

**COUR DE CASSATION, CHAMBRE CRIMINELLE, 15 DECEMBRE 2015, N° DE POURVOI 14-87439 CNCT
C/ SOCIETES DANNEMANN ET LOGISTA**

MOTS CLEFS : santé publique – publicité illicite – tabagisme – information – CNCT

Si dès 1950, les effets cancérigènes du tabac ont été découverts, il a fallu attendre la loi « Veil » du 9 juillet 1976 pour qu'en France, intervienne le premier texte comportant des dispositions sur la lutte contre le tabagisme. Cette loi règlemente déjà la publicité et impose la mention « abus dangereux » sur les paquets de cigarettes. La loi « Evin » du 10 janvier 1991 vient renforcer le dispositif législatif en interdisant notamment toute publicité directe ou indirecte en faveur du tabac et des produits dérivés. La lutte contre le tabagisme est une des priorités en matière de santé publique et passe en partie par la réglementation de la publicité, notamment sur les paquets. Depuis une directive européenne de 2001¹, on peut lire sur ces derniers des mises en garde sanitaires comme « Fumer tue ». Depuis 2011 les paquets comportent également des photos « chocs » ayant pour but de dissuader le consommateur. Le 15 décembre 2015, les juges de la Cour de cassation ont du se prononcer sur la nature de mentions figurant sur des paquets de cigarillos. Sont-elles informatives ou de nature publicitaire ?

FAITS : De décembre 2009 à décembre 2010, la société Dannemann Cigarrenfabrik et la société Altadis distribution France, devenue la société Logista, ont fabriqué et distribué sur le territoire français des paquets de cigarillos « Moods » comportant la mention « éco-emballage » ainsi que l'adresse électronique de la société sur l'extérieur du paquet. Apparaissaient également à l'intérieur du paquet mentions concernant la création de la société, l'origine et le mode de sélection des tabacs, le lieu de fabrication des cigarillos et la méthode de fabrication.

PROCEDURE : Le comité national contre le tabagisme (CNCT) forme un recours devant le tribunal correctionnel contre les sociétés Dannemann Cigarrenfabrik et Logista France pour publicité illicite en faveur du tabac. Le 28 octobre 2014 la Cour d'appel de Paris déboute le CNCT de ses demandes après relaxe partielle des sociétés du chef de publicité illicite en faveur du tabac. Le CNCT forme alors un pourvoi en cassation.

PROBLEME DE DROIT : Les mentions figurant à l'intérieur et à l'extérieur des paquets de tabac « Moods » constituent-elles une publicité en faveur du tabac ?

SOLUTION : Le 15 décembre 2015, les juges de la Cour de cassation, réunis en chambre criminelle, ont cassé et annulé l'arrêt de la Cour d'appel de Paris rendu le 28 octobre 2014 sur le fondement de l'article L.3511-3 du Code de la santé publique. Conformément aux dispositions prévues par cet article, la propagande, la publicité ou toute forme de communication commerciale directe ou indirecte en faveur du tabac sont interdites. Ainsi, « les mentions figurant sur les paquets de tabac qui associent le tabac à une conscience écologique, à une société ancienne utilisant des produits sélectionnés selon une certaine méthode de fabrication, et s'engageant à apporter au consommateur une entière satisfaction par un service après-vente constituent une publicité en faveur du tabac ». La Cour d'appel a donc méconnu le sens de l'article du code de la santé publique.

¹ Directive 2001/37/CE du 5 juin 2001



NOTE :

Il résulte de l'application des dispositions de l'article L. 3511-3 du Code de la santé publique, que sont interdites sous peine de sanctions pénales, la propagande ou la publicité directe ou indirecte en faveur du tabac, des produits du tabac mais également toute forme de communication commerciale, quel qu'en soit le support, ayant pour but ou pour effet de promouvoir directement indirectement le tabac ou un produit du tabac.

La protection du consommateur au détriment de l'information ou de la publicité

La société Danneman fait valoir que les écritures inscrites sur ses paquets de cigarillos ont un caractère purement informatif. Or la Cour de cassation a pour objectif la protection du consommateur au détriment de l'information, ou encore de la publicité ou du droit des marques. Lorsque la société fait valoir que la mention « éco emballage », figurant au dos des paquets, est uniquement due à son adhésion à un éco-organisme en charge de la gestion des déchets, la Cour répond que la société ne peut pas utiliser cet argument puisque l'adhésion à cet organisme n'oblige pas à faire apparaître « éco-emballage » sur le paquet. C'est donc bien une volonté du distributeur d'inscrire cette mention susceptible de procurer une conscience écologique aux consommateurs. Cette mention constitue bien un message publicitaire indirect en faveur du tabac en jouant sur la conscience des consommateurs. Il en est de même pour la mention de l'adresse électronique ou des mentions relatant les débuts de la société Danneman au Brésil. En effet ces mentions ne peuvent être considérées comme étant seulement informatives. En vantant les qualités de la société distributrice ou du service après vente, ces mentions constituent clairement un message publicitaire en faveur du tabac.

Une solution en accord avec la politique actuelle en matière de santé

Cette décision ne déroge pas à la jurisprudence constante de la Cour de cassation. Déjà, dans un arrêt rendu par la Cour en date du 3 mai 2006², les décorations de paquets de cigarettes, qui associent le tabac à la jeunesse, aux voyages et aux loisirs et qui encouragent la consommation d'une marque déterminée, ont été considérées comme étant une forme de communication commerciale et sont prohibées d'après l'article L. 3511-3 du Code de la santé publique. Plus récemment, dans un arrêt du 21 janvier 2014³, la Cour de cassation a cassé et annulé un arrêt rendu par la Cour d'appel Paris dans lequel elle avait relaxé une société distributrice de paquets de tabac à rouler comportant les mentions « une expérience inoubliable », et « philosophie de se détendre entre amis et passer du bon temps ».

Une solution radicale a donc été envisagée : le paquet neutre. Ce système a été introduit en Australie en 2012. C'est un paquet qui ne comporte ni le logo ni les couleurs de la marque mais juste le nom de celle-ci écrite de la même façon pour toutes les marques de cigarettes. Le 21 décembre 2015, 60 députés et 60 sénateurs ont saisi le Conseil Constitutionnel dans le cadre du contrôle a priori de la constitutionnalité des lois concernant certaines mesures, dont le paquet neutre, contenues dans la loi Santé de Marisol Touraine adoptée à l'Assemblée nationale. Le 21 janvier 2016, le Conseil a validé le paquet neutre⁴. Il n'y a donc plus d'obstacles formels à la mise en œuvre de cette mesure dans les mois à venir. Cette décision apparaît protectrice pour les consommateurs mais n'en reste pas moins contraignante notamment pour les buralistes et constitue une entrave au droit des marques.

Fiona CHAULET

Master 2 Droit des médias et des télécommunications
AIX-MARSEILLE UNIVERSITE, LID2MS-IREDIC 2016

² Cass. Crim., 3 mai 2006 n° 05-85.089

³ Cass. Crim., 21 janvier 2014 n° 12-87.689

⁴ Décision n°2015-727 DC du 21 janvier 2016



ARRET :

Cass. Crim., 15 décembre 2015, n° 14-87.439, CNCT c/ Sctés Dannemann et Logista

Statuant sur le pourvoi formé par :

- Le Comité national contre le tabagisme, partie civile,

contre l'arrêt de la cour d'appel de PARIS, chambre 4-11, en date du 28 octobre 2014, qui l'a débouté de ses demandes après relaxe partielle des sociétés Dannemann Cigarrenfabrik et Logista France du chef de publicité illicite en faveur du tabac ;

[...]

Vu l'article L. 3511-3 du code de la santé publique ;

Attendu que sont prohibées toutes formes de communication commerciale, quel qu'en soit le support, ayant pour but ou pour effet de promouvoir directement ou indirectement le tabac ou un produit du tabac ;

Attendu qu'il résulte de l'arrêt attaqué et des pièces de procédure que le Comité national contre le tabagisme, partie civile, a fait directement citer devant le tribunal correctionnel la société allemande Dannemann Cigarrenfabrik et la société Altadis distribution France, devenue la société Logista France, pour les voir déclarer coupables du délit de publicité illicite en faveur du tabac commis à l'occasion de la fabrication et de la distribution sur le territoire français, de décembre 2009 à décembre 2010, de paquets de cigarillos "Moods" comportant des mentions considérées par lui comme laudatives et figurant à l'extérieur et à l'intérieur des paquets ;

Attendu que, pour infirmer partiellement le

jugement et renvoyer les prévenues des fins de la poursuite pour les faits relatifs à la fabrication et la distribution de paquets de tabac faisant l'objet de nouveaux conditionnements, l'arrêt relève que la mention "éco-emballage "et celle de l'adresse électronique de la société figurant à l'extérieur des paquets de tabac, qui, respectivement, porte sur l'emballage lui-même, sans lien avec les qualités du produit, ou constitue l'indication d'un service après vente du fabricant, n'ont pas pour objet ou pour effet de promouvoir un produit du tabac ; que les juges ajoutent que les mentions figurant à l'intérieur des paquets, qui concernent la création de la société, l'origine et le mode de sélection des tabacs, le lieu de fabrication des cigarillos et la méthode de fabrication, sont purement informatives, sans association de formules laudatives susceptibles de mettre en avant le produit ou de valoriser l'action de fumer ;

Mais attendu qu'en prononçant ainsi, alors que les mentions figurant sur les paquets de tabac qui associent le tabac à une conscience écologique, à une société ancienne utilisant des produits sélectionnés selon une certaine méthode de fabrication, et s'engageant à apporter au consommateur une entière satisfaction par un service après-vente constituent une publicité en faveur du tabac, la cour d'appel a méconnu le sens et la portée du texte susvisé ;

Par ces motifs :

CASSE et ANNULE, l'arrêt susvisé de la cour d'appel de Paris, en date du 28 octobre 2014, mais en ses seules dispositions ayant débouté le CNCT de ses demandes, toutes autres dispositions étant expressément maintenues ;

[...]

