

COUR DE CASSATION
Chambre criminelle
Audience publique du 15 mai 2012

Pourvoi n° 11-83686
Président : M. LOUVEL

LA COUR DE CASSATION, CHAMBRE CRIMINELLE, a rendu l'arrêt suivant :

Statuant sur le pourvoi formé par l'Association nationale de prévention en alcoologie et Addictologie, partie civile, contre l'arrêt de la cour d'appel d'ORLÉANS, chambre correctionnelle, en date du 5 avril 2011, qui, sur renvoi après cassation (crim, 26 janvier 2010, n° 08-88134), dans la procédure suivie contre MM. Alain X... et Gérard Y... du chef de publicité illicite en faveur d'une boisson alcoolique, a prononcé sur les intérêts civils ;

La COUR, statuant après débats en l'audience publique du 2 mai 2012 où étaient présents : M. Louvel président, M. Roth conseiller rapporteur, MM. Arnould, Le Corroller, Nunez, Mme Radenne, MM. Pers, Fossier, Mme Mirguet conseillers de la chambre, Mme Harel-Dutirou conseiller référendaire ;

Avocat général : M. Finielz ;

Greffier de chambre : Mme Randouin ;

Sur le rapport de M. le conseiller référendaire ROTH, les observations de la société civile professionnelle ODENT et POULET, de la société civile professionnelle GATINEAU et FATTACCINI et de la société civile professionnelle BOUTET, avocats en la Cour, et les conclusions de M. l'avocat général FINIELZ ;

Vu les mémoires produits en demande et en défense ;

Sur le moyen unique de cassation, pris de la violation des articles L. 3323-4 du code de la santé publique, 591, 593, 619 du code de procédure pénale, défaut de motifs, manque de base légale ;

"en ce que l'arrêt attaqué a confirmé le jugement entrepris, déclarant non constitué le délit de publicité illicite en faveur d'une boisson alcoolique et a débouté l'ANPAA de l'ensemble de ses demandes ;

"aux motifs que le Conseil constitutionnel a rappelé dans sa décision du 8 janvier 1991 que : "le législateur qui a entendu prévenir une consommation excessive d'alcool, s'est borné à limiter la publicité en ce domaine, sans la prohiber de façon générale et absolue" ; que, d'une part, les débats parlementaires ayant abouti à la loi montrent qu'il avait été admis que le fond sur lequel se distinguait le message publicitaire n'avait pas à être "neutre" en sorte qu'il est parfaitement exact que la publicité en faveur de l'alcool laisse la place à la "création" publicitaire et que le recours, sur une affiche, à un fond attrayant n'est pas en soi illicite ; qu'ainsi, le seul fait que M. Z... qui a acquis une grande notoriété comme illustrateur de la bande dessinée "Blake et Mortimer" soit l'auteur des publicités incriminées ne permet pas de créer un lien automatique entre l'attraction qu'exercent ses bandes dessinées sur un certain public et les publicités en cause ; que sont en cause trois affiches surmontées, en lettres

capitales jaunes et blanches sur fond noir, de l'inscription : "Jameson l'Irlandais" présentant en diverses situations un personnage central, qui est un homme à la chevelure rousse, en habit d'époque du 18ème siècle, en redingote, pantalon blanc, bottes noires à bordure marron, que l'on devine être Jameson ; que ces trois affiches comportent, en partie droite, l'image dessinée d'une bouteille Jameson "Irish Whiskey" et en bas l'avertissement légal "l'abus d'alcool est dangereux" ; que la première affiche représente un quai de port balayé par la pluie, sous un ciel nuageux, Jameson, chapeau haut de forme à la main, regarde s'éloigner un navire dont la voile est déployée tandis qu'à côté de lui se trouvent des barriques en bois, sur lesquelles est lisible le mot "Dublin" ; que la seconde affiche représente une rue de nuit avec des entrées d'immeubles éclairées de l'intérieur ; qu'une inscription en langue anglaise est visible sur une façade sombre ; que l'autre façade d'immeuble est en briques rouges avec une large fenêtre éclairée en étage à travers laquelle on voit deux hommes de dos devant ce qui semble être un grand alambic ; que le personnage Jameson tient avec sa main droite un verre qu'il lève à hauteur de tête afin d'examiner l'alcool de couleur ambre qu'il contient et le second personnage, debout immobile à sa gauche, porte une redingote verte ; qu'au-dessous de la fenêtre est particulièrement visible sur la façade en brique le mot "distillerie" ; que la troisième affiche montre l'intérieur sombre d'une cave où sont entreposés des fias sur chacun desquels on peut lire l'inscription "John Jameson" suivi de l'indication "1780" ; que deux hommes en habit d'époque se faisant face sont séparés par un tonneau posé sur le sol ; que le personnage figurant Jameson tient une lanterne éclairée par une chandelle ; que le second personnage en redingote violette et pantalon marron lève, pour l'examiner à la lueur de sa chandelle, un ustensile genre pipette plein d'un liquide ambré que l'on comprend avoir été tiré du tonneau ; que ces images, qui contiennent, certes, une part de fiction, puisqu'elles n'ont pas été faites à l'époque où elles sont situées et qu'elles sortent de l'imagination de leur créateur, ne comportent cependant pas d'éléments illicites ; qu'en particulier et malgré leur dessin esthétiquement réussi et leurs couleurs agréables, elles ne contiennent ni évocation d'ambiance incitant à la consommation, ni exaltation de qualités ou de vertus ; qu'elles ne font pas appel au sentiment de bonheur ni ne jouent sur le registre de la convivialité ; qu'elles évoquent seulement le monde artisanal dans lequel est né le produit et les soins qui ont été portés à sa fabrication, dès sa création, tous éléments se rapportant à l'origine et au mode d'élaboration du produit visés par la loi ; que plus spécifiquement, la première image est celle du port de Dublin et, hormis le personnage de Jameson qui reste d'ailleurs à quai et dont la posture suggère qu'il assiste à l'expédition du whisky par bateau, il n'existe aucun autre personnage accréditant l'idée de voyage ou d'aventures lointaines ; qu'en revanche, il existe sur le quai des tonneaux semblables à ceux qui sont entreposés dans la cave figurant sur l'une de ces autres affiches, ce qui appuie l'idée d'un commerce de whisky en rapport avec le port de Dublin, ville d'Irlande qui est emblématique du lieu de production du Jameson ; que dès lors, le dessin de cette affiche est seulement destiné à authentifier le produit ainsi que la mention "Irish Whiskey" figurant sur la bouteille à droite ; que ceci constitue une référence relative à l'origine ou au terroir de production, permise par l'article L. 3323-4 du code de la santé publique, modifié par la loi n° 2005-157 du 28 février 2005 ; que la seconde affiche montre des bâtiments pouvant être de style irlandais couverts d'inscriptions en langue anglaise ; que les deux personnages examinent le produit qui sort de l'alambic ; que la grande fenêtre éclairée invite au regard qui est immédiatement capté par le verre que lève Jameson et dans lequel se trouve le liquide ambré ; que comme précédemment, ce dessin constitue une référence licite à l'origine et au terroir de production, mais aussi au mode d'élaboration du produit et à sa couleur ; que la troisième affiche délivre un message comparable à la précédente ; que les dates figurant sur les faits en cave et leur mode de stockage attestent d'un processus de vieillissement du produit ; que cette affiche présente donc la phase de contrôle de la maturation du produit, dans sa réalité objective ; qu'elle délivre donc au consommateur

une information licite sur le mode d'élaboration du produit ; que dans ces conditions, c'est à juste titre que le tribunal a statué ainsi qu'il l'a fait ;

"alors qu'aux termes de l'article L. 3323-4 du code de la santé publique, la publicité autorisée pour les boissons alcooliques est limitée à l'indication du degré volumique d'alcool, de l'origine, de la dénomination, de la composition du produit, du nom et de l'adresse du fabricant, des agents et dépositaires ainsi que du mode d'élaboration, des modalités de vente et du mode de consommation du produit ; qu'il résulte de l'arrêt attaqué et des pièces de procédure que, en décembre 2002, un huissier de justice, mandaté par l'ANPAA, a constaté l'apposition, sur des panneaux publicitaires installés à l'entrée de plusieurs stations du métro parisien, d'une série de trois affiches, créées par l'auteur de la célèbre bande dessinée "Blake et Mortimer", représentant des hommes vêtus comme au 18ème siècle, l'un face à la mer, sur le quai d'un port où sont entreposés des tonneaux marqués "Dublin", deux, dans une distillerie, occupés à mirer le contenu d'un verre, et encore deux, dans une cave, parmi des fûts marqués "John Jameson 1780" ; que chaque affiche montrait une bouteille habillée de l'étiquette de la marque Jameson, au-dessus de laquelle était inscrit, en lettres grande taille "Jameson l'Irlandais" ; que, par arrêt du 19 décembre 2006, la Cour de cassation a cassé l'arrêt de la cour d'appel de Paris qui avait déclaré non constitué le délit de publicité illicite en faveur d'une boisson alcoolique, alors qu'il résultait de cet arrêt que « le décor des affiches publicitaires constituait une mise en scène destinée à valoriser le whisky de marque Jameson, en associant des éléments de nature à lui donner une image séduisante liée à l'Irlande et ses traditions, associée au thème du voyage et à l'ancienneté de ses méthodes de fabrication, éléments étrangers à la stricte indication de l'origine du produit, de sa composition et de son mode d'élaboration » ; que, par arrêt du 31 octobre 2008, la cour d'appel de Versailles, statuant comme juridiction de renvoi, s'est bornée à affirmer que les trois affiches publicitaires s'inscrivaient dans un graphisme communément utilisé par les professionnels de la publicité qui n'était pas interdit pour la publicité des produits alcooliques, et étaient conformes aux prescriptions légales, sans que puisse être constatée une mise en scène de nature à provoquer chez le consommateur une séduction telle qu'elle pourrait entraîner une consommation excessive d'alcool ; que, par arrêt du 26 janvier 2010, la Cour de cassation a cassé cette décision et renvoyé l'affaire devant la cour d'appel d'Orléans, aux motifs « qu'en statuant ainsi, sans rechercher si la publicité incriminée ne dépassait pas les limites des indications prévues par l'article L. 3323-4 du code de la santé publique, en dépit de la modification de ce texte par la loi du 23 février 2005, sur les effets de laquelle elle ne s'est pas expliquée, la cour d'appel n'a pas justifié sa décision » ; que, pour confirmer le jugement entrepris et débouter l'ANPAA de ses demandes, la cour d'appel d'Orléans énonce que, si ces images contiennent une part de fiction, elles ne comportent cependant pas d'éléments illicites ; que si elles sortent de l'imagination du dessinateur de la bande dessinée « Blake et Mortimer », ayant acquis une grande notoriété, cela ne permettait pas de « créer un lien automatique entre l'attrance qu'exercent ses bandes dessinées sur un certain public et les publicités en cause... honnis le personnage de Jameson qui reste d'ailleurs à quai et dont la posture suggère qu'il assiste à l'expédition du whisky par bateau, il n'existe aucun autre personnage accréditant l'idée de voyage ou d'aventures lointaines » ; que ces images sont destinées à authentifier le produit et constituent des références permises par la loi, relatives à l'origine ou au terroir de production, au mode d'élaboration du produit, à sa couleur ; qu'en statuant ainsi, sans rechercher si ces publicités ne visaient pas en réalité, dans la présente espèce, à reconstituer l'univers d'une bande dessinée prestigieuse et à valoriser le produit associé au prestige du personnage représenté, à des qualités de rêve et d'évasion, d'aventure procurées par sa consommation, dépassant ainsi les limites des indications prévues par l'article L. 3323-4 du code de la santé publique, la cour d'appel a privé sa décision de base légale et a refusé de se

soumettre à l'autorité de la Cour de cassation" ;

Attendu que la société Ricard, annonceur, a mené en 2002 pour le whisky irlandais de marque Jameson, dont elle est le distributeur, une campagne publicitaire comportant des affiches apposées sur des panneaux exploités par la Régie publicitaire des transports parisiens Métrobus publicité ; qu'à raison du contenu de trois de ces affiches, l'Association nationale de prévention de l'alcoolisme, devenue depuis Association nationale de prévention en alcoologie et Addictologie a fait notamment citer directement devant le tribunal correctionnel, du chef de publicité illicite en faveur d'une boisson alcoolique, M. Gérard Y..., dirigeant de la société Métrobus publicité, et M. Alain X..., dirigeant de la société Ricard, ainsi que ces deux sociétés en qualité de civilement responsables ;

Attendu que, pour confirmer le jugement ayant relaxé les prévenus et débouter la partie civile de ses demandes, l'arrêt attaqué retient, par motifs propres et adoptés, que la publicité pour les boissons alcooliques, telle que réglementée par l'article L. 3323-4 du code de la santé publique, modifiée par la loi n 2005-157 du 23 février 2005, n'interdit pas le recours, sur une affiche, à un fond attrayant ; que les trois affiches litigieuses surmontées, en lettres capitales jaunes et blanches sur fond noir, de l'inscription "Jameson l'Irlandais", si elles comportent une part de fiction, ne contiennent cependant pas d'éléments illicites ; que le fait que l'illustrateur de la bande dessinée Blake et Mortimer en soit l'auteur ne permet pas de créer un lien automatique entre elles et l'attraction de ses bandes dessinées sur un certain public, ni qu'il s'agisse d'une bande dessinée destinée à séduire de jeunes adultes ; que les affiches ne contiennent ni évocation d'ambiance incitant à la consommation ni exaltation de qualités ou de vertus ; qu'elles ne font pas appel au sentiment de bonheur ni ne jouent sur le registre de la convivialité ; qu'elles évoquent seulement le monde artisanal dans lequel est né le produit et les soins qui ont été apportés à sa fabrication, dès sa création, tous éléments se rapportant à l'origine et au mode d'élaboration du produit visés par la loi ; que la première affiche ne comporte pas d'élément accréditant l'idée de voyage ou d'aventures lointaines, mais des références à l'origine ou au terroir de production du produit ; que la deuxième affiche constitue une référence licite à l'origine et au terroir de production, mais aussi au mode d'élaboration du produit et à sa couleur ; que la troisième présente la phase de contrôle de la maturation du produit dans sa réalité objective ;

Attendu qu'en se déterminant ainsi, la cour d'appel, qui a répondu sans insuffisance ni contradiction aux articulations essentielles des mémoires dont elle était saisie, a justifié sa décision ;

D'où il suit que le moyen ne saurait, dès lors, être accueilli ;

Et attendu que l'arrêt est régulier en la forme ;

REJETTE le pourvoi ;

DÉCLARE IRRECEVABLE la demande au titre de l'article 618-1 du code de procédure pénale, présentée par l'Association nationale de prévention en alcoologie et addictologie ;

Ainsi fait et jugé par la Cour de cassation, chambre criminelle, et prononcé par le président le quinze mai deux mille douze ;

En foi de quoi le présent arrêt a été signé par le président, le rapporteur et le greffier de chambre.