

Ne laissez pas l'industrie automobile dicter la loi !

Envoyez dès à présent de nouvelles plaintes contre les publicités illégales

Bonjour,

Vous avez, dans un passé récent, envoyé une (ou plusieurs) plainte(s) pour dénoncer des publicités auto illégales (c'est-à-dire dans lesquelles les émissions de CO₂ et la consommation des véhicules n'étaient pas correctement - voire pas du tout – mentionnées).

Toutes ces dénonciations adressées au Service public fédéral (SPF) Economie et au Jury d'éthique publicitaire (JEP, organe d'autorégulation de l'industrie publicitaire) ont permis aux associations de défense de l'environnement de déposer une plainte auprès de la Commission européenne contre l'Etat belge pour non-respect de la Directive européenne déterminant les dispositions relatives à cette matière.

Que s'est-il donc passé ces derniers mois ?

Plusieurs centaines de plaintes dénonçant des publicités auto illégales ont été adressées au JEP et au SPF Economie.

Le SPF Economie est chargé de rechercher et constater les infractions en la matière et d'envoyer des procès-verbaux d'avertissement aux contrevenants, agissant en quelque sorte comme une police de l'économie. En cas de récidive, le procès-verbal doit être transmis au parquet. C'est la procédure légale. Dans les faits, acceptant les explications de l'industrie automobile et du secteur de la publicité selon lesquels la loi serait « sujette à interprétation », le SPF n'a envoyé qu'une poignée de procès-verbaux d'avertissement aux constructeurs et n'en a transmis aucun au parquet... alors que plusieurs cas de récidive lui ont pourtant été signalés.

Pour les environnementalistes, la loi est limpide : les informations en matière d'émissions de CO₂ et de consommation de carburant doivent être « *au moins aussi visibles que la partie principale de l'information* », ce qui signifie aussi grandes que le texte ou slogan principal ! Et s'il n'y a pas de slogan ? Dans ce cas, l'information principale est la photo, et donc la moitié de l'affiche devrait être dévolue aux informations environnementales.

Face à cette situation, le SPF Economie n'a pas consulté les différentes parties prenantes. Il s'est contenté de demander à l'industrie automobile de définir... sa propre interprétation de la loi. Bref : le policier a demandé au contrevenant de déterminer la « bonne » interprétation de la loi pour qu'il ne soit plus pris en défaut !

Résultat : le nouveau code publicitaire de la Fédération belge de l'industrie automobile et du cycle (FEBIAC). Ce code définit en quelque sorte dans quels cas le SPF Economie enverra des procès-verbaux – mais surtout dans quels cas il ne le fera pas !

Pour bien être comprise, cette mascarade doit être analysée à la lumière du combat féroce mené par l'industrie automobile européenne pour affaiblir tant que faire se peut le projet de normes en matière d'émissions de CO₂ actuellement en discussion au niveau européen. Que ce soit en matière d'obligations publicitaires ou de normes d'émissions, l'industrie automobile veut s'affranchir de tout carcan, au mépris des défis environnementaux urgents auxquels nos sociétés sont confrontées.

Il est donc essentiel pour notre action que de nouvelles plaintes soient envoyées en nombre pour dénoncer les publicités auto illégales.

La Commission européenne a en effet demandé à la Belgique de lui fournir, pour le 1^{er} octobre, la liste des actions entreprises pour faire respecter la loi.

Or, la principale de ces actions est le nouveau code publicitaire de la FEBIAC... en vertu duquel sont plus que jamais en infraction ! C'est que ce code recommande aux annonceurs de mentionner, dans le cas d'une annonce présentant un modèle pour lequel existent différentes variantes et/ou versions, les forchettes d'émissions et de consommation alors que la loi impose de mentionner les seules valeurs maximales.

En imposant les valeurs les plus élevées – et celles-là uniquement –, le législateur souhaite réorienter la production automobile vers des modèles moins énergivores en fournissant aux consommateurs des informations « *précises, utiles et comparables* ». Pour éviter que leurs publicités soient « minées » par des chiffres de consommation et de pollution exorbitants, les constructeurs ont trois possibilités légales :

- 1) investir dans la recherche pour réduire la consommation et les émissions des variantes les plus gourmandes et polluantes ;
- 2) abandonner purement et simplement la production de ces variantes ;
- 3) faire de la publicité non plus pour un modèle en général mais uniquement pour sa variante la moins énergivore – ce que certains ont d'ailleurs commencé à faire.

Dans ces trois cas de figure, l'objectif du législateur est atteint.

Mais jusqu'ici, les constructeurs ont privilégié une quatrième voie : celle de l'illégalité pure et simple. Et le nouveau code de la FEBIAC « officialise » cette illégalité avec l'aval incroyable du SPF Economie.

Par-dessus le marché, les indications d'émissions de CO₂ et de consommation de carburant demeureront, selon le nouveau code FEBIAC, plus petites que ce que la loi impose. Celle-ci est pourtant claire : il faut que ces indications soient : « au moins aussi visibles que la partie principale de l'information », ce qui signifie aussi grandes que le slogan principal !

Si un grand nombre de plaintes sont envoyées maintenant pour dénoncer les effets néfastes du code FEBIAC, les associations d'environnement pourront plus aisément argumenter auprès de la Commission européenne pour que celle-ci oblige l'Etat belge à ne pas se laisser dicter la loi par l'industrie automobile !

Ne laissez pas l'industrie automobile dicter la loi, envoyez dès à présent une nouvelle plainte contre les publicités automobiles illégales : cliquez sur www.affichezleco2.be