



Publicité en faveur du tabac par des utilisateurs de Facebook ?

Rubrique : questions-réponses - Date : mardi 10 juillet 2012

Bonjour,

je me permets de vous solliciter afin de vous parler de Facebook et des incitations à fumer qui pullulent sur ce réseau social envahi par les ados ainsi que pour rendre compte du comportement de certains parents.

Depuis quelques temps, je remarque que le nombre de personnes qui s'affichent sur Facebook en train de fumer est grandissant. On a presque l'impression qu'il est cool de fumer et que ne pas fumer serait ringard.

Je connais un garçon de 13 ans (bientôt 14) qui a depuis Février 2012 une image de couverture illustrant un \ rasta kinder\ avec les couleurs rouge jaune vert, accompagné d'un schéma montrant les différentes étapes pour se faire un joint. Cela m'inquiète, d'autant plus qu'il déclare déjà que \ fumer une clope\ était la première chose qu'il faisait en se levant. En outre, il a son petit frère d'une dizaine d'années dans ses contacts. Je trouve cela relativement malsain. Pour moi, c'est une claire incitation à la consommation de cannabis, d'autant plus qu'on met en relation le cannabis et un produit pour enfant, qu'est le Kinder. (Je précise que ce garçon possède sa mère et son beau-père dans sa liste de contacts). J'ai déjà signalé ce cas au procureur de la république Fin Février.

Le copain de ce garçon (qui a 15 ans) a mis une photo de profil depuis Mai, où on voit un gros plan sur le visage d'un de ses copains. Celui-ci expire une grande quantité de fumée par la bouche (fumée de quoi ? Je n'en sais trop rien). Encore une fois, pour moi, c'est une image qui incite les jeunes à fumer. D'autant plus, que lui aussi a le petit frère de son copain ainsi que son beau-père dans ses contacts.

J'ai aussi pour connaissance le père d'un garçon (presque majeur). Cet homme a comme image de profil une photo où on voit un gros plan sur son visage. Il est relativement éméché et mord fièrement son cigare. Je trouve que cette image incite \ aux excès\ . D'autant plus que ce père a également posté une photo où on voit un adulte tendre une pipe à chicha à son fils (âgé de 13-14 ans à l'époque) qui pose ainsi ses lèvres sur le bec de l'appareil. Le père a aussi identifié son fils sur la photo pour qu'elle apparaisse sur le Facebook de son enfant. Ce genre de démarches incitent les jeunes à consommer ce type de produits qui en sont déjà très friands.

Que faire si jamais Facebook ne supprimait pas ces photos ? J'ai signalé 3 photos sur les 4. Cela fait déjà 2 semaines et les photos sont encore en ligne. Il y a une case à cocher à chaque signalement (spam, pornographie, violence, incitation à la haine, consommation de stupéfiants). La catégorie la plus appropriée est semble-t-il [consommation de stupéfiants], même si à part la photo sur le \ rasta kinder\ les autres photos ne rentreraient a priori pas dans la catégorie des \ stupéfiants\ . Néanmoins, faire la publicité du tabac ou inciter les jeunes à fumer (que ce soit du tabac ou autres) relève de la propagande en faveur pour des produits que l'on sait toxiques, alors pour moi, même sur Facebook cela reste irresponsable de mettre ce genre d'images, sachant qu'en plus que \ de jeunes personnes\ peuvent avoir accès à ce genre de contenus.

Réponse :

Le statut juridique de ce réseau social est l'objet des diverses interprétations de la part des juges. Dans un bon nombre de décisions (concernant notamment des affaires entre employeurs et employés, mais aussi des affaires concernant le droit à l'image, injure ou diffamation), les magistrats ont considéré que Facebook est un espace public, sauf lorsque l'accès au profil de la personne est limité à ses seuls amis (et non visible au public ou aux amis de ses amis) ; dans ce cas, les juges considèrent qu'il s'agit d'un espace privé.

Les conditions d'utilisation du site précisent par ailleurs que l'utilisateur est seul responsable des photos, profils, messages, articles, textes, informations, musiques, vidéos, annonces, petites annonces et autre contenu dès que celui-ci a confirmé en cliquant sur publier . Le statut de Facebook, qui possède un fonctionnement participatif, s'apparente à celui d'un hébergeur, non d'un éditeur. À ce titre, selon la loi pour la confiance dans l'économie numérique (LCNE) de 2004, il n'est pas responsable des éléments publiés, à partir du moment où il n'y prend pas une part active. Le site devient en revanche responsable s'il n'intervient pas après avoir été informé des faits, selon une procédure définie.