

## La loi Évin sous pression : DNF décrypte 15 ans de manipulations médiatiques

« Affaire Hockney » : une provocation de plus contre une loi de santé publique exemplaire

**Demain sera non fumeur (DNF)** dénonce une nouvelle opération de manipulation médiatique autour de l’affiche de l’exposition David Hockney, refusée dans le métro parisien en raison d’une cigarette dessinée. Une fois encore, une régie publicitaire provoque une controverse afin de remettre en cause une loi fondatrice de la santé publique : la loi Évin.

---



# La loi Évin : un pilier de la prévention tabac en France

Adoptée en 1991, la loi Évin interdit toute forme de publicité, directe ou indirecte, en faveur du tabac. Sa force réside dans sa clarté : toute valorisation du tabac, explicite ou implicite, est proscrite dans l'espace public. Elle a permis une baisse significative de l'exposition des jeunes à la promotion du tabac. Cette loi fait figure de référence internationale, soutenue par la Convention-Cadre de l'OMS pour la lutte antitabac.

## Un récit de censure savamment orchestré

Depuis plus de 15 ans, certaines agences de communication et régies publicitaires orchestrent régulièrement des campagnes de provocation autour de visuels culturels contenant des cigarettes ou des pipes. Objectif : faire passer la loi Évin pour une atteinte à la liberté d'expression. Une stratégie bien rodée que DNF dénonce et documente depuis ses origines.

---

## Une chronologie éclairante :

- **2009 – Jacques Tati** : Métrobus modifie unilatéralement l'affiche de l'exposition consacrée au réalisateur, organisée par la Cinémathèque française. La pipe emblématique de Monsieur Hulot est remplacée par un moulin à vent jaune. Cette décision, prise sans consultation des ayants droit ni intervention des associations de santé, déclenche une tempête médiatique qui ne cesse d'enfler. Dès le 16 avril, la presse relaie massivement l'information. Le Parisien titre « Monsieur Hulot privé de sa pipe », tandis que Le Figaro évoque une "censure absurde". Libération ironise sur "le zèle hygiéniste" et Le Monde s'interroge sur "l'application de la loi Évin dans le champ culturel". Le débat s'installe jusque sur les plateaux radio et télé, avec une rhétorique bien huilée : la loi Évin serait une atteinte à la liberté artistique.

Dans les faits, ni DNF, ni aucune autre association de santé publique n'a demandé cette suppression. Le président de DNF, Gérard Audureau, intervient à plusieurs reprises pour dénoncer la manipulation. Une enquête approfondie démontrera par la suite que cette affaire a été sciemment montée par Métrobus, en lien avec l'ARPP, afin de relancer le débat sur un prétendu "assouplissement nécessaire" de

la loi. Cette affaire marque un tournant : la loi Évin devient une cible publique, et la stratégie des opposants gagne en visibilité et en efficacité. Le Figaro, Le Parisien, Libération et Le Monde relaient massivement l'information, évoquant une "censure absurde" et une "atteinte à la liberté d'expression". Pourtant, DNF n'a jamais demandé la suppression de cette image historique.

- **2009 – Coco avant Chanel** : Rebelote avec le visuel du film montrant Audrey Tautou une cigarette à la main. Là encore, seule Métrobus demande à Warner France de modifier l'affiche. La maison de production s'y oppose fermement, dénonçant un "zèle excessif". La polémique enfle dans la presse, évoquant une société "hygiéniste". Ce n'est plus la régie qui est au centre du débat, mais bien la loi Évin.
- **2009–2010** : Gainsbourg, Chirac, Delon, Dior, Prévert... Une série d'images sont modifiées ou censurées, toujours de manière préventive par les régies, avec la même mécanique : une modification anticipée, souvent injustifiée, déclenche une couverture médiatique intense. Chaque affaire est montée en épingle comme une nouvelle "victime" de la loi Évin. DNF, systématiquement cité, est souvent accusé à tort d'être à l'origine des démarches, alors même que l'association dénonce ces montages. La finalité est claire : réinstaller dans l'opinion publique l'idée que la loi Évin est liberticide.
- **La proposition de loi Didier Mathus** : L'objectif final de ce projet machiavélique était d'obtenir que le pouvoir législatif modifie la loi Evin : Objectif atteint le 18 novembre 2010 avec La proposition de loi Mathus portée par 205 députés. Elle visait à introduire une exception culturelle à la loi Évin. DNF, à l'issue d'un combat de plus de deux mois a pu obtenir son retrait.

### Ce que DNF affirme :

- **L'association DNF-Demain sera Non-Fumeur n'est jamais à l'origine des censures.** Aucun courrier, aucune plainte n'a été déposé dans ces cas. Au contraire, elle s'est toujours attachée à dénoncer ces manipulations médiatiques, en rappelant publiquement que ces visuels relèvent du patrimoine culturel et ne constituent pas en soi des infractions à la loi Évin.

- **Ces polémiques sont instrumentalisées par des régies** (souvent liées à l'industrie publicitaire) pour réclamer un "assouplissement" de la loi.
- **L'affiche devient un prétexte à relancer le débat** : médias, tribunes d'artistes, sondages orientés... tout est mis en œuvre pour orienter l'opinion contre une loi qui protège pourtant la santé publique.

### Une logique médiatique bien huilée

Ces affaires suivent une mécanique identique, bien rodée et utilisée à plusieurs reprises ces dernières années :

1. **Création artificielle d'une censure** : une régie publicitaire décide unilatéralement de modifier ou de refuser une affiche contenant un élément lié au tabac (pipe, cigarette, cigare), en invoquant une interprétation erronée de la loi Évin, sans qu'aucune plainte n'ait été déposée.
2. **Amplification médiatique ciblée** : la presse relaie la décision en la qualifiant de "censure". Des tribunes dénoncent une atteinte à la liberté artistique ou à l'héritage culturel. Les artistes et personnalités publiques sont sollicités pour s'indigner publiquement, transformant un simple refus d'affichage en affaire nationale.
3. **Appels à une 'exception culturelle'** : l'objectif réel de cette séquence est révélé. Sous couvert de défendre la culture, certains acteurs demandent que la loi Évin soit assouplie pour tolérer la représentation du tabac dans des œuvres ou des campagnes culturelles. Une brèche juridique serait ainsi ouverte, créant un précédent dangereux que l'industrie du tabac pourrait exploiter.

---

### À qui profite la polémique ?

Derrière chaque campagne de communication jouant sur la "censure" d'une œuvre culturelle se cache un jeu d'influences mûrement réfléchi. Les principaux bénéficiaires de ces polémiques ne sont ni les artistes ni le public, mais :

- **Les régies publicitaires**, comme Métrobus, qui cherchent à desserrer le carcan de la loi Évin afin de retrouver une liberté d'exploitation commerciale plus vaste, y compris pour des clients controversés.
- **Les agences de communication**, dont certaines appartiennent à des groupes liés à l'industrie du tabac (Publicis / Leo Burnett / Marlboro). Ces groupes ont tout intérêt à multiplier les cas "limites" pour tester les lignes rouges juridiques.
- **L'ARPP**, qui se positionne comme autorité d'interprétation alors qu'elle est une structure privée, sans légitimité institutionnelle pour réécrire la loi.
- **Les médias**, pour qui ces polémiques sont des opportunités éditoriales génératrices de débats, d'audience, et parfois de prises de position sensationnalistes.

En somme, chaque affaire contribue à fragiliser la loi Évin, à brouiller sa lecture auprès du grand public, et à entretenir l'idée qu'elle serait dépassée ou trop rigide. DNF réaffirme que cette stratégie est au service d'intérêts économiques, non de l'intérêt général.

# La confusion savamment entretenue : santé publique vs liberté d'expression

En assimilant toute application de la loi à de la censure, les promoteurs de ces polémiques cherchent à faire croire que la santé publique menace la culture. Or, **aucun tribunal n'a jamais condamné une œuvre culturelle ancienne montrant une cigarette ou une pipe.**

## Une jurisprudence claire

« L'élément matériel du délit de publicité indirecte résulte de la diffusion d'une image positive du tabac » – Cour d'appel de Paris, 2008 (DNF / L'Express)

Plusieurs arrêts ont confirmé que la publicité illicite suppose l'intention de valorisation. Montrer une cigarette dans un contexte historique ou artistique **n'est pas en soi une infraction**. Les affaires portées par DNF visent uniquement les cas de promotion ou d'association positive au tabac.

## DNF, acteur de justice

Avec plus de **400 procédures engagées** pour faire respecter la loi Évin, DNF est aujourd'hui **l'un des seuls acteurs associatifs habilités à se porter partie civile dans ces affaires**. Son action se base exclusivement sur des faits, des visuels diffusés de manière répétée et clairement à objectif promotionnel.

Nous ne luttons pas contre les artistes. Nous luttons contre la propagande déguisée qui fait reculer la santé publique.

---

## Une ligne rouge à ne pas franchir

La création d'une "exception culturelle" dans la loi Évin ouvrirait la porte à des interprétations dangereuses et à un retour déguisé de la publicité pour le tabac. Derrière chaque polémique se cache un intérêt économique évident.

## Ce que nous demandons

- **Le respect strict de la loi Évin.** Car elle constitue un rempart essentiel contre la banalisation du tabac et une garantie de protection pour les plus jeunes, qui sont les premières cibles du marketing dissimulé.

- **La fin des provocations volontaires des régies publicitaires.** Certaines régies, comme Métrobus, ont à plusieurs reprises provoqué des censures sans qu'aucune plainte ne soit formulée, uniquement pour orchestrer des polémiques. Ces agissements sapent l'application d'une loi de santé publique.
- **La transparence sur les liens d'intérêt entre agences, médias et industriels du tabac.** De nombreuses agences de communication appartiennent à des groupes ayant des intérêts directs dans l'industrie du tabac. Cette opacité nuit à l'indépendance du débat public et journalistique.
- **Un rappel officiel des règles d'application par les autorités de santé.** Il est essentiel que les pouvoirs publics réaffirment les contours d'application de la loi Évin, en particulier pour les cas de représentations historiques ou culturelles, afin de couper court aux polémiques artificielles et malveillantes.

### **Notre engagement**

DNF poursuivra son rôle de vigie, auprès des institutions, des tribunaux et dans le débat public. Car protéger la loi Évin, c'est protéger les générations futures.

■ Rapport de référence : "**30 ans de la loi Évin**", préfacé par Claude Évin, disponible sur [www.dnf.asso.fr](http://www.dnf.asso.fr)

### **Contact presse :**

Céline FOURNIER

TEL. 06 78 26 07 37

[communication@dnf.asso.fr](mailto:communication@dnf.asso.fr)

[www.dnf.asso.fr](http://www.dnf.asso.fr)