



## La plupart des publicités sont-elles illégales ?

Par **3emeType**, le **05/01/2013** à **11:46**

Je pensais que la publicité trompeuse était illégale. Pourtant, j'observe que la plupart des publicités sont trompeuses : au lieu de nous décrire un produit, elles nous font rêver à des choses qui n'ont rien à voir.

Par exemple, pour nous vendre un parfum, on nous montre un cheval au galop. Pour nous vendre une voiture, on nous montre un beau paysage et des dauphins. Mais on n'apprend pas grand chose des qualités de la voiture et encore moins de l'odeur du parfum.

Autre exemple : on utilise la renommée d'une célébrité pour donner une bonne image à un produit alors que, une fois le produit acheté, la célébrité a disparu, il ne reste que le produit.

Ces publicités prétendent nous vendre un produit mais nous vendent tout autre chose : du rêve (irréalisable). N'est-ce pas trompeur ?

Pourquoi ce genre de publicités n'est-il pas interdit ? Est-ce parce que personne n'a pensé à porter plainte ?

Par **janus2fr**, le **05/01/2013** à **16:37**

Bonjour,

Je ne vois pas, personnellement, ce qu'il y a de trompeur dans les publicités que vous citez. Une publicité trompeuse, c'est lorsque l'on affirme des choses fausses sur le produit, par exemple, si l'on affirme qu'une crème vous fait maigrir de 10kg en une semaine à tous les coups et que ce n'est pas vrai.

Mais montrer un cheval au galop pour une publicité de parfum n'est pas trompeur, en aucun cas cela ne porte à croire une chose fausse sur le produit vendu.

Par **3emeType**, le **05/01/2013** à **16:58**

En effet, dans les pubs que je cite, on n'affirme rien de faux. Mais à mon avis on insinue une relation fautive entre le produit et des émotions positives qui n'ont rien à voir avec le produit.

Pour donner envie d'acheter un produit sans montrer le produit, ne faut-il pas tromper son

monde ?

Si l'on retire de cette pub le cheval au galop, la plage et la belle musique, les ventes du parfum vont-elles rester les mêmes ? Je ne pense pas : elles vont diminuer. Ce qui prouve bien que des aspects de la pub absolument pas liés au produit provoquent des achats, donc trompent le consommateur.

Par **janus2fr**, le **05/01/2013** à **17:43**

C'est votre avis, mais pas celui du législateur (ni le mien d'ailleurs).  
Comment verriez-vous une pub pour un parfum ? Il est difficile, compte tenu de la technologie actuelle, de passer une odeur à l'antenne...

Par **3emeType**, le **05/01/2013** à **18:47**

S'il n'est pas possible de faire la publicité d'un produit sans tromperie, je trouverais normal qu'il n'existe aucune publicité de ce produit.

Mais encore faudrait-il que nous soyons d'accord sur le terme de "tromperie".

Si on trouvait un procédé pour augmenter l'impact des publicités en agissant sur l'inconscient des gens, par exemple par messages subliminaux, serait-ce légal ?

Ne trouvez-vous pas que la technique consistant à associer un produit à une émotion positive quelconque (n'ayant aucun rapport avec le produit) revient exactement à la même chose : influencer l'inconscient ?

Par **janus2fr**, le **06/01/2013** à **19:50**

[citation]S'il n'est pas possible de faire la publicité d'un produit sans tromperie[/citation]

Mais encore une fois, où est la tromperie ???

A moins que certains soient assez bêtes pour penser, en voyant un cheval au galop pour vanter un parfum, que ce parfum doit sentir l'écurie !

Par **3emeType**, le **06/01/2013** à **20:24**

Pour moi, montrer un cheval pour vendre du parfum ou une célébrité pour vendre du shampoing, c'est jouer sur l'inconscient des gens : on leur dit "vous aimez cette célébrité ? Alors vous aimerez ce shampoing". Alors que c'est faux, il n'y a aucun lien entre les deux.

Si vous me dites que les gens ne sont pas assez bêtes pour le croire, alors pourquoi payer

aussi cher une célébrité pour faire cette pub ? C'est bien que ça doit marcher.

Les gens ne sont pas forcément touchés consciemment, mais le sont sûrement inconsciemment. Si on leur demande si la pub a un impact sur eux, ils disent non, et pourtant une fois dans le magasin, entre un produit vu dans une jolie pub et un autre, ils choisiront le premier.

Par **3emeType**, le **09/01/2013** à **13:07**

"Suggestion de présentation est une mention apparaissant sur les emballages alimentaires de produits, consistant à indiquer clairement que l'illustration qui y figure ne représente pas forcément la réalité du produit emballé."

([http://fr.wikipedia.org/wiki/Suggestion\\_de\\_pr%C3%A9sentation](http://fr.wikipedia.org/wiki/Suggestion_de_pr%C3%A9sentation))

Si ça s'applique aux emballages, ça devrait pouvoir s'appliquer aux publicités TV, non ?