

JURY D'ETHIQUE PUBLICITAIRE



REGLEMENT

Conseil de la Publicité a.s.b.l.
Avenue Louise 120 bte 5
1050 BRUXELLES
Tél : 02/502.70.70
Fax : 02/502.77.33
e-mail : Jury : info@jep.be
Conseil : rvdr-cp@rvdr-cp.be
Site web : www.jep.be

2009

LE JURY D'ETHIQUE PUBLICITAIRE

Le Conseil de la Publicité asbl est une association composée des organisations représentatives des annonceurs, des médias et des agences de publicité. Le Conseil a pour objectif la promotion et la valorisation de la publicité, facteur d'expansion économique et sociale, et ce, dans le cadre de la législation, des conventions et des codes et règles autodisciplinaires nationaux et internationaux.

Afin d'examiner et d'assurer la conformité des messages publicitaires avec les règles en vigueur et l'éthique, le Conseil de la Publicité asbl a créé en 1974 un organe d'autodiscipline autonome : le Jury d'Ethique Publicitaire (JEP). Depuis 2008, le JEP dispose tant d'un Jury de première instance que d'un Jury d'appel.

Le JEP agit sur la base de demandes d'avis préalable émanant des acteurs du secteur publicitaire (annonceurs, agences de publicité et médias) ou sur la base de plaintes, conformément à son règlement. Le présent règlement entre en vigueur le 01.11. 2009.

Lorsque le JEP considère qu'un message publicitaire n'est pas conforme à la législation, à des conventions et/ou aux codes et règles autodisciplinaires nationaux et internationaux en vigueur, il adresse à l'annonceur et le cas échéant aux fédérations professionnelles concernées, sa décision de modification ou d'arrêt de la publicité. Si nécessaire, il demande aux médias et/ou aux fédérations professionnelles concernés de mettre fin à la diffusion de la publicité litigieuse.

Toutefois, le Jury étant un organe d'autodiscipline, il n'entend pas devenir un organe de censure cherchant à promouvoir une idéologie ou un goût particulier. Dès lors qu'un message publicitaire ne soulève que des réserves en matière de décence et/ou de bon goût, il s'abstiendra de formuler une décision de modification ou d'arrêt mais se bornera à communiquer un avis de réserve aux annonceurs et le cas échéant aux médias et/ou aux fédérations professionnelles concernés.

REGLEMENT

I. Mission

Article 1

Le Jury d’Ethique Publicitaire siège tant en première instance (ci-après dénommé « le Jury de première instance ») qu’en appel (ci-après dénommé « le Jury d’appel »).

Saisi conformément à l’article 5 du présent règlement, le Jury d’Ethique Publicitaire siégeant tant en première instance qu’en appel, ci-après dénommé “le Jury”, a pour tâche d’examiner la conformité des messages publicitaires à caractère commercial et non commercial, avec les dispositions légales et/ou éthiques destinées à protéger le public/le consommateur, en tenant compte de la perception du consommateur.

Les décisions du Jury sont basées sur :

- d’une part, la législation,
- d’autre part, les conventions, codes et règles autodisciplinaires nationaux et internationaux complétant la législation et tout particulièrement le Code International consolidé sur les pratiques de publicité et de communication de marketing de la Chambre de Commerce Internationale, approuvés par le Conseil de la Publicité asbl.

Article 2

A condition que les plaintes introduites en première instance/requêtes d’appel soient préalablement considérées comme recevables par le Jury, le Jury peut prendre trois types de décisions :

- Soit le Jury ne formule pas de remarques à défaut d’infractions aux dispositions légales ou autodisciplinaires. Il déclare alors la plainte non fondée ;
- Soit il estime que la publicité examinée est contraire aux dispositions légales et/ou éthiques visées à l’article 1^{er}. Le Jury formule alors une décision de modification ou d’arrêt de la publicité litigieuse. Dans cette décision, le Jury peut en outre demander à l’annonceur qu’il lui soumette pour examen préalable à sa diffusion sa prochaine campagne. Si nécessaire, le Jury demande aux médias et/ou aux fédérations professionnelles concernés de mettre fin à la diffusion de la publicité litigieuse ;
- Soit il estime que le message publicitaire litigieux ne soulève que des réserves en matière de décence et/ou de bon goût. Le Jury se limite alors à formuler un avis de réserve aux annonceurs et aux médias et/ou aux fédérations professionnelles concernés. En effet, le Jury étant un organe d’autodiscipline, il

n'entend pas devenir un organe de censure cherchant à faire la promotion d'une idéologie ou d'un goût particulier.

Le Jury n'a pas pour mission de donner des avis juridiques et n'est pas investi d'un rôle de juridiction arbitrale chargée de trancher des litiges entre concurrents ou entre acheteur et vendeur. Toutefois, en cas de différend entre entreprises et avec l'accord des parties, le Jury peut leur fournir un avis écrit et confidentiel. Le coût de l'avis est partagé entre les parties.

Le Jury n'entend pas se substituer aux cours et tribunaux dans leur compétence propre mais constitue un organe d'autodiscipline visant essentiellement à sauvegarder les intérêts du public/du consommateur et sa confiance dans la publicité. L'autorité de ses décisions tient au crédit qui lui est accordé par l'ensemble des membres du Conseil de la Publicité asbl et de leurs adhérents.

Le Jury n'est compétent que pour l'examen de messages publicitaires diffusés dans les médias de masse (tv, cinéma, radio, presse écrite, affichage, internet). Néanmoins, sur la base de la Convention du 31 mai 2005 en matière de conduite et de publicité des boissons contenant de l'alcool, le Jury est compétent pour examiner toutes les publicités faisant la promotion des boissons contenant de l'alcool, diffusées tant dans les médias de masse qu'en -dehors.

En matière de communications de marketing direct, le Jury est compétent pour l'examen du contenu de ces communications à la demande du Comité de Surveillance (Belgian Direct Marketing Association). Dans ce cadre, le Jury peut être amené à rendre un avis contraignant au Comité de Surveillance.

Si une juridiction ordinaire ou administrative devait être saisie de l'examen d'un message publicitaire avant ou pendant le traitement du dossier concerné par le Jury, ce dernier peut décider de s'abstenir définitivement ou temporairement de trancher dans ce dossier.

Les décisions et avis du Jury concernent uniquement le contenu des messages publicitaires et ne portent en aucun cas sur les produits et/ou les services concernés.

II. Composition

Article 3 : Composition du Jury de première instance et du Jury d'appel

Le Jury de première instance est composé d'un président, de minimum quatre membres et maximum six membres, nommés par le conseil d'administration du Conseil de la Publicité asbl pour un terme de trois ans. Leur mandat ne peut être renouvelé que 2 fois sans interruption.

Le Jury de première instance est composé paritairement des représentants de la société civile et des représentants du secteur publicitaire.

Le Jury d'appel est composé d'un président, de minimum seize et maximum vingt membres, nommés par le conseil d'administration du Conseil de la Publicité asbl pour un terme de trois ans. Leur mandat ne peut être renouvelé que 2 fois sans interruption.

Le Jury d'appel est composé paritairement des représentants de la société civile et des représentants du secteur publicitaire.

Les Présidents des Jurys de première instance et d'appel, choisis parmi les magistrats honoraires ou parmi des personnalités éminentes du barreau, de l'université ou du monde de la publicité, sont nommés par le conseil d'administration du Conseil de la Publicité asbl.

En cas d'absence du Président, le Jury respectif procède à l'élection d'un vice-président parmi ses membres, qui remplace le Président.

Les membres du Jury y siègent à titre personnel, sans engager leur entreprise ou leur association.

Dès lors qu'un mandat est vacant, un successeur est désigné aussi rapidement que possible afin d'achever le mandat, conformément à la procédure décrite dans le présent article.

III. Secrétariat du Jury

Article 4

Le Jury est assisté d'un secrétaire sans voix délibérative qui peut, si besoin en est, être assisté par un ou plusieurs adjoints.

Le Secrétaire et le/les adjoint(s) sont nommés par le conseil d'administration du Conseil de la Publicité asbl.

Le Secrétaire est chargé de constituer le dossier des affaires afin de permettre au Jury de délibérer. Il a le devoir de procéder à toutes investigations préalables, entre autres auprès des responsables de la publicité, afin de recueillir les éléments d'explication et de justification pour que le Jury puisse délibérer.

Conformément au chapitre IV, le Secrétaire prépare les réunions du Jury et dans ce cadre, le secrétariat adresse aux membres du Jury et au Président une convocation pour chaque réunion (Jury de première instance et Jury d'appel). Cette convocation comprend l'ordre du jour de la réunion concernée et une copie des plaintes ou requêtes d'appel à traiter.

Le Secrétaire prend acte des décisions, les notifie aux parties intéressées et veille à leur exécution. Il se charge de la publication des résumés des dossiers conformément à l'article 12.

IV. Procédure

Article 5

Le Jury de première instance peut être saisi d'une plainte concernant un message publicitaire à l'initiative de toute personne physique ou morale intéressée qui ne poursuit pas de but commercial: consommateur, organisation de consommateurs, association socio-culturelle, membre ou représentant d'une instance officielle ou d'un pouvoir public, ...(ci-après dénommé le « plaignant »).

Toute plainte concernant un message publicitaire est transmise au secrétariat par écrit (lettre, fax, e-mail ou formulaire online) avec une motivation claire de la plainte se basant sur les éléments visuels et rédactionnels contenus dans la publicité. Il convient d'annexer une copie ou une reproduction du message publicitaire ou à défaut, d'indiquer où et quand cette publicité a été diffusée.

Les plaintes anonymes ne sont pas recevables.

Les plaintes sont introduites et traitées gratuitement, dans le cadre de la procédure en première instance.

Si un grand nombre de plaintes sont introduites à l'égard d'un message publicitaire, le Secrétaire peut décider, moyennant l'accord du Président, qu'à partir d'un certain nombre de plaintes (de même nature/portée), ces plaignants seront renvoyés à la publication ultérieure de la décision du Jury (de première instance / d'appel) sur son site.

Le Jury d'appel peut être saisi d'une requête d'appel contre une décision rendue en première instance, dans les 5 jours ouvrables suivant la date d'envoi de cette décision et ce, à l'initiative du/des plaignant(s) ou de l'annonceur concernés par le dossier d'origine.

Les conditions pour interjeter appel sont les suivantes :

- De nouveaux éléments /pièces probantes, qui n'étaient pas encore connus au stade de la procédure en première instance, sont apportés ;
- La décision en première instance n'est pas basée sur la législation, les conventions et/ou les codes et/ou règles autodisciplinaires nationaux et internationaux, approuvés par le Conseil de la Publicité asbl (visés à l'article 1);
- La procédure en première instance n'a pas été menée conformément aux dispositions du présent chapitre IV.

Toute requête d'appel doit être transmise au secrétariat par écrit (lettre, fax, email ou formulaire online) en précisant les motifs précis de l'appel et en indiquant les références du dossier concerné qui a été traité en première instance.

L'/les appelant(s) est/sont redevable(s) d'une contribution de 100 euros pour cet appel, qui doit être versée au moment de l'introduction de l'appel et doit être sur le compte en question au plus tard le jour précédant la réunion du Jury (KBC 427-9191511-39). Cette contribution est remboursée si l'appel est déclaré fondé, à savoir si le Jury d'appel modifie la décision de première instance.

Si l'appelant ne respecte pas ces conditions, sa requête d'appel est irrecevable.

Les requêtes d'appel anonymes ne sont également pas recevables.

Article 6

En cas de plainte, une copie dépersonnalisée en est transmise à l'annonceur qui est invité à communiquer son point de vue par écrit dans le délai fixé par le Secrétaire.

En cas de requête d'appel, une copie le cas échéant dépersonnalisée en est transmise à/aux partie(s) adverse(s) qui est/sont invitée(s) à communiquer son/leur point de vue par écrit dans le délai fixé par le Secrétaire.

Lorsque des plaintes sont introduites grâce à l'intervention d'une association ou tout autre organisme, une copie de la requête d'appel de l'annonceur doit être transmise à cette association ou autre organisme et non à chaque plaignant séparément.

Si la connaissance de l'identité du plaignant est nécessaire à l'annonceur pour répondre quant au fond, l'accord écrit du plaignant est requis avant transmission de son identité à l'annonceur et/ou à l'agence de publicité.

Les médias mentionnés dans la plainte/requête d'appel ou le cas échéant, les fédérations professionnelles concernées sont informés de la plainte et/ou de la requête d'appel reçue.

Bien que la procédure soit écrite, le Président peut décider, après concertation avec le Jury, d'inviter l'annonceur/le(s) plaignant(s) concerné(s) à être entendu par le Jury aux jours et heures fixés selon l'agenda du Jury.

Article 7

Le Président peut consulter un ou plusieurs experts et/ou l'/les inviter à assister, comme conseiller(s) sans voix délibérative, aux réunions et délibérations du Jury.

Ces experts sont tenus au secret à l'égard de toutes les délibérations et de tous les votes de même qu'à l'égard de toutes les données portées à leur connaissance lors du traitement du dossier concerné.

A sa demande, l'expert sera informé de la décision du Jury dans les conditions visées à l'article 12 du présent règlement.

Article 8

Afin de pouvoir délibérer valablement sur un dossier, la moitié des membres du Jury doit être présente et au minimum un membre issu de la société civile et un membre issu du secteur publicitaire. S'il n'est pas satisfait à ce quorum de présence, une deuxième réunion sera convoquée. Elle peut valablement délibérer sur les mêmes dossiers quel que soit le nombre de membres présents.

Lorsqu'un dossier est soumis au Jury, celui-ci décide s'il se trouve suffisamment éclairé après examen du dossier constitué par le Secrétaire ou s'il convient d'en poursuivre l'instruction.

Au cas où le Président, en concertation avec le Jury, déciderait d'entendre les parties en leurs explications avant de prendre une décision, le Secrétaire est chargé d'inviter les intéressés, annonceurs, agences de publicité ou autres, en respectant le délai donné par le Secrétaire, à fournir verbalement ces explications lors d'une réunion ultérieure du Jury.

Le Jury de première instance est autorisé à examiner d'autres aspects d'un message publicitaire qui ne seraient pas spécifiquement visés dans la plainte et ce, dans les limites des articles 1 et 2.

Dans ce cas, le Jury est tenu, si nécessaire, de reprendre contact avec l'annonceur qui est invité à communiquer son point de vue concernant ces autres aspects et ce, par écrit dans le délai fixé par le Secrétaire.

Les délibérations du Jury sont secrètes et les décisions sont prises à la majorité des voix des membres présents. Les membres du Jury qui estimerait n'être pas libres de leur décision s'abstiendront de prendre part aux réunions/délibérations. Le Président peut, s'il l'estime nécessaire pour le bon fonctionnement du Jury, inviter un membre du Jury à ne pas participer aux délibérations et/ou aux votes. Le Président, ou celui/celle qui le remplace (Vice-Président), ne vote pas sauf en cas de parité des voix. Dans ce cas, la voix du Président, ou en son absence du Vice-Président, l'emporte.

Article 9

Après examen du dossier, le Secrétaire communique la décision prise conformément à l'article 2, à l'annonceur et au(x) plaignant(s). Le(s) média(s) mentionné(s) dans la plainte et/ou les fédérations professionnelles concernées en sont également informés.

Le Jury peut exiger de l'annonceur et/ou de l'agence de publicité de lui soumettre sa/ses prochaine(s) campagne(s) pour examen préalable à la diffusion de celle(s)-ci et ceci, durant une période et suivants les modalités déterminées par le Jury. Les décisions du Jury en la matière (tant en ce qui concerne des modifications que de

nouveaux projets de messages publicitaires pour des produits identiques ou différents, ...) sont immédiatement définitives. Les médias et/ou les fédérations professionnelles concernées en seront informés afin d'apporter leur collaboration au respect de cette décision.

L'introduction d'une requête d'appel conformément à l'article 5 suspend la décision prise en première instance jusqu'à la date d'envoi à l'annonceur de la décision prise par le Jury d'appel.

La décision du Jury d'appel est définitive et d'exécution immédiate.

Article 10

Si le responsable de la publicité refuse de respecter la décision du Jury de modifier ou d'arrêter la publicité ou en cas d'absence de réponse équivalent à un refus et à défaut d'appel, le Secrétaire en informe de manière confidentielle les médias et, le cas échéant, les fédérations professionnelles concernées. En vertu du principe de l'égalité de traitement, il leur demande de faire le nécessaire pour mettre fin à la diffusion de la publicité litigieuse

Article 11

Dans le cas où la décision de modification ou d'arrêt du Jury ne serait pas respectée par le(s) média(s) et/ou par les fédérations professionnelles concernées, le Secrétaire en avise le conseil d'administration du Conseil de la Publicité asbl qui peut décider d'introduire une action judiciaire.

V. Publicité des décisions

Article 12

Les dossiers sont conservés pendant 10 ans dans les archives du Jury où ils peuvent être consultés à tout moment par ses membres. Les pièces des dossiers sont confidentielles et ne pourront être communiquées à des tiers.

Les décisions sont publiques et peuvent être communiquées à des tiers après que les parties intéressées en aient eu connaissance.

Afin d'assurer la transparence nécessaire, chaque dossier ouvert sur la base d'une plainte fait l'objet d'un résumé reprenant la dénomination de l'annonceur, le nom du produit/service, la description de la publicité, la plainte dépersonnalisée, le point de vue de l'annonceur et la décision du Jury. Les résumés sont publiés sur le site du JEP (FR + NL).

Préalablement à la publication, le résumé est communiqué à l'annonceur. Celui-ci peut communiquer par écrit, dans le délai fixé par le Secrétaire, ses éventuelles

remarques concernant la formulation de son point de vue. Le Jury apprécie le bien-fondé de ces remarques sans que l'annonceur puisse demander à être entendu à nouveau.

VI. Demandes d'avis préalable

Article 13

Avant la diffusion d'une publicité dans un ou plusieurs médias de masse, les annonceurs, agences de publicité et médias peuvent solliciter l'avis du Jury sur les aspects légaux et/ou éthiques du projet de publicité envisagée. Le montant forfaitaire dû par dossier pour ce service s'élève à 100 euros hors TVA (KBC 427-9191511-39).

Ces demandes d'avis préalable sont traitées par le Jury de première instance.

Les modalités et les délais relatifs à la formulation de cet avis par le JEP seront déterminés par le Secrétaire, en concertation avec les annonceurs, agences de publicité ou médias ayant demandé l'avis en question.

Ces avis n'ont qu'une valeur indicative, ils ne constituent en aucun cas une garantie, l'appréciation des Tribunaux restant souveraine en cas de litige.

En cas de demande d'avis préalable introduite par un/des média(s), une copie dépersonnalisée en est transmise à l'annonceur qui est invité à communiquer son point de vue par écrit dans le délai fixé par le Secrétaire.

Moyennant l'accord du/des média(s) ayant introduit la demande, le Secrétaire communique l'avis du Jury aux autres médias concernés. Dans ce cadre, l'identité du/des média(s) ayant introduit la demande reste confidentielle.

VII. Responsabilité

Article 14

La responsabilité des avis et décisions du Jury est entièrement assumée par le Conseil de la Publicité asbl dont il est l'émanation. Toutes actions judiciaires qui en sont la conséquence, tant en demandant qu'en défendant sont introduites et/ou suivies par le Conseil de la Publicité asbl, à la demande de son conseil d'administration.

VIII. Fonctionnement

Article 15

Le Jury se réunit autant de fois que le nombre et l'urgence des affaires le justifie. Il est convoqué par le Secrétaire. En cas d'urgence, des réunions du Jury peuvent être organisées en ligne.

Article 16

En ce qui concerne le choix de la langue (FR-NL), le Jury use de la langue des destinataires de ses avis et décisions.

IX. Financement

Article 17

Les frais de fonctionnement du Jury sont assumés par le Conseil de la Publicité asbl qui fixe également les émoluments des Présidents et des membres du Jury.

X. Modification au présent règlement

Article 18

Sur proposition du conseil d'administration du Conseil de la Publicité asbl, des modifications peuvent être apportées au présent règlement. Elles devront être approuvées par l'assemblée générale, sauf cas d'urgence ou de force majeure. Dans ce cas, le conseil d'administration est habilité, sous sa propre responsabilité, à procéder aux aménagements nécessaires qui auront ensuite à être ratifiés par l'assemblée générale. Les modifications intervenues sont notifiées aux annonceurs, aux agences de publicité et aux médias qui ont adhéré au présent règlement et sont considérées comme approuvées par eux à défaut de renonciation à leur adhésion conformément aux dispositions de leur engagement envers le Jury.
