



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

réglementation

Question écrite n° 20061

Texte de la question

M. Pierre Lang attire l'attention de M. le ministre de la santé, de la famille et des personnes handicapées sur une tendance néfaste de la publicité à utiliser des références aux substances illicites pour toucher une clientèle jeune. Cette stratégie consiste, pour les marques, à baptiser des produits tout à fait communs de noms évocateurs. Ainsi, Wrigley a lancé un chewing-gum « X-Cite », qui, par sa forme et par son nom, ressemble étrangement aux cachets d'ecstasy, aussi appelés « X » par les initiés. On peut citer, dans le même ordre d'idées, le « Canna'bul », limonade aromatisée au chanvre, ou « L'Absente », allusion à l'absinthe, boisson interdite en France depuis 1915. Enfin, la marque Rossignol commercialise des skis « THC », référence supposée au matériau « Triple Hybrid Core », mais qui peut aussi faire penser au tétrahydrocannabinol, la substance active du cannabis, bien connue des amateurs. Ces publicités, axées sur la transgression et l'attrait de l'interdit auprès des jeunes, sont pour le moins dangereuses, car elles banalisent des substances toxiques aux effets désormais établis sur la santé physique et mentale des consommateurs, qu'il s'agisse du cannabis ou de l'ecstasy. En outre, les allusions aux drogues dans les marques de produits courants constituent une publicité indirecte pour des substances illicites. Ces stratégies marketing contribuent à créer et entretenir un certain climat de tolérance vis-à-vis des drogues, et sont un véritable obstacle à la prise de conscience par les jeunes des risques sanitaires qu'ils prennent en consommant ces stupéfiants. Alors que le Gouvernement a mis l'accent sur la lutte contre les pratiques addictives, et tente de promouvoir une mode et un cinéma « sans tabac », il aimerait savoir comment il entend combattre, et éventuellement sanctionner, la banalisation des références aux substances illicites dans la publicité.

Texte de la réponse

Dans le contexte actuel de développement chez les jeunes de la consommation de certains stupéfiants, notamment le cannabis, les pouvoirs publics s'efforcent de tout mettre en oeuvre pour prévenir leur banalisation. Concernant l'utilisation de noms rappelant des stupéfiants dans le cadre de stratégies publicitaires pour certains produits auprès des jeunes, la vigilance s'impose. Ces publicités peuvent effectivement contribuer à leur donner une image positive. La législation en vigueur permet de sanctionner le fait de présenter ces produits comme ayant les effets de stupéfiants ou, à travers eux, de présenter les stupéfiants sous un jour favorable (art. L. 3421-4 du code de la santé publique). Au-delà de cette possibilité de recours devant les tribunaux, le Gouvernement propose de revoir le cadre législatif de la lutte contre la toxicomanie resté inchangé depuis 1970, malgré les modifications d'usages et l'existence de consommateurs de plus en plus jeunes et en plus grand nombre. Un projet de loi sera déposé au Parlement par le ministre de la santé au cours de cette législature en vue de proposer un système de sanctions crédibles, immédiates et graduées. Le respect de ces textes doit être soutenu par la mise en place d'une stratégie de communication auprès du grand public qui présente de façon claire et cohérente les méfaits des stupéfiants. Une campagne de communication menée par l'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé (INPES) est actuellement en préparation afin de diffuser des repères clairs sur les effets de la consommation du cannabis auprès du grand public, des jeunes et des parents. Enfin, dans le cadre du projet de loi en santé publique actuellement en discussion au Parlement, il est proposé de

rendre obligatoire dans les collèges et les lycées la délivrance d'une information sur les conséquences de la consommation de drogue.

Données clés

Auteur : [M. Pierre Lang](#)

Circonscription : Moselle (6^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 20061

Rubrique : Publicité

Ministère interrogé : santé

Ministère attributaire : santé

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 16 juin 2003, page 4672

Réponse publiée le : 2 mars 2004, page 1656