



Premières étapes de la remise en question de la loi Évin

Rubrique : questions-réponses - Date : mardi 2 juin 2009

Premières étapes de la remise en question de la loi Évin :

<http://www.lemonde.fr/culture/artic...>

<http://www.lefigaro.fr/culture/2009...>

J'étais de ceux (les rares) qui trouvaient positive et parfaitement justifiée la décision des régies publicitaires concernées (Metrobus, etc...) d'utiliser une autre image (bien plus belle que celle qui s'est retrouvée dans toute la France, selon moi impunément) de Audrey Tautou pour promouvoir le film Coco Chanel ainsi que celle de cacher la pipe de M. Tati, même si le fait de transformer une pipe en moulin, comme pour la rendre plus anodine ou ludique n'était selon moi pas la meilleure idée, l'effacement pur et simple de l'objet incriminé aurait soulevé moins de polémique.

Ces articles sont à comparer avec vos communiqués de presse sur le site de DNF...

<http://dnf.asso.fr/-Communiques-de-...> et <http://dnf.asso.fr/-Publicite-interdite,40-.html>

Et là je suis estomaqué.

Je ne connais pas l'exacte portée de cet organisme mais ce qui est sûr c'est que l'information a rapidement fait le tour des médias et frappera l'inconscient collectif.

Qu'attendez-vous pour réagir pour vous battre de toutes vos forces contre cette décision stupide ? Que les affiches et autres réclames reflourissent bientôt ? Et avec toutes les failles (prévisibles) que cette décision laisse apparaître, c'est la publicité pour le tabac quasiment redevenue légale.

Réponse :

DNF est une association sans but lucratif. Ses moyens financiers sont très limités, ses moyens de communication le sont tout autant, surtout lorsqu'il est question de publicité ou de propagande en faveur du tabac. C'est ainsi que le [communiqué de presse auquel vous vous référez](#) n'a été repris par presque aucun journal, alors qu'il s'agissait d'une décision de cour de cassation extrêmement importante intervenant après 6 longues années de procédures.

Il en va de même pour l'affaire TATI pour laquelle la presse dans son ensemble n'a souhaité entendre que deux discours :

- la loi est trop rigoureuse
- il faut donc lui apporter des aménagements

Il semblerait que l'autocensure pratiquée par l'agence de publicité ait deux objectifs précis :

- d'une part, décupler les effets d'une publicité pour l'exposition TATI, et là, la réussite est totale
- d'autre part, déstabiliser la loi Evin et là aussi, l'objectif a été atteint.

L'autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP), comme elle le précise elle-même, donne un avis qu'elle suppose partagé par le ministre et par le juge.

Dans la réalité, toute forme de publicité ou de propagande en faveur du tabac constitue un délit passible d'une amende qui peut aller jusqu'à 100.000 Euros et les associations ou organismes visés par l'article [L.3512-1 du code de la santé publique](#) peuvent se porter partie civiles contre ces infractions.

Il s'agit donc d'une manipulation grossière de l'opinion publique tendant à attribuer à la loi, ou à ceux qui veillent à son application, la responsabilité d'une censure auto-infligée. Le Ministère Public, pas plus que les organismes visés ci-dessus ne seraient, en effet, jamais intervenus pour la pipe de monsieur Hulot. Le juge qui décide, en dernier ressort, s'il avait été saisi, aurait, comme DNF, recherché avant toute chose l'intention d'afficher le tabagisme sous un aspect promotionnel ou socialement valorisant, ce qui n'était pas le cas de l'image d'archive mais qui l'est devenu par cette manipulation d'image.

DNF se retrouve bien seule à défendre la loi car le ministère public reste très discret sur ce sujet alors qu'il possède tous les pouvoirs d'investigations dont les associations ne disposent pas. Les partenaires associatifs ou institutionnels de DNF, préfèrent, de leur côté, éviter d'entrer dans ce débat dont ils redoutent les retombées négatives.