

La Cour de cassation confirme qu'en matière de boissons alcooliques, le packaging doit aussi respecter la loi Evin

Dans un arrêt rendu le 5 juillet 2017, la Cour de cassation a confirmé, concernant les boissons alcooliques, que le packaging devait respecter les principes posés par la loi Evin en matière de publicité.

En effet, la marque Carlsberg avait commercialisé des canettes de bière qui reproduisaient des joueurs de football célèbres. Elles faisaient référence au parrainage du championnat anglais par la marque, et renvoyaient à un jeu qui lui-même associait explicitement le football, le championnat anglais et la marque de bière. Toutes ces références et renvois ont été censurés dès la première instance, ce qui avait provoqué le retrait des rayons desdites canettes.

Carlsberg a cependant fait appel puis s'est pourvu en cassation. La plus haute juridiction donne donc un signal ferme aux producteurs qui doivent s'astreindre à la sobriété s'agissant de l'habillage qu'ils donnent à leurs boissons.

La Cour, qui a été très succincte dans son développement, a suivi le rapporteur qui préconisait un arrêt non spécialement motivé. Celui-ci indiquait à la Cour : « *les mentions figurant sur les canettes et les packs litigieux constituent une opération de parrainage ayant pour objet ou pour effet la propagande ou la publicité directe ou indirecte en faveur des boissons alcooliques, laquelle est interdite par le dernier alinéa de l'article L.3323-4 du Code de la Santé Publique.* »

Ces éléments vont dans le sens d'un meilleur encadrement de la promotion des boissons alcooliques au moyen d'opérations de parrainage. L'ANPAA tente d'ailleurs de faire sanctionner la visibilité massive en France de Carlsberg lors de l'Euro 2016 (jugement à venir) ou celle de sa filiale Kronenbourg dans le Festival Rock en Seine. A noter que, dans cette dernière affaire, l'ANPAA a été déboutée en première instance.

Cet arrêt du 5 juillet de la Cour de cassation fait écho à deux décisions récentes obtenues par l'ANPAA qui a obtenu en référé le retrait des produits de la distribution :

- TGI de Paris - Ordonnance de référé du 18 mai 2017 ANPAA contre Brasserie Bavaria (référence à un jeu concours sur le packaging) ;
- TGI de Paris - Ordonnance de référé du 20 avril 2017 (Bière 3^{ème} mi-temps du Racing club de Toulon).

L'ANPAA veillera à faire respecter cette jurisprudence pour toute référence au sport sur les contenants de boissons alcooliques, ainsi que toute autre mention prohibée par la loi Evin.

Contact :

Franck LECAS, Chargé de mission loi Evin - Tél : 01 42 33 53 37

franck.lecas@anpaa.asso.fr

L'Association Nationale de Prévention en Alcoologie et Addictologie est reconnue d'utilité publique, agréée d'éducation populaire, et organisme de formation implantée sur l'ensemble du territoire national, forte de 1500 professionnels.

Elle a pour buts de promouvoir et contribuer à une politique globale de prévention des risques et des conséquences des usages, usages détournés et mésusages d'alcool, tabac, drogues illicites et médicaments psychotropes, pratiques de jeu excessif et autres addictions sans produit.

Son intervention, dans la proximité et dans la durée, s'inscrit dans un continuum de la prévention et de l'intervention précoce à la réduction des risques, aux soins et à l'accompagnement dans une perspective globale, psychologique, biomédicale, et sociale, à travers notamment la gestion de plus de 90 centres de soin, d'accompagnement et de prévention en addictologie (CSAPA) et d'accompagnement à la réduction des risques pour usagers de drogues (CAARUD).

A.N.P.A.A.

20, rue Saint-Fiacre – 75002 Paris

Tél. : 01 42 33 51 04 – Fax : 01 45 08 17 02 – contact@anpaa.asso.fr - [@anpaa](https://www.facebook.com/anpaa) - www.anpaa.asso.fr - [facebook](https://www.facebook.com/anpaa)

L'A.N.P.A.A. est une association loi 1901, reconnue d'utilité publique (décret du 5 février 1880) et agréée d'éducation populaire (arrêté du 6 mai 1974)