

**Philip Morris condamné à 900 000€ d'amende pour
publicité en faveur de l'IQOS**

Paris, le 9 juillet 2024 – Le 27 juin dernier, la Cour d'Appel de Paris a confirmé la condamnation au fond des sociétés Philip Morris France (PMF) et Philip Morris Products (PMP) pour propagande et publicité illicite en faveur du tabac pour son dispositif de tabac chauffé, l'IQOS. Philip Morris France en récidive a été condamné à 500 000 Euros d'amende et Philip Morris Product à 400 000 Euros.

Philip Morris France commercialise son dispositif de tabac chauffé IQOS depuis 2017 en France. Il déploie une stratégie marketing offensive autour de ce produit aussi bien sur Internet que dans les bureaux de tabac alors même que la publicité en faveur du tabac, quel que soit le support, est strictement interdite. Depuis le lancement du produit, le Comité national contre le tabagisme continue de saisir de nombreux éléments publicitaires illicites.

La publicité pour IQOS : un univers qui rappelle le tabac

La Cour d'appel de Paris confirme ainsi la décision du Tribunal judiciaire de Paris du 3 décembre 2021 qui clarifiait le statut d'IQOS, précisant que si le dispositif électronique n'est pas un produit du tabac en tant que tel, il ne peut s'utiliser sans les recharges de tabac HEETS. Par conséquent, il rentre bien dans le champ de la réglementation des produits du tabac, et ne doit, en aucun cas, faire l'objet d'une quelconque promotion et ce, quel que soit le support utilisé.

Dans sa décision, la Cour d'Appel rappelle que le site internet iqos.com/fr –qui vend le dispositif électronique- rappelle constamment le tabac : « Le produit est présenté comme une alternative à la cigarette pour les fumeurs souhaitant poursuivre leur consommation de tabac, en ce qu'il chauffe le tabac au lieu de le brûler ».

Les marques et logos IQOS apposés dans les lieux de vente renvoient « au kit IQOS et par conséquent, au tabac qu'il permet de consommer, d'autant que ces marques et logos sont apposés précisément sur des tabacs ».

Dès lors, « le site, comme les affichettes ou encore le rendez-vous tendent à faire la publicité du produit IQOS en créant un site dédié au produit, en diffusant ainsi largement ses avantages par rapport à la cigarette, en identifiant clairement ses points de vente et en accompagnant les usagers dans leur découverte du produit. ».

Une stratégie délibérée qui va à l'encontre de la législation en vigueur

Les juges ont qualifié la publicité illicite effectuée par les sociétés PMF et PMP comme une « stratégie commerciale tendant à contourner l'interdiction de la publicité du tabac en axant la communication sur le produit IQOS permettant de le consommer et non sur les recharges de tabac HEETS, elles-mêmes. L'ensemble de ces communications relatives au produit IQOS qui renvoient immanquablement au tabac que ce produit permet de consommer constitue, par conséquent, une publicité indirecte illicite du tabac, au sens de l'article L.3512-5 du CSP ».

Ils ajoutent que cette campagne publicitaire, qui s'est étendue pendant deux ans et deux mois a été menée « en pleine connaissance de cause par des sociétés parfaitement conseillées et au fait de la législation en vigueur » et « qu'elle a eu un impact certain sur la consommation de tabac au vu de l'évolution de la part présentée par le produit IQOS dans les ventes du groupe, soit 18,7 % en 2021 et 32,1% en 2022 » (Ici : ventes au

niveau mondial).

Une décision susceptible de faire jurisprudence et de contrer la stratégie mondiale de Philip Morris

En prenant en considération l'évolution des ventes de l'IQOS à l'échelle mondiale, la Cour d'Appel de Paris entend que la stratégie marketing développée en France découle d'une stratégie mondiale ayant des répercussions sur la consommation et la santé publique. En effet, depuis 2014, le fabricant communique activement sur sa volonté de parvenir à un « monde sans fumée » à l'aide de ses « produits sans combustion » à l'instar du tabac chauffé et dans une moindre mesure des cigarettes électroniques. Dans un contexte de baisse mondiale de la consommation de cigarettes, l'objectif réel de Philip Morris est de capter de nouveaux consommateurs et de maintenir les fumeurs actuels dans leur addiction.

Le CNCT se félicite de l'importance de cette décision, jalon dans la construction d'une jurisprudence solide et protectrice à l'échelon national et international de la santé publique. En rappelant que le dispositif de l'IQOS est indissociable à un produit du tabac, cette décision est susceptible de constituer une jurisprudence pour d'autres pays où le dispositif IQOS est activement promu et mine les objectifs de réduction du tabagisme.

L'association salue également les sanctions répressives décidées par la Cour d'Appel à l'encontre du fabricant Philip Morris, condamné à plusieurs reprises pour publicité illicite en faveur du tabac et ce, « en pleine connaissance de cause ».

[Lire le communiqué en ligne](#)

La décision sera disponible ultérieurement

Contact presse

Amélie ESCHENBRENNER - communication@cnct.fr - 06.72.60.96.63

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.



**Comité National Contre le
Tabagisme**

13, rue d'Uzès - 75002 PARIS -
cnct@cnct.fr

Tél : + 33 (0) 1 55 78 85 10



This e-mail has been sent to b.cornec@aucoeurdesvilles.fr, click here to unsubscribe.

13 rue d'Uzès 75002 PARIS FR