Image not found or type unknown

Le message publicitaire doit être conforme aux thèmes autorisés sans être incitatif

Jurisprudence publié le **03/03/2014**, vu **1637 fois**, Auteur : Alcool & Droit

Une jurisprudence qui précise le contenu des messages publicitaires pour les boissons alcoolisées

La décision du TGI de Paris qui concerne la présence sur Facebook de pages dédiées aux marques de boissons alcoolisées, contient aussi une analyse très intéressante sur le contenu des messages publicitaires.

Les différents messages soumis au juge par l'ANPAA portaient sur la possibilité de trouver la bière Despérados dans certains établissements à une date précise. Il y avait par exemple une phrase telle que « Despérados est aujourd'hui à Rennes au Webb Ellis ».

Le juge considère tout d'abord que cette mention se rattache aux modalités de vente et de consommation du produit. On aurait aussi pu dire qu'elle se rattachait au thème de l'adresse d'un distributeur.

Le juge ajoute, pour rejeter immédiatement la demande de l'ANPAA, que celle-ci ne démontre pas en quoi cette mention aurait un caractère incitatif.

Cette décision, qu'il faut prendre avec toute la prudence requise s'agissant d'une ordonnance de référé qui reste susceptible d'appel, montre donc qu'il ne faut pas se contenter d'une conformité à la liste des thèmes autorisés mais aussi vérifier que le traitement de ce thème n'a pas de caractère incitatif. Cette double vérification était aussi un des enseignements des décisions rendues contre les publicités Absolut puisque dans ce cas les visuels qui illustraient le thème de l'adresse d'un dépositaire avaient été considérés comme incitatifs en ce qu'ils mettaient en avant des éléments de séduction liés à ces établissements de prestige.

http://www.alcooletdroit-opouletavocat.fr

Copyright © 2025 Légavox.fr - Tous droits réservés