjudice résultant de l'atteinte portée aux intérêts de l'association.

Mots clés :

PUBLICITE COMMERCIALE * Publicité interdite * Tabac * Décoration de paquets de cigarettes