

D. Publicité relative aux fêtes enfantines (St Nicolas, Noël, Pâques) (2000)

Dans un avis du 27 juin 2000, le Conseil de la Consommation, organe consultatif composé de membres représentant les organisations de consommateurs et de membres représentant les organisations de la production, de la distribution et des Classes moyennes, a établi des recommandations fixant les périodes de publicité pour les fêtes enfantines.

RECOMMANDATIONS

1. Pas de publicités ni promotions prématurées.

Il est recommandé aux professionnels de ne pratiquer ni promotions ni publicités telles que définies au point 2, avant le 1^{er} novembre pour les fêtes de Saint-Nicolas et de Noël, ni avant une période de six semaines précédant la fête de Pâques.

Toutefois, les promotions recourant à la présence physique du Père Noël ne commenceront pas avant le 1^{er} décembre.

2. Promotions et publicité concernées.

Sont visées :

- a) les promotions recourant à la présence physique de Saint-Nicolas, du Père Noël et du lapin de Pâques, à l'initiative d'un vendeur ou d'un groupe de vendeurs;
- b) les publicités par voie d'affiches en dehors de l'établissement, de folders, de presse, de media audiovisuels et d'e-mails :
 - manifestement destinées aux enfants en âge d'école maternelle et primaire;
 - faisant directement référence aux fêtes de Saint-Nicolas, de Noël et de Pâques, en utilisant les personnages ou symboles de Saint-Nicolas, du Père Noël, du lapin ou des cloches de Pâques;
 - non sollicitées par les enfants.

Ne sont pas concernés : les produits eux-mêmes et le matériel promotionnel en points de vente ainsi que les sites Internet.