

The logo for BVP (Association des Professionnels pour une Publicité Responsable) features the letters 'BVP' in a large, red, serif font. The letter 'V' is stylized with a red brushstroke effect, suggesting a pen or pencil tip.

ASSOCIATION DES PROFESSIONNELS
POUR UNE PUBLICITÉ RESPONSABLE

Campagne publicitaire 2005

Affichage

**l'amazonie, c'est
grand comme 3 fois
la mayenne**

Affichage

**la chaîne du
froid vient de
scandinavie**

Affichage

**la figue est un
abricot sauvage**

Affichage

**le hamster sent
venir l'orage avant
le cheval**

Affichage

**un mètre fait
un peu plus
(environ 2,5cm)**

Affichage

**certaines eaux
mouillent plus que
d'autres**

Affichage

**louis XVI moins
louis XV = louis I**

Affichage

**nostradamus
avait prédit le
téléchargement**

Affichage

**les gens branchés
savent que danser
le menuet redevient
à la mode**

Affichage

**les fautes
d'orthographe sont
punies par la loi**

Affichage

rien n'oblige
personne à dire
la vérité,
nous si

BVP

association des
professionnels
pour une publicité
responsable

Presse magazine

**l'amazone, c'est
grand comme 3 fois
la mayenne**

**un mètre fait
un peu plus
(environ 2,5cm)**

**les fautes
d'orthographe sont
punies par la loi**

**le hamster sent
venir l'orage avant
le cheval**

**la chaîne du
froid vient de
scandinavie**

**rien n'oblige
personne à dire
la vérité,
nous si**

BVP
association des
professionnels
pour une publicité
responsable

(campagne déclinée sur Internet)

Presse quotidienne

CECI EST UNE PAGE DE PUBLICITÉ.

La publicité doit attirer l'attention sans heurter, divertir sans provoquer, informer sans tomber dans le bon sens ou le mensonge.

Elle sait qu'en cherchant à séduire, elle peut, sans involontairement, choquer ou indisposer.

Pour être créative, elle doit disposer d'une pleine liberté d'expression.

Cette liberté ne va évidemment pas sans responsabilité.

Une responsabilité que la publicité assume pleinement.

A ce titre, elle mérité la confiance du public : s'attachant à ne proposer que des messages véridiques, loyaux, honnêtes et respectueux du corps social, elle remplit son rôle en toute conscience.

Pour cela, l'interprofession publicitaire (annonceurs, agences, médias) s'est dotée d'une organisation d'autodiscipline collective, le Bureau de Vérification de la Publicité (BVP). Elle lui soumet ses campagnes pour évaluation déontologique et s'engage à respecter ses avis.

Les règles déontologiques sur lesquelles le BVP appuie ses analyses sont le reflet des préoccupations du corps social. La société évoluant, les Recommandations du BVP sont régulièrement mises à jour.

Grâce à ce processus d'adaptation permanente, l'autorégulation permet aux professionnels de promouvoir une éthique publicitaire en constante dans un monde en transformation rapide.

A l'occasion du soixante-dixième anniversaire du BVP, ils redonnent leur conviction que l'autodiscipline est, aujourd'hui, le meilleur moyen de servir l'intérêt des consommateurs dans le respect de la liberté.

BVP

ASSOCIATION DES PROFESSIONNELS
POUR UNE PUBLICITÉ RESPONSABLE