

Communiqué No 2010002 : Multiplication des plaintes pour méthodes de vente agressives

Lausanne, le 19 février 2010

L'an passé, la Commission Suisse pour la Loyauté dont Publicité Romande est membre, a reçu 339 demandes et a engagé 326 procédures. Constat: les cas de «méthodes de vente agressives» ont considérablement augmenté. En revanche, les plaintes pour publicité sexiste ont reculé de moitié.

Considérant les statistiques de la Commission Suisse pour la Loyauté (CSL) pour 2009, on remarque le nombre record de plaintes examinées: 326 (contre 311 en 2008). Jamais encore, dans toute son histoire, la CSL, fondée en 1966 par l'Association de la Publicité Suisse PS en tant qu'organe d'autocontrôle, n'avait eu à mener autant de procédures. Les changements les plus frappants concernent les cas de «méthodes de vente agressives» et de publicité sexiste. Alors que les premiers ne constituaient encore que 19% du total des plaintes reçues en 2008, ils se sont élevés à 34% en 2009. Quant aux seconds, ils ont régressé, dans le même temps, de 13,5% à 7%, soit de près de la moitié. Pour le reste, ce sont surtout quatre états de fait qui présentent les changements les plus marquants. Ainsi, les «indications inexactes» ont augmenté de 8,6% en 2008 à 11,1% en 2009. Dans le secteur des «jeux-concours publics», le nombre de plaintes a reculé de 10,9 à 7,7%. La modification la plus réjouissante est à signaler dans le domaine de la «protection des enfants, des jeunes» où s'est produite une appréciable diminution de 2,7%, la proportion des cas passant à 2,2% du total examiné en 2009. En revanche, dans le secteur des «risques de confusion», les plaintes ont augmenté de 0,3% en 2008 à 1,2% en 2009. Pour ce qui est des autres états de fait, les changements ont été minimes et se sont situés entre 0,1 et 1%.

Forte augmentation des cas incriminant des appels téléphoniques

En ce qui concerne les canaux de diffusion des publicités incriminées, tous, à l'exception de deux, ont connu un recul sensible. La plus forte augmentation a été enregistrée du côté des plaintes relatives à des appels téléphoniques ou des envois par fax, qui ont crû de 23,1%. Alors que, en 2008, les publicités par téléphone/fax contestées représentaient 16,4% des plaintes, elles atteignaient 39,5% en 2009. Cela correspond à l'évolution du pourcentage des faits examinés. Comme mentionné, ce sont les «méthodes de vente agressives» qui se pratiquent dans la grande majorité des cas par téléphone. De même, il y a eu une recrudescence des plaintes contre des imprimés figurant sous «exemplaires distribués». Elles sont passées de 2% en 2008 à 8,1% en 2009. De tous les médias, les cinémas ont été «le moins pollué» en 2009, puisque la publicité diffusée dans les salles obscures n'a donné lieu à *aucune* plainte. Mis à part les deux canaux de diffusion cités, le nombre des plaintes a été en recul dans tous les autres. Cela ne signifie toutefois pas que la CSL ait été réduite au chômage. D'ailleurs, concernant les nouveaux médias, il n'est déjà pas toujours facile pour les consommatrices et consommateurs de reconnaître ce qui vraiment est de la publicité et a fortiori de déposer une plainte à ce sujet. Par conséquent, les défis à relever par la CSL ne vont pas être moins exigeants, bien au contraire.

Le rapport annuel de la Commission Suisse pour la Loyauté est téléchargeable sous www.publiciteromande.ch.

Pour tout renseignement, veuillez contacter : Claude Miffon, Chef des Affaires publiques 079 342 89 20

A propos de Publicité Romande – Publicité Romande est une marque de la Fédération romande de publicité FRP, organisation faîtière de la publicité en Suisse romande créée en 1929. Publicité Romande défend l'industrie publicitaire en Suisse romande. Elle siège notamment auprès de Publicité Suisse PS, de la Commission suisse pour la Loyauté, de la Fondation statistique suisse en publicité, du centre de formation SAWI, de la commission des utilisateurs de la REMP et de la fondation Mediapulse. Publicité romande est également propriétaire de Com.In Sàrl, société éditrice du journal Com.In.

Président : François Besençon (+4179 446 18 12)