



Par quelle perversité et pour combien de temps encore va-t-on permettre a l'industrie du tabac de profiter du support écran afin de mieux recruter ses victimes ?

Rubrique : questions-réponses - 14/04/2011 - 17:07:00

Je viens de voir le film intitulé LOL qui s'adresse manifestement à un public d'ados.

La cigarette y est omniprésente et je voudrais savoir comment une telle publicité scandaleuse pour la consommation du tabac peut avoir lieu malgré toutes les nouvelles interdictions ?

Par quelle perversité et pour combien de temps encore va-t-on permettre a l'industrie du tabac de profiter du support écran afin de mieux recruter ses victimes ?

Merci d'avance de votre réponse.

Réponse :

DNF est la seule organisation non gouvernementale à s'être attaquée, sur le terrain, au problème de la publicité. En quelques années, elle a réussi à éradiquer la publicité dans la presse écrite nationale et à faire régresser considérablement la publicité sur Internet. Trois secteurs restaient à traiter : la presse spécialisée cigares, les théâtres et le cinéma.

- Les dernières décisions de cour d'appel nous permettent de penser que ces revues truffées de publicité et faisant l'apologie du tabagisme disparaîtront rapidement des kiosques. La loi pourrait aller plus loin, mais DNF ne souhaite pas empêcher les amateurs de cigares d'échanger entre eux, à condition que ces échanges ne prennent pas un caractère public.
- Pour les théâtres, le décret est très clair. DNF va donc, dans un premier temps, mettre en garde leurs responsables contre les dérives, de plus en plus nombreuses, qui permettent de voir fumer sur scène.
- Pour le cinéma, deux de nos partenaires sont en train de monter un dossier très fouillé dans lequel ils relèvent la proportion de temps tabac dans les films ainsi que l'opportunité de cette présence du tabac. Le cinéma étant, contrairement au théâtre, essentiellement le reflet de la vie quotidienne, doit permettre de vivre des situations où les personnages fument ou se droguent. Il faut donc arriver à distinguer ce qui relève de la vie quotidienne de ce qui relève de la publicité, voire de la propagande.