



Que faire face à la publicité sur la cigarette électronique sur BFM.TV ?

Rubrique : questions-réponses - Date : mercredi 23 avril 2014

Publicité à tour de bras sur BFMTV sur la cigarette électronique, stands dans les galeries marchandes, que penser de ces pratiques incitatrices pour les plus jeunes, qui se développent et apparaissent comme banales aux yeux de la population mal informée.

Que peut-on faire ?

Bien cordialement

Réponse :

Le 31 mai 2013, à l'occasion de la journée mondiale sans tabac, la ministre de la santé a décrit clairement les 3 axes de sa politique en matière de contrôle de la cigarette électronique :

1. L'interdiction de la vente aux mineurs ;
2. L'interdiction de « vapoter » dans les lieux publics où il est déjà interdit de fumer, lorsque les possibilités juridiques de cette interdiction seraient précisées par le Conseil d'État ;
3. L'interdiction de la publicité, censée s'appliquer maintenant et sans disposition nouvelle, mais qui allait faire l'objet d'une circulaire avant la fin de l'été 2013.

Or, depuis un an, seule l'interdiction de vente aux mineurs a été codifiée. Des pressions importantes et la proximité de l'adoption d'une nouvelle directive européenne portant notamment sur la cigarette électronique ont incité le gouvernement à retarder les deux autres échéances. Quant à la justice qui, en l'occurrence disposait d'une législation suffisante pour trancher, elle semble également attendre que l'Europe, puis le gouvernement ou le parlement français se prononce de manière claire et définitive.

Profitant de cette irresponsabilité collective, la publicité illégale a progressivement envahi le paysage médiatique sans qu'aucune autorité politique ou administrative n'ose réagir et en muselant les tentatives de recours à la loi faites par DNF depuis 2011.

La directive européenne est désormais adoptée. Souhaitons qu'à l'occasion de sa promulgation, prévue pour le mois de mai 2014, le pouvoir politique prenne rapidement ses responsabilités et fasse cesser le désordre grandissant que les fabricants et les distributeurs de cigarettes électroniques souhaitent eux-même voir disparaître. Ce climat de laxisme entretenu n'est, en effet, pas favorable au développement harmonieux d'une innovation qui, bien encadrée, devrait pouvoir aider la santé publique à faire régresser le fléau du tabagisme.

A titre indicatif, voici deux extraits de la directive européenne à laquelle la France devra se référer pour sa propre législation :

- (Considérant 41) : *Étant donné que la nicotine est une substance toxique et compte tenu des risques potentiels*

pesant sur la santé et la sécurité, y compris pour des personnes auxquelles le produit n'est pas destiné

- *(Considérant 43) : Les cigarettes électroniques peuvent devenir le point d'entrée d'une dépendance à la nicotine et favoriser au bout du compte la consommation de tabac traditionnel dans la mesure où elles imitent et banalisent l'action de fumer. C'est la raison pour laquelle il y a lieu d'adopter une approche restrictive en ce qui concerne la publicité pour les cigarettes électroniques et les flacons de recharge*