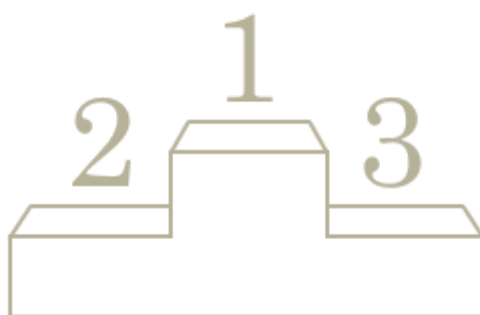




RECOMMANDATION VOCABULAIRE PUBLICITAIRE



1. LE PREMIER, LE MEILLEUR, LE NUMÉRO 1, LE SPÉCIALISTE...
2. NOUVEAU

La publicité, sous quelque forme que ce soit, qui utilise le type de vocabulaire défini ci-dessous mérite une attention particulière et doit donc respecter les règles déontologiques suivantes :

1. LE PREMIER, LE MEILLEUR, LE NUMÉRO 1, LE SPÉCIALISTE...

L'utilisation de ces termes ou de tout terme analogue doit reposer sur des justificatifs précis.

Lorsqu'une justification peut être apportée, il est recommandé de corriger le caractère vague et général de la formule en précisant en quoi la prestation ou le bien possède la qualité qu'on lui attribue.

Par exemple "*le premier*" peut se référer à une antériorité dans le temps ou à une première place due à tout autre positionnement justifié.

2. NOUVEAU

Le terme "*nouveau*" et ses dérivés ne doivent être utilisés qu'en relation avec une modification réelle soit du produit ou de son mode d'emploi, soit de sa présentation ou de son conditionnement, à condition qu'il soit bien spécifié que la nouveauté est à ce seul niveau.

Il est d'usage de limiter l'utilisation de ce terme à une durée d'un an.