



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

photographie

Question écrite n° 18275

Texte de la question

M. Gilbert Biessy attire l'attention de M. le ministre de la culture et de la communication sur l'une des conséquences de la loi du 10 janvier 1991 (dite loi Evin) en matière de communication par l'image. L'interdiction de la publicité sur le tabac et l'alcool a eu un effet direct sur les compétitions de Formule 1 (par exemple) organisées en France ou dans les pays de réglementation analogue. Cela ne pose donc pas de problème particulier à la presse spécialisée lorsqu'elle rend compte de la compétition par l'image. S'agissant cependant des pays qui autorisent ce type de publicité, la jurisprudence de la cour de cassation semble avoir étendu l'interdiction de publicité à l'acte de rendre compte par l'image d'une compétition telle qu'elle s'est déroulée. Il en découle une pratique de « maquillage photographique », certes frustrante pour les passionnés de photographie, mais surtout falsificatrice : gommer une marque de cigarettes de la carrosserie d'une marque de Formule 1 revient à « montrer que cette marque ne fait pas de publicité pour le tabac » (ce qui est faux). Sachant que les technologies actuelles rendent ces modifications d'image pratiquement indécélables et qu'on ne peut encourager le développement inconsidéré de cette pratique, il serait utile que les magazines qui éditent des images « retouchées » soient tenus de faire mention de telles modifications en apposant en légende une phrase normalisée de type : « image retouchée conformément à la loi Evin ». Il lui demande de lui communiquer ses intentions en la matière.

Texte de la réponse

Comme le souligne l'honorable parlementaire, la jurisprudence retient une interprétation stricte des dispositions de la loi n° 91-32 du 10 janvier 1991, dite loi Evin, portant interdiction de la publicité relative au tabac. Un arrêt de la Cour de cassation du 18 mars 2003 a en particulier précisé qu'il faut entendre par « publicité en faveur du tabac », au sens de l'article L. 3511-3 du code de la santé publique, « tout acte, quelle qu'en soit la finalité, ayant pour effet de rappeler ces produits ou leurs marques ». Dès lors, la publication de reportages sur des compétitions de sport mécanique illustrés par des photographies des véhicules et de leurs pilotes sur lesquelles apparaissent les noms des marques de cigarettes sponsorisant les différentes écuries est assimilée à de la publicité et, en tant que telle, interdite. Compte tenu de l'interprétation extensive de la notion de publicité directe ou indirecte en faveur du tabac par la jurisprudence, les reportages des publications de presse masquent les marques de fabricants de tabac figurant sur les véhicules et les vêtements de leurs pilotes. Il n'appartient probablement pas au législateur de prévoir l'obligation de faire apparaître une mention de type « image retouchée conformément à la loi Evin ». La mise en oeuvre d'une telle proposition pourrait plutôt relever d'une démarche professionnelle qui fixerait des règles déontologiques tendant à garantir la véracité de l'information.

Données clés

Auteur : [M. Gilbert Biessy](#)

Circonscription : Isère (2^e circonscription) - Député-e-s Communistes et Républicains

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 18275

Rubrique : Arts et spectacles

Ministère interrogé : culture et communication

Ministère attributaire : culture et communication

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 19 mai 2003, page 3763

Réponse publiée le : 30 mars 2004, page 2536