

[INFO PUB]

Publicité et secteurs règlementés

**Les publicités en faveur du whisky Jameson ne sont pas illicites**

L'affaire des publicités en faveur du Whisky Jameson dessinées par Ted Benoit a pris fin le 15 mai 2012 par un arrêt de la chambre criminelle de la Cour de cassation.

Dans cette affaire initiée en 2005, l'Association Nationale de Prévention en Alcoologie et Addictologie (« ANPAA ») reprochait aux sociétés Métrobus et Pernot-Ricard d'avoir diffusé des publicités en faveur du whisky Jameson dessinées par l'auteur de la bande dessinée Blake et Mortimer, dont la mise en scène excédait selon elle les limites de la réglementation applicable aux boissons alcooliques.

Saisie pour la troisième fois, la Cour de cassation a rejeté le pourvoi de l'ANPAA et a fait sienne les motivations de la Cour d'appel d'Orléans qui, dans sa décision du 25 avril 2011, avait estimé que « *la publicité pour les boissons alcooliques [...] 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'attrance 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* ».