



## Le Conseil de la Publicité / JEP

# Convention (publicité et commercialisation des boissons contenant de l'alcool)

Séminaire Vinum Et Spiritus 30.10.2019

## LE CONSEIL DE LA PUBLICITE

- Le Conseil de la Publicité est la **fédération professionnelle** qui regroupe les **différents métiers de la communication**, eux-mêmes représentés par leurs associations respectives, à savoir l'UBA, l'ACC, VIA, La Presse.be, VNM, WE MEDIA et l'AEA.
- Le Conseil de la Publicité est l'association qui organise **l'autodiscipline** en matière de publicité en Belgique.

# LE CONSEIL DE LA PUBLICITE

Dans ce contexte, les missions centrales du Conseil sont les suivantes :

- l'élaboration et le suivi de la **règle**;
- le **contrôle** du bon respect de la règle : avis et décisions du JEP
- **l'exécution des décisions rendues par le JEP**;
- **l'information et la sensibilisation** pro-active auprès du secteur, des pouvoirs publics, des ONG's et du grand public.

En matière d'autodiscipline, le Conseil de la Publicité tend en outre à maintenir le principe du "**level playing field**" dans le marché.

# LE CONSEIL DE LA PUBLICITE

- Le Conseil de la Publicité a également pour mission de promouvoir **le rôle économique et social du secteur publicitaire belge**.
- Enfin, le rôle du Conseil de la Publicité est de s'imposer comme **l'interlocuteur privilégié des pouvoirs publics**, et de représenter ses membres tout en respectant leurs spécificités, intérêts et valeurs respectifs.

# Jury d'Ethique Publicitaire (JEP)

- Le JEP est **l'organe d'autodiscipline** de la publicité qui a été créé en 1974 par le Conseil de la Publicité.
- Le JEP est **encadré au niveau européen** : Le JEP est membre de l'EASA (European Advertising Standards Alliance) et de Icas.
- Mission: assurer **une publicité loyale, véridique et socialement responsable**. Il examine à cette fin la conformité du contenu des messages publicitaires diffusés dans les médias avec les règles de l'éthique publicitaire, en se fondant sur les lois et les codes d'autodiscipline.

# Jury d’Ethique Publicitaire (JEP) – Composition paritaire

- Le JEP est **composé de façon paritaire** : société civile // secteur publicitaire.
- Les membres du JEP siègent à **titre personnel**.
- Cette composition assure **la neutralité du JEP** lors de la prise de décision.

# Jury d’Ethique Publicitaire(JEP) – Domaine de compétences

- Le Jury est compétent pour l’examen des contenus publicitaires diffusés via les médias ou les types de supports suivants :
  - télévision / cinéma / radio,
  - presse écrite,
  - affichage,
  - folders et brochures,
  - publicité adressée et/ou personnalisée,
  - médias digitaux,
  - supports publicitaires sur les points de vente, à l’intérieur et à l’extérieur.

# Jury d'Ethique Publicitaire(JEP) – Action préventive du JEP

**Comment pouvez-vous prévenir les plaintes?**

**La procédure d'avis :**

- Le Jury est lié par cet avis;
- Ces avis sont confidentiels;
- Cette procédure est rapide;
- Coût ?

**ATTENTION : Demandes d'avis auprès du JEP obligatoires pour certains types de campagnes** (toutes campagnes destinées à être diffusées, au niveau national, en radio et/ou télé et/ou cinéma).



# Jury d’Ethique Publicitaire(JEP) – procédure de plaintes

Pour autant qu’ils agissent dans un but de **défense des intérêts du consommateur** et/ou de **l’image de la publicité**, les consommateurs, organisations de consommateurs, associations socio-culturelles, associations/fédérations professionnelles, membres ou représentants d’une instance officielle ou d’un pouvoir public, peuvent introduire une plainte auprès du JEP contre un **contenu publicitaire**.

# Jury d'Ethique Publicitaire(JEP) – Décisions du JEP

- Décision de modification ou d'arrêt;
- Avis de réserve;
- Pas de remarques.

Les décisions du JEP sont respectées par les annonceurs et à défaut, par les médias.

# Convention en matière de publicité et de commercialisation des boissons contenant de l'alcool

Convention conclue en 2005 et adaptée en 2013, sous l'égide du Ministre de la Santé Publique, entre:

- Le Conseil de la Publicité asbl
- Les Brasseurs Belges
- Vinum Et Spiritus
- COMEOS
- La Fédération Ho.Re.Ca Bruxelles
- La Fédération Ho.Re.Ca Wallonie
- Horeca Vlaanderen
- Test-Achats
- CRIOC

# Convention en matière de publicité et de commercialisation des boissons contenant de l'alcool

Convention adaptée en janvier 2013. En vigueur depuis le 25 avril 2013.

Les règles suivantes ont été renforcées :

- Présence d'une ambiance festive dans certaines publicités;
- Distribution gratuite d'alcool;
- Présence du slogan éducatif dans toutes les publicités;
- Protection des mineurs.

# Convention en matière de publicité et de commercialisation des boissons contenant de l'alcool

	Pas de remarques	Modification / arrêt	Incompétent, ..	% dossiers alcool
2018	9	4	-	8%
2017	10	8	2	11%
2016	10	9	1	15%
2015	5	7	-	9%
2014	6	7	2	13%
2013	12	15	1	16%

# Convention en matière de publicité et de commercialisation des boissons contenant de l'alcool– Nouvelles mesures

- Contexte de ces nouvelles mesures ?
- 3 nouvelles mesures (à partir du 01.09.19) :
  - A) **Prévention**: demande d'avis auprès du JEP obligatoire pour certains types de campagnes (toutes campagnes destinées à être diffusées, au niveau national, en radio et/ou télé et/ou cinéma).
  - B) **Sanctions**: renforcement des amendes en cas de multiples infractions par un annonceur (dès la deuxième infraction endéans l'année– amende de max.10.000 euro).
  - C) **Aspect santé**: un représentant du SPF Santé Publique aux réunions du JEP pour ce qui concerne les dossiers de plaintes en matière de publicité pour des boissons contenant de l'alcool (comme expert).

# CONSEIL DE LA PUBLICITE / JEP

Merci pour votre attention

QUESTIONS?