



## Décision de justice : plus de publicité sur les paquets !

Rubrique : actualités - Date : vendredi 3 octobre 2008

---

UNE DECISION DE JUSTICE HISTORIQUE RECONNAIT L'INTERDICTION DE LA PUBLICITE EN FAVEUR DES PRODUITS DU TABAC COMME « UNE MESURE NECESSAIRE A LA PROTECTION DE LA SANTE », AU SERVICE D'UN « INTERET GENERAL LEGITIME »

« Parfum délicat, sensation subtile, saveur raffinée » « Subtle scent, delicate touch, exquisite taste »

VOGUE

« Surprend vos sens, étonnante elle laisse échapper un parfum délicat »

VOGUE AROME

« Découvrez(&) une sensation nouvelle aux accents épicés et intenses »

FORTUNA INTENSO

Au bout de près de deux ans de procédure, la Cour d'appel de Paris vient de confirmer définitivement que ces inscriptions sur les paquets de Vogue, Vogue Arôme (British American Tobacco) et Fortuna Intenso (Altadis) distribués en France par la Seita, constituent bien des infractions manifestes à l'interdiction de publicité et de promotion en faveur des produits du tabac.

Une première ordonnance de référé rendue par le Tribunal de Grande Instance de Paris le 15 novembre 2006 avait, sur ce même motif, interdit à la Seita de poursuivre l'importation et la distribution des dits paquets.

Infirmée en appel en novembre 2007, l'affaire a été renvoyée, suite à une décision de la Cour Suprême en janvier 2008, devant la Cour d'Appel de Paris qui vient de rendre cette décision historique.

La Cour d'Appel condamne définitivement la nature publicitaire des inscriptions apposées sur les paquets de cigarettes (y compris en langue anglaise) et elle reconnaît la capacité du juge des référés à se prononcer sur le caractère manifestement illicite des paquets contenant de telles mentions commerciales.

Par cette décision historique, la justice française affirme également avec force que la stricte application de l'interdiction de la publicité et de la promotion en faveur des produits du tabac est une « mesure nécessaire à la protection de la santé qui constitue un intérêt général légitime et qu'eu égard à l'impact de la publicité sur la consommation du tabac, les restrictions ainsi apportées à la liberté d'expression et au droit de propriété des marques sont proportionnées à l'objectif poursuivi ».

source communiqué CNCT