

Компания «Ашетт Филипакки пресс отомобиль» и Дюпюи  
против Франции  
[Hachette Filipacchi Presse Automobile and Dupuy v. France] (№ 13353/05)

Компания «Сосьете де концепсьон де пресс э д'эдисьон»  
и Понсон против Франции  
[Société de Conception de Presse et d'Édition and Ponson v. France]  
(№ 26935/05)

*Постановления от 5 марта 2009 г. [вынесено V Секцией]*

## **Обстоятельства дела**

Дела касаются привлечения к ответственности двух журналов – «Аксьон ото мото» в первом деле и «Антревию» во втором – и их главных редакторов.

В первом журнале «Аксьон ото мото» была опубликована фотография пилота гонок класса «Формула-1» Михаэля Шумахера, празднующего победу на пьедестале австралийского гран-при, демонстрирующего на рукаве название марки сигарет «М.» – спонсора его гоночной команды. На правом рукаве костюма другого пилота было видно название другой марки сигарет – «W». В соответствии с антитабачным и антиалкогольным законом суд взыскал с главного редактора штраф в размере 30 000 евро за непрямую или незаконную рекламу табачных изделий. На компанию-издателя была возложена солидарная ответственность за полную сумму штрафа. Приговор был

---

оставлен без изменения судом апелляционной инстанции, а Кассационный суд позднее признал кассационную жалобу неприемлемой.

Во втором деле журнал «Антревью» опубликовал статью о деньгах в спорте. Он сопроводил ее фотографией Михаэля Шумахера, демонстрирующего логотип марки сигарет («М.»). Другая фотография демонстрировала шлем Михаэля Шумахера в цветах марки сигарет «М.» со следующей подписью: «Михаэль Шумахер, “Формула-1”: 65 млн евро в год (430 млн франков), в том числе заработная плата в размере 34 млн евро в год и рекламные контракты на остальную сумму...». Кроме того, предпоследняя страница журнала содержала серии сатирических фотомонтажей, один из которых представлял две пачки сигарет марки «М.», вырезанные в виде двух человеческих фигур, вступивших в противоестественный контакт, с подписью «Осторожно: курение вызывает анальный рак». Суд признал, что данный фотомонтаж не являлся табачной пропагандой или рекламой, но наложил на главного редактора штраф в размере 20 000 евро за прямую рекламу или пропаганду табака или табачных продуктов в связи с опубликованными фотографиями. На издательскую компанию была возложена солидарная ответственность. Апелляционный суд поддержал решение нижестоящего суда и, кроме того, признал обвиняемого виновным в незаконной рекламе табачных продуктов, а на компанию-заявителя возложил гражданскую ответственность в связи с сатирическим фотомонтажом. Кассационный суд отклонил кассационную жалобу.

**Вопросы права** *По поводу соблюдения статьи 10 Конвенции.* Ни одно дело не касалось публикации в «коммерческом» журнале в строгом смысле слова, в связи с чем свобода усмотрения, которой пользовалось государство, носила ограниченный характер. В первом деле незаконная публикация была сосредоточена на автомобильной торговле и носила новостной характер. Во втором деле незаконные фотографии спортивных событий были частью новостной статьи о доходах в спорте. Вопрос заключался в том, были ли спорные меры соразмерны преследуемой цели.

Заявители были привлечены к ответственности за публикацию фотографий, демонстрирующих логотип производителя, и во втором деле за публикацию фотомонтажа с использованием той же марки сигарет. Ограничение сигаретной и связанной с табаком рекламы является важной составляющей более широкой стратегии борьбы с таким социальным злом, как курение. Фундаментальные соображения здравоохранения, на основе которых во Франции и Европейском союзе было принято законодательство, могли пользоваться приоритетом по отношению к экономическим требованиям и даже некоторым основополагающим правам, таким как право на свободу выражения мнения. Существует европейский консенсус в части необходимости строгого регулирования рекламы табака, и общая тенденция такого регулирования может быть прослежена в настоящее время по всему миру. Европейский Суд не должен принимать во внимание фактическое воздействие на потребление табака запрета на его рекламу, включая косвенную рекламу. Тот факт, что незаконные публикации рассматривались как способные стимулировать людей, особенно молодежь, к приобретению таких товаров, для Европейского Суда является «относимой» и «достаточной» причиной для оправдания вмешательства.

Что касается первого дела, не вызывает сомнений, что целью фотографии было рекламирование марок сигарет в числе других товаров, и даже если спорные логотипы занимали очень маленькое пространство, они были легко узнаваемы и прямо связывались с успехом в спорте. Во втором деле логотипы марок сигарет занимали больше места на фотографиях и были особенно заметны и прямо связаны с успехом в спорте. Европейский Суд полагает, что в обоих делах заявители могли скрыть незаконные логотипы,

---

---

что является технически несложным, не меняя сути фотографий или действительности распространяемой информации. Будучи профессионалами в области массовой информации, заявители могли внести эти незначительные изменения. Кроме того, читательская аудитория указанных журналов включала молодежь, и было необходимо принять во внимание влияние логотипов на этих читателей, которые особенно внимательны к успеху в спорте или финансам. Наконец, хотя суммы, которые были обязаны выплатить заявители, безусловно не были незначительными, при оценке их величины они должны быть сравнены с доходами журналов с высокими тиражами, таких как участвующие в настоящем деле. Учитывая, насколько важна защита здоровья общества, настоятельную необходимость принимать меры для защиты общества от такого зла, как курение, и существование европейского консенсуса в части запрета рекламы табачной продукции, ограничения, наложенные на свободу выражения мнения заявителей в настоящем деле, отвечали настоятельной общественной потребности и не были несоизмерны преследуемой законной цели.

**Постановление** По делу требования статьи 10 Конвенции нарушены не были (принято единогласно).

*По поводу соблюдения статьи 14 Конвенции во взаимосвязи со статьей 10 Конвенции.* В обоих делах заявители обжаловали статью L. 3511-5 Кодекса здравоохранения, которая разрешала аудиовизуальным средствам массовой информации транслировать соревнования по автоспорту во Франции – без удаления марок сигарет, изображенных на машинах, костюмах водителей или на трассе – когда данные события происходят в странах, где разрешена реклама табака. В то время как было еще невозможно техническими средствами убрать надписи, логотипы или рекламу на отснятом материале, используемом транслирующими организациями, было возможно воздержаться от изготовления фотографий с такими символами, или стереть или затемнить их на страницах журналов. Печатные средства массовой информации имели необходимое время и технические средства для изменения своих иллюстраций и сокрытия любых логотипов, намекающих на табачную продукцию. Кассационный суд фактически подтвердил, что прямая трансляция гонок была единственным исключением из запрета на косвенную рекламу табачных продуктов. Таким образом, аудиовизуальные средства массовой информации не находились в аналогичной или сравнимой ситуации.

**Постановление** По делу требования статьи 14 Конвенции во взаимосвязи со статьей 10 Конвенции нарушены не были (принято единогласно).