

Le BVP rend publique sa première recommandation portant sur la publicité des Allégations Santé

Le 12 novembre, le BVP a rendu publique une nouvelle recommandation d'autodiscipline permettant d'encadrer la communication publicitaire des allégations santé, quels que soient les produits ou services concernés. Celle-ci recouvre toute allégation publicitaire qui établit de façon générale un lien entre un produit et la santé. Elle exclut les allégations thérapeutiques qui, elles, attribuent à un produit des propriétés de prévention, de traitement ou de guérison d'une maladie et relèvent, de ce fait, de l'encadrement spécifique du médicament. En premier lieu, la recommandation pose comme principe que « la publicité ne doit en aucun cas présenter le produit comme relevant du domaine médical[?] Le message doit être élaboré en tenant compte de la capacité de compréhension du public auquel il s'adresse. ». La recommandation insiste également sur l'objectivité des messages, exposant qu'il faut « éviter toute présentation alarmiste ou susceptible de générer des craintes irrationnelles ». Enfin, une rubrique ?Loyauté? incite à un comportement équitable vis-à-vis des concurrents en prévoyant notamment que « la publicité ne doit pas dénigrer d'autres produits en impliquant que ceux-ci sont incapables de contribuer à une bonne santé ».