

**CC- 429**

**CONSEIL DE LA CONSOMMATION**

**AVIS**

sur un projet d'AR modifiant l'AR du 5.09.2001 concernant la disponibilité d'informations sur la consommation de carburant et les émissions de CO<sub>2</sub> à l'intention des consommateurs lors de la commercialisation des voitures neuves particulières.

Bruxelles, le 7 juin 2010

## RESUME

**Le Conseil** estime que le projet d'AR est une initiative positive pour cette problématique spécifique des indications de données concernant la consommation de carburant et les émissions de CO<sub>2</sub> dans la documentation promotionnelle pour les voitures.

**Le Conseil** estime que les allégations dans les messages doivent être basées sur des faits objectifs, non trompeurs, corrects. Ce projet d'AR a été spécifiquement rédigé pour enlever les incertitudes juridiques dans un cadre légal déjà existant.

**Les représentants de la production, de la distribution et des classes moyennes** estiment que cette initiative ne peut pas être l'occasion d'ancrer légalement toutes les prescriptions en matière de publicité, puisque de tels codes éthiques prouvent également leur efficacité. **Ils** plaident fondamentalement pour le maintien de l'autorégulation et sont contre la délimitation de prescriptions en matière de publicité dans un cadre légal. Les codes de conduites peuvent être adaptés de manière beaucoup plus flexible, s'attaquer à des problèmes liés au secteur de manière beaucoup plus ciblée et sont contrôlés de manière efficace et contraignante par le Jury d'éthique publicitaire (JEP).

**Les représentants des organisations de consommateurs** se sont déjà positionnés sur l'autorégulation, à plusieurs reprises au sein du Conseil de la Consommation. **Ils** souhaitent rappeler ici qu'ils ne la privilégient pas.

**Le Conseil** constate que, depuis l'entrée en vigueur du Code en matière de publicité pour les véhicules automobiles ainsi que leurs composants et accessoires (code Febiac), le 1<sup>er</sup> septembre 2008, il y a des progrès remarquables en ce qui concerne l'indication de la consommation de carburant et des émissions de CO<sub>2</sub> lors de la mise sur le marché de voitures particulières neuves.

**Le Conseil** souhaite insister sur le fait que l'AR doit fournir une certitude absolue sur les prescriptions en matière de publicité environnementale pour les voitures et doit éviter tout espace d'interprétation. Cependant, dans le texte actuel, quelques passages peuvent encore donner lieu à différentes interprétations.

Comme l'internet gagne de plus en plus d'importance comme source d'information et de publicité, **le Conseil** insiste sur des prescriptions claires pour éviter des différences d'interprétation. **Le Conseil** est partisan de conserver la formulation dans l'Annexe IV point 2. Une page récapitulative reprenant toutes les données sur la consommation officielle de carburant et les émissions officielles spécifiques de CO<sub>2</sub> est le plus adéquat. Cependant, **les représentants des organisations de consommateurs** estiment qu'un tableau récapitulatif de tous les modèles de la marque ne suffit pas et qu'un tableau par modèle doit aussi être disponible.

Pour éviter des problèmes pratiques, **le Conseil** insiste sur un délai d'attente d'au moins 6 mois à partir de la publication au Moniteur belge pour l'entrée en vigueur de cet AR. Cela permet d'une part, d'encore utiliser la documentation promotionnelle actuelle et d'autre part, de donner le temps aux secteurs concernés de sensibiliser et d'informer leurs membres sur ces nouvelles prescriptions pour la confection de leur nouvelle documentation promotionnelle.

Le Conseil de la Consommation, saisi le 1<sup>er</sup> avril 2010 par le Ministre du Climat et de l'Energie, chargé de la Consommation, d'une demande d'avis sur un projet d'AR modifiant l'AR du 5.09.2001 concernant la disponibilité d'informations sur la consommation de carburant et les émissions de CO2 à l'intention des consommateurs lors de la commercialisation des voitures neuves particulières, a approuvé le présent avis le 7 juin 2010, moyennant une procédure écrite.

Le Conseil de la Consommation a prié le Président de remettre cet avis au Ministre du Climat et de l'Energie chargé de la Consommation ainsi qu'au Ministre pour l'Entreprise et la Simplification.

## **AVIS**

Le Conseil de la Consommation,

Vu la lettre du 1<sup>er</sup> avril 2010 du Ministre du Climat et de l'Energie, chargé de la Consommation, dans laquelle il demande l'avis du Conseil de la Consommation sur un projet d'AR modifiant l'AR du 5.09.2001 concernant la disponibilité d'informations sur la consommation de carburant et les émissions de CO2 à l'intention des consommateurs lors de la commercialisation des voitures neuves particulières ;

Vu la loi du 6 avril 2010 relative aux pratiques du marché et à la protection du consommateur, l'article 38 ;

Vu la loi du 21 décembre 1998 relative aux normes de produits ayant pour but la promotion de modes de production et de consommation durables et la protection de l'environnement et de la santé, l'article 5, §1<sup>er</sup>, 1<sup>er</sup> alinéa, 6<sup>o</sup> et 10<sup>o</sup> ;

Vu l'arrêté royal du 5 septembre 2001 concernant la disponibilité d'informations sur la consommation de carburant et les émissions de CO2 à l'intention des consommateurs lors de la commercialisation des voitures particulières ;

Vu le projet d'AR modifiant l'AR du 5.09.2001 concernant la disponibilité d'informations sur la consommation de carburant et les émissions de CO2 à l'intention des consommateurs lors de la commercialisation des voitures neuves particulières ;

Vu les travaux de la Commission « Pratiques du Commerce » présidée par Mr De Bie (Test-Achats) pendant ses réunions des 26 avril et 11 mai 2010 ;

Vu la participation aux travaux des membres du Conseil suivants : Madame Sepul (Conseil de la Publicité) et Monsieur Ducart (Test-Achats) ;

Vu la participation aux travaux des experts suivants : Mesdames Deville (CRIOC) et Fremault (FEB), Messieurs Lycke (Federauto), Kaesemans (Febiac) et Storme (FGTB) ;

Vu le projet d'avis établi par Mesdames Deville (CRIOC) et Fremault (FEB.) ;

Vu l'avis du Bureau du 20.05.2010 ;

Vu l'urgence ;

Vu la procédure écrite prévue à l'article 7 bis du règlement d'ordre intérieur pour l'approbation du présent avis par le Conseil ;

**EMET L'AVIS SUIVANT:**

## 1. Introduction

**Le Conseil** constate que le projet d'AR soumis pour avis vise surtout à modifier "l'Annexe IV – Indications de données concernant la consommation de carburant et les émissions de CO<sub>2</sub> dans la documentation promotionnelle et dans l'autre matériel promotionnel" de l'AR du 5 septembre 2001. Sous sa forme existante, l'annexe IV prévoit que les données concernant la consommation de carburant et les émissions de CO<sub>2</sub> dans la publicité automobile doivent être *facilement lisibles et faciles à comprendre*. **Le Conseil** estime que cette formulation est assez abstraite et donne lieu à des discussions et des interprétations. Le JEP a dès lors été confronté ces dernières années à de nombreuses plaintes sur ces mentions.

Le nouvel article 5 du code FEBIAC (1er septembre 2008) fixe les mesures exactes des caractères de ces mentions en fonction du type et de la taille du support publicitaire. Ce projet d'AR transpose une version un peu plus sévère de l'article 5 du code FEBIAC dans un cadre juridique.

Hormis concernant l'annexe, le projet propose peu de modifications de l'arrêté royal du 5 septembre 2001.

## 2. Considérations générales

**Le Conseil** estime que le projet d'AR est une initiative positive pour cette problématique spécifique des indications de données concernant la consommation de carburant et les émissions de CO<sub>2</sub> dans la documentation promotionnelle pour les voitures.

**Le Conseil** estime que les allégations dans les messages doivent être basées sur des faits objectifs, non trompeurs, corrects. Ce projet d'AR a été spécifiquement rédigé pour enlever les incertitudes juridiques dans un cadre légal déjà existant.

**Les représentants de la production, de la distribution et des classes moyennes** estiment que cette initiative ne peut pas être l'occasion d'ancrer légalement toutes les prescriptions en matière de publicité, puisque de tels codes éthiques prouvent également leur efficacité. **Ils** plaident fondamentalement pour le maintien de l'autorégulation et sont contre la délimitation de prescriptions en matière de publicité dans un cadre légal. Les codes de conduites peuvent être adaptés de manière beaucoup plus flexible, s'attaquer à des problèmes liés au secteur de manière beaucoup plus ciblée et sont contrôlés de manière efficace et contraignante par le Jury d'éthique publicitaire (JEP).

**Les représentants des organisations de consommateurs** se sont déjà positionnés sur l'autorégulation, à plusieurs reprises au sein du Conseil de la Consommation<sup>1</sup>. **Ils** souhaitent rappeler ici qu'ils ne la privilégient pas, et que par ailleurs, la Belgique a été mise en demeure par la Commission européenne en raison de l'insuffisance de l'autorégulation (code FEBIAC). L'arrêté royal dont il est question ici est la réponse à cette mise en demeure.

---

<sup>1</sup> Voir notamment avis numéro 406 (30 janvier 2009) sur le projet de Plan fédéral produits 2009-2012.

### 3. Remarques spécifiques sur le projet d'AR

**Le Conseil** constate que, depuis l'entrée en vigueur du Code en matière de publicité pour les véhicules automobiles ainsi que leurs composants et accessoires (code Febiac) le 1<sup>er</sup> septembre 2008, il y a des progrès remarquables en ce qui concerne l'indication de la consommation de carburant et des émissions de CO<sub>2</sub> lors de la mise sur le marché de voitures particulières neuves.

Ce projet d'AR est le résultat de négociations avec le secteur automobile et le secteur de la publicité. **Le Conseil** soutient cette approche de travail et est satisfait qu'une concertation préalable ait eu lieu avec les secteurs concernés.

**Le Conseil** souhaite insister sur le fait que l'AR doit fournir une certitude absolue sur les prescriptions en matière de publicité environnementale pour les voitures et doit éviter tout espace d'interprétation. Cependant, dans le texte actuel, quelques passages peuvent encore donner lieu à différentes interprétations:

- Le paragraphe introduisant l'annexe IV se termine par la phrase "*Ces informations doivent, au minimum, répondre aux exigences suivantes*". La conjugaison utilisée en néerlandais ne rend pas compte de cette obligation, puisqu'elle est formulée au conditionnel: "*Deze informatie zou minimaal aan de volgende vereisten moeten voldoen*". **Le Conseil** souligne que c'est la formule utilisée en français qui est la bonne.
- L'Annexe IV, point 1b i) stipule que les informations doivent être "*horizontales et en dessous de toute autre mention*". **Le Conseil** insiste sur le fait que, dans une publicité, l'espace vide à côté des informations environnementales peut être complété par d'autres informations ou logos (par exemple, des informations concernant la sécurité). De cette manière, les informations environnementales restent suffisamment distinctes du reste. Placer ces informations de manière complètement distincte demande un espace publicitaire supplémentaire et augmente le prix de revient.
- L'Annexe IV, point 1b i) du texte NL stipule que les informations doivent être "*horizontaal en onder elke andere vermelding*". **Le Conseil** estime que cela a une autre signification que le texte FR "*être horizontales et en dessous de toute autre mention*" et demande de clarifier ce point. **Le Conseil** estime que le texte français est correct et que les informations ne doivent être qu'une fois en dessous de toutes les informations et pas chaque fois en dessous de chaque mention.
- L'Annexe IV, point 1B iv) stipule que "*la taille de chaque caractère doit correspondre aux minimas*". C'est également formulé de cette manière dans le code actuel FEBIAC mais est interprété différemment en pratique. Pour améliorer la lisibilité, "Km" est, par exemple, utilisé, où le "m" est le seul signe de la mention inférieur à la taille minimale. **Le Conseil** souhaite souligner que l'objectif de cet AR est d'améliorer la lisibilité des informations. **Les représentants de la production, de la distribution et des classes moyennes** recommandent dès lors d'octroyer de telles exceptions. Pour **les représentants des organisations de consommateurs**, il ne doit pas être descendu en-dessous des minima fixés. Dans l'exemple de "Km", le "m" doit également correspondre au minimum fixé dans l'annexe.
- Annexe IV, point 3 de la version francophone du texte parle des données, en disant qu'elles doivent être fournies " ... pour l'ensemble des modèles ... référence par quelque moyen que ce

*soit*". Cela ne correspond pas exactement à la version néerlandophone, qui énonce que ces données doivent être fournies "*voor alle verschillende automodellen... op om het even welke manier...*". Cette dernière formule est plus précise, et devrait se retrouver comme suit, dans la version en français: "*... pour chaque modèle différent de voiture auquel ... de quelque manière que ce soit*". En outre, **le Conseil** fait remarquer que l'AR ne dit rien sur ce que l'on doit entendre par "*elk verschillend automodel*". **Le Conseil** estime qu'une clarification est opportune. Dans le code FEBIAC, on retrouve, par exemple, version avec boîte manuelle / version avec boîte automatique / version avec moteur essence / version avec moteur diesel / ...

Comme l'internet gagne de plus en plus d'importance comme source d'information et de publicité, **le Conseil** insiste sur des prescriptions claires pour éviter des différences d'interprétation. Le principe de la distinction entre la documentation promotionnelle sur support physique d'une part, et le matériel promotionnel disponible via internet d'autre part, est une bonne chose. Mais **le Conseil** attire toutefois l'attention sur des points de discussion éventuels:

- Ainsi, il semble difficile de fixer des exigences exactes pour la taille des caractères sur l'écran. Cela dépend en effet fortement de la résolution qui peut être réglée soi-même.
- Il est utile qu'il y ait sur chaque page internet un lien direct et clair vers un tableau récapitulatif contenant toutes les informations relatives aux émissions de CO<sub>2</sub> et à la consommation de carburant.
- Il semble également techniquement difficile d'imposer des obligations concernant la taille des caractères lors de l'impression. C'est en effet déterminé par la configuration de l'imprimante.
- D'autres Etats membres ont mis en place un système selon lequel la taille des caractères est imposée, même lorsqu'il s'agit de publicité diffusée à la télévision ou sur internet (ex: le Portugal impose une taille minimum pour les renseignements obligatoires, lorsqu'une publicité est faite à la télévision/sur internet pour des produits financiers). Il serait opportun d'examiner de tels systèmes.

**Le Conseil** est partisan de conserver la formulation dans l'Annexe IV point 2. Une page récapitulative reprenant toutes les données sur la consommation officielle de carburant et les émissions officielles spécifiques de CO<sub>2</sub> est le plus adéquat. Cependant, **les représentants des organisations de consommateurs** estiment qu'un tableau récapitulatif de tous les modèles de la marque ne suffit pas, et qu'un tableau par modèle doit aussi être disponible.

Enfin, **le Conseil** s'attend à de très nombreux problèmes pratiques lors du passage du système actuel à ce nouveau cadre législatif tant pour les importateurs et les revendeurs de voitures que pour les autorités. En ce qui concerne le contrôle (par le JEP), il est également difficile de traiter les réclamations durant la phase de transition. Pour ces raisons, **le Conseil** insiste sur un délai d'attente d'au moins 6 mois à partir de la publication au Moniteur belge pour l'entrée en vigueur de cet AR. Cela permet d'une part, d'encore utiliser la documentation promotionnelle actuelle et d'autre part, de donner le temps aux secteurs concernés de sensibiliser et d'informer leurs membres sur ces nouvelles prescriptions pour la confection de leur nouvelle documentation promotionnelle.