

ARGUMENTS ECOLOGIQUES

En plus des dispositions législatives et réglementaires spécifiques à ce secteur, la publicité qui a recours à l'utilisation d'arguments écologiques doit, sous quelque forme que ce soit, respecter les règles déontologiques suivantes :

" La publicité ne doit pas sembler approuver ou encourager des actions contraires à la loi, aux Codes d'autodiscipline ou aux normes généralement admises d'un comportement respectueux de l'environnement. " Art 17 du Code de la C.C.I.

1. LES OBJECTIFS

Toute référence à l'environnement doit répondre à un ou plusieurs des objectifs suivants :

- 1-1. Présenter avec précision la (ou les) action(s) significative(s) entreprise(s) en matière d'environnement.
- 1-2. Présenter avec précision la (ou les) caractéristique(s) positive(s) en matière d'environnement dans la mesure où il y a, en la matière, contribution du produit.
- 1-3. Informer sur le bilan positif véritable du produit en matière d'environnement.
- 1-4. Informer afin de modifier ou de corriger les a priori, les préjugés, ou les rumeurs non fondées ou inexacts qui concernent les produits, leurs composants ou leurs contenants.

2. LES RÈGLES

- 2-1. La publicité doit proscrire toute déclaration de nature à tromper directement ou indirectement le consommateur sur la réalité des avantages ou propriétés écologiques des produits ainsi que sur la réalité des actions que l'annonceur conduit en faveur de l'environnement.
- 2-2. L'annonceur doit être en mesure de produire tous les éléments propres à justifier ses allégations, indications ou présentations publicitaires.
- 2-3. La publicité ne peut recourir à des démonstrations ou à des conclusions scientifiques relatives à l'environnement qui ne seraient pas conformes à des travaux scientifiques reconnus.
- 2-4. La publicité ne peut utiliser indument des résultats de recherches ou des citations tirées d'ouvrages techniques ou scientifiques.
- 2-5. La publicité ne doit pas reproduire ou faire état d'attestations qui ne seraient pas vérifiables ou rattachées à l'expérience de la personne qui les donne.
- 2-6. La publicité ne doit pas donner ou paraître donner une garantie totale ou complète d'innocuité dans le domaine de l'environnement, lorsque les qualités écologiques du produit ne concernent qu'un seul stade de la vie du produit ou qu'une seule de ses propriétés.

2-7. L'annonceur devra indiquer en quoi le produit presente les qualites qu'on lui attribue et eventuellement dans quel contexte.

2-8. L'allegation ne doit pas induire que le produit presente des caracteristiques particulieres au regard de la reglementation et des usages, des lors que tous les produits similaires presenteraient ces memes caracteristiques relatives a la protection de l'environnement.

2-9. L'allegation ne doit pas induire une fausse superiorite et/ou permettre a un produit de se distinguer abusivement d'autres produits similaires ou possedant des caracteristiques analogues en ce qui concerne leur contribution a la protection de l'environnement.

2-10. L'annonceur ne peut se prevaloir, dans une action en faveur de l'environnement, d'une superiorite ou d'une anteriorite qui ne reposerait pas sur des faits objectivement verifiables.

2-11. L'utilisation d'un signe ou d'un symbole ne se conçoit qu'en l'absence de toute confusion sur l'attribution d'un signe, symbole ou label officiel en la matiere.

2-12. Le choix des signes ou des termes utilises dans la publicite, ainsi que des couleurs qui pourraient y etre associees, ne doit pas suggerer des vertus ecologiques que le produit ne possederait pas.

2-13. Dans le cas ou il serait impossible, compte tenu des difficultes rencontrees en la matiere, de justifier de formulations globales, la publicite utilisera de preference des formulations telles que " *contribue a la protection de votre environnement par...* ", " *contribue a proteger votre environnement par...* ", " *contribue a l'environnement par...* " en ajoutant des precisions necessaires sur les elements concernes.

2-14. Aucune publicite ne peut représenter des comportements contraires a la protection de l'environnement sans correctif positif, non plus qu'inciter a des comportements contraires a la protection de l'environnement.

 **Voir egalement la Recommandation «Developpement Durable»**