

Informations

GÉNÉRALISTES
FAQ

BÉBÉS : À COUCHER SUR LE DOS, MÊME EN PUBLICITÉ

Le BVP a reçu au mois de juillet une plainte concernant une publicité représentant un bébé endormi.

Le visuel concerné, diffusé par voie d'affichage, émanait d'une enseigne de distribution spécialisée dans la vente de matériel de puériculture (« *Autour de bébé* »). Le bébé, en gros plan, était endormi sur le ventre, ce qui est contraire aux consignes de sécurité désormais en vigueur.

La Direction Générale de la Santé a d'ailleurs explicitement fait part au BVP de ses préconisations en la matière, lesquelles recommandent pour le couchage des enfants de moins de un an, une position sur le dos, sans couverture, ni oreiller. Le nourrisson ne doit pas, par ailleurs, être représenté couché dans le lit d'un adulte. Ceci pour lutter contre le syndrome de la mort subite du nourrisson.

C'est à la lumière de ces préconisations officielles que doit s'interpréter la Recommandation *Sécurité* du BVP qui, reprenant les règles de la CCI (Chambre Internationale de Commerce), dispose que « *la publicité ne doit comporter aucune présentation visuelle, ni aucune description des pratiques dangereuses ou de situation où la sécurité et la santé ne sont pas respectées* ».

Le BVP est donc intervenu en juillet auprès de l'annonceur, lui demandant de modifier à l'avenir ses visuels pour se mettre en conformité avec les règles en vigueur. Un nouveau cas s'est présenté au mois d'août, occasionnant une nouvelle intervention a posteriori sur ce même sujet.

Ce cas est l'occasion de rappeler à tous les professionnels ces règles simples en matière de représentation des nourrissons. Il faut bien voir, en effet, que ce type de présentation banalise une position de couchage qui doit au contraire être perçue comme potentiellement nocive par les jeunes parents.

Mise en ligne le 14 septembre 2007 .

[En savoir plus](#)

**- Recommandation
sécurité**

[> Retour à la Lettre .](#)

REAGIR À UNE PUB

ADHÉRER AU BVP

CONTACTER LE BVP

Liens utiles . Plan du site . Mentions légales

La publicité, sous quelque forme que ce soit, ne doit pas porter atteinte à la sécurité des personnes et des biens et doit donc respecter les règles déontologiques suivantes :

" Sauf justification d'ordre éducatif ou social, la publicité ne doit comporter aucune présentation visuelle ni aucune description des pratiques dangereuses ou de situation ou la sécurité et la santé ne sont pas respectées " Article 13 du Code de la C.C.I.

Une prudence particulière s'impose aux publicités utilisant des enfants ou des adolescents ou s'adressant à eux.

1. COMPORTEMENTS DANGEREUX

S'il est indispensable qu'une publicité montre ce qu'il ne faut pas faire, cette présentation doit être sans équivoque et ne pas être telle qu'elle puisse aboutir à des résultats contraires, notamment pour les enfants et adolescents.

2. MANIPULATION DES PRODUITS POUVANT ÊTRE CONSIDERES COMME DANGEREUX

Le BVP recommande aux publicitaires d'avoir toujours à l'esprit le souci de la sécurité et d'appeler les utilisateurs à la prudence chaque fois qu'un risque peut exister.

Les dispositions suivantes doivent être observées dans la publicité, qu'elle qu'en soit la forme :

2-1 Indiquer clairement et lisiblement dans tout matériel publicitaire (notamment conditionnements, étiquettes, modes d'emploi, prospectus, catalogues, etc.), les dangers pouvant résulter de l'utilisation, même normale, des produits ;

2-2 Présenter les produits de telle sorte que le mode d'utilisation offrant le maximum de sécurité soit souligné (tant par la présentation elle-même que dans son contexte) ;

2-3 Ne pas donner ou paraître donner une garantie complète de sécurité dans les messages publicitaires ;

2-4 N'utiliser aucun texte ou visuel susceptible d'induire directement ou indirectement un comportement pouvant porter atteinte à la santé et à la sécurité des biens et des personnes, même pour des produits ou services ne pouvant être considérés comme dangereux par nature.

Le caractère dangereux des produits se révèle bien souvent au moment d'une utilisation défectueuse ou inattentive. Il est souhaitable d'attirer l'attention de l'utilisateur en rappelant dans les messages des mentions de prudence, telles que *"lire attentivement le mode d'emploi"*, *"tenir hors de portée des enfants"*, etc.