



## Cabale contre la loi Evin ?

Rubrique : ditos - Date : mercredi 16 septembre 2009

---

### Cabale contre la loi Evin ?

Les attaques dans la presse contre la loi Evin sont de plus en plus manifestes : après les affaires de l'exposition Tati, Coco Chanel, Alain Delon et Dior, voici maintenant « les mémoires de Chirac et la cigarette gommée ». **Qui en veut donc à notre loi Evin ?** Le tirage des fameux mémoires de Jacques Chirac serait retardé d'un mois parce que la photo de couverture représenterait l'ancien Président cigarette en main. Une information si capitale fait ainsi les gros titres ! Deux quotidiens ont particulièrement relayé l'information en ne manquant pas d'ironiser sur la loi de protection contre le tabagisme. Le Figaro.fr va même jusqu'à faire une rétrospective des célébrités privées de cigarettes en insinuant que la loi Evin « tue » la liberté d'expression ! Intuition du scoop vendeur ou volonté de nuire à une loi qui gêne ?

Devant ces attaques organisées répétées, DNF a déjà réagi en juin dernier en écrivant à l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (ARPP) pour expliquer qu'en l'absence de volonté de promouvoir le tabagisme de la part de l'annonceur ou de l'agence, aucun acteur de la lutte contre le tabac n'aurait lancé une action en justice contre des images d'archives. Cette lettre proposait une rencontre sur ce thème, mais elle n'a pas obtenu de réponse.

Que penser alors de l'attitude du Figaro.fr qui, dans l'affaire Chirac, censure un commentaire sans invoquer une quelconque raison précise pour le faire. L'association a, en effet, souhaité réagir courtoisement et avec un solide argumentaire pour modérer les commentaires des internautes suggérés par l'article du Figaro.fr dans lequel on pouvait notamment lire La loi Evin n'en est pas à sa première victime . L'association a alors demandé des explications plus précises sur la censure dont son commentaire était victime, mais là aussi, aucune réponse. DNF ne peut que supposer une étroite communauté d'esprit entre l'ARPP et certains médias pour lesquels l'objectif commun serait moins de démultiplier la promotion d'un évènement que de tenter d'obtenir une modification de la loi Evin. Le but final serait de reconquérir la manne publicitaire que l'industrie du tabac ne peut plus verser aux médias depuis que DNF a obtenu la condamnation de toute forme de publicité pour le tabac dans la presse écrite et sur Internet.

Devant l'offensive massive, soutenue par certains médias inconséquents, sur ce sujet épineux de la communication autour du tabac, il y a fort à parier que d'autres cas similaires se représenteront avant la fin de l'année. DNF restera vigilante mais, privée par ceux-là mêmes qui devraient veiller à la liberté d'expression, de sa capacité à communiquer elle ne pourra compter que sur la volonté de ses adhérents et sympathisants à exiger la vérité.

La publicité est une des raisons majeures, et particulièrement chez les plus jeunes, du maintien à un haut niveau de la consommation de tabac. Que l'industrie du tabac tente par tous les moyens de maintenir ses parts de marché, pourquoi pas, puisque la consommation de tabac n'est pas interdite. Mais que des médias puissent impunément cautionner cette mise en scène est parfaitement inacceptable car leur métier les met au premier rang des témoins de l'hécatombe provoquée par ce produit qui tue un de ses consommateurs sur deux.