

Communiqué du Greffier

ARRÊTS DE CHAMBRE

**HACHETTE FILIPACCHI PRESSE AUTOMOBILE et DUPUY c. France**  
**SOCIETE DE CONCEPTION DE PRESSE ET D'EDITION et PONSON c. France**

La Cour européenne des droits de l'homme a communiqué aujourd'hui par écrit ses arrêts de chambre<sup>1</sup> dans les affaires *Hachette Filipacchi Presse Automobile et Dupuy c. France* (requête n° 13353/05) et *Société de Conception de Presse et d'Édition et Ponson c. France* (n° 26935/05).

Dans les deux affaires la Cour conclut, à l'unanimité, à la **non-violation de l'article 10** (liberté d'expression) et à la **non-violation de l'article 14** (interdiction de la discrimination) **combiné avec l'article 10** de la Convention européenne des droits de l'homme, concernant la condamnation des requérants pour publicité en faveur des produits du tabac.

(Les arrêts n'existent qu'en français.)

**1. Principaux faits**

Les requérants sont deux sociétés de droit français, Hachette Filipacchi Presse Automobile et Société de Conception de Presse et d'Édition, qui ont leur siège social à Levallois-Peret (France), et deux ressortissants français, Paul Dupuy et Gérard Ponson, nés respectivement en 1938 et 1964 et résidant à Paris. La société Hachette Filipacchi Presse Automobile, devenue Hachette Filipacchi Associés depuis 2005, est l'éditrice du magazine mensuel *Action Auto Moto* dont Paul Dupuy était, au moment des faits, directeur de la publication et gérant. La Société de Conception de Presse et d'Édition était éditrice du magazine *Entrevue*, dont Gérard Ponson était le directeur de publication.

Les affaires concernent notamment la condamnation des requérants pour publicité en faveur du tabac en raison de la publication en 2002 de photographies du pilote de Formule 1 Michael Schumacher arborant les couleurs d'une marque de cigarette (M.). Les juridictions françaises estimèrent notamment que le nom des marques de tabac apparaissait de façon insidieuse dans un environnement sportif séduisant le grand public, et en particulier les jeunes.

Dans l'affaire *Hachette Filipacchi Presse Automobile et Dupuy*, les requérants furent condamnés à une amende de 30 000 euros (EUR) et à verser 10 000 EUR au Comité national

---

<sup>1</sup> L'article 43 de la Convention européenne des droits de l'homme prévoit que, dans un délai de trois mois à compter de la date de l'arrêt d'une chambre, toute partie à l'affaire peut, dans des cas exceptionnels, demander le renvoi de l'affaire devant la Grande Chambre (17 membres) de la Cour. En pareille hypothèse, un collège de cinq juges examine si l'affaire soulève une question grave relative à l'interprétation ou à l'application de la Convention ou de ses protocoles ou encore une question grave de caractère général. Si tel est le cas, la Grande Chambre statue par un arrêt définitif. Si tel n'est pas le cas, le collège rejette la demande et l'arrêt devient définitif. Autrement, les arrêts de chambre deviennent définitifs à l'expiration dudit délai de trois mois ou si les parties déclarent qu'elles ne demanderont pas le renvoi de l'affaire devant la Grande Chambre.

contre le tabagisme (C.N.C.T.) à titre de dommages et intérêts, pour publicité indirecte en faveur des produits du tabac à la suite de la publication, dans *Action Auto Moto*, d'une photographie de Michael Schumacher célébrant sa victoire sur le podium du grand prix d'Australie. Le nom de la marque de tabac M., sponsor de son écurie, apparaissait sur la manche de sa combinaison. Sur la manche droite de la combinaison d'un autre pilote apparaissait la marque de cigarettes W. En 2004, le jugement fut confirmé en appel et la Cour de cassation rejeta un pourvoi formé par les intéressés.

Dans l'affaire *Société de Conception de Presse et d'Édition et Ponson*, les requérants furent condamnés à 20 000 EUR d'amende et au versement de 10 000 EUR au C.N.C.T. à titre de dommages et intérêts pour publicité illicite en faveur des produits du tabac en raison de la publication, dans *Entrevue*, de photographies de Michael Schumacher arborant les couleurs de la marque M. et d'un photomontage satirique représentant des paquets de cigarettes de la marque. Le jugement fut confirmé en appel en 2004 et la Cour de cassation rejeta en 2005 un pourvoi formé par les intéressés.

## 2. Procédure et composition de la Cour

La requête *Hachette Filipacchi Presse Automobile et Dupuy* a été introduite devant la Cour européenne des droits de l'homme le 1er avril 2005 et la requête *Société de Conception de Presse et d'Édition et Ponson* a été introduite devant la Cour le 8 juillet 2005.

Les arrêts ont été rendus par une chambre de sept juges composée de :

Peer **Lorenzen** (Danemark), *président*,  
Rait **Maruste** (Estonie),  
Jean-Paul **Costa** (France),  
Karel **Jungwiert** (République Tchèque),  
Renate **Jaeger** (Allemagne),  
Isabelle **Berro-Lefèvre** (Monaco),  
Mirjana **Lazarova Trajkovska** (Ex-République yougoslave de Macédoine), *juges*,

ainsi que de Claudia **Westerdiek**, *greffière de section*.

## 3. Résumé de l'arrêt<sup>2</sup>

### Griefs

Invoquant l'article 10 de la Convention, les requérants se plaignaient de leur condamnation pour publicité indirecte ou publicité illicite en faveur des produits du tabac. Sur le terrain de l'article 14 combiné avec l'article 10, les intéressés dénonçaient également une différence de traitement par rapport aux médias audiovisuels diffusant des compétitions de sport mécanique dans un pays où la publicité pour le tabac n'est pas interdite.

### Décision de la Cour

#### Article 10

---

<sup>2</sup> Rédigé par le greffe, ce résumé ne lie pas la Cour.

La Cour note que dans les deux affaires, le but de l'ingérence visait l'objectif de protection de la santé publique, poursuivi par la loi du 10 janvier 1991, dite loi Evin. Elle est d'avis, avec le Gouvernement français, que la restriction de la publicité en faveur du tabac et des produits du tabac constitue un axe essentiel d'une stratégie plus globale de lutte contre le fléau social que constitue le tabagisme. Des considérations primordiales de santé publique, sur lesquelles l'Etat français et l'Union européenne ont d'ailleurs légiféré, peuvent primer sur des impératifs économiques, et même sur certains droits fondamentaux tels que la liberté d'expression. La Cour met en exergue qu'il existe en effet un consensus européen sur la volonté de réglementer strictement la publicité des produits en faveur du tabac et ajoute qu'une tendance générale à la réglementation est désormais affichée au niveau mondial.

Par ailleurs, la Cour n'a pas à juger de l'impact réel de l'interdiction de la publicité sur la consommation du tabac. Que les publications litigieuses soient considérées comme susceptibles d'inciter à la consommation lui paraît être un motif « pertinent » et « suffisant » pour justifier l'ingérence. En outre, comme le font valoir les juridictions françaises, les magazines en question s'adressent au grand public et notamment aux jeunes, lesquels se trouvent être plus vulnérables. Il convient ainsi de prendre en compte l'impact des logos sur ces lecteurs, particulièrement sensibles à la réussite sportive ou financière.

S'agissant des peines infligées au requérants, la Cour estime que les sommes sont certes non négligeables, mais il convient de les mettre en balance, pour en apprécier la lourdeur, avec les recettes de magazines à fort tirage tels qu'*Action Auto Moto* et *Entrevue*.

La Cour conclut que dans les deux affaires, l'ingérence litigieuse peut passer pour « nécessaire dans une société démocratique ». Partant, il n'y a pas eu violation de l'article 10.

#### Article 14

La Cour relève que le grief des requérants vise à contester l'article L. 3511-5 du code de la santé publique, qui autorise les médias audiovisuels à retransmettre en France les compétitions de sport mécanique – sans cacher les marques de cigarettes disposées sur les automobiles, les combinaisons des pilotes ou le circuit – lorsqu'elles se déroulent dans des pays qui autorisent la publicité pour les produits du tabac.

Ainsi que l'ont relevé les juridictions françaises, les moyens techniques ne permettent pas à l'heure actuelle de dissimuler les emblèmes, logos ou publicités sur les images retransmises dans les médias audiovisuels. En revanche, il est possible de ne pas photographier de tels signes, de les cacher ou de les rendre flous sur les pages de magazines. La Cour estime ainsi que les médias écrits disposent du temps et des facilités techniques nécessaires pour modifier l'image et rendre flous les logos rappelant des produits du tabac.

Elle relève en outre qu'à l'occasion d'un litige portant sur les rediffusions d'images d'événements sportifs intervenant plusieurs heures ou plusieurs jours après l'épreuve, la Cour de cassation a confirmé que la retransmission d'une course en temps réel constituait la seule exception à l'interdiction de la publicité indirecte en faveur des produits du tabac.

La Cour estime ainsi que les médias audiovisuels et les médias écrits ne sont pas placés dans des situations analogues ou comparables et conclut, dans les deux affaires, à la non-violation de l'article 14 combiné avec l'article 10.

\*\*\*

Les arrêts de la Cour sont disponibles sur son site Internet (<http://www.echr.coe.int>).

**Contacts pour la presse**

**Stefano Piedimonte** (téléphone : 00 33 (0)3 90 21 42 04)

**Tracey Turner-Tretz** (téléphone : 00 33 (0)3 88 41 35 30)

**Paramy Chanthalangsy** (téléphone : 00 33 (0)3 88 41 28 30)

**Kristina Pencheva-Malinowski** (téléphone: 00 33 (0)3 88 41 35 70)

**Céline Menu-Lange** (téléphone : 00 33 (0)3 90 21 58 77)

*La Cour européenne des droits de l'homme a été créée à Strasbourg par les Etats membres du Conseil de l'Europe en 1959 pour connaître des allégations de violation de la Convention européenne des droits de l'homme de 1950.*