



CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

Le Président

Paris, le - 2 AVR. 2010

Monsieur le Président,

Vous avez appelé l'attention du Conseil supérieur de l'audiovisuel sur une séquence de l'émission *Télématin*, diffusée sur France 2 le 16 décembre 2009, montrant une personnalité fumant un produit du tabac.

Le Conseil, concomitamment à l'examen de votre saisine, a constaté que cette même chaîne a diffusé, le 9 janvier 2010, au sein de l'émission *13h15 le samedi*, un reportage d'une durée de vingt-deux minutes consacré à un chanteur. Celui-ci a notamment été montré en train de consommer à plusieurs reprises un produit du tabac.

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel, réuni en assemblée plénière le 9 février 2010, a estimé que la diffusion de ce reportage était contraire aux dispositions du code de la santé publique et a mis en demeure France 2 de ne plus assurer la propagande du tabac ou de produits du tabac conformément aux dispositions du premier alinéa de l'article L. 3511-3 du code précité et de la délibération du Conseil supérieur de l'audiovisuel du 17 juin 2008 relative à l'exposition des produits du tabac, des boissons alcooliques et des dogues illicites à l'antenne des services de radiodiffusion et de télévision.

Cette mise en demeure a été adressée, le 12 mars 2010, à M. Patrick de Carolis, Président de France Télévisions (cf. copie jointe).

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Président, l'expression de mes sentiments les meilleurs.

Michel BOYON

Monsieur Gérard AUDUREAU
Président
Association « Droits des non-fumeurs »
5, passage Thiéré
75011 PARIS



CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

Décision n° 2010-143 du 9 février 2010 mettant en demeure la société France Télévisions

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel,

Vu le code de la santé publique, notamment ses articles L. 3323-2 et L. 3511-3 ;

Vu la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 modifiée relative à la liberté de communication, notamment ses articles 44 et 48-1 ;

Vu le décret n° 92-280 du 27 mars 1992 modifié relatif à la publicité, au parrainage et au téléachat, notamment son article 9 ;

Vu le décret n° 2009-796 du 23 juin 2009 fixant le cahier des charges de la société nationale de programme France Télévisions, notamment son article 27 ;

Vu la délibération du Conseil supérieur de l'audiovisuel n° 2008-51 du 17 juin 2008 relative à l'exposition des produits du tabac, des boissons alcooliques et des drogues illicites à l'antenne des services de radiodiffusion et de télévision ;

Vu le compte rendu de visionnage du reportage diffusé par le service de télévision France 2 le 9 janvier 2010 dans le magazine « 13h15 le samedi » ;

Considérant qu'en vertu de l'article 48-1 de la loi du 30 septembre 1986, le Conseil supérieur de l'audiovisuel peut mettre en demeure la société France Télévisions de respecter les obligations qui lui sont imposées par les textes législatifs et réglementaires et par les principes définis aux articles 1^{er} et 3-1 de cette loi ;

Considérant qu'en vertu de l'article L. 3511-3 du code de la santé publique, la propagande ou la publicité, directe ou indirecte, en faveur du tabac ou des produits du tabac est interdite ; qu'en vertu de l'article L. 3323-2 du même code, la propagande ou la publicité, directe ou indirecte, en faveur des boissons alcooliques dont la fabrication et la vente ne sont pas interdites est autorisée exclusivement sur certains supports déterminés dont la télévision ne fait pas partie ;

Considérant qu'aux termes de la délibération du 17 juin 2008 : « dans les journaux télévisés, les émissions d'information ou les documentaires, il est possible de faire apparaître des produits du tabac ou des personnes en consommant, sous réserve que ces images ne soient pas promotionnelles et qu'elles ne puissent être assimilées à de la propagande [...] si l'évocation de boissons alcooliques n'est pas interdite au sein des émissions télévisées et de radio, notamment des émissions d'information ou des documentaires, cette présentation ne doit être ni complaisante ni laudative et ne doit pas revêtir de caractère promotionnel » ;

Considérant qu'en vertu de l'article 9 du décret du 27 mars 1992, la publicité clandestine est interdite ; qu'est définie comme telle la présentation verbale ou visuelle de marchandises, de services, du nom, de la marque ou des activités d'un producteur de marchandises ou d'un prestataire de services dans des programmes, lorsque cette présentation est faite dans un but publicitaire ;

Considérant que le magazine « 13h15 le samedi », diffusé le 9 janvier 2010 par le service de télévision France 2, comportait un reportage de plus de vingt-deux minutes consacré à l'actualité des activités d'un chanteur ; que celui-ci apparaît, à de très nombreuses reprises, en train de fumer ; qu'outre la visualisation répétée de la consommation d'un produit du tabac, promue par association à l'image d'un chanteur renommé, la séquence a donné lieu à une mise en scène de cette consommation par certains plans fixes ou rapprochés ; que de tels faits doivent être regardés comme constitutifs de propagande en faveur d'un produit du tabac ;

Considérant que, dans le même reportage, la personne précitée est apparue, à plusieurs reprises, tenant à la main un verre contenant du vin ; que ce verre a fait l'objet de plusieurs plans fixes ou rapprochés, inutiles au traitement des informations relatées ; qu'une bouteille de vin était placée au premier plan ; qu'interrogée sur sa consommation d'alcool, la personnalité a tenu des propos laudatifs à l'égard du vin ; que ces faits, qui traduisent une complaisance vis-à-vis de la consommation d'un produit dont la publicité ou la propagande est interdite à la télévision, sont constitutifs d'une telle propagande ;

Considérant que la séquence susmentionnée a donné lieu à une forte exposition du nom et des locaux de l'entreprise dans lesquels le reportage a été réalisé ; que l'identité d'un certain nombre d'artistes de premier plan ayant eu recours aux services de cette société, spécialisée dans la location de studios d'enregistrement et de salles de répétition, a été citée à l'antenne, renforçant la promotion qui était faite de cette société ; que des propos laudatifs concernant ces locaux ont été tenus au cours du reportage ; que l'absence de mesure et de regard critique dans la présentation orale et visuelle de cette société traduit une complaisance affichée de l'éditeur à son égard ; que cette présentation promotionnelle en dehors de toute séquence publicitaire est constitutive d'une publicité clandestine ;

Considérant qu'en conséquence, il y a lieu de prononcer à l'encontre de la société France Télévisions la présente mise en demeure ;

Après en avoir délibéré,

DECIDE :

Article 1^{er} : La société France Télévisions est mise en demeure de se conformer, à l'avenir, aux dispositions des articles L. 3511-3 et L. 3323-2 du code de la santé publique, de la délibération du 17 juin 2008 relative à l'exposition des produits du tabac, des boissons alcooliques et des drogues illicites à l'antenne des services de radiodiffusion et de télévision et de l'article 9 du décret du 27 mars 1992.

Article 2 : La présente décision sera notifiée à la société France Télévisions et publiée au Journal officiel de la République française.

Fait à Paris, le

Pour le Conseil supérieur
de l'audiovisuel

Le Président

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Michel Boyon', with a horizontal line underneath it.

M. BOYON