

[INFO PUB]

Publicité et déontologie

Commerce équitable : nouvelle recommandation de l'ARPP

Le 20 décembre 2011, l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (« ARPP ») a publié une nouvelle recommandation « *Commerce équitable et autres formes de commerce alternatif* » qui vise à encadrer les publicités (institutionnelles) des annonceurs qui revendent des actions relevant du « *commerce équitable* ».

Cette recommandation rappelle que, pour être présentées ainsi, ces actions doivent entrer dans la définition légale du commerce équitable et que toute appellation avoisinante (par exemple, « *commerce éthique* ») ou tout logo relatif à des démarches autres que le commerce équitable, ne doivent pas créer de confusion. Elle fait également référence à la nécessité pour les annonceurs d'être en mesure de justifier de la réalité de leurs actions et leur conformité aux dispositions législatives « *au moyen d'éléments sérieux, objectifs et vérifiables au moment de la diffusion de la publicité* ».

Enfin, cette recommandation encadre ces publicités en exigeant des annonceurs qu'ils ajustent leurs revendications à la réalité de leur engagement. Par ailleurs, en application du principe de clarté, l'ARPP recommande aux annonceurs de renvoyer à des informations complémentaires (par exemple sur un site Internet) lorsqu'ils utilisent les termes « *commerce équitable* », et exige que, « *lorsqu'une revendication, liée à une avancée sociale et/ou environnementale pour les producteurs concernés par la démarche de commerce équitable, figure dans la publicité* », celle-ci fasse l'objet d'une explication complémentaire en renvoyant, si nécessaire, à des informations plus détaillées.