# Spot Tabac du CNCT

Rubrique : actualités - Date : lundi 22 juillet 2002

Sous le titre un spot antitabac montre l'agonie d'un cancéreux, Le Parisien décortique et analyse le spot de 30 secondes, diffusé par TF1 à partir de ce soir, montrant l'agonie d'un fumeur invétéré atteint d'un cancer. A l'origine de ce spot, le Centre national contre le tabagisme (CNTC) souhaite frapper les esprits en utilisant des slogans tels que « cet homme n'a plus que cinq jours à vivre », « C'est juste un fumeur. Il a commencé à 14 ans, l'âge où l'on se croit immortel », ou encore « Il n'a jamais pu arrêter. A 39 ans, premier cancer. A 49 ans, il ne pèse plus que 34 kilos ». Le quotidien souligne que l'homme que l'on voit apparaître sur l'écran n'est pas un acteur. Il s'agit de Richard Gourlain, fumeur emporté par le cancer le 7 janvier 1999, que l'épouse avait accepté de filmer afin de témoigner des ravages du tabac. Le journal rappelle d'une part, que les campagnes de prévention osent, depuis 1999, repousser les limites de l'horrible pour parvenir à toucher l'opinion, et estime, d'autre part, que « l'agonie à la télé est devenue un pas de plus sur la voie de l'hyper-réalisme afin de dénoncer les ravages du tabac, de la drogue, de l'alcool ou de la vitesse au volant ». Deux exemples sont cités par le journal : le spot de la Sécurité routière mettant en scène la mort fictive d'un père de famille et de ses deux enfants, et un spot officiel du 23 juin 2002 contre le tabac (Institut national de prévention et d'éducation pour la santé) alertant que des traces de mercure, d'ammoniac et d'acide cyanhydrique avaient été décelées dans un produit de grande consommation& le tabac. Le Parisien estime toutefois que « pour la première fois en France, une campagne de prévention exploite un drame réel et montre les véritables images de la déchéance physique d'un homme ».

Copyright © DNF - Pour un monde Zéro Tabac