

Avis des Normes de la publicité sur la publicité politique et électorale

Les Normes de la publicité ont préparé le présent Avis dans le but de sensibiliser les commanditaires de publicités politiques et électorales aux principes d'une publicité vraie, intègre et exacte énoncés dans le *Code canadien des normes de la publicité* (le *Code*). Par le présent avis, il est demandé aux partis politiques et aux groupes d'intérêt d'adhérer à ces principes afin de permettre au public canadien d'avoir le même haut niveau de confiance dans la publicité politique et électorale que dans la publicité d'entités commerciales portant sur des biens et des services.

Les Normes de la publicité – organisme national d'autoréglementation de l'industrie de la publicité – reçoivent de nombreuses plaintes du public exprimant de l'inquiétude face à la publicité politique et à la publicité électorale. Dans leurs plaintes, les membres du public allèguent que les publicités produites par les partis politiques, les candidats et les groupes d'intérêt sont souvent trompeuses et qu'elles déprécient et dénigrent injustement les candidats ou les chefs de parti.

Bien que le *Code* s'applique à la publicité faite par les entreprises de biens et services, la « publicité politique » et la « publicité électorale » sont des catégories spéciales qui sont exemptées de l'application du *Code*¹. La raison en est que le *Code* n'a pas pour but de régir ou de restreindre la libre expression des opinions ou des idées véhiculées par la publicité politique ou par la publicité électorale. Le *Code* stipule cependant que « les Canadiens sont en droit de s'attendre à ce que les normes du *Code* soient respectées dans la publicité faite par et pour les partis politiques et les gouvernements ».

Les extraits suivants sont tirés des principes applicables du *Code*. (Le *Code* est disponible à www.normespub.ca)

Extraits du *Code canadien des normes de la publicité*

Article 1 (Véracité, clarté, exactitude)

Figurent parmi les dispositions du *Code* celles qui ont trait « à la véracité, à la clarté et à l'exactitude » de la publicité. Par exemple :

¹ Dans le *Code*, la « publicité politique » se définit comme de la publicité paraissant à n'importe quel moment au sujet d'une personnalité politique, d'un parti politique, d'une question politique ou d'une politique gouvernementale publiquement reconnue comme existant au Canada ou ailleurs, ou encore d'un candidat à une élection. Par ailleurs, la « publicité électorale » inclut la « publicité politique » de même que la publicité faite par tous les ordres de gouvernement à l'égard de leurs politiques, de leurs pratiques et de leurs programmes. Cependant, l'expression « publicité électorale » se limite à toutes les publicités qui sont diffusées à partir du moment où une élection est déclenchée jusqu'au jour suivant la tenue du scrutin.

Normes de la publicité

« Les publicités ne doivent pas comporter d'allégations, de déclarations, d'illustrations ou de représentations inexactes, mensongères ou trompeuses, énoncées directement ou implicitement. » [paragraphe a)]

et :

« Une publicité ne doit pas omettre une information pertinente si cette omission rend la publicité mensongère. » [paragraphe b)]

Article 14 (Descriptions et représentations inacceptables)

D'autres dispositions du *Code* traitent de « Descriptions et représentations inacceptables » en publicité. Elles incluent l'exigence suivante :

« déprécier, discréditer ou dénigrer une ou des personnes, un groupe de personnes, des entreprises, des organisations, des activités industrielles ou commerciales, des professions, des entités, des produits ou des services identifiables, ou tenter de les exposer au mépris public ou au ridicule » [paragraphe c)]

Les Normes de la publicité offrent un service de consultation sans frais sur la façon dont les principes contenus dans le *Code* peuvent s'appliquer aux publicités politiques et/ou électorales proposées.

Pour plus d'information sur l'interprétation du *Code* ou sur le service de consultation des Normes de la publicité, veuillez communiquer avec Mme Danielle Lefrançois, directrice des communications, à danielle.lefrancois@normespub.ca

Au sujet des Normes de la publicité

Les Normes de la publicité ont pour mission de favoriser la confiance du public dans la publicité canadienne et d'assurer l'intégrité et la viabilité de la publicité au moyen d'une autoréglementation efficace de l'industrie. En tant qu'organisme indépendant et sans but lucratif, nous administrons le *Code canadien des normes de la publicité* – principal outil d'autoréglementation de la publicité au Canada – ainsi qu'un mécanisme national de traitement des plaintes des consommateurs contre la publicité. Les Services d'approbation des Normes de la publicité examinent quant à eux les textes publicitaires et offrent des services de consultation dans cinq catégories de produits afin d'aider à assurer la conformité des publicités avec les réglementations en vigueur.