

# La place de l'action en justice et les nouveaux produits de la nicotine

CSFT – 23 Novembre 2023

# L'initiative civile : une constante de l'action en justice de lutte contre le tabagisme

- **L'action judiciaire du C.N.C.T** est menée depuis 1978 et, depuis 1991 et le vote de la loi EVIN du 10 janvier 1991, **à la demande des pouvoirs publics**.
- Cette action est indispensable à la lutte contre le tabagisme en raison de l'inertie relative des autorités de poursuites.
- En 1994, l'ancien Président du Conseil Constitutionnel lui-même, Robert BADINTER, constatait que : *« curieusement, jamais depuis 1976 (...), les parquets ne semblent avoir manifesté la moindre ardeur à poursuivre ceux qui enfreignent la législation antitabac. Il n'y a pas d'actions à l'initiative du parquet. Les magistrats du siège sont saisis, les tribunaux jugent. Mais ils jugent – et je me plais à le souligner – grâce à l'activisme **heureux, efficace et constant** du **Comité National Contre le Tabagisme** qui lui, pourvoit à la carence du ministère public. »*
- **L'action judiciaire du C.N.C.T vise la mise en œuvre des dispositions protectrices de la santé publique :**
  - Interdiction de la publicité pour le tabac et le vapotage (Articles L3512-4 et L3513-4 du C.S.P)
  - Respect des avertissements sanitaires (Articles L3513-16 et L3512-22 du C.S.P)
  - Interdiction de la vente aux mineurs des produits du tabac et du vapotage (Articles L3512-12 et L3513-5 du C.S.P)
  - Interdiction de fumer et de vapoter dans les lieux à usage collectif (Articles L3512-8 et L3513-6 du C.S.P)

En cela, le CNCT met en œuvre les dispositions de l'article 5.7 de la Convention cadre de l'OMS pour la lutte antitabac rappelant que **« la participation de la société civile est essentielle pour attendre l'objectif de la Convention et de ses protocoles »**

# L'action judiciaire en vue de l'effectivité de loi et de la protection de la santé publique

- **Au fil des années**, l'action judiciaire a permis de faire **appliquer** et de **préciser les contours** des dispositions du Code de la santé publique, d'en préciser l'esprit, et de **faire sanctionner les pratiques de contournement** des fabricants de tabac en privilégiant des procédures novatrices et stratégiques en termes d'effectivité de la loi.
- Cette activité judiciaire a permis de préciser les notions de publicité directe ou indirecte; l'étendue des dérogations concernant les compétitions de sports mécaniques; le respect nécessaire des avertissements sanitaires; l'interdiction de vente aux mineurs; l'interdiction de fumer dans les lieux collectifs.
- **Les actions judiciaires** ont ainsi permis la création d'un **véritable corpus jurisprudentiel** qui constitue le socle juridique le plus solide pour continuer à lutter contre les infractions commises par les industriels du secteur.

L'arrêt dit « Winfield »  
du 3 mai 2006 : un  
arrêt de principe sur la  
notion de publicité  
illicite en faveur du  
tabac et des produits  
du tabac.

Les sociétés du groupe British American Tobacco avaient été poursuivies pour avoir commercialisé en mars et septembre 2022 des séries de paquets de cigarettes de la marque Winfield décorés par un artiste sur le thème de l'Australie. Ces paquets, regroupés en série, constituaient une fresque.

En défense, les sociétés prévenues ont soutenu qu'aucun texte ne prohibe la présence de décorations sur les paquets de cigarettes, sous réserve du respect des mentions légales d'une part, que la décoration de paquets de cigarettes constitue **une expression de la liberté de création artistique et graphique** d'autre part et enfin, que la publicité interdite en faveur du tabac ou des produits du tabac s'entend de tout acte, quelle que soit sa finalité, ayant pour effet de rappeler les produits ou les marques du tabac, ce que ne serait pas le fait **de décorer de façon différente des paquets d'une même marque de tabac**.

L'attendu de la chambre criminelle de la Cour de cassation, confirmant la Cour d'appel, est d'une grande clarté et permet une appréhension extensive des faits de publicité illicite. **C'est l'arrêt de principe concernant la notion de publicité illicite :**

*« L'article L3511-3 du Code de la santé publique interdit toute publicité en faveur du tabac, à l'exception des enseignes des débits de tabac ainsi que des affichettes disposées à l'intérieur de ces établissements, non visibles à l'extérieur, à condition que ces enseignes ou affichettes soient conformes à des caractéristiques définies par arrêté ministériel; que **se trouvent clairement prohibées par ces dispositions toutes formes de communication commerciale, quel qu'en soit le support, ayant pour but ou pour effet de promouvoir, directement ou indirectement le tabac ou un produit du tabac**; qu'il en va ainsi des décorations de paquets de cigarettes qui associent le tabac à la jeunesse, aux voyages et aux loisirs, et qui suscitent le désir d'acquérir des cigarettes d'une marque déterminée afin de compléter des séries d'images différentes. »*

Les sources  
internationales de  
l'action judiciaire du  
CNCT, fondées sur le  
droit des peuples à  
un niveau de santé  
le plus élevé possible

- L'action judiciaire du CNCT trouve l'un de ses fondements dans les dispositions de la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac à laquelle la France est partie.
- La convention réaffirme **le droit de tous les peuples au niveau de santé le plus élevé possible** et rappelle qu'il « **est clairement établi, sur des bases scientifiques, que l'exposition à la fumée du tabac entraîne la maladie, l'incapacité et la mort** »..
- Le préambule de la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac souligne « **la contribution particulière apportée par les organisations non gouvernementales et d'autres membres de la société civile sans liens avec l'industrie du tabac, y compris les associations de professionnels de la santé, les associations de femmes, de jeunes, de défenseurs de l'environnement et de consommateurs et les établissements d'enseignement et de santé, aux efforts de lutte antitabac au niveau national et international, et l'importance vitale de leur participation aux efforts nationaux et internationaux de lutte antitabac** ».
- L'article 19 de la Convention en prévoyant notamment que « **les parties envisagent de prendre des mesures législatives ou de promouvoir les lois existantes, si nécessaire, en matière de responsabilité pénale et civile, y compris l'indemnisation le cas échéant** » encourage la vigilance judiciaire des associations de lutte contre le tabagisme.

Conférence des  
parties à la  
convention-cadre de  
l'OMS pour la lutte  
antitabac sixième  
session 13-18  
octobre 2014

2. INVITE les Parties à envisager, lorsqu'elles s'attaquent au problème des inhalateurs électroniques contenant ou non de la nicotine, de prendre des mesures telles que celles indiquées dans le document FCTC/COP/6/10 Rev.1 pour atteindre au moins les objectifs suivants, conformément à la législation nationale :

- a) éviter que les non-fumeurs et les jeunes ne se mettent à utiliser des inhalateurs électroniques contenant ou non de la nicotine, en prêtant une attention particulière aux groupes vulnérables ;
- b) réduire dans toute la mesure possible les risques potentiels que présentent les inhalateurs électroniques contenant ou non de la nicotine pour les utilisateurs et protéger les non-utilisateurs de l'exposition à leurs émissions ;
- c) empêcher le recours à des allégations sanitaires infondées au sujet des inhalateurs électroniques contenant ou non de la nicotine ; et
- d) veiller à ce que les activités de lutte antitabac ne soient pas influencées par les intérêts commerciaux et autres liés aux inhalateurs électroniques contenant ou non de la nicotine, y compris les intérêts de l'industrie du tabac ;

3. INVITE les Parties à envisager d'interdire ou de réglementer les inhalateurs électroniques contenant ou non de la nicotine, y compris en tant que produits du tabac, médicaments, produits de consommation ou autres catégories de produits, le cas échéant, en s'attachant à assurer un haut niveau de protection de la santé humaine ;

4. INVITE INSTAMMENT les Parties à envisager d'interdire ou de restreindre la publicité en faveur des inhalateurs électroniques de nicotine, la promotion et le parrainage ;

# La publicité agressive pour les produits du vapotage

- Agissant conformément aux recommandations de l'OMS, le CNCT a poursuivi des infractions commises sur le fondement de l'interdiction de la publicité pour les produits du vapotage.
- Son intérêt à agir sur ce fondement a été contesté. La lutte contre la publicité illicite pour le vapotage, ne serait pas une lutte contre le tabagisme. « **Bien au contraire, il participe du même objectif** » - Japan International Tobacco.
- Allégations de moindre nocivité – attractivité et modernité du produit – ciblage des jeunes consommateurs.
- Par plusieurs décisions récentes, notamment des Cours d'appel de Versailles et de Paris, le CNCT a été reconnu comme disposant d'un intérêt légitime, principalement sur un fondement textuel : les dispositions concernant les produits du vapotage figurent au sein du Code de la santé publique dans le titre consacré à la lutte contre le tabagisme.
- La question de la « porte d'entrée » « Gateway » est très vigoureusement discutée par les majors du tabac investissant dans le secteur.

# Arrêt de la Cour d'appel de Versailles – 7 octobre 2021 – Go Vype de BAT

L'article 122 du code de procédure civile dispose que *constitue une fin de non-recevoir tout moyen qui tend à faire déclarer l'adversaire irrecevable en sa demande, sans examen au fond, pour défaut de droit d'agir, tel le défaut de qualité, le défaut d'intérêt, la prescription, le délai préfix, la chose jugée.*

Aux termes de l'article 31 du même code, *l'action est ouverte à tous ceux qui ont un intérêt légitime au succès ou au rejet d'une prétention, sous réserve des cas dans lesquels la loi attribue le droit d'agir aux seules personnes qu'elle qualifie pour élever ou combattre une prétention, ou pour défendre un intérêt déterminé.*

Il est en l'espèce constant que le CNCT a pour but, ainsi que cela résulte de ses statuts, *“la prévention du tabagisme et la lutte contre la consommation de tabac et ses méfaits sous toutes les formes”.*

L'appelante lui reconnaît d'ailleurs le droit d'agir pour dénoncer les infractions à la réglementation des produits du tabac conformément aux dispositions de l'article L. 3515-7 alinéa 1<sup>er</sup> du code de la santé publique qui dispose que *les associations dont l'objet statutaire comporte la lutte contre le tabagisme, régulièrement déclarées depuis au moins cinq ans à la date des faits, peuvent exercer les droits reconnus à la partie civile pour les infractions aux dispositions du présent titre.*

Contrairement à ce qui est soutenu par la société BATF, le périmètre d'action des associations luttant contre le tabagisme ne se limite cependant pas aux seules infractions à la réglementation des produits du tabac dès lors que cette disposition vise toutes *“les infractions aux dispositions du présent titre”.*

En effet, ainsi que l'a justement relevé le premier juge, cet article issu de l'ordonnance n°2016-623 du 19 mai 2016 portant transposition de la Directive 2014/40/UE du 3 avril 2014 est inséré dans le titre 1<sup>er</sup> *“Lutte contre le tabagisme”* du livre V de la troisième partie du code de la santé publique, dans lequel cette même ordonnance a également ajouté un chapitre 3 consacré *“aux produits de vapotage”* après le chapitre 2 relatif aux produits du tabac.

L'article L. 3513-4 inséré dans ce chapitre 3 interdit toute propagande ou publicité, directe ou indirecte, en faveur des produits du vapotage, la violation de cette interdiction étant constitutive d'une infraction pénale sanctionnée par l'article L. 3515-3 11° qui relève également de ce même titre 1<sup>er</sup> *“Lutte contre le tabagisme”.*

Ainsi la réglementation des produits du vapotage et les dispositions qui en sanctionnent la violation sont parties intégrantes du dispositif de lutte contre le tabagisme, au même titre que la réglementation relative aux produits du tabac.

Il se déduit de la lecture combinée de ces textes qu'en application de l'article L. 3515-7 précité, le CNCT en tant qu'association *“dont l'objet statutaire comporte la lutte contre le tabagisme”*, se voit attribuer par la loi le droit d'agir au sens de l'article 31 du code de procédure civile pour lutter contre la publicité ou propagande illicite en faveur des produits du vapotage.

L'ordonnance sera par conséquent pour ce seul motif confirmée en ce qu'elle a déclaré le CNCT recevable en son action, le moyen avancé par la société BATF tiré de l'absence de similitude entre la lutte contre le vapotage et celle contre le tabac étant de ce fait inopérant.

# Arrêt de la Cour d'appel de Versailles – 7 octobre 2021 – Go Vype de BAT

89. Dans les termes de la loi, il s'agit précisément d'un dispositif marketing, pourtant clairement prohibé, qui « contribue à la promotion du produit ou incite à sa consommation en donnant une impression erronée quant aux caractéristiques, effets sur la santé, risques ou émissions du produit » et qui « suggère qu'un produit est moins nocif que d'autres ou vise à réduire l'effet de certains composants nocifs de la fumée ou présente des propriétés vitalisantes, énergisantes, curatives, rajeunissantes, naturelles, biologiques, ou a des effets bénéfiques sur la santé ou le mode de vie » selon les termes de l'article L3513-18 du Code de la santé publique.

90. C'est ainsi que la société **British American Tobacco France**, tout en consacrant le site à la promotion d'un produit du vapotage nicotinique, donne des conseils afin de rester « zen » : « inspirer, expirez...inspirez, expirez...Continuez comme ça pendant 5 minutes et vous allez vous sentir beaucoup plus relâché ! Savoir se détendre, souffler, se reconnecter avec son corps, voici des

---

25

choses simples auxquelles on ne pense pas toujours lorsqu'on est stressé ou sous pression ». Ces mentions, contraires à la loi, laissent croire au consommateur que la consommation du produit « vype » lui permet d'entrer dans un univers de vie zen, relâché ou il pourra enfin souffler et se reconnecter avec son corps. (Page 16, pièce 2).

# Arrêt de la Cour d'appel de Versailles – 7 octobre 2021 – Go Vype de BAT – Avis du HSCP novembre 2021

- **Recommandation 6** : « *La relation entre initiation de SEDEN et initiation au tabac est documentée par les études de cohortes. De plus, il y a certains signaux de sécurité sur les risques liés à la consommation de SEDEN (nicotine, autres produits) et sur les détournements d'usages. L'objectif est de retarder l'initiation et l'usage des SEDEN chez les adolescents non consommateurs de tabac relève ainsi du principe de précaution. Le HSCP recommande le maintien de l'interdiction de vente aux mineurs et que des mesures soient prises pour s'assurer de l'effectivité et monitoring de son application* ».
- **Recommandation 7** : « *Le HSCP recommande le maintien de l'ensemble des mesures législatives et réglementaires relatives aux SEDEN visant à en limiter l'attractivité et l'accessibilité et de s'assurer de l'effectivité de leur application (notamment interdiction de publicité, interdiction de consommation dans les établissements scolaires et les établissements destinés à l'accueil, à la formation et à l'hébergement des mineurs, les moyens de transport, les lieux de travail, interdiction de certaines allégations sur les conditionnements, interdiction de certains additifs)* ».

## Arrêt de la Cour d'appel de Versailles – 7 octobre 2021 – Go Vype de BAT

Peu importe la différence entre les produits du tabac et ceux du vapotage et le débat sur la nocivité de ces derniers qui ne relève pas de cette cour, il est constant que les textes susvisés prohibent dans le cadre de la lutte contre le tabagisme toute publicité tendant à promouvoir les produits du vapotage.

Lorsque la publicité en faveur d'un produit n'est pas simplement restreinte mais totalement interdite comme en l'espèce, se trouvent à l'évidence prohibées toutes formes de communication commerciale incitative, quel qu'en soit le support, ayant pour but ou pour effet de promouvoir, directement ou indirectement, le produit à travers la diffusion d'informations qui iraient au-delà de ce qui est strictement nécessaire pour en présenter de manière objective, dans le cadre de sa commercialisation, ses caractéristiques essentielles au sens du code de la consommation.

# Le jugement CANALPLUS du 2 février 2023- Mission Winnow de Philip Morris

La société CANALPLUS était poursuivi pour avoir commis depuis le 1<sup>re</sup> janvier 2021 des délits de publicité illicite lors de la diffusion en replay d'images de grand prix automobiles comportant de la publicité pour les marques Marlboro, Mission Winnow, et Vuse. Le tribunal a jugé que :

- À défaut d'avoir été masquée ou floutée, l'image de la marque de cigarette « Marlboro » proposée en différé caractérise une publicité illicite indirecte en faveur du tabac, sans que l'ancienneté de sa captation de l'image puisse en soi autoriser pareille utilisation au prétexte d'une démarche commémorative.
- Ce jugement a également permis de juger que le projet Missiow Winnow de PM était une forme de publicité illicite dans un attendu très précis.

Le jugement  
CANALPLUS du 2  
février 2023-  
Mission Winnow de  
Philip Morris



Le jugement  
CANALPLUS du 2  
février 2023-  
Mission Winnow de  
Philip Morris



Sur le site internet <https://www.missionwinnow.com/en/>, le concept « *Mission WinNow* » est présenté comme un « *laboratoire attaché à recadrer les conversations, à susciter un débat ouvert, à mettre les gens en relation et à soutenir la réalisation d'idées novatrices* », sans qu'il soit fait explicitement référence à des produits du tabac ou du vapotage. Il n'en demeure pas moins que ce site, qui ne fait la promotion d'aucune action concrète, est la propriété directe ou indirecte du groupe Philip Morris. Partenaire de l'écurie Ferrari depuis près d'un demi-siècle, ce cigarettier est désormais dans l'impossibilité de faire figurer son nom sur la livrée des monoplaces ou la tenue des pilotes lors des grands prix qui se déroulent dans des pays où la publicité pour le tabac est interdite, notamment dans les Etats membres de l'Union européenne ou en Australie. Le recours à cette marque apparemment neutre, mais dont l'image est en réalité associée à Philip Morris, devient une manière habile de faire de la publicité en s'affichant de manière ostentatoire sur l'aileron arrière des monoplaces de l'écurie Ferrari et sur la casquette dont ses pilotes ne se départissent jamais lorsqu'ils ne sont pas casqués, notamment pour les échanges avec la presse ainsi qu'il ressort de l'examen des images collectées par l'huissier; En recourant à ce cheval de Troie publicitaire, la marque « *Mission WinNow* » s'avère être manifestement indissociable des activités du constructeur automobile italien, association valorisante pour le cigarettier, constitutive d'une publicité indirecte pour le tabac et ses produits et ingrédients, sans qu'il y ait lieu de rechercher si le logo comporte ou non un message subliminal. Peu importe également que les produits « *WinNow* » soient ou non commercialisés en France, l'accessibilité du message sur le territoire français étant en soi suffisante pour caractériser une violation de l'interdiction de la publicité ou de la propagande en faveur du tabac et de ses produits et ingrédients.

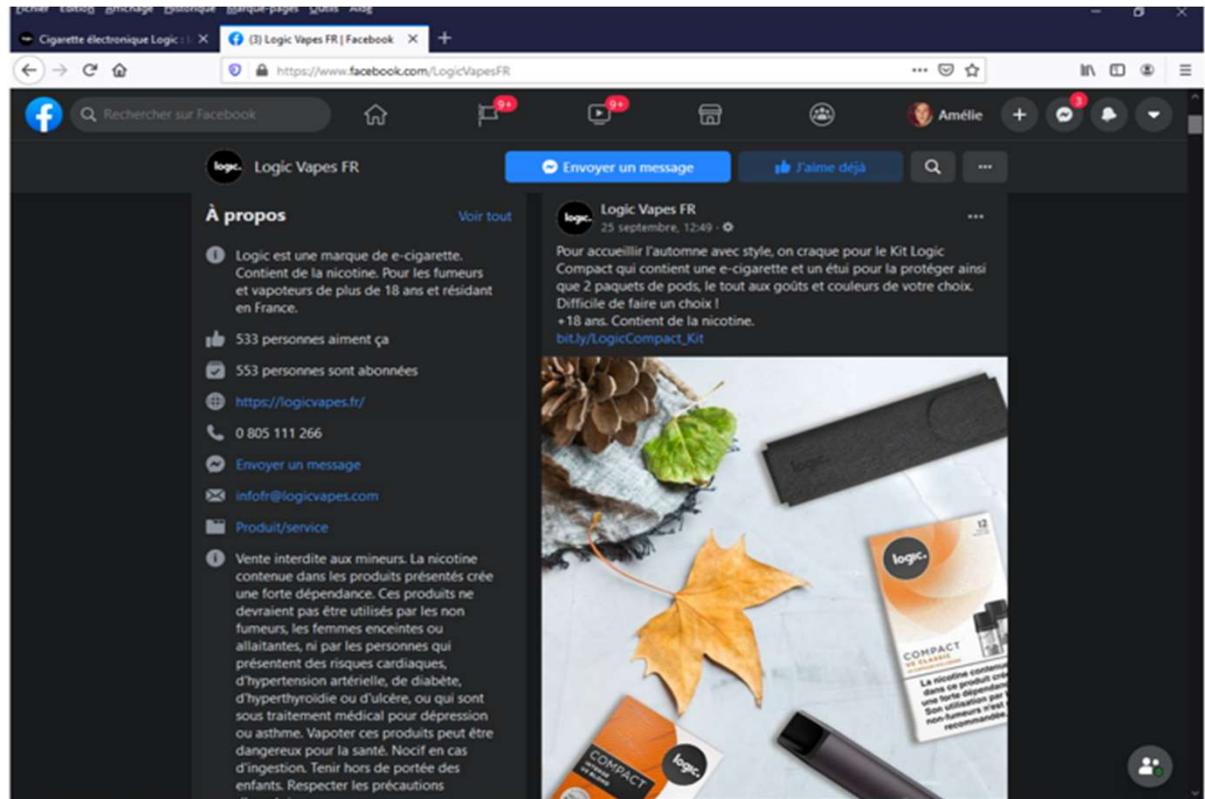
Tribunal  
correctionnel  
Paris – 5  
novembre  
2021 logic  
vapes de Japan  
IT

The image is a screenshot of a web browser displaying the Logic Vapes website. The browser's address bar shows the URL <https://logicvapes.fr>. The website's header features the "logic." logo on the left and navigation links for "Rechercher", "Points de ventes", "Mon compte", and "Mon panier" on the right. Below the header, there are dropdown menus for "Cigarettes électroniques", "E-liquides", "Accessoires", "Nos offres", "Découvrir", and "A propos". A dark banner below the navigation states "LIVRAISON OFFERTE DÈS 30€ D'ACHAT !".

The main content area features a large promotional banner with a green and blue background. On the left, a white tag with a green border says "NOUVEAU! 10€ la e-cig". In the center, two e-cigarettes are displayed: a black "LOGIC PRO" and a blue "LOGIC COMPACT". To the right, the text "COMMENT ÇA VAPE?" is written in large, stylized letters. Below this, it says "Logic Compact et Logic Pro\* à 10€" and a black button with white text says "JE FORCE!".

At the bottom of the banner, there is a small note: "\* jusqu'au 31/12/2020 inclus sur logicvapes.fr". Below the banner, there are three service guarantees: "LIVRAISON EN 24H Pour toute commande passée en", " Paiements sécurisés", and "RETOURS GRATUITS Frais de retours gratuits dans". The Windows taskbar is visible at the very bottom, showing the time as 10:36 on 23/10/2021.

Tribunal  
correctionnel  
Paris – 5  
novembre  
2021 logic  
vapes de Japan  
IT



Tribunal  
correctionnel  
Paris – 5  
novembre  
2021 logic  
vapes de Japan  
IT

- la page Logic Vapes FR publiait le message suivant : « *Cet été, osez la gourmandise avec les goûts Logic Compact Banane Caramel, Fraise melba, Cerise ou Fruits des bois et profitez de notre offre de 12 capsules au prix de 20, 99€. Offre valable jusqu'au 11/08/2020, pour l'achat d'un lot de 6 paquets Logic Compact goût Banane Caramel, Fraise Melba, Cerise ou Fruits des Bois. Exclusivement sur [logicvapes.fr](http://logicvapes.fr) » accompagnée d'une image « *soldes été logic compact* ».*
- **JT International France** invoquait également la fête du 14 juillet avec le message suivant : « *Affichez vos couleurs en ce 14 juillet avec Logic Compact ! Joyeuse Fête Nationale à toutes et à tous ! + 18 ans. Contient de la nicotine* »
- Le 3 juin, la page Logic Vapes FR, surfant sur l'interdiction des cigarettes mentholées à la date du 20 mai 2020 en application de l'article 22 de la loi n° 2016-41 du 26 janvier 2016, publiait le message illicite suivant : « *Pour une expérience mentholée illimitée, découvrez nos goûts Logic Compact, Logic Pro et Logic LQD, une vraie alternative rafraîchissante : [bit.ly/LogicCompactMentholBan](http://bit.ly/LogicCompactMentholBan) »*

Tribunal  
correctionnel  
Paris – 5  
novembre  
2021 logic  
vapes de Japan  
IT

Enfin, le procès-verbal d'huissier constatait la publicité réalisée par l'intermédiaire du site Instagram, la page internet précitée mentionnant un lien « *suivez-nous sur* » Instagram. L'huissier établissait l'existence d'une page « *logicvapes\_fr* » ayant 86 publications, 1611 abonnés, 83 abonnements (page 84). Le site Instagram contient également de nombreuses publicités.

À titre d'exemple, la société a notamment repris un marketing en lien à l'interdiction du tabac mentholé en faisant la promotion de ces cigarettes au parfum menthe : « *vous êtes plutôt givré ou sucré ? La gamme Intense Menthe s'adapte à toutes vos envies de fraîcheur. Lien dans la bio. +18 ans. Contient de la nicotine* » (pages 75, 76, 77, 78), mais encore « *Logic Compact s'habille de rouge et de bleu pour célébrer la Fête nationale. Qu'avez-vous prévu pour les festivités ?* » (page 74).

De surcroît, la société JT INTERNATIONAL FRANCE effectuait un renvoi publicitaire depuis le site Instagram vers le site logicvapes.fr : « *Notre boutique en ligne reste ouverte ! Profitez de -20% sur tous nos e-liquides et de la livraison offerte et ce, sans minimum d'achat (lien dans la bio) + 18 ans. Contient de la nicotine. #LogicCompact #LogicVapes \*Offre valable jusqu'au 31 mars sur tous les e liquides Compact. PRO et LQD sur logicvapes.fr uniquement.* » (page 81).

De ce fait, le site internet, et les pages Facebook et Instagram contiennent des informations dépassant le simple caractère informatif, et constituent véritablement des éléments de publicité incitant à la consommation du produit, prohibés par l'article L. 3513-4 du CSP.

La société JT INTERNATIONAL FRANCE inscrivait d'évidence sa prétendue démarche purement informative dans une action s'avérant en réalité promotionnelle. Elle tendait, en effet, à concilier la conversion de consommateurs de tabac, en les rassurant sur l'aide prétendument apportée au sevrage tabagique par ses produits aux propriétés encore contestées, et la séduction de nouveaux usagers, en les attirant par divers plaisirs récréatifs.

Arrêt de la  
Cour d'appel  
de Paris – 17  
mai 2023 –  
WPUFF  
d'AKIVA

Programme de recyclage

Liquideo S'engage À Recycler Les Wpuff !



The advertisement features a green background with a silhouette of a woman in a green dress holding a white Wpuff shopping bag. She is placing a brown recycling bin into a larger orange recycling bin. The bin has a green recycling symbol and the text 'RECYCLING BIN'. The background also shows a silhouette of a city with wind turbines.

**Wpuff**

*L'unique E-cigarette recyclable  
Pré-remplie*

Notre Wpuff est recyclable à 95,8%\*

**RECYCLONS  
ENSEMBLE**

Ramenez vos Wpuffs dans votre magasin.  
Les batteries seront toutes recyclées  
Les tubes aluminium seront réutilisés

\*Données fabricant. Tube aluminium + batterie

Arrêt de la  
Cour d'appel  
de Paris – 17  
mai 2023 –  
WPUFF  
d'AKIVA



Arrêt de la  
Cour d'appel  
de Paris – 17  
mai 2023 –  
WPUFF  
d'AKIVA



Arrêt de la  
Cour d'appel  
de Paris – 17  
mai 2023 –  
WPUFF  
d'AKIVA



# Arrêt de la Cour d'appel de Paris – 17 mai 2023 – WPUFF d'AKIVA

- qu'au regard des pièces versées aux débats, le site Wpuff a bien pour objet et pour effet de faire la promotion des produits de vapotage commercialisés par la société Akiva, valorisant notamment les produits vendus pour leurs qualités et leurs capacités à préserver l'environnement, en mentionnant par exemple "L'unique e-cigarette recyclable bien remplie", "Nous créons des e-liquides et e-cigarettes de haute qualité tout en gardant le souci de préserver l'environnement", outre de multiples mentions sur le recyclage et l'engagement pour l'environnement (pièce 3 intimée), étant précisé, comme rappelé à juste titre par le CNCT, que la jurisprudence applicable pour les produits du tabac, parfaitement transposables aux produits de vapotage, rappelle que l'association d'un produit à une conscience écologique constitue une forme de communication commerciale légalement prohibée, ne pouvant être retenu que les mentions relatives au recyclage des piles usagées permettaient la teneur des publicités relevées ;

- qu'il sera aussi observé que le conditionnement des produits proposés à la vente (par exemple "choco noisette", "marshmallow", "orange glacée", "ice cream mango"... ) contrevient aux dispositions de l'article L. 3513-18 qui prohibe tout conditionnement ressemblant à un produit alimentaire ou cosmétique, s'agissant à l'évidence de mentions de produits habituellement destinés à être consommés (référence au chocolat, à des confiseries ou encore à des crèmes glacées), étant observé que l'appelante fait valoir, en vain, que la DGCCRF aurait "accepté" ces descriptions, ce qui ne résulte d'aucune des pièces versées aux débats, à supposer d'ailleurs qu'un procès-verbal de la DGCCRF puisse lier le juge ;

- que le site Wpuff comporte aussi des annonces promotionnelles (offres "silver", "gold", "platine", avec des produits offerts en fonction du nombre d'e-cigarettes commandées), une incitation prohibée à acheter résultant de la seule existence de ces mentions, peu important la circonstance qu'il soit nécessaire de s'inscrire sur le site au préalable ;

- que le site litigieux renvoie aussi à une page du réseau social Instagram, constituant une publicité prohibée, mettant par exemple en valeur les produits à l'occasion de la fête d'Halloween ou encore mettant en scène des influenceurs utilisant les produits (pièce 3) ;

- que l'association fait donc valoir à juste titre que la société Akiva est à l'origine d'une publicité prohibée par les dispositions du code de la santé publique, l'appelante ne pouvant faire état que les informations en cause ne seraient que descriptives, alors que les mentions relatives à la qualité des produits et à leur valeur pour l'environnement, les conditionnements retenus et les promotions mises en avant dépassent le simple rappel des caractéristiques des produits de vapotage ;

- que la circonstance que les produits de vapotage seraient moins dangereux que les produits de tabac et/ou permettraient de lutter contre l'addiction au tabac est inopérante, compte tenu des dispositions clairement applicables du code de la santé publique concernant précisément le vapotage ;

# Limites légales de l'impact judiciaire – l'absence de dommages et intérêts punitifs

- Selon une définition juridique ancienne, la faute lucrative est la **faute qui consiste à ne pas exécuter une obligation pour tirer profit de son inexécution.**
- Les fautes qui, malgré les dommages et intérêts que le responsable est condamné à payer - et qui sont calqués sur le préjudice de la victime – laissent à leur auteur une marge bénéficiaire suffisante pour qu'il n'y ait aucune raison de ne pas la commettre.
- Une faute est lucrative lorsqu'elle est exclusivement commise pour retirer un profit d'un comportement illicite, indépendamment du préjudice qu'elle provoque.
- Le gain espéré (G) est supérieur à (P) la sanction.
- les variables : Le profit escompté, le montant de la sanction (calcul-rentabilité) et la probabilité qu'elle soit prononcée (calcul-probabilité).

- Le contentieux de la publicité illicite en matière de produits du tabac et du vapotage est une illustration paradigmatique de la faute lucrative
- Une législation d'ordre public de la santé ayant **un degré d'impérativité maximal** : la sanction pénale
- Un **intérêt public à protéger hautement légitime** : la santé publique
- Un **comportement illicite réitéré** des agents économiques concernés en lien avec une **intention manifeste de s'enrichir au détriment d'autrui**
- Un **surprofit indu** qui profite au délinquant
- Un **coût social** important qui pèse sur la collectivité