

Joseph Vogel
Cabinet Vogel & Vogel

**Nouvelles mentions
obligatoires en matière
de publicité automobile**



LES NOUVELLES MENTIONS OBLIGATOIRES EN MATIÈRE DE PUBLICITÉ AUTOMOBILE

Introduction

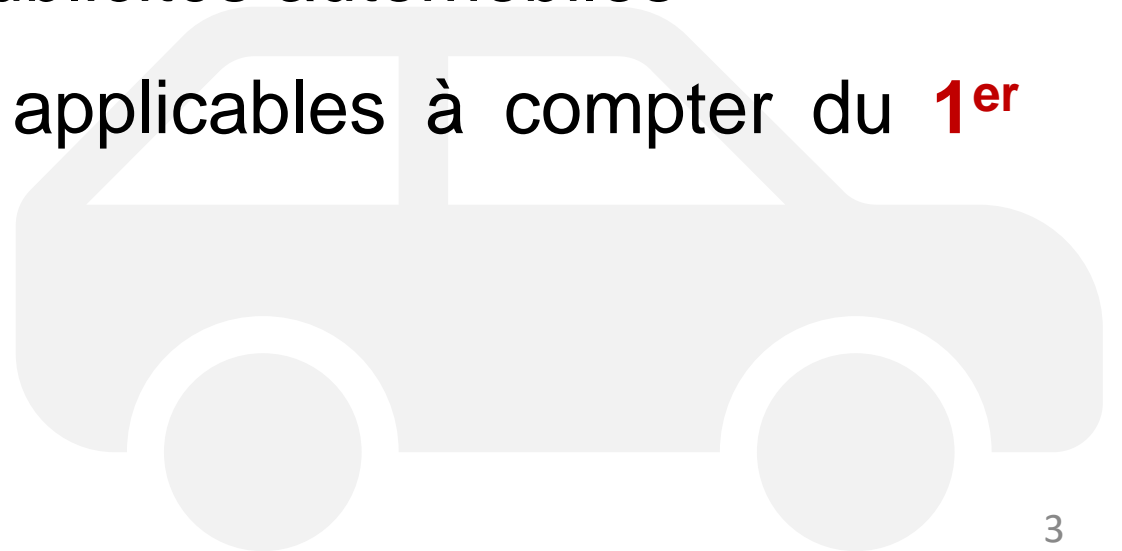
1. L'indication des messages relatifs aux mobilités actives, partagées ou des transports en commun
2. Mention de l'étiquette relative à la classe d'émissions de CO2 des véhicules

Conclusion



INTRODUCTION

- La loi n°2019-1428 du 24 décembre 2019 d'orientation des mobilités (dite « LOM ») et la loi n°2021-1104 du 22 août 2021 dite « Climat et résilience » imposent l'insertion de nouvelles mentions obligatoires dans les publicités automobiles
- Ces nouvelles obligations sont applicables à compter du **1^{er} mars 2022**.



1. L'INDICATION DES MESSAGES RELATIFS AUX MOBILITÉS ACTIVES, PARTAGÉES OU DES TRANSPORTS EN COMMUN

Cette nouvelle obligation a été introduite par l'article 75 de la loi n°2019-1428 du 24 décembre 2019 d'orientation des mobilités (« LOM »), complété par :

- un décret n°2021-1841 du 28 décembre 2021 (*relatif au champ d'application*) ;
- un arrêté du 28 décembre 2021 pris pour application de l'article D. 328-3 du code de la route (*relatif aux modalités de présentation des messages*);
- Un second décret n°2021-1840 du 28 décembre 2021 relatif aux publicités en faveur des véhicules à moteur (*relatif aux modalités de la sanction*).

1. L'INDICATION DES MESSAGES RELATIFS AUX MOBILITÉS ACTIVES, PARTAGÉES OU DES TRANSPORTS EN COMMUN

Le nouvel article **L. 328-1 du code de la route** prévoit :

*« Toutes publicités en faveur des véhicules terrestres à moteur est obligatoirement accompagnée **d'un** message promotionnel encourageant l'usage des mobilités actives, [...], ou partagées, ou de transports en commun ».*

Les **mobilités actives**, notamment la marche à pied et le vélo, sont l'ensemble des modes de déplacement pour lesquels la force motrice humaine est nécessaire, avec ou sans assistance motorisée (article L. 1271-1 du code des transports).

QUELLES SONT LES PUBLICITÉS CONCERNÉES ?

Le nouvel article **D. 328-1 du code de la route** prévoit :

Ces messages doivent être insérés dans toutes publicités « *en faveur de la vente ou de la location longue durée* » portant sur les véhicules suivants:

- Les **véhicules de tourisme** (i.e. catégorie M1, N1), à l'exception des véhicules à usage spécial accessibles en fauteuil roulant ;
- Les **véhicules à moteur à deux ou trois roues** et quadricycles appartenant à la catégorie L.

 **Sont donc concernés les voitures particulières, les véhicules destinés au transport de marchandises, les motos, les scooters, les quadricycles.**

QUELS SONT LES SUPPORTS CONCERNÉS ?

Le **nouvel article D. 328-2 du code de la route** prévoit :

L'obligation d'insertion du message relatif aux mobilités actives porte sur la publicité « *dans et hors les lieux de vente* ».

Elle s'applique à la correspondance publicitaire destinée aux particuliers, les imprimés publicitaires distribués au public, **l'affichage publicitaire**, la **presse**, la **publicité diffusée au cinéma**, émise par les **services de télévision** ou de **radiodiffusion** et par **voie de communication au public en ligne** (i.e. internet).

 Sont **exclus** les publicités financières ou de recrutement, le parrainage, le mécénat, les communications institutionnelles par voie de publication ou sur les sites dédiés.

QUELS MESSAGES DOIVENT ÊTRE INSÉRÉS ?

L'arrêté du 28 décembre 2021 pris pour application de l'article D. 328-3 du code de la route prévoit que doivent être insérés les messages suivants :

- « ***Pour les trajets courts, privilégiez la marche ou le vélo*** »
- « ***Pensez à covoiturer*** »
- « ***Au quotidien, prenez les transports en commun*** »



Pour les publicités diffusées à la télévision, au cinéma, par voie d'affichage, par voie de services de communication au public en ligne, le message est complété par la signature « **#SeDéplacerMoinsPolluer** »

QUELLES SONT LES MODALITÉS DE PRÉSENTATION A RESPECTER ?

- La formulation des messages et la signature en mot-dièse doit être reprise à l'identique, **sans modification possible** ;
- Le message doit être **aisément lisible ou audible** (i.e. pour la publicité à la radio ou sur internet sous format audio), **clairement distinguable du message publicitaire et des autres mentions obligatoires** (i.e. non-accolés à ces dernières) ;
- Les messages sont utilisés pour chaque campagne publicitaire de manière à garantir, par type de support publicitaire, l'apparition régulière de chacune des formulations et d'assurer un roulement équitable lors de la diffusion.



Cette dernière formulation mériterait d'être explicitée davantage car elle peut être source de confusion pour les entreprises.

QUELLES SONT LES MODALITÉS DE PRÉSENTATION A RESPECTER ?

Précisions complémentaires :

- En plus des règles générales de présentation, certaines règles spécifiques de présentation s'appliquent à certains supports (radio, TV, cinéma, affichage, internet).
- La présentation des règles des messages relatifs aux mobilités actives respecte les usages de bonnes pratiques définis par la profession et notamment les règles édictées par l'ARPP (ex : [Recommandation mentions et renvoi de l'ARPP](#)).

QUELLES SONT LES MODALITÉS DE PRÉSENTATION A RESPECTER ?

Règles spécifiques – Publicité diffusée à la radio :

- Le message relatif aux mobilités actives doit être prononcé immédiatement après le contenu publicitaire.

Règles spécifiques – Publicité diffusée en TV, SMAD ou au cinéma:

- Le message doit être inclus dans un espace horizontal fixe aisément identifiable, distinct de tout autre mention obligatoire et maintenu pendant une durée permettant sa lecture en intégralité (*cf.* Recommandations mentions et renvoi de l'ARPP).

QUELLES SONT LES MODALITÉS DE PRÉSENTATION A RESPECTER ?

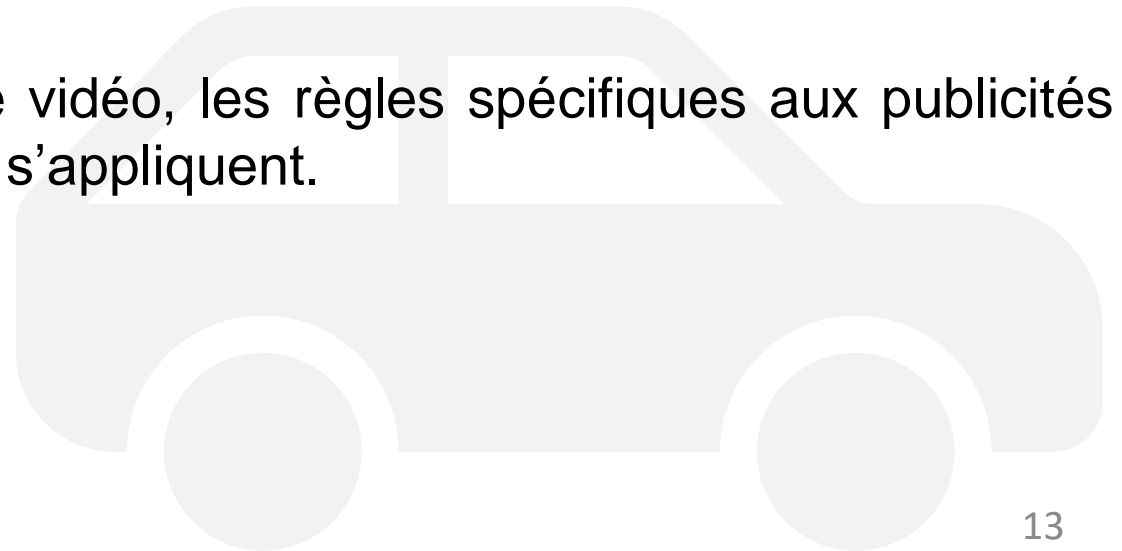
Règles spécifiques – Publicité en image fixe sur un support imprimé ou sur un écran publicitaire numérique :

- Le message s'inscrit dans un espace horizontal réservé à ce texte recouvrant au moins 7 % de la surface publicitaire (ex: bandeau dédié), distinct de toute autre mention obligatoire.
- Si plusieurs publicités apparaissent sur une même page, le message peut n'être mentionné qu'une seule fois dans un bandeau recouvrant au moins 7 % de la page.
- Si un ensemble de documents promotionnels est réalisé par un seul annonceur, il peut n'être diffusé qu'un seul message pour l'ensemble du document s'il est inséré dans un espace réservé de 7 % en première ou dernière page du document global.

QUELLES SONT LES MODALITÉS DE PRÉSENTATION A RESPECTER ?

Règles spécifiques – Publicité diffusée par voie de services de communication en ligne (internet) :

- Le message doit être accessible lors de la consultation de la publicité.
- Si la publicité est diffusée sous forme d'image fixe, les règles spécifiques applicables aux supports imprimés s'appliquent.
- Si la publicité est diffusée sous forme de vidéo, les règles spécifiques aux publicités diffusées à la TV, en SMAD ou au cinéma s'appliquent.



QUELLES SONT LES SANCTIONS PRÉVUES ?

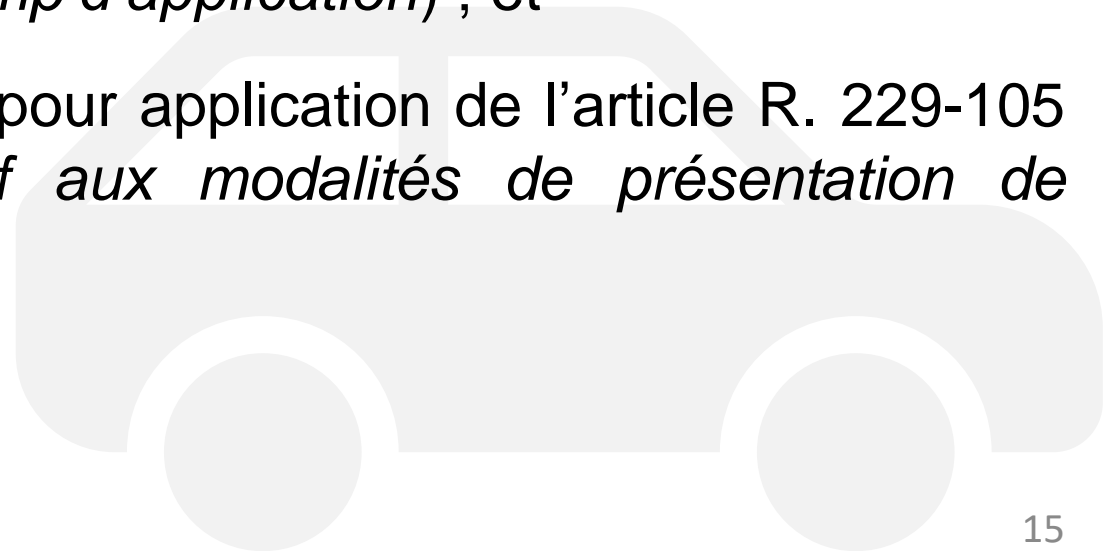
Le nouvel article **R. 328-4 du code de la route** prévoit :

- L'autorité compétente pour sanctionner les manquements à l'obligation prévue à l'art. L. 328-1 C. route est le **ministre chargé des transports**.
- Si l'autorité compétente constate un manquement, elle doit mettre l'annonceur en mesure de présenter ses observations par écrit et peut ensuite le mettre en demeure de se conformer à l'obligation prévue à l'art. L. 328-1 C. route.
- Si l'annonceur ne se conforme pas à la mise en demeure, l'autorité compétente peut prononcer une amende dont le montant est proportionné à l'importance, la fréquence, la durée du manquement, au type de support publicitaire, à la situation de l'annonceur, qui ne peut excéder **50.000 € par diffusion**.
- Les sanctions prononcées sont motivées et peuvent faire l'objet d'un recours de pleine juridiction devant les juridictions administratives.
- Les sanctions sont applicables à compter du **1^{er} juin 2022**.

2. MENTION DE L'ÉTIQUETTE RELATIVE A LA CLASSE D'ÉMISSION DE CO2 DES VÉHICULES

Cette nouvelle obligation est instaurée par l'article 7, I – 3° de la loi n°2021-1104 du 22 août 2021 dite « loi Climat et résilience », qui a été complétée par :

- Le décret n°2021-1840 du 28 décembre 2021 relatif aux publicités en faveur des véhicules à moteur (*relatif au champ d'application*) ; et
- Un arrêté du 28 décembre 2021 pris pour application de l'article R. 229-105 du code de l'environnement (*relatif aux modalités de présentation de l'étiquette*).



2. MENTION DE L'ÉTIQUETTE RELATIVE A LA CLASSE D'ÉMISSION DE CO2 DES VÉHICULES

Le nouvel article **L. 229-64 du code de l'environnement** prévoit :

« Une information synthétique sur l'impact environnemental des biens et services, considérés sur l'ensemble de leur cycle de vie, si cette information est disponible, est visible et facilement compréhensible dans les publicités sur les produits suivants : [...]

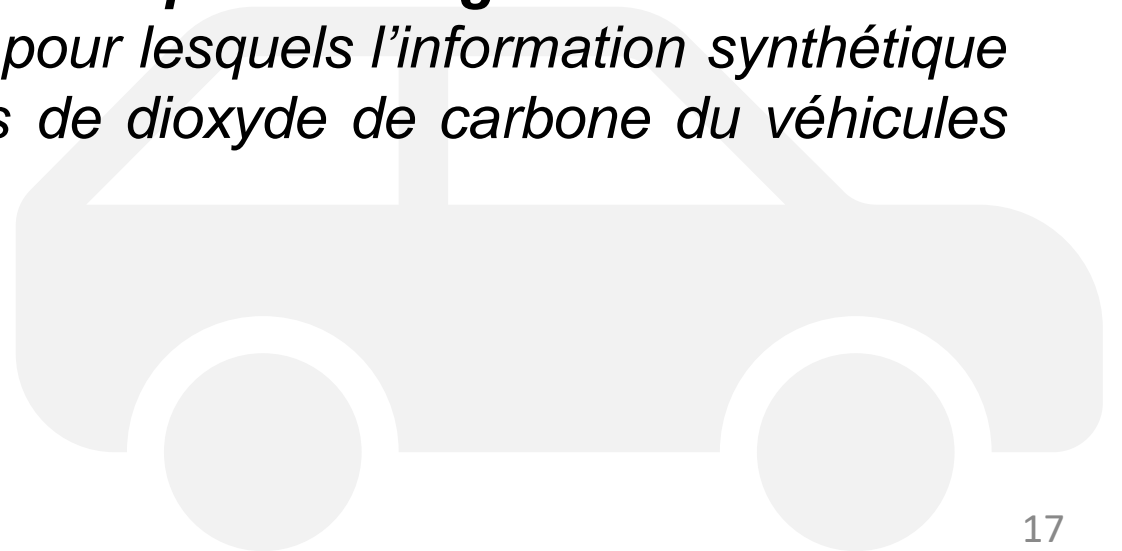
3° Les véhicules concernés par une étiquette obligatoire au titre de l'article L. 318-1 du code de la route, pour lesquels l'information synthétique est la mention de la classe d'émissions de dioxyde de carbone du véhicules considérés».

QUELS SONT LES VÉHICULES CONCERNÉS ?

Le nouvel article **L. 229-64 du code de l'environnement** prévoit :

*« Une information synthétique sur l'impact environnemental des biens et services, [...], est visible et facilement compréhensible **dans les publicités sur les produits suivants** : [...]*

*3° **Les véhicules concernés par une étiquette obligatoire au titre de l'article L. 318-1 du code de la route**, pour lesquels l'information synthétique est la mention de la classe d'émissions de dioxyde de carbone du véhicules considérés».*



QUELS SONT LES VÉHICULES CONCERNÉS ?

Les véhicules concernés par l'apposition de l'étiquette CO2 sont les véhicules faisant l'objet d'une « *identification fondée sur leur contribution à la limitation de la pollution atmosphérique et sur leur sobriété énergétique* » (art. L. 318-1 C. route).

Il s'agit de **ceux qui sont identifiés à l'aide d'un « certificat qualité de l'air »** (art. R. 318-2 C. route ; arrêté du 21 juin 2016 établissant la nomenclature des véhicules classés en fonction de leur niveau d'émission de polluants atmosphériques en application de l'article R. 318-2 du code de la route).

QUELS SONT LES VÉHICULES CONCERNÉS ?

L'article R. 229-103 C. env. vient toutefois restreindre le champ d'application de cette nouvelle obligation :

- L'étiquette CO2 doit être insérée dans toutes les publicités « *en faveur d'une voiture particulière, au sens du 1.4 de l'article R. 311-1 du code de la route, soumise à l'obligation de mesure de la consommation de carburant et des émissions de dioxyde de carbone, lors de sa réception communautaire dite « réception CE » prévue par l'article R. 321-6 du code de la route » (art. R. 229-103 C. env.)*.
- Les voitures particulières au sens de l'article R. 311-1 du code de la route sont les « *véhicules de catégorie M1 ne répondant pas à la définition du véhicule de la catégorie L6e ou L7e et ayant un poids total autorisé en charge inférieur ou égal à 3,5 tonnes* ».

QUELS SONT LES VÉHICULES CONCERNÉS ?

En résumé, les véhicules concernés sont :

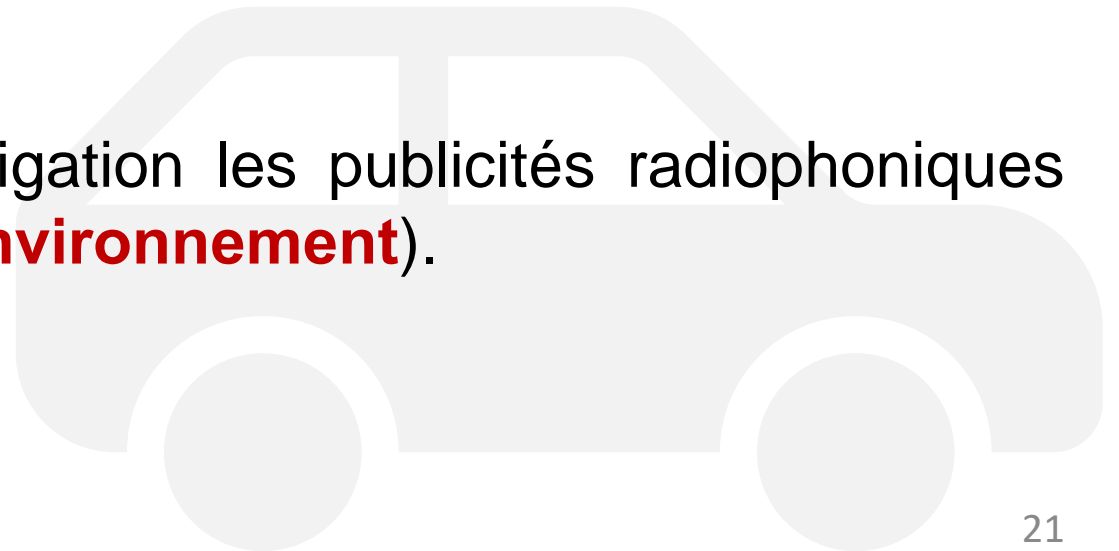
- Les voitures particulières (catégorie M1), dont le poids est compris entre 600 kg et 3,5 tonnes...
- ... Soumises à l'obligation de mesure de la consommation de carburant et des émissions de dioxyde de carbone lors de sa réception CE...
- ... Et identifiées par un « certificat qualité de l'air ».



Sont a priori exclus du champ d'application de cette nouvelle obligation les véhicules de la catégorie L (motos, scooters, quadricycles), les véhicules conçus pour le transport de marchandises, camionnettes, etc.

QUELS SONT LES SUPPORTS CONCERNÉS ?

- L'étiquette CO2 doit figurer sur « *toutes les publicités en faveur des voitures particulières* » diffusées au **cinéma**, à la **télévision**, par voie de **services de communication en ligne** ou **tout imprimé utilisés pour la commercialisation, la publicité et la promotion des véhicules**, y compris les manuels techniques (**articles R. 229-103 et R. 229-104 du code de l'environnement**).
- Sont exclues de cette nouvelle obligation les publicités radiophoniques (**article L. 229-64, II du code de l'environnement**).

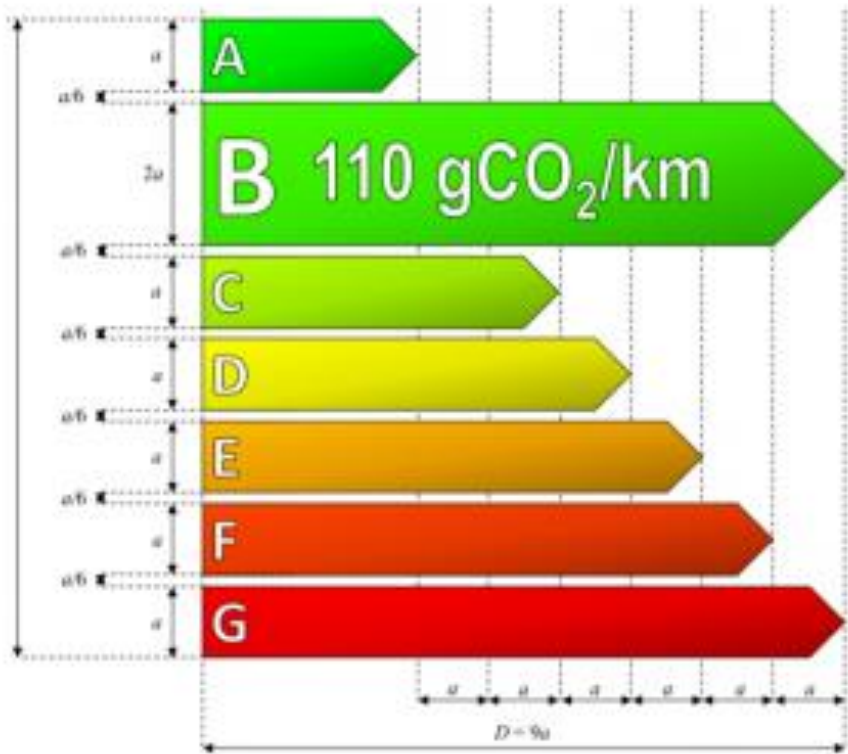


QUELLES SONT LES MODALITÉS DE PRÉSENTATION A RESPECTER ?

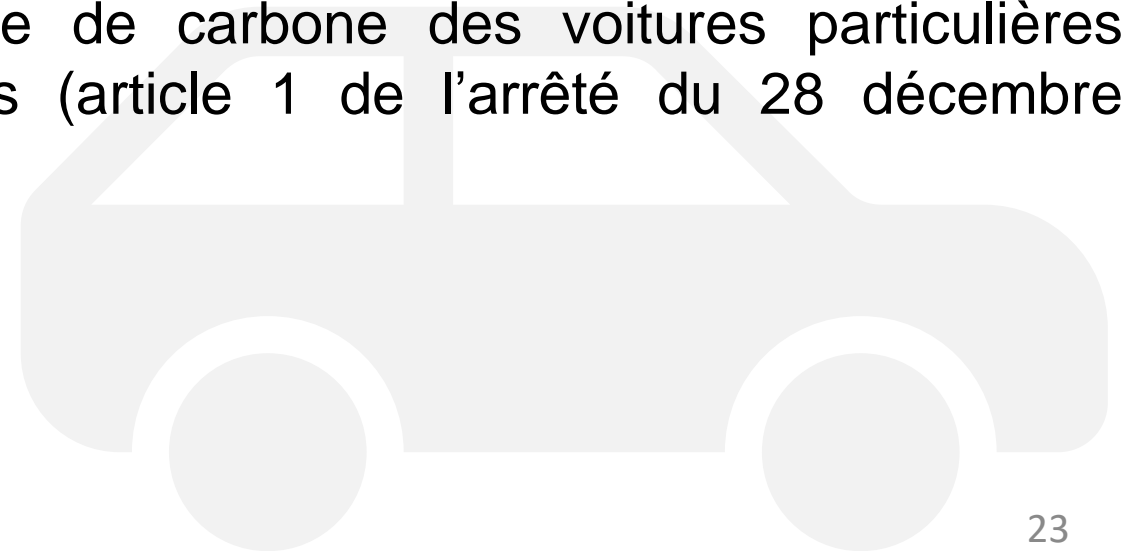
L'arrêté du 28 déc. 2021 pris pour application de l'article R. 229-105 du code de l'environnement prévoit que :

- L'étiquette CO2 est affichée de manière **aisément lisible** et **clairement distincte** de toute autre mention obligatoire.
- Pour les publicités émises à la TV, au cinéma ou sur internet, l'étiquette CO2 est maintenue pendant une durée permettant sa lecture en intégralité. Les règles établies par l'ARPP trouvent également à s'appliquer.
- L'étiquette doit reprendre les modalités graphiques prévues par l'annexe de l'arrêté du 28 décembre 2021 (taille, police, couleurs).

EXEMPLE D'ÉTIQUETTE CO2 A FAIRE FIGURER DANS LES PUBLICITÉS



La classe d'émissions de dioxyde de carbone associée au véhicule dont il est fait la publicité est celle mentionnée à l'annexe I de l'arrêté du 10 avril 2003 relatif à l'information sur la consommation de carburant et les émissions de dioxyde de carbone des voitures particulières neuves (article 1 de l'arrêté du 28 décembre 2021).



QUELLES SONT LES MODALITÉS DE PRÉSENTATION SI LA PUBLICITÉ PORTE SUR PLUSIEURS VÉHICULES ?

L'article 4 de l'arrêté du 28 déc. 2021 prévoit que :

*« Pour les **publicités diffusées sous forme d'image fixe sur les imprimés [...]**, dans le cas où plusieurs véhicules apparaissent sur une même page, est affiché le visuel [...] de la classe d'émissions de dioxyde de carbone pour chaque véhicule. **Chaque visuel est positionné de telle sorte qu'il ne puisse être associé qu'au seul véhicule qu'il caractérise** ».*



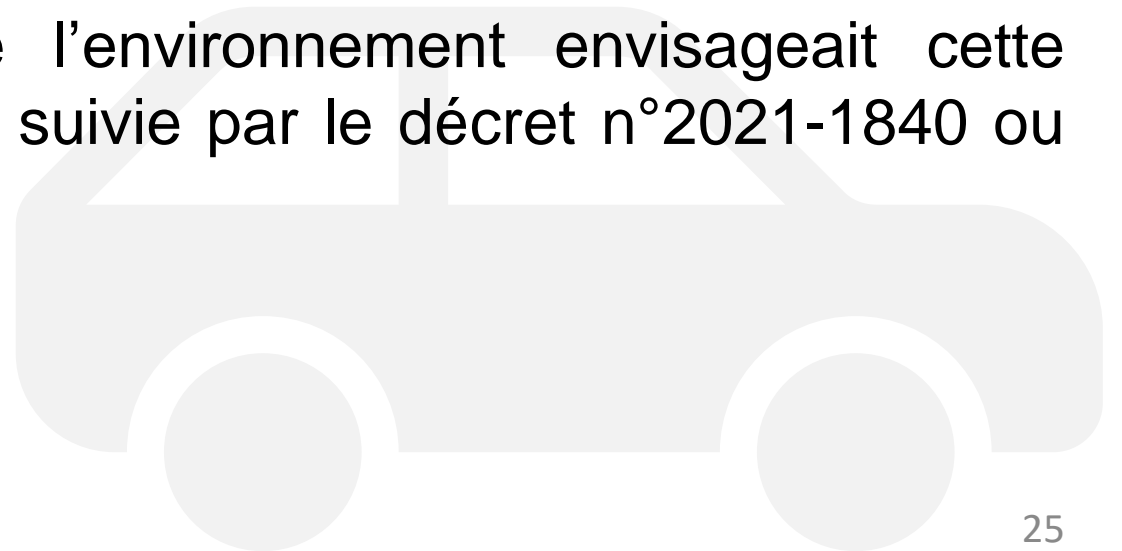
Aucune précision n'est indiquée pour les publicités diffusées à la TV, au cinéma ou sur internet. Le principe de lisibilité et d'identification devrait toutefois commander que ces mêmes exigences soient appliquées pour les publicités sur d'autres supports.

QUELLES SONT LES MODALITÉS DE PRÉSENTATION SI LA PUBLICITÉ PORTE SUR PLUSIEURS VÉHICULES ?

Puis-je opérer un renvoi vers un autre support ?

Les textes ne prévoient pas qu'un renvoi vers un autre support sur lequel serait apposée l'étiquette CO2 ou d'autres mentions obligatoires soit admis.

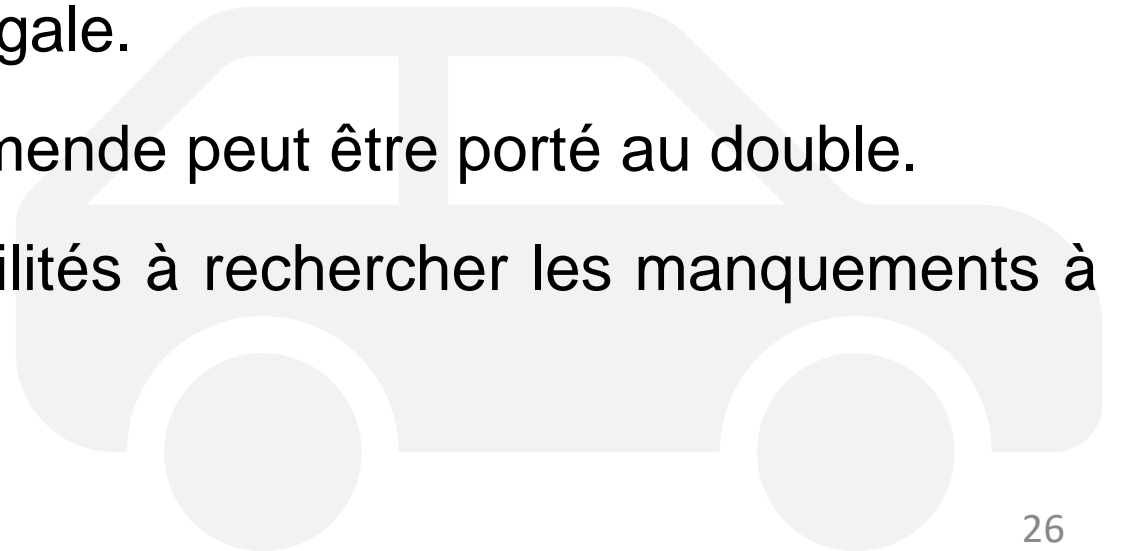
L'article L. 229-64, III du code de l'environnement envisageait cette possibilité mais cette voie n'a pas été suivie par le décret n°2021-1840 ou l'arrêté du 28 décembre 2021.



QUELLES SONT LES SANCTIONS PRÉVUES ?

Les articles L. 229-65 et L. 229-66 du code de l'environnement prévoit que :

- Tout manquement à l'obligation instaurée par l'article L. 229-24 est sanctionné par une amende de **100.000 euros pour une personne morale**. Ce montant peut être porté jusqu'à la totalité du montant des dépenses consacrés à l'opération illégale.
- En cas de récidive, le montant de l'amende peut être porté au double.
- Les agents de la DGCCRF sont habilités à rechercher les manquements à cette obligation.



REMARQUES COMPLÉMENTAIRES RELATIVES AUX SANCTIONS :

- Pour la recherche des infractions à l'obligation instaurée par l'article L. 229-64 C. env., les agents de la DGCCRF sont habilités à accéder aux locaux de l'annonceur, à exiger la communication de documents et de tout renseignement nécessaire au contrôle, à prendre des échantillons, à procéder à des opérations de visites et saisies (art. L. 229-66 C. env., art. L. 512-1 s. C. conso).
- Ils peuvent prononcer une injonction de mise en conformité à l'encontre de l'annonceur (art. L. 229-66 C. env., art. L. 521-1 s. C. conso).
- A l'inverse des sanctions afférentes à l'insertion de messages relatifs aux mobilités actives, la loi « Climat et résilience » ne prévoit pas de période transitoire pour l'application des sanctions imposées en cas de manquement à l'insertion de l'étiquette CO2 dans les publicités.

CONCLUSION

- Les nouvelles obligations instaurées par les lois « LOM » et « Climat et résilience » viennent imposer l'ajout de nouvelles mentions obligatoires pour les publicités automobiles pourtant déjà surchargées.
- Le champ d'application de ces deux nouvelles obligations n'est pas strictement identique (véhicules, supports concernés).
- Le délai de mise en conformité pour les entreprises est particulièrement court (**1^{er} mars 2022**).
- Si les sanctions afférentes à l'insertion d'un message relatif aux mobilités actives ne seront applicables qu'à compter du **1^{er} juin 2022**, il n'en va pas de même pour les sanctions afférentes à l'insertion de l'étiquette CO2, qui sont vraisemblablement d'application immédiate.

CONCLUSION

- Ces nouvelles obligations peuvent être sources de confusion pour les entreprises du secteur et leur mise en application risque de nécessiter des investissements financiers et humains non négligeables.
- Il serait préférable que l'administration et l'ARPP viennent expliciter les règles relatives au roulement des messages sur les différents supports d'une campagne publicitaire.
- Il serait également souhaitable que l'administration fasse preuve de tolérance quant à l'application de sanctions s'agissant de l'étiquette CO2, au moins jusqu'au 1^{er} juin 2022 (par simples rappels à la loi), compte tenu de la brièveté des délais et de la nécessité d'harmoniser l'entrée en vigueur des sanctions de l'ensemble de ces nouvelles règles.