



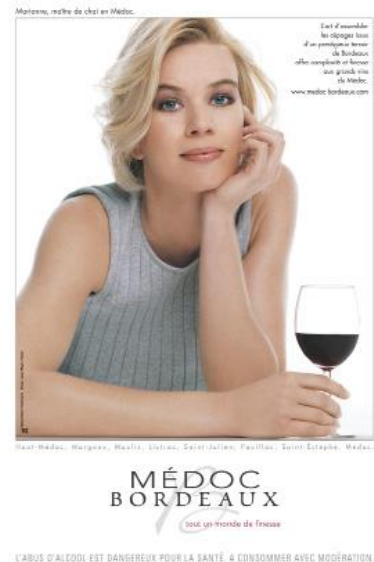
Bordeaux, le 2 juillet 2015

CAMPAGNE DE PUBLICITE *PORTRAITS DE VIGNERONS DES VINS DE BORDEAUX, FIN D'UNE LONGUE PROCEDURE.*

Le 1^{er} juillet, la Cour de Cassation a finalement validé la position du CIVB et rejeté le second pourvoi de l'ANPAA. Le CIVB se réjouit de cette décision qui clôture définitivement cette période d'incertitude juridique.

Le 1^{er} août 2005, l'ANPAA (Association Nationale de Prévention en Alcoologie et en Addictologie) assignait le Conseil Interprofessionnel du Vin de Bordeaux (CIVB) devant le tribunal de Grande Instance de Paris afin d'obtenir l'interdiction de la campagne publicitaire nationale 'Portrait de vigneron'.

Après 10 ans, cet épisode judiciaire long et complexe s'achève sur une décision positive pour l'ensemble des acteurs de la vigne et du vin avec l'arrêt rendu par la Cour de Cassation le 1^{er} juillet 2015, qui conclut ainsi :



BORDEAUX
tout un monde de France

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

« Attendu que l'arrêt relève que les **personnages figurant sur les affiches, expressément désignés comme des membres de la filière de production ou de commercialisation des vins de Bordeaux, ne sont pas assimilables au consommateur** et se rattachent, comme ayant participé à cette production ou à cette commercialisation, au facteur humain visé par l'article L. 115-1 du code de la consommation, auquel fait référence l'article L. 3323-4 du code de la santé publique, **que la seule représentation de personnages ayant un verre à demi plein à la main ne dépasse pas les limites fixées par le texte susvisé** qui exige une représentation objective du produit, telle que sa couleur ou son mode de consommation, que **l'impression de plaisir qui**

se dégage de l'ensemble des visuels ne dépasse pas ce qui est nécessaire à la promotion des produits et inhérent à la démarche publicitaire proprement dite, laquelle demeure licite, et que l'image donnée de professions investies par des jeunes, ouvertes aux femmes et en recherche de modernité, est enfin pleinement en accord avec les dispositions légales autorisant une référence aux facteurs humains liés à une appellation d'origine ; que la cour d'appel a pu en déduire, sans encourir les griefs du moyen, qu'était remplie la prescription de l'article L. 3323-4 du code de la santé publique relative au caractère objectif et informatif de la publicité ; que le moyen n'est pas fondé.



Rappel des faits

- **Le 1er août 2005** l'Association Nationale de Prévention de l'Alcoolisme, devenue depuis l'ANPAA (Association Nationale de Prévention en Alcoologie et en Addictologie) a assigné le CIVB devant le tribunal de grande Instance de Paris afin d'obtenir l'interdiction de sa campagne publicitaire.
- Par jugement du **19 décembre 2006**, le tribunal de grande instance de Paris a débouté l'ANPAA de toutes ses demandes.
- Par arrêt du **26 février 2010**, la cour d'appel de Paris, saisie par l'ANPAA, a confirmé le jugement.
- Sur pourvoi de l'ANPAA, la Cour de Cassation a, par arrêt du **23 février 2012**, cassé l'arrêt de la cour d'appel de Paris et renvoyé les parties devant la cour d'appel de Versailles.
- Le **3 avril 2014**, la cour d'appel de Versailles confirme le jugement du TGI de Paris (2006) et déboute l'ANPAA. L'ANPAA se pourvoit une nouvelle fois en cassation.
- Le **1er juillet 2015**, la Cour de cassation rejette le pourvoi et condamne l'ANPAA aux dépens

Contacts presse

Conseil Interprofessionnel du Vin de Bordeaux

Valerie Descudet : 05 56 00 22 76// valerie.descudet@vins-bordeaux.fr
 Sara Briot-Lesage : 05 56 00 43 49 // sara.briot-lesage@vins-bordeaux.fr