



21 avril 2021

Publicité pour le tabac : les fabricants condamnés en appel. La généralisation du paquet neutre devient une nécessité

La Cour d'Appel de Paris confirme la décision du Tribunal de Grande Instance de Paris, rendue en juin 2018. Les sociétés J. CORTES CIGARS, J. CORTES France et LOGISTA se sont livrées à des infractions caractérisées, en contournant l'interdiction de toute forme de publicité en faveur des produits du tabac. Le Professeur Yves Martinet, président du CNCT, se félicite de cette victoire de la santé publique, et appelle les pouvoirs publics à généraliser le paquet neutre à l'ensemble des produits du tabac.

Un non-respect délibéré de l'interdiction de publicité

En fabriquant des paquets de cigarillos de la marque COSY (NEOS) comportant notamment une vignette publicitaire, les sociétés J. CORTES CIGARS, J. CORTES France et LOGISTA ont commis des infractions caractérisées (en état de récidive légale pour LOGISTA pour avoir été condamnée à plusieurs reprises pour des infractions similaires) aux dispositions de l'article L 3512-4 du Code de la santé publique.

Toute forme de publicité directe ou indirecte en faveur du tabac est strictement prohibée en France, et cette interdiction s'applique aux inscriptions publicitaires figurant sur ou à l'intérieur des emballages des produits du tabac. Tel est le cas en particulier des vignettes publicitaires introduites par un fabricant à l'intérieur de ses emballages.

Aussi bien le fabricant que le distributeur sont coupables de publicité illicite en faveur du tabac lorsque l'on trouve des inscriptions à caractère publicitaire sur des vignettes figurant à l'intérieur des paquets qu'ils fabriquent ou distribuent sur le territoire français. C'est ce que vient de rappeler la Cour d'appel de Paris, confirmant le premier jugement.

La société J. CORTES CIGARS est une société de droit belge qui fabrique des cigarettes et des cigarillos sous diverses appellations. Elle produit à destination du marché français les cigarillos de la marque COSY, objets de la présente affaire, pour lesquels le CNCT avait noté

l'existence d'une vignette comportant l'inscription suivante :

« Cher consommateur, Prochainement votre étui de Neos Cosy se modernisera avec un léger changement de design. Votre cigarillo conservera la même composition et le même goût pour toujours vous satisfaire. Vous remerciant de votre fidélité à la marque Neos ».

Ce texte constituait à l'évidence un mode de communication commerciale en faveur du tabac, et ne pouvait en aucun cas relever de l'information du consommateur. Cette vignette comportait également une photographie du paquet de cigarillos COSY ainsi que du cigarillo figurant à l'intérieur du paquet, et d'autres inscriptions publicitaires figurant sur l'emballage visant à conférer à ces cigarillos un caractère exotique aux yeux des consommateurs français.

Le CNCT conforté par la décision de la Cour d'Appel de Paris

La décision de la Cour d'appel de Paris (Ch. 11 Pôle 4, 16 avril 2021) donne ainsi raison au CNCT, puisqu'elle confirme la décision des juges de première instance.

« En justifiant le "changement de design" de l'étui de Neos Cosy (..), le manufacturier entendait manifestement rendre son produit plus attractif auprès de la clientèle, ne serait-ce que pour freiner la baisse des ventes.

L'annonce d'une évolution de l'emballage ainsi faite, (..) J. Cortès Cigars inscrivait d'évidence cette prétendue démarche purement informative dans une action s'avérant en réalité promotionnelle. Elle tendait, en effet, à concilier la fidélisation de la clientèle ancienne, en la rassurant sur la pérennité d'un produit dont les propriétés restaient inchangées, et la recherche de nouveaux usagers, en les attirant par une modification de l'apparence extérieure du paquet.

En définitive, le message de la vignette, en ce qu'il incite à rester fidèle à la consommation des cigarillos Neos Cosy, méconnaît les dispositions légales (..) qui interdisent toute forme de communication commerciale, quel qu'en soit le support, qui a pour but ou pour effet de promouvoir la consommation de tabac. A cet égard, peu importe que la publicité illicite figure sur une vignette se trouvant à l'intérieur du paquet, dès lors que son contenu contrevient à la loi ».

(Extraits, jugement du 13 juin 2018, TGI Paris 31ème Ch. 2).

Généraliser le paquet neutre

Le Professeur Martinet président du CNCT se félicite de cette « victoire supplémentaire de la santé publique face aux contournements récurrents des industriels du tabac ». Une fois de plus, **les compagnies de tabac montrent leur volonté d'exploiter toutes les voies, légales comme extra-légales, pour attirer de nouveaux consommateurs dans cette épidémie industrielle.** Alors que le tabagisme est le responsable direct de la mort de 75 000 personnes par an en France de manière prématurée, les fabricants de tabac continuent de

considérer le paquet comme un écrin publicitaire, destiné à en valoriser et en esthétiser la consommation. Cette décision de justice montre enfin que, contrairement aux discours officiels tenus par les fabricants de tabac, les intérêts de ceux-ci sont fondamentalement incompatibles avec les impératifs de la santé publique.

Face à ce constat, **le CNCT appelle les pouvoirs publics à la généralisation du paquet neutre sur l'ensemble des produits du tabac** (cigarillos, tabac chauffé, cigares, tabac à chicha, etc).

Contacts presse

François TOPART / Amélie ESCHENBRENNER - cnct@cnct.fr - 01 55 78 85 10

A propos du CNCT :

Le Comité National Contre le Tabagisme est la première association qui s'engage et agit pour la prévention et la protection des personnes face aux méfaits du tabac et aux pratiques de son industrie. En France, le tabagisme reste la première cause de mortalité prématurée et évitable. Pour lutter contre ce fléau, le CNCT mène à la fois des actions de prévention afin de sensibiliser sur ces dangers et des actions de plaidoyer pour faire adopter des mesures de protection efficaces.