

Note explicative relative aux modifications du code Febiac à partir du 15 mai 2014

1) Modification de l'article 6 relatif aux règles du code de la route et aux impératifs de sécurité

On ajoute une exception à cette disposition qui, dans un nombre de cas limités, permet de faire référence à un comportement en contravention avec les règles du code de la route ou avec les impératifs de sécurité. Ceci est uniquement autorisé dans le cadre de la promotion des qualités des véhicules et des composants ou accessoires en matière de sécurité active et passive, conformément à l'article 2 du code Febiac.

Attention: Cette modification ne permet pas de faire référence de manière illimitée à un tel comportement dans les communications publicitaires!

La publicité ne peut en aucun cas inciter à un tel comportement.

De plus, l'exception ajoutée doit être interprétée de manière stricte et la publicité devra toujours être conforme aux autres dispositions légales et autodisciplinaires applicables, dont celles du Code ICC consolidé sur les pratiques de publicité et de communication commerciale.

2) Modification de l'article 10 relatif à l'utilisation d'enfants dans la publicité

Sous l'ancienne version du code Febiac, les enfants pouvaient figurer seulement dans un cas dans une communication publicitaire – à savoir pour recommander un comportement améliorant la sécurité ou en vue de faire connaître les caractéristiques en matière de protection de la sécurité ou de confort.

On y ajoute dans la nouvelle version du code Febiac que les enfants peuvent également figurer dans un message publicitaire dans un contexte familial.

Attention: Cette modification ne permet pas d'utiliser des enfants de manière illimitée dans les communications publicitaires!

Les enfants ne peuvent en effet jamais être utilisés dans un message publicitaire pour recommander directement ou indirectement un comportement dangereux ou "sportif".

De plus, cette modification doit être interprétée de manière stricte et la publicité devra toujours être conforme aux autres dispositions légales et autodisciplinaires applicables, dont celles du Code ICC consolidé sur les pratiques de publicité et de communication commerciale.

3) Ajout à la note liminaire

La note liminaire est complétée par une référence explicite au texte de base relatif à l'autorégulation dans le secteur publicitaire:

“Rappelons que la publicité pour les véhicules automobiles, leurs composants ou accessoires doit également être conforme aux règles autodisciplinaires générales que contient le Code ICC consolidé sur les pratiques de publicité et de communication commerciale.”

Lien vers ce code: http://www.jep.be/media/icc_fr_code.pdf.