

Code de conduite concernant la publicité et le marketing à l'égard des jeunes pour les produits et/ou services bancaires ou d'assurance

Introduction

Le présent code s'applique à la publicité et/ou au marketing à l'égard des jeunes pour les produits et/ou services bancaires ou d'assurance. Il s'applique aux entreprises concernées en fonction de l'activité qu'elles exercent. Cette activité peut être soit bancaire soit une activité de l'assurance, soit porter sur les deux secteurs (bancassurances).

Objectivité de la présentation

- La publicité ayant pour objet la vente des produits et/ou services bancaires ou d'assurance ne peut être adressée directement à un mineur de moins de 12 ans;
- Elle ne peut pas tromper le mineur quant à la nature, aux coûts, aux conditions d'accès et aux caractéristiques du produit et/ou service bancaire ou d'assurance et ne peut donner à penser que le produit et/ou service bancaire ou d'assurance est la portée de n'importe quel budget familial;
- Elle ne peut inciter directement le mineur à acheter un produit et/ou service bancaire ou d'assurance en exploitant son inexpérience ou sa crédulité ;
- Elle doit veiller à ne pas utiliser l'argument de la gratuité comme seul incitant à l'utilisation d'un produit et/ou service bancaire ou d'assurance.

Relation mineur et tiers

- La publicité ne peut pas inciter directement le mineur à exiger de son représentant légal ou des tiers qu'ils achètent certains produits et/ou services bancaires ou d'assurance;
- Elle ne peut pas exploiter la confiance que le mineur a dans son représentant légal ni jeter un discrédit sur l'autorité, la responsabilité ou le jugement de celui-ci, compte tenu des valeurs sociales généralement admises;
- Elle ne peut présenter le produit et/ou service bancaire ou d'assurance comme un droit du mineur que le représentant légal ne peut refuser ;
- Elle ne peut suggérer que la seule détention ou utilisation d'un produit et/ou service bancaire ou d'assurance donnera au mineur un avantage physique, social ou psychologique sur les autres mineurs de son âge ou que la non détention de ce produit ou service aurait un effet contraire;
- Elle ne peut dénaturer l'esprit d'une activité sportive ou culturelle.

Protection et sécurité

- La publicité ne peut comporter de déclaration ou présentation, visuelle ou sonore, ou de mise en situation de mineurs qui risquerait de causer aux mineurs un dommage moral ou physique, ou qui pourrait avoir pour effet de les entraîner dans des situations ou des activités menaçant gravement leur santé ou leur sécurité;
 - Elle ne peut présenter des contenus susceptibles de nuire gravement à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs, notamment des contenus comprenant des scènes de violence gratuite, ni porter atteinte au respect de la dignité de la personne humaine, ni contenir aucune incitation à la haine ou à la discrimination pour des raisons de race, de sexe, de religion, de nationalité ou pour quelque autre raison que ce soit.
-

