

JEAN-FRANCOIS FUNKE

*Avocat à la Cour*

*Chargé de cours à l'Université de Paris 2 - Asses*

Paris, le 31 mai 2013

Monsieur le Procureur de la République  
Près le Tribunal de Grande Instance de PARIS  
PALAIS DE JUSTICE  
4 Boulevard du Palais  
75001 PARIS

Lettre Recommandée AR  
N°1A 073 596 6562 1

**Dépôt de plainte Art. L. 3511-3 L. 3511-4 du Code de la Santé Publique**  
**Exercice des poursuites du chef de propagande ou de publicité directe ou indirecte en faveur**  
**du tabac**

Monsieur le Procureur,

Je suis l'Avocat de l'association A.L.P.H.A. dite « SOS TABAC » dont le Président est Monsieur MARGUARITTE. Cette association a pour objet la lutte contre le tabagisme et a été créée le 7 février 1990 (JO du 7 mars 1990). Elle tire de l'article L. 3512-1 du Code de la Santé Publique le pouvoir d'exercer les droits reconnus à la partie civile pour les infractions prévues pour lutter contre le tabagisme et d'exercer les mêmes droits que les associations de consommateurs **(pièce n°1 : mention au Journal Officiel de la déclaration en Préfecture de l'association, pièce n°2 : statuts de l'association).**

En ma qualité d'Avocat de l'association SOS TABAC, j'ai l'honneur de déposer plainte entre vos mains du chef de propagande ou de publicité directe ou indirecte en faveur du tabac, infraction prévue par les articles L. 3511-3 et L. 3511-4 du Code de la Santé Publique et réprimée par l'article L. 3512-2 du même Code, à raison des faits ci-après relatés, dont l'association est la victime.

La lutte pour le tabagisme en France dont le premier texte est la loi « Veil » n°76-616 du 9 juillet 1976, a été renforcée par loi « Evin » n°91-32 du 10 janvier 1991 qui prohibe de façon générale toute publicité en faveur des produits du tabac.

*16 Avenue de Friedland - 75008 Paris - Tél. : 01 45 63 12 60 - Fax : 01 45 63 12 50 - Palais B1070*

*Membre d'une association agréée - Le règlement des honoraires par chèque est accepté*

*jeanfrancoisfunke@fvf-avocats.com*

La société LA FRANCAISE DES JEUX commercialise ses jeux de hasard notamment dans les bars tabac et les bureaux de tabac présents sur l'ensemble du territoire national. Selon des données publiques, la FRANCAISE DES JEUX représente en effet le premier réseau de proximité en France, avec un réseau de vente comptant 34.000 points de vente dont la plupart sont des bureaux de tabac, des bars tabac.

Le Paris Mutuel Urbain (PMU) est une entreprise de paris hippiques dont les activités sont la conception, la promotion, la commercialisation et le traitement des paris sur les courses de chevaux. Selon le site internet du PMU, il existe 10.400 points de vente des produits PMU en France, essentiellement des bars tabac et des bureaux de tabac.

La Française des jeux (FDJ) a annoncé en décembre 2012 un chiffre d'affaires 2012 record en hausse de 6,1 %, avec 12,1 milliards d'euros.

Le budget publicitaire de ces entreprises est considérable, avec notamment plus d'une centaine de millions d'euros pour la FDJ.

La raison d'être de la publicité en faveur des jeux de la FDJ et du PMU est d'inciter le consommateur à jouer et donc à acheter des jeux de la FDJ et du PMU.

Pour ce faire, le consommateur, attiré par la publicité omniprésente, peut notamment se rendre dans un des multiples bureaux de tabac ou bars tabac, dans lesquels il peut facilement acheter des produits de la FDJ et du PMU et jouer dans des conditions propices (écrans, présentoirs, présence d'autres joueurs, convivialité des lieux, consommation de boissons alcoolisées ou non...).

Or dans les bureaux de tabac et les bars tabacs, la publicité en faveur des produits du tabac est autorisée, par exception au principe général.

En effet, selon l'article L. 3511-3 du Code de la Santé Publique :

*« La propagande ou la publicité, directe ou indirecte, en faveur du tabac, des produits du tabac ou des ingrédients définis au deuxième alinéa de l'article L. 3511-1 ainsi que toute distribution gratuite ou vente d'un produit du tabac à un prix inférieur à celui mentionné à l'article 572 du code général des impôts sont interdites. »*

*Ces dispositions ne s'appliquent pas aux enseignes des débits de tabac, ni aux affichettes disposées à l'intérieur de ces établissements, non visibles de l'extérieur, à condition que ces enseignes ou ces affichettes soient conformes à des caractéristiques définies par arrêté interministériel.*

*(...) »*

La clientèle de la FDJ et du PMU se trouve donc dans une position de « cible captive » de la publicité pour les produits du tabac.

La publicité constante, continue et pressante, voire agressive de ces sociétés de jeux, la réunion de leurs enseignes sur les façades des débits de tabac relayées par la publicité autorisées pour les cigarettes dans les bars tabacs où sont installés des écrans qui diffusent les courses hippiques ou des jeux de tirage à un rythme effréné (les jeux AMIGO®, RAPIDO® de la FDJ ou encore les paris EQUIDIA® du PMU par exemple) sont autant d'éléments qui se cumulent et qui constituent une incitation permanente à consommer du tabac.

Pour les fumeurs qui s'adonnent au jeu, l'état d'excitation et de nervosité provoqué par l'espérance de remporter un gain ou par la frustration de ne pas gagner, favorise la consommation de tabac.

Pour les non-fumeurs qui jouent assidûment, la fréquentation des bars tabacs dans lesquels la publicité pour les produits du tabac est omniprésente et la compagnie des joueurs fumeurs ne peut que les inciter à « franchir le pas » et consommer un jour leur première cigarette dans cet environnement propice à la consommation.

Il faut ajouter que la RATP pour la Région parisienne, vend également ses produits, ce qui place l'acheteur dans la même position de « cible captive » pour les produits du tabac.

Pour l'association SOS TABAC ces faits sont d'une extrême gravité, compte tenu des enjeux de santé publique (selon les dernières études, le tabagisme a tué 73.000 personnes par an et a coûté 47 milliards d'euros à la collectivité).

Ces faits qui sont dénoncés par l'association SOS TABAC sont constitutifs de l'infraction de propagande et de publicité directe en faveur du tabac, infraction prévue par l'article L. 3511-3 du Code de la Santé Publique et réprimée par l'article L. 3512-2 du même Code.

Ces faits peuvent être également constitutifs de l'infraction de propagande ou de publicité indirecte en faveur du tabac, infraction prévue par l'article L. 3511-4, du Code de la Santé Publique et réprimée par l'article L. 3512-2 du même Code.

Selon l'article L. 3511-4 du Code de la Santé Publique en effet :

*« Est considérée comme propagande ou publicité indirecte la propagande ou la publicité en faveur d'un organisme, d'un service, d'une activité, d'un produit ou d'un article autre que le tabac ou un ingrédient défini au deuxième alinéa de l'article L. 3511-1 lorsque, par son graphisme, sa présentation, l'utilisation d'une marque, d'un emblème publicitaire ou un autre signe distinctif, elle rappelle le tabac ou un autre produit du tabac. »*

*Toutefois, ces dispositions ne sont pas applicables à la propagande ou à la publicité en faveur d'un produit autre que le tabac, un produit du tabac ou un ingrédient défini au deuxième alinéa de l'article L. 3511-1 qui a été mis sur le marché avant le 1er janvier 1990 par une entreprise juridiquement et financièrement distincte de toute entreprise qui fabrique, importe ou commercialise du tabac un produit du tabac ou un ingrédient défini au deuxième alinéa de l'article L. 3511-1. La création d'un lien juridique ou financier entre ces entreprises rend caduque cette dérogation ».*

Dans les circonstances de l'espèce, l'association SOS TABAC estime que les publicités en faveur des produits de la FDJ et du PMU constituent à tout le moins de la publicité indirecte en faveur des produits du tabac, puisque les produits de la FDJ et du PMU sont vendus dans des établissements qui font de la publicité en faveur des produits du tabac.

Il est rappelé également qu'il existe des liens juridiques et financiers entre la FDJ, le PMU et l'Etat, qui a confié le monopole de la vente au détail des produits manufacturés à une

administration fiscale, les DOUANES FRANCAISES, et qui est actionnaire par sa filiale française SEITA du groupe IMPERIAL TOBACCO.

Ces faits causent évidemment un préjudice à l'association SOS TABAC, puisque ces faits constituent une violation de la loi qui a été édictée spécialement pour lutter contre le tabagisme et que l'association SOS TABAC a pour objet statutaire la lutte contre le tabagisme.

Il est rappelé qu'aux termes de l'article L. 3512-2 du Code de Santé Publique : « ... *en cas de propagande ou de publicité interdite, le maximum de l'amende peut être porté à 50 % du montant des dépenses consacrées à l'opération illégale* ».

Telles sont les raisons pour lesquelles l'association SOS TABAC dépose plainte du chef de l'infraction de propagande ou de publicité directe ou indirecte en faveur de publicité en faveur des produits du tabac et vous demandent d'engager l'action publique de ce chef.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Procureur, l'expression de ma considération la plus distinguée.



**Jean-François FUNKE**  
**Avocat à la Cour**

**Pièces :**

- Déclaration en Préfecture de l'association SOS TABAC
- Statuts de l'association SOS TABAC