

Immobilier-construction de maisons individuelles

Cette Recommandation s'applique à la publicité de tout opérateur qui déclare se charger de la construction de maisons individuelles.

En plus des dispositions législatives et réglementaires applicables, la publicité pour un projet de construction de maisons individuelles doit, sous quelque forme que ce soit, respecter les règles déontologiques suivantes :

1 Prix

→ 1-1 Prix minimum

Lorsque le prix est indiqué, la publicité doit préciser le nombre de pièces et/ou la surface habitable.

→ 1-2 Terrain

Lorsque le prix est indiqué, la publicité doit préciser que le terrain n'est pas compris, pas plus que les travaux de branchements (ou "raccordement aux réseaux publics") y afférant.

→ 1-3 Options

Lorsque le prix d'un modèle est indiqué, celui-ci s'entend toutes options représentées ou décrites comprises.

Dans le cas contraire, le montant total des options du modèle présenté doit être distinctement indiqué dans la publicité.

2 Garanties

Toute publicité doit mentionner, dans le respect des dispositions de la Recommandation *Mentions et renvois* de l'ARPP, les garanties financières et assurances souscrites par le constructeur maître d'œuvre.

Singulièrement, pour les cas de construction de maisons individuelles pures (situation dans laquelle il y a un permis de construire par maison), les garanties suivantes doivent être précisées :

- la garantie de remboursement de l'acompte, s'il est exigé ;
- la garantie de livraison à prix et délai convenus, en précisant le nom de la compagnie qui délivre cette garantie ;



A R P P

autorité de
régulation professionnelle
de la publicité

Recommandation
Construction maisons individuelles
Janvier 2009

- le nom de la ou des compagnies d'assurance auprès de laquelle/desquelles le constructeur a souscrit les polices de responsabilité civile professionnelle et de responsabilité civile décennale ;
- le nom de la compagnie auprès de laquelle le constructeur maître d'œuvre souscrit l'assurance dommage-ouvrage pour le compte du maître d'ouvrage.

Lorsque la nature du support publicitaire et/ou le format du message (par ex : radio, Internet, téléphone) ne permettent pas l'indication dans leur totalité des mentions ci-dessus énumérées, la publicité comportera une mention concise (de type "*garanties et assurances obligatoires incluses*"), accompagnée d'un renvoi vers une source d'information complète et facile d'accès (site Internet par ex.).

3 Référence à l'environnement ou au développement durable

Les allégations, présentations, indications, utilisant des arguments écologiques, à titre principal ou accessoire, doivent respecter les Recommandations *Arguments écologiques et Développement durable* de l'ARPP.

Singulièrement, en application de ces textes, la publicité

- ne saurait présenter sous une forme absolue des avantages produits ou actions de l'entreprise en matière de respect de l'environnement qui ne seraient que relatifs (amélioration) ;
- doit privilégier les termes/expressions précis et concrets aux termes/expressions vagues et confus ;
- doit s'accompagner d'informations concrètes précisant l'accroche, si possible chiffrées et comportant une base de référence ;
- ne saurait créer de confusion avec des labels officiels ou des appellations publiques ;
 - singulièrement, l'utilisation des termes "*bâtiment basse consommation*" (BBC), "*énergie passive*", "*bâtiment à énergie positive*", "*Diagnostic de performance énergétique*" (DPE), "*Haute qualité environnementale*" (HQE), "*habitat bioclimatique*" doit se faire dans le respect des définitions fournies dans le lexique "Maisons individuelles" ;
- ne saurait représenter, banaliser voire valoriser, des comportements/pratiques contraires aux principes communément admis de protection de l'environnement.



Voir Immobilier - Lexique