



autorité de
régulation professionnelle
de la publicité

Nouveau point de doctrine déontologique **Véhicules en pleine nature : uniquement sur voies autorisées**

La publicité est actuellement sérieusement mise en cause au motif d'une attitude supposée irresponsable au regard du développement durable. Cette critique est très largement excessive et méconnaît les efforts consentis par les professionnels sur ces questions. Comme l'ont prouvé le Forum *Pub et Cité*¹, réuni le 14 juin dernier par le BVP*, et l'étude menée avec l'ADEME sur ce sujet, la production publicitaire s'est en 2006 globalement montrée respectueuse de l'environnement et de la Recommandation *développement durable*² que, seule au monde, elle s'est imposée dans ce domaine depuis fin 2003.

Parmi les dispositions de cette Recommandation, il en est une, de première importance, qui dispose que « *La publicité doit bannir toute évocation ou représentation de comportement contraire à la protection de l'environnement et à la préservation des ressources naturelles...* ».

La représentation de véhicules à moteur en pleine nature est tout particulièrement concernée par cette règle ;

Jusqu'à maintenant, tout à la fois pour permettre l'utilisation de l'imaginaire naturel légitime pour ces produits et pour ne pas empêcher la diffusion de campagnes de communication internationales, les représentations de véhicules à moteur en pleine nature étaient tolérées, sous certaines conditions de forme (ex. mentions « *tourné à l'étranger* » ou « *propriété privée* », etc.).

A l'issue de la réflexion et des données que lui ont apporté le Forum du 14 juin, le Conseil d'Administration du BVP* – composé de représentants des trois familles de professionnels de la publicité, annonceurs, agences, médias – lui a demandé de ne plus accepter ce type de représentations.

Il ne s'agit pas de refuser l'association publicitaire de certains véhicules à moteur à un imaginaire de nature (renvoyant à l'aventure et à la liberté). Mais ces associations devront à l'avenir ne plus contrevenir au respect des environnements naturels. Très précisément, les représentations de véhicules à moteur, sous quelque forme que ce soit, devront clairement les positionner sur des voies ouvertes à la circulation. Et aucune mention spécifique ne pourra exonérer les professionnels du respect de cette règle.

Dès à présent, les juristes-conseil de l'ARPP intégreront ce nouveau point de doctrine aux conseils qu'ils délivreront à ses adhérents. En tout état de cause, **la date limite de mise en conformité des campagnes, quel que soit le support de diffusion, est fixée au 1^{er} novembre 2007.**

¹ Plus d'informations sur www.forum-bvp.org

² Consultable et téléchargeable sur www.arpp-pub.org

* devenu ARPP depuis juin 2008