

# Tabac : comment la loi antipub est violée

SANTÉ En déposant des slogans comme des marques, les cigarettiers contournent la loi

- ▶ La Coalition contre le tabac demande des lois plus claires.
- ▶ Et la fin de la guérilla des producteurs.

Le 26 janvier, un juge bruxellois a lourdement condamné la filiale belge d'un des géants mondiaux du tabac, British American Tobacco, pour des infractions répétées à la loi qui interdit la publicité pour le tabac. Hormis une faible visibilité dans les magasins qui vendent eux-mêmes le produit, cette pub est en effet totalement interdite. Le législateur, sous la pression de puissants lobbys, a en effet admis que les magasins puissent signaler qu'ils vendent ce produit sans que l'acheteur ne doive y pénétrer. La pub est donc aussi admise en façade.

L'exception admet seulement que la mention de la marque du produit soit mentionnée, afin d'éviter les slogans tapageurs et mensongers, du style « *Jamais seul à fumer une Belga* ».

Le juge condamne lourdement la firme pour ces agissements. Mais, in fine, il déboute les plaignants, l'association « *Kom op tegen kanker* », qui fait partie de la Coalition nationale contre le tabac, de son accusation de faire de la pub en utilisant des slogans. En effet, relève le juge, la firme en question a désormais déposé non seulement la marque de son produit, comme Pall Mall, mais des slogans entiers comme marque. Ainsi le slogan « *Pall Mall mega pack bien plus encore* » a été légalement déposé comme une marque... et peut donc être mentionné sur une affiche sans encourir les foudres du juge. Qui a l'air de bien le regretter, assortissant son arrêt de conseils donnés à la... classe politique, afin qu'elle rédige plus clairement les lois. Manifestement, le juge estime que l'esprit de la loi est violé... mais pas sa lettre.

Pour Suzanne Gabriels, manager Prévention tabac à la Fondation contre le Cancer, ce n'est qu'un énième épisode d'une saga qui voit le secteur du tabac contourner chaque nouvelle loi

qui essaye de diminuer l'impact du tabagisme dans notre pays : « *Quand donc l'industrie du tabac et les pouvoirs publics vont-ils cesser de jouer au chat et à la souris ? En novembre dernier, tous les partis applaudissaient à l'engagement de 12 nouveaux contrôleurs pour constater les infractions à la législation sur l'usage du tabac. Mais ce récent acquittement prononcé par le juge signifie que l'industrie du tabac a de nouveau trouvé une façon de contourner la loi et d'exploiter une faille législative. Désormais, les fabricants peuvent déposer tout ce qu'ils veulent comme marque, qu'il s'agisse de textes ou d'images, auprès du bureau des marques. Si Philip Morris décide de sortir de sa retraite son icône d'antan, le célèbre cowboy Marlboro, en revendiquant son statut de marque déposée, les contrôleurs ne pourront rien y faire.* »

Pour Suzanne Gabriels, « *cette loi n'est pas totalement cohérente et reste donc sujette à interprétation. L'industrie du tabac flirte*

*sans cesse avec les limites légales et se montre toujours extrêmement créative dans l'élaboration de nouvelles pratiques. La seule solution permettant de lutter contre ces tentatives de contourner la loi requiert que l'on précise et renforce la législation sur la publicité pour le tabac.* »

Cet appel n'est pas sans lien avec une actualité brûlante : dans quelques semaines en effet viendront devant le parlement plusieurs propositions de loi qui entendent supprimer toute possibilité d'interprétation de la loi. Les activités pro-santé désireraient d'ailleurs carrément voir toute pub bannie, ainsi que c'est déjà le cas dans de nombreux pays. « *Faut-il rappeler, en ce Jour international du cancer, que chaque année, 15.000 compatriotes décèdent des suites du tabagisme. Et qu'un cancer sur trois est imputable à la consommation de tabac ? Pendant ce temps, les actionnaires des fabricants de tabac continuent à s'enrichir.* » ■

FREDERIC SOUMOIS

## LE JUGEMENT

### 90.000 euros pour pub illégale

S'il relaxe le cigarettier pour l'emploi de slogan, le juge rend un jugement sévère pour une série d'infractions commises par le grand producteur de tabac. Les contrôleurs avaient entre autres dressé les constats suivants : vente couplée, remise sur volume (méga-paquets) et autres formes de publicité non autorisée - autant de points sur lesquels le juge a fait droit à l'avis des contrôleurs. Et comme, en se livrant à ces pratiques, British American Tobacco (BAT) a enfreint les règles régissant la publicité sur le tabac, il a condamné l'entreprise à une amende de 90.000 euros.

FR.SO