

PUBLICITE AUTOMOBILE

Son impact indirect sur les émissions
de CO₂ du secteur transport

Son illégalité flagrante

L'impact des propositions de loi
DOC 1909/001 DOC 1910/001



Pierre Ozer

Département des Sciences et Gestion de l'Environnement

Background

- En 1998, les constructeurs s'étaient engagés (volontairement) vis-à-vis de la Commission à réduire les émissions de CO₂ des nouveaux modèles commercialisés dans l'UE à 120 g/km en 2010, avec objectif intermédiaire de 140 g/km en moyenne en 2008.
- Echec: 158 gCO₂/km en 2007.
- Selon les constructeurs, la faute incomberait aux consommateurs qui ne souhaiteraient pas de « voitures vertes ».
- Comment influencer la demande pour atteindre l'objectif de 140 gCO₂/km? Notamment par la publicité.
- Que promeut la publicité automobile? 'Toutes les gammes' disent les constructeurs, soulignant qu'ils s'appuient sur leurs statistiques (non publiées).

I. Impact indirect de la publicité automobile sur les émissions de CO₂ du secteur transport

QUESTION:

La publicité « tire-t-elle le marché vers le haut »?

ANALYSE:

- Une analyse minutieuse des publicités pour les véhicules neufs a été réalisée durant l'année 2006 dans quatre médias de la presse écrite belge francophone.
- Données collectées: Marque de l'automobile, émissions moyennes de CO₂ (g/km) et taille de l'insertion publicitaire.
- Les émissions de CO₂ des automobiles vantées par les publicités sont pondérées en fonction de l'espace publicitaire occupé.

Résultats

Emissions de CO₂ relatives à la moyenne des véhicules vantés en 2006 dans divers médias. Comparaisons par rapport à divers seuils.

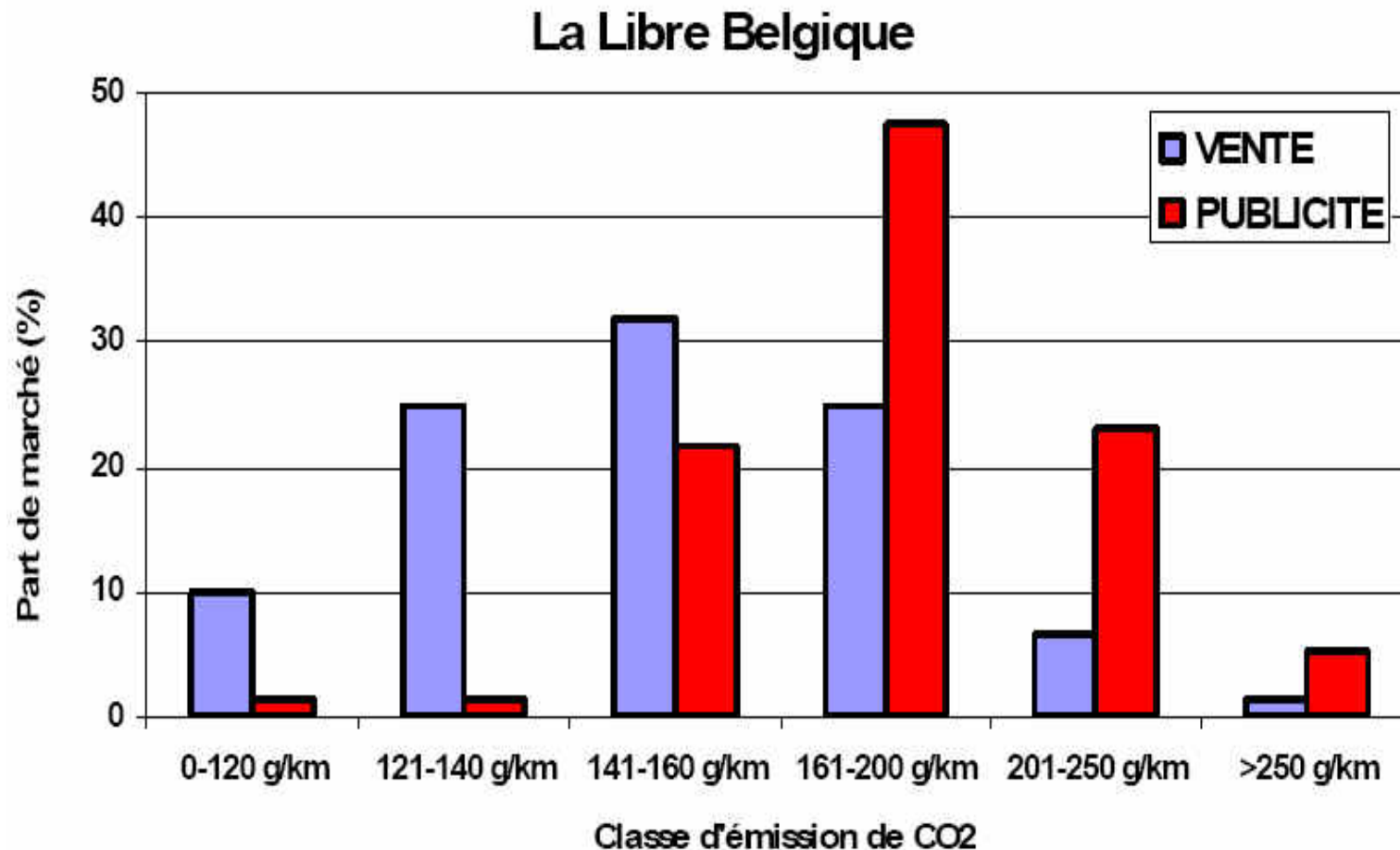
(Ozer, 2008. Cybergeo - European Journal of Geography)

	La Libre Belgique	Le Soir	Le Vif- L'Express	Trends- Tendances
Objectif constructeurs 2008	140	140	140	140
Moyenne véhicules neufs 2006	154	154	154	154
Moyenne publicité 2006	187	188	201	218
% pub / objectif const. 2008	+ 33,6	+ 34,3	+ 43,6	+ 55,7
% pub / véhicules neufs 2006	+ 21,4	+ 22,1	+ 30,5	+ 41,6
CO ₂ /km ≤ 115 (%)	0,0	0,0	0,0	0,0
CO ₂ /km ≤ 140 (%)	2,5	3,8	8,3	1,5
CO ₂ /km ≤ 145 (%)	10,0	11,4	8,8	1,5
CO ₂ /km ≤ 154 (%)	19,4	19,8	12,2	1,5
CO ₂ /km ≤ 130 (%)	1,2	2,5	2,0	0,0
CO ₂ /km [145 - 190] (%)	59,3	57,3	44,4	32,2
CO ₂ /km > 220 (%)	15,3	16,1	30,7	40,2

Résultats

Comparaison, selon six classes (Febiac), des émissions de CO₂ des véhicules neufs mis en circulation en Belgique en 2006 et des véhicules vantés dans les publicités en 2006.

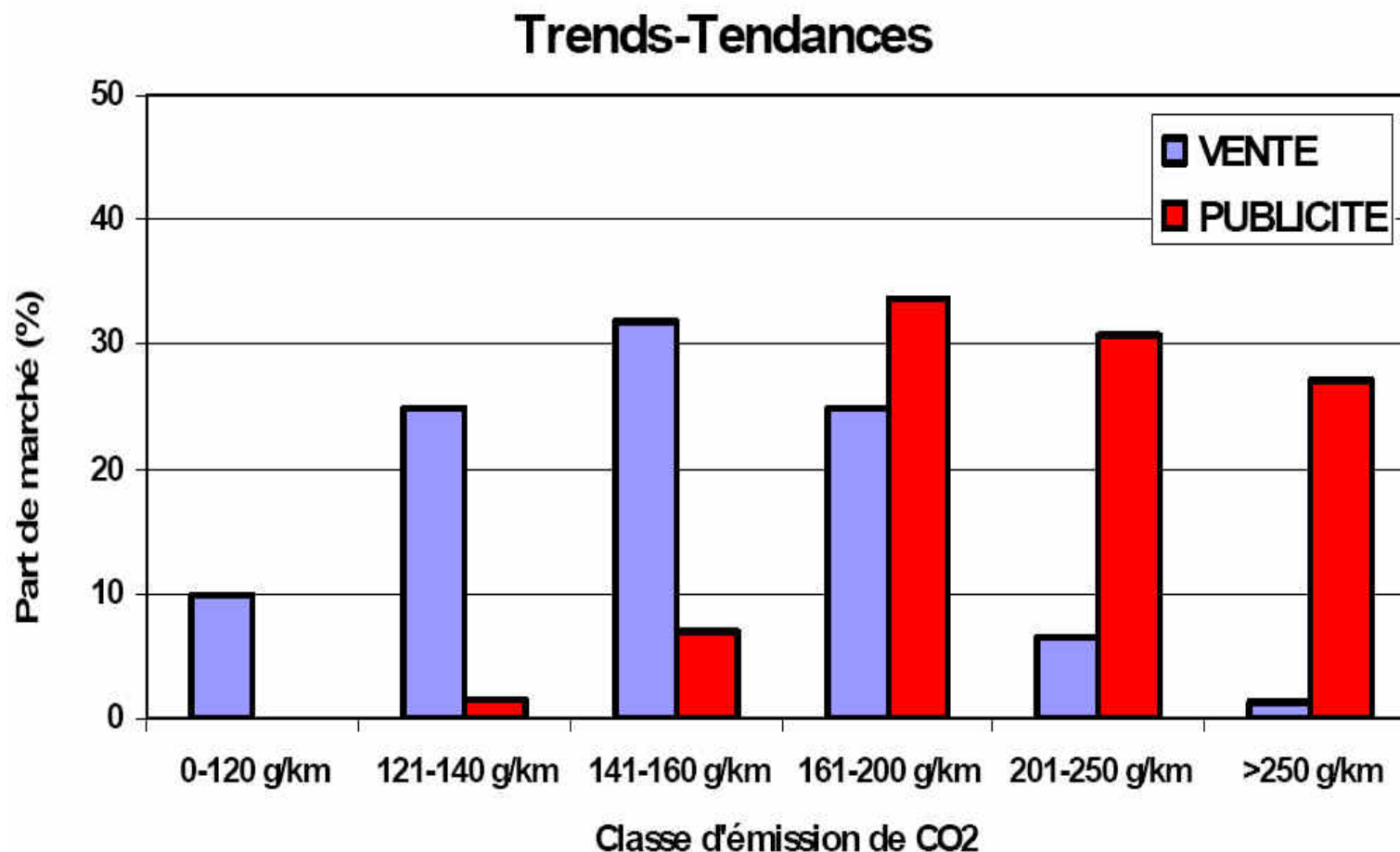
(Ozer, 2008. Cybergeo - European Journal of Geography)



Résultats

Comparaison, selon six classes (Febiac), des émissions de CO₂ des véhicules neufs mis en circulation en Belgique en 2006 et des véhicules vantés dans les publicités en 2006.

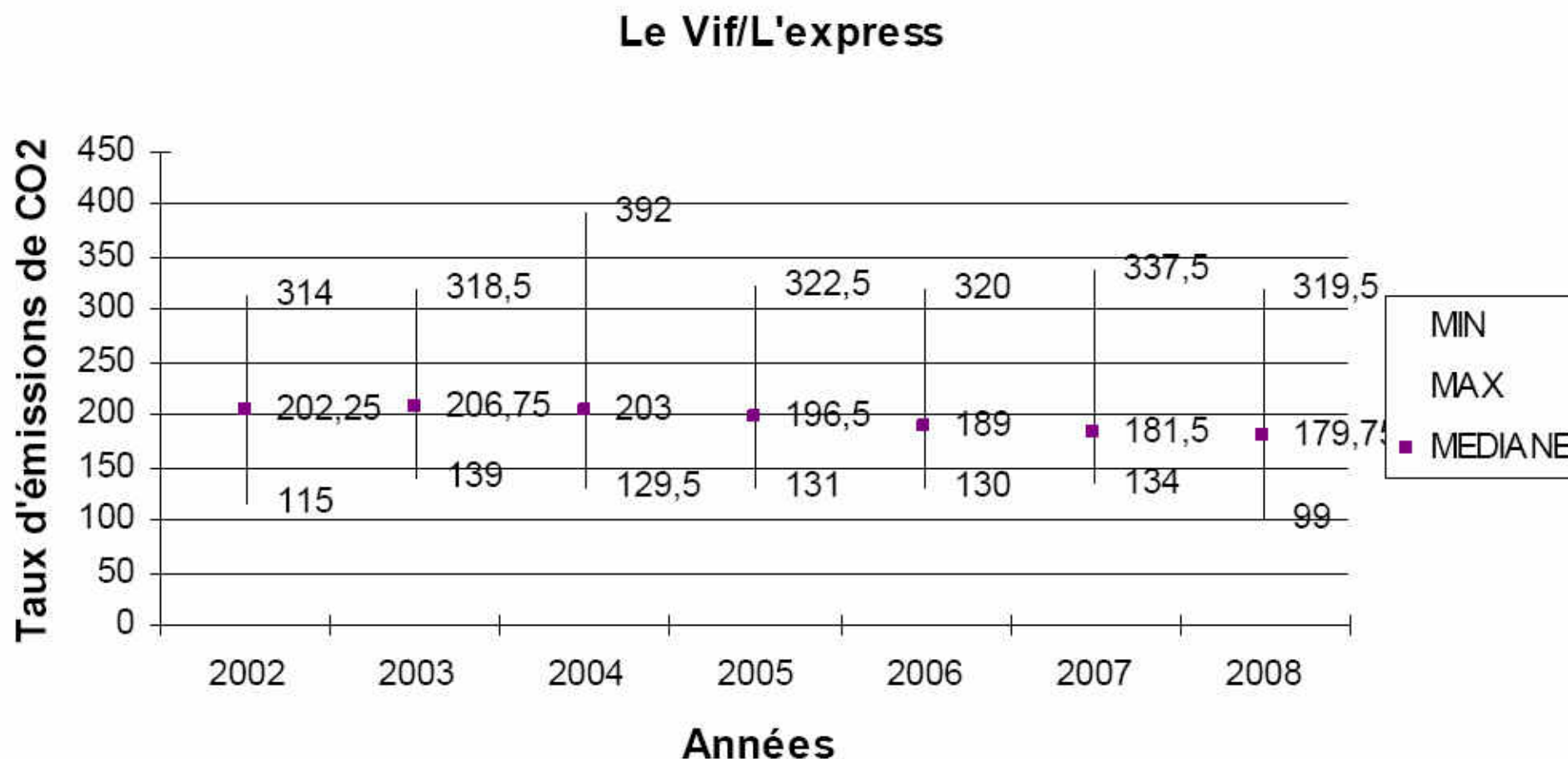
(Ozer, 2008. Cybergeo - European Journal of Geography)



Résultats

Evolution des émissions de CO₂ des véhicules vantés dans
Le Vif/L'Express (2002-2008).

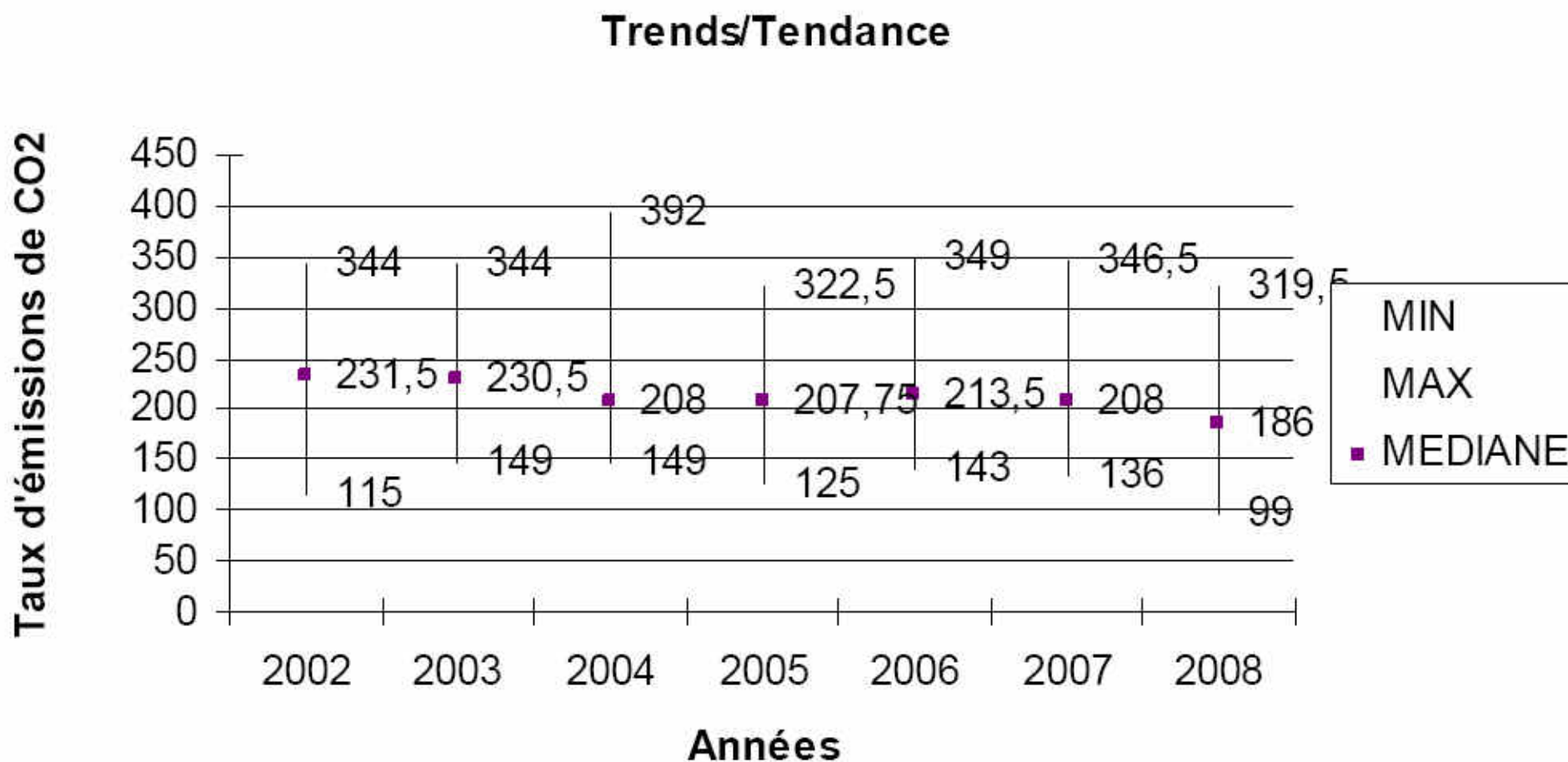
(Bayet, 2009. Mémoire ULB)



Résultats

Evolution des émissions de CO₂ des véhicules vantés dans Trends-Tendances (2002-2008).

(Bayet, 2009. Mémoire ULB)



II. Une publicité automobile totalement illégale

UNE LOI...

La directive européenne **1999/94/CE** concernant « *la disponibilité d'informations sur la consommation de carburant et les émissions de CO₂ à l'intention des consommateurs lors de la commercialisation des voitures particulières neuves* » a été transposée en droit belge par l'**arrêté royal du 5 septembre 2001** du même nom.

II. Une publicité automobile totalement illégale

UNE LOI QUI CONSIDERE...

« que l'information joue un rôle décisif dans le **fonctionnement des forces du marché;**

que la fourniture d'informations précises, utiles et comparables sur la consommation de carburant et les émissions de CO₂ spécifiques des voitures particulières est susceptible d'orienter le choix des consommateurs vers les voitures qui consomment moins de carburant et qui dégagent, par conséquent, moins de CO₂, incitant ainsi les constructeurs à prendre des mesures en vue de réduire la consommation de carburant des voitures qu'ils fabriquent. »

II. Une publicité automobile totalement illégale

UNE LOI QUI CONSIDERE, QUI DIT...

- Annexe IV: L'ensemble de la documentation promotionnelle ainsi que les reproductions ou images obtenues à partir d'autre matériel promotionnel doivent contenir les données concernant la consommation officielle de carburant et les émissions officielles spécifiques de CO₂ des véhicules auxquels elle se rapporte. **Ces informations doivent, au minimum, répondre aux exigences suivantes :**
- 1° les informations doivent être facilement lisibles et au moins aussi visibles que la partie principale des informations figurant dans la documentation promotionnelle ou dans les reproductions ou images obtenues à partir d'autre matériel promotionnel;
- 2° les informations doivent être faciles à comprendre, même si elles sont lues rapidement.

II. Une publicité automobile totalement illégale

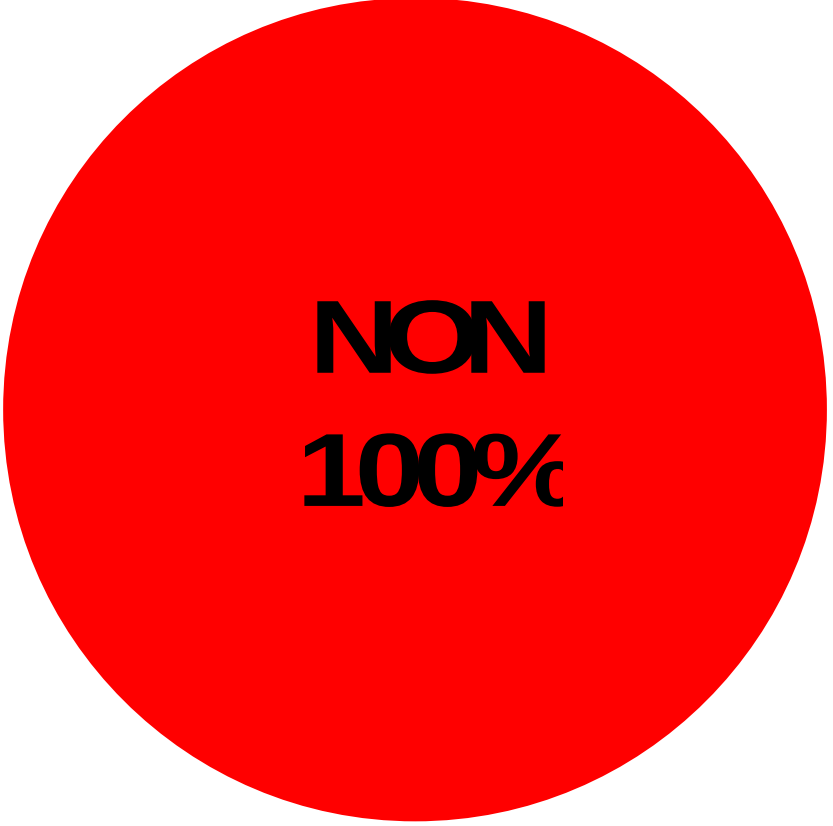
UNE LOI QUI CONSIDERE, QUI DIT ET QUI N'EST PAS RESPECTEE...

1. Dans la presse écrite,
>99% des publicités ne respectent pas la loi !

II. Une publicité automobile totalement illégale

RESULTATS

Les informations sont-elles facilement lisibles et au moins aussi visibles que la partie principale des informations figurant dans la documentation promotionnelle?

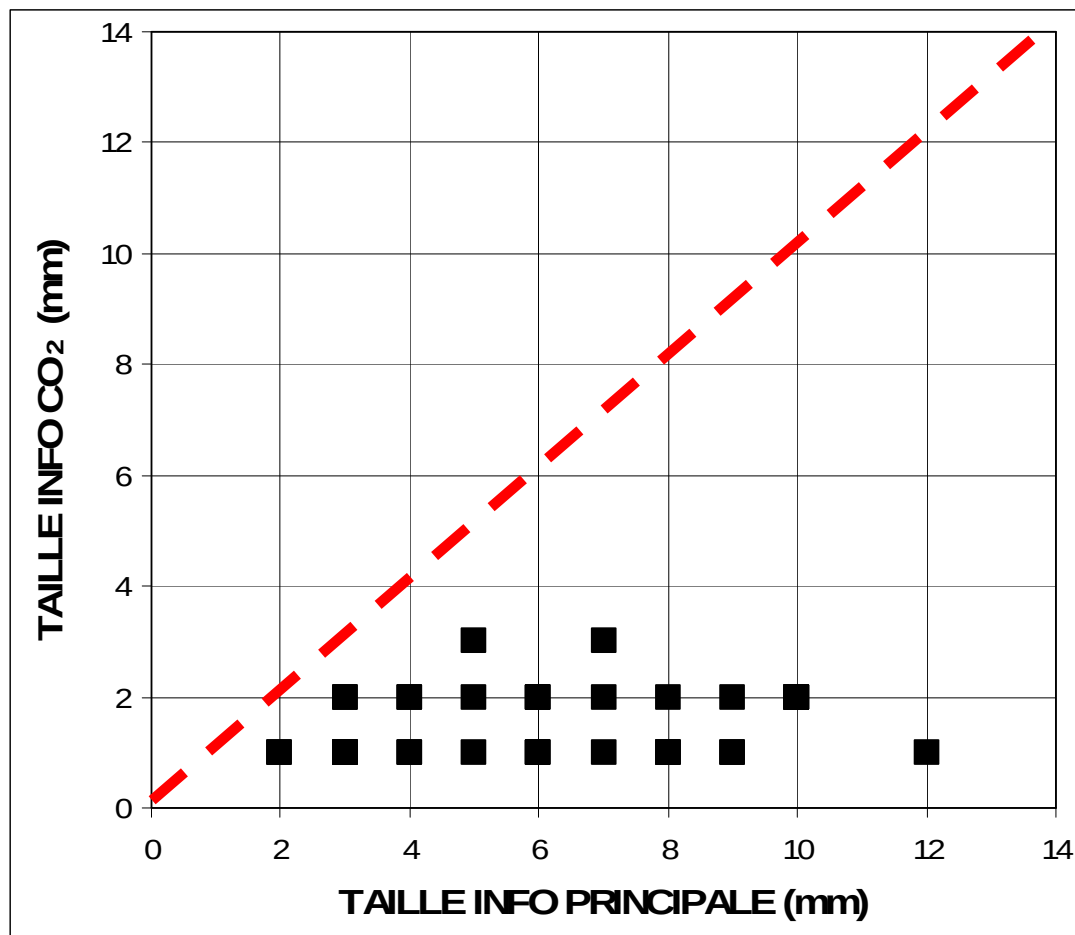


NON
100%

II. Une publicité automobile totalement illégale

RESULTATS

Taille de la partie principale des informations Vs taille des émissions officielles spécifiques de CO₂ (2008)



Taille moyenne info principale: 6,4 mm
Taille moyenne info CO₂: 1,5 mm
Ratio moyen: 4,5

II. Une publicité automobile totalement illégale

UNE LOI QUI CONSIDERE, QUI DIT ET QUI N'EST PAS RESPECTEE...

2. Dans l'affichage public,
100% des publicités ne respectent pas la loi !

ANALYSE

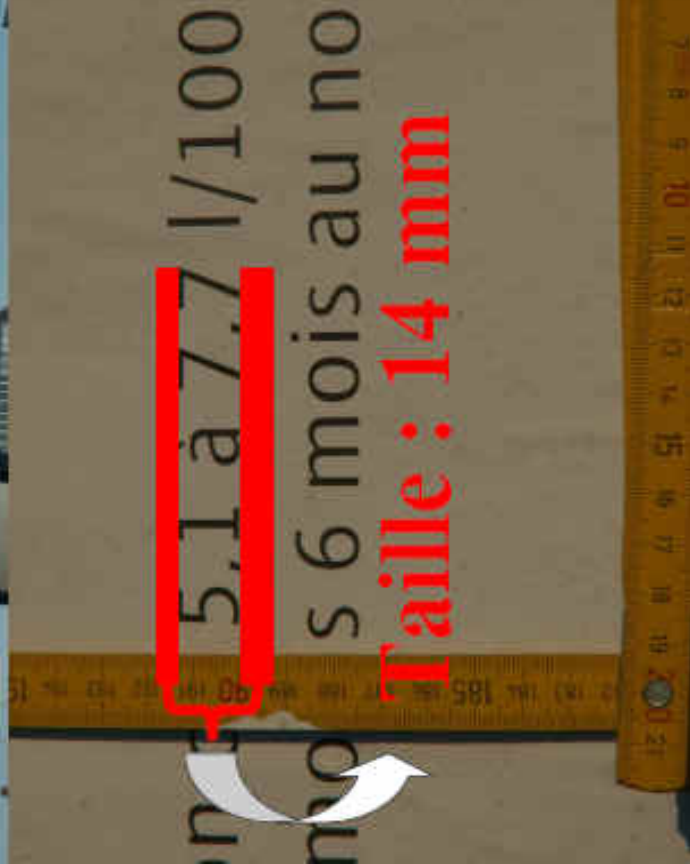
Toutes les publicités par voie d'affichage (20 m² et 36 m²) sur
la période février-mai 2008.

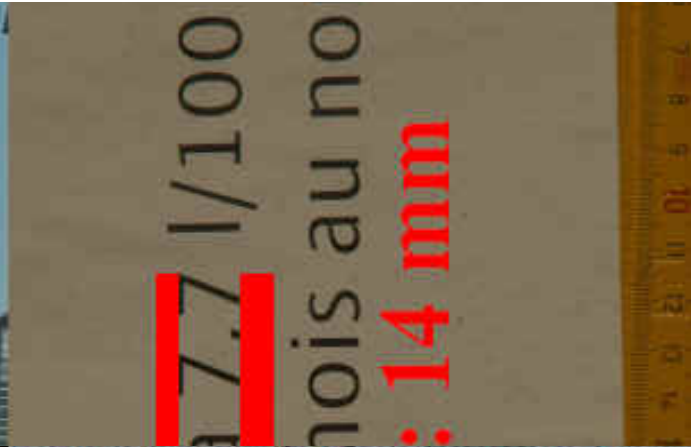
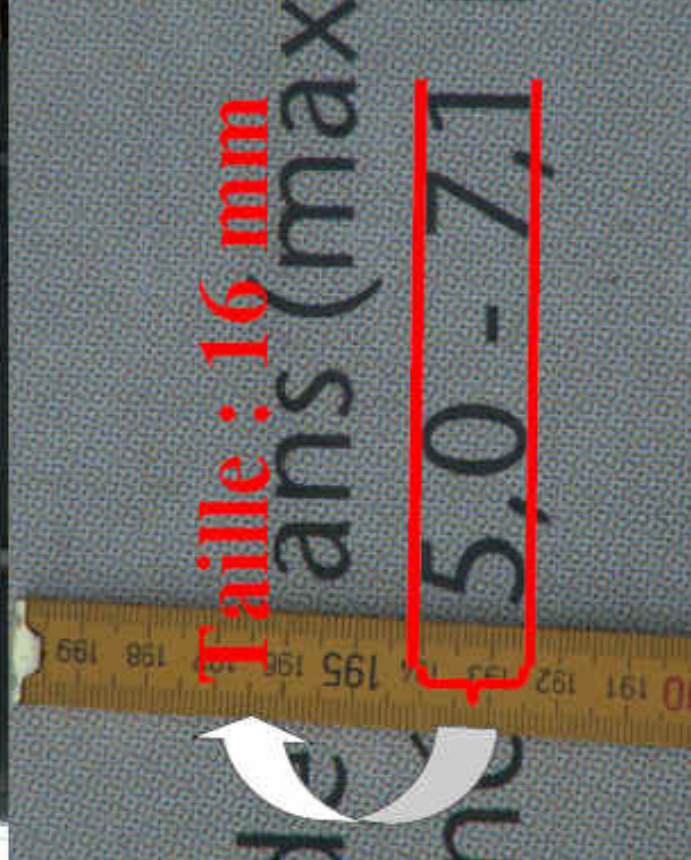
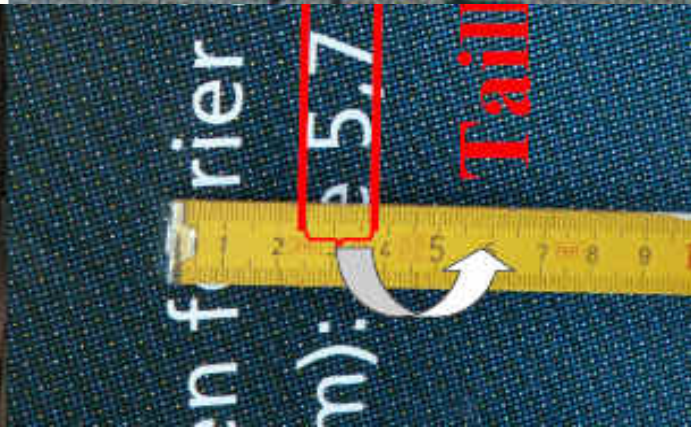
- Données collectées: Marque de l'automobile, émissions moyennes de CO₂ (g/km), taille des informations relatives à la consommation officielle de carburant aux émissions officielles spécifiques de CO₂.

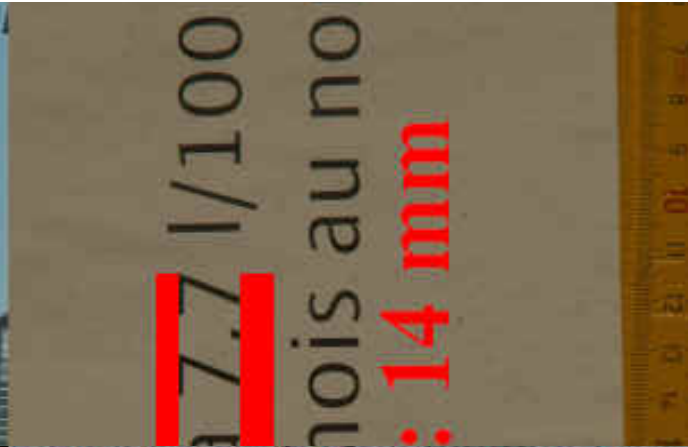
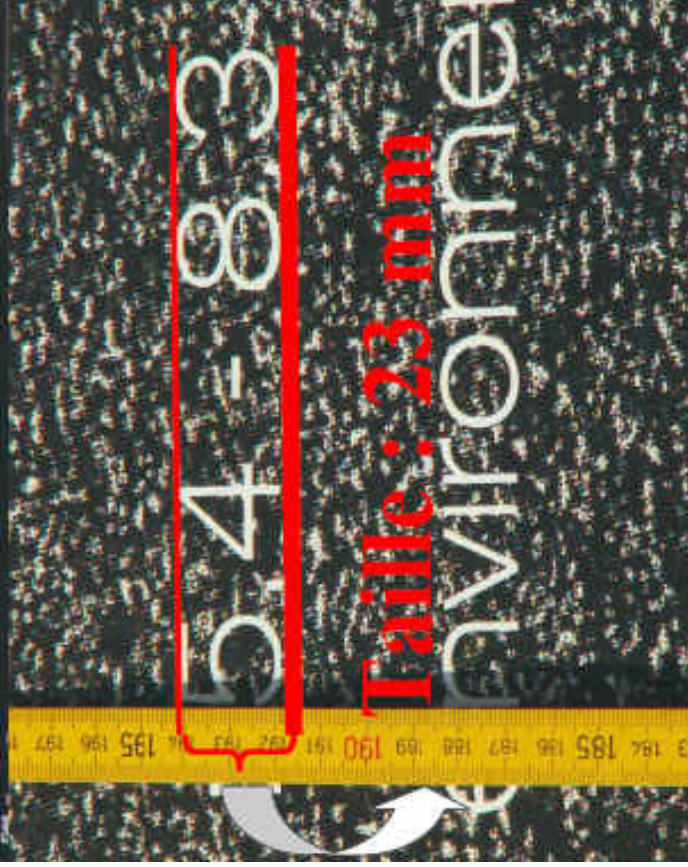
II. Une publicité automobile totalement illégale

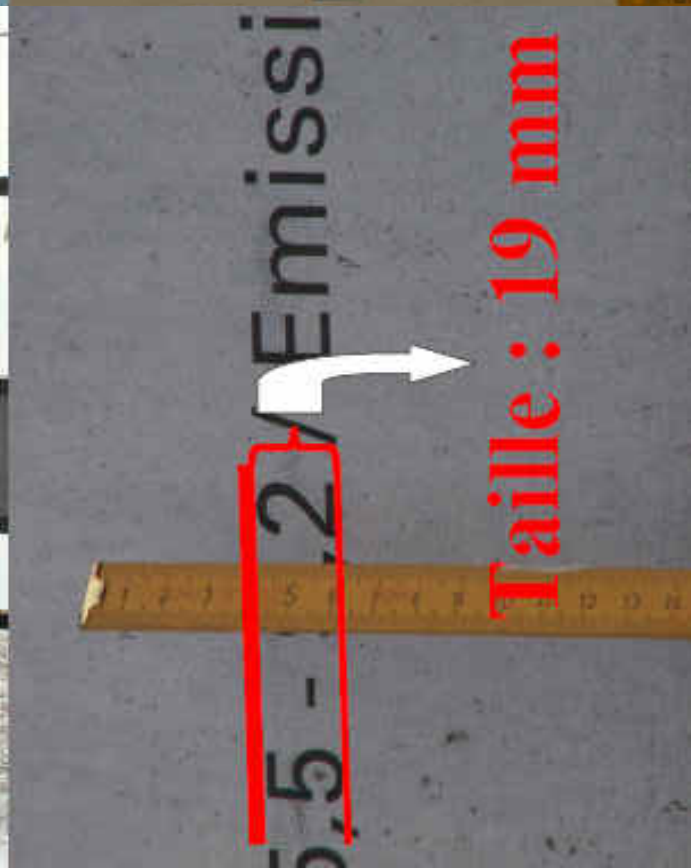
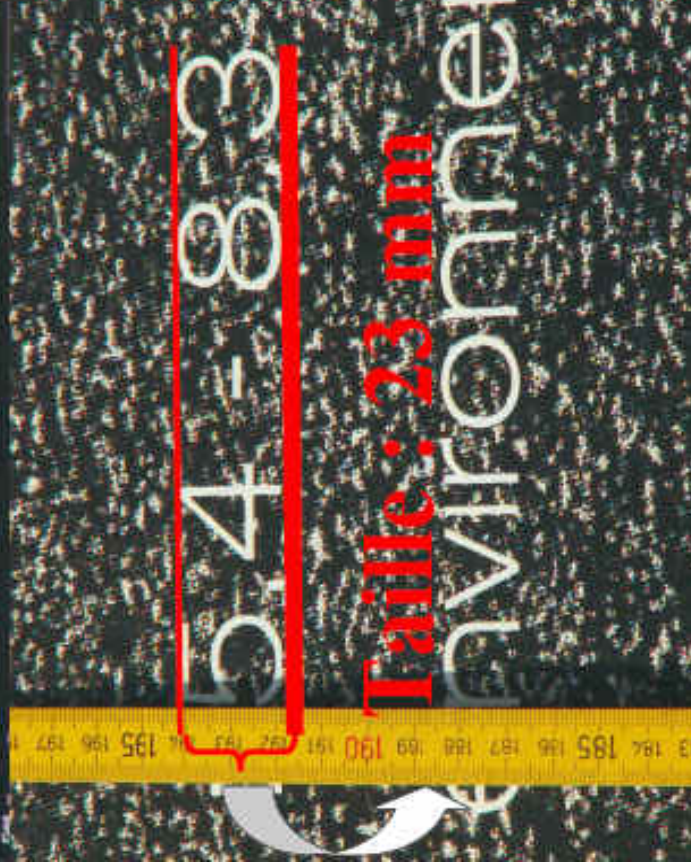
RESULTATS















109-168

Taille : 21 mm

19 mm

Taille : 33





NEW MAZDA 6

JOURNÉES DÉCOUVERTES DU 7 AU 9 MARS



Mazda

A PARTIR DE € 22.490

MAZDA LIEGE: Boulevard de Douai 32 - 4020 LIEGE

02 43 12 34 51



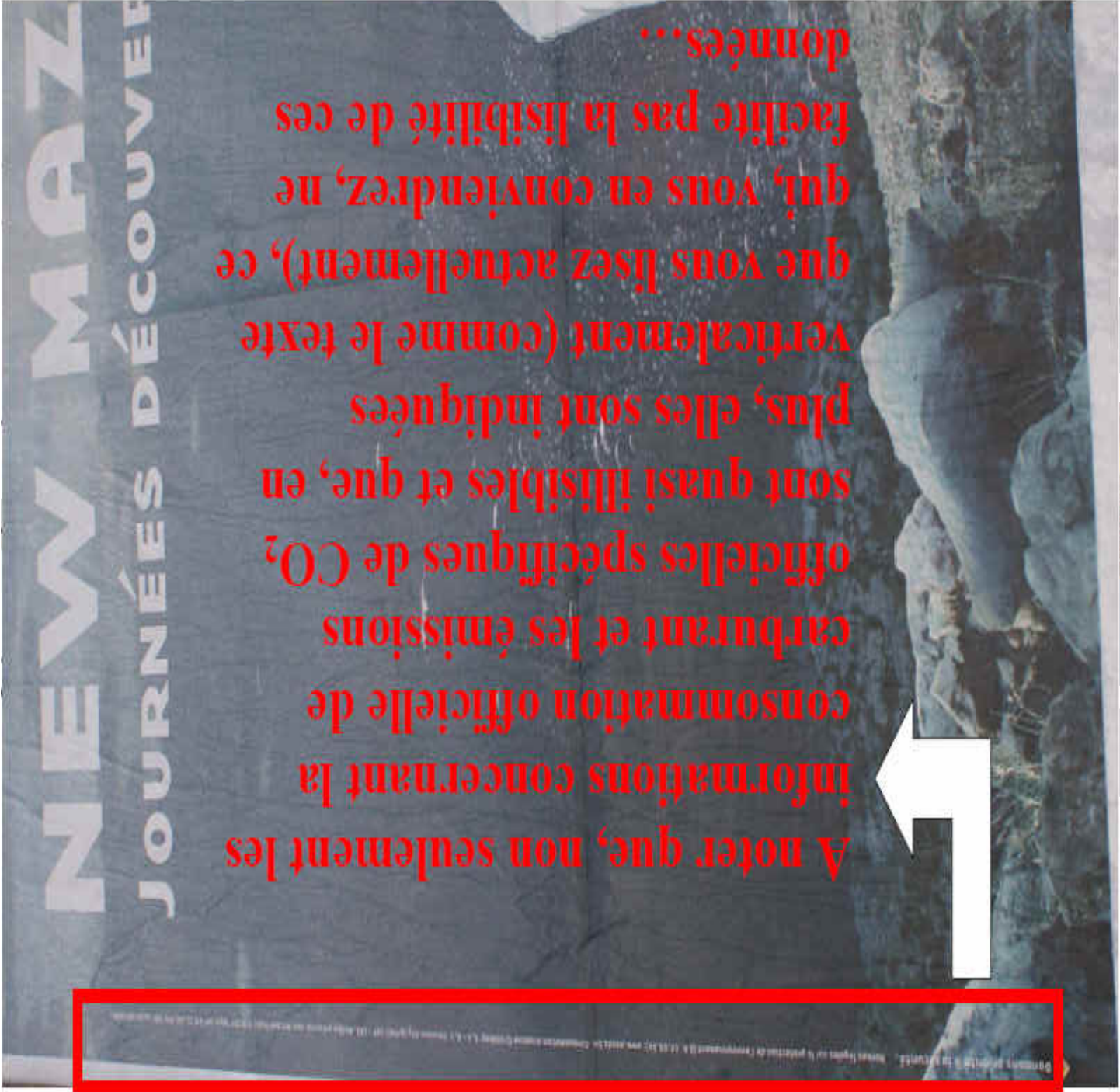
Chevrolet
Rien



NEW N
URBA









7,5-12,6 l/100km
Jaguar XF: 7,5

6

5 4 3 2 1

XXF

THIS IS THE NEW JAGUAR

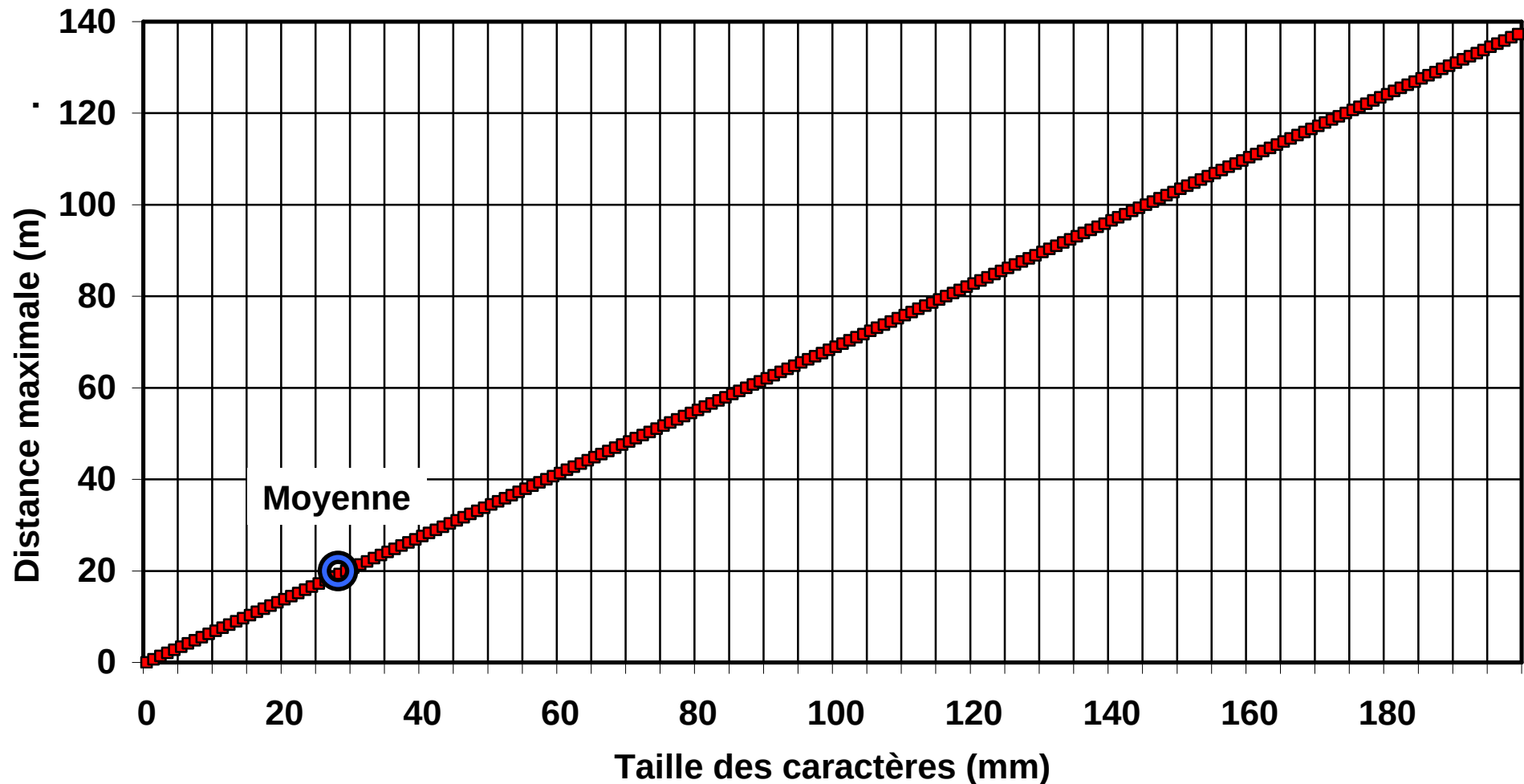
100 Years

Panther

II. Une publicité automobile totalement illégale

RESULTATS

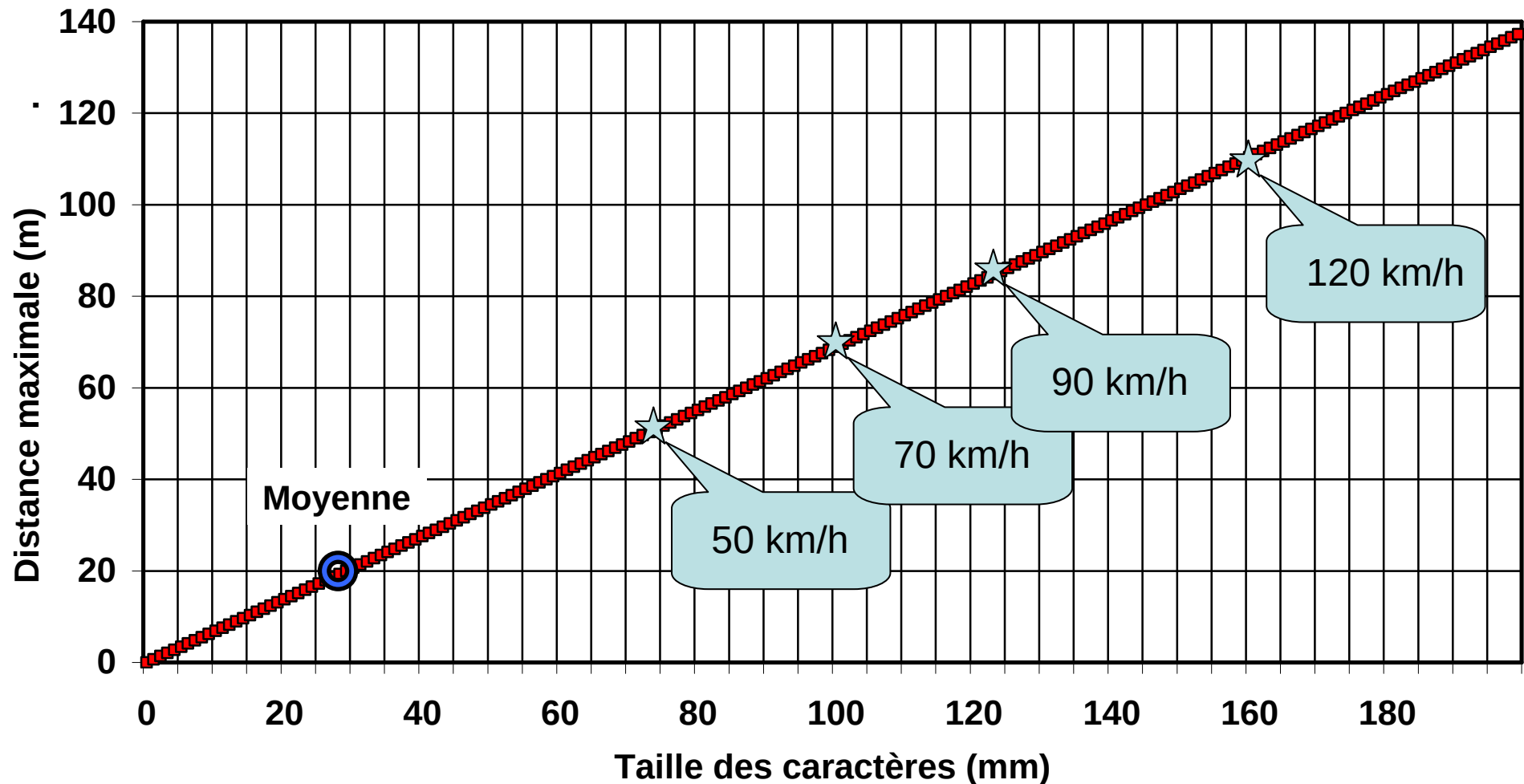
Distance maximale (m) à partir de laquelle un caractère peut être lu, en fonction de la taille des caractères (mm) [de jour, par atmosphère pure, pour une acuité visuelle de 10/10 et considérant un contraste de 100%]



II. Une publicité automobile totalement illégale

RESULTATS

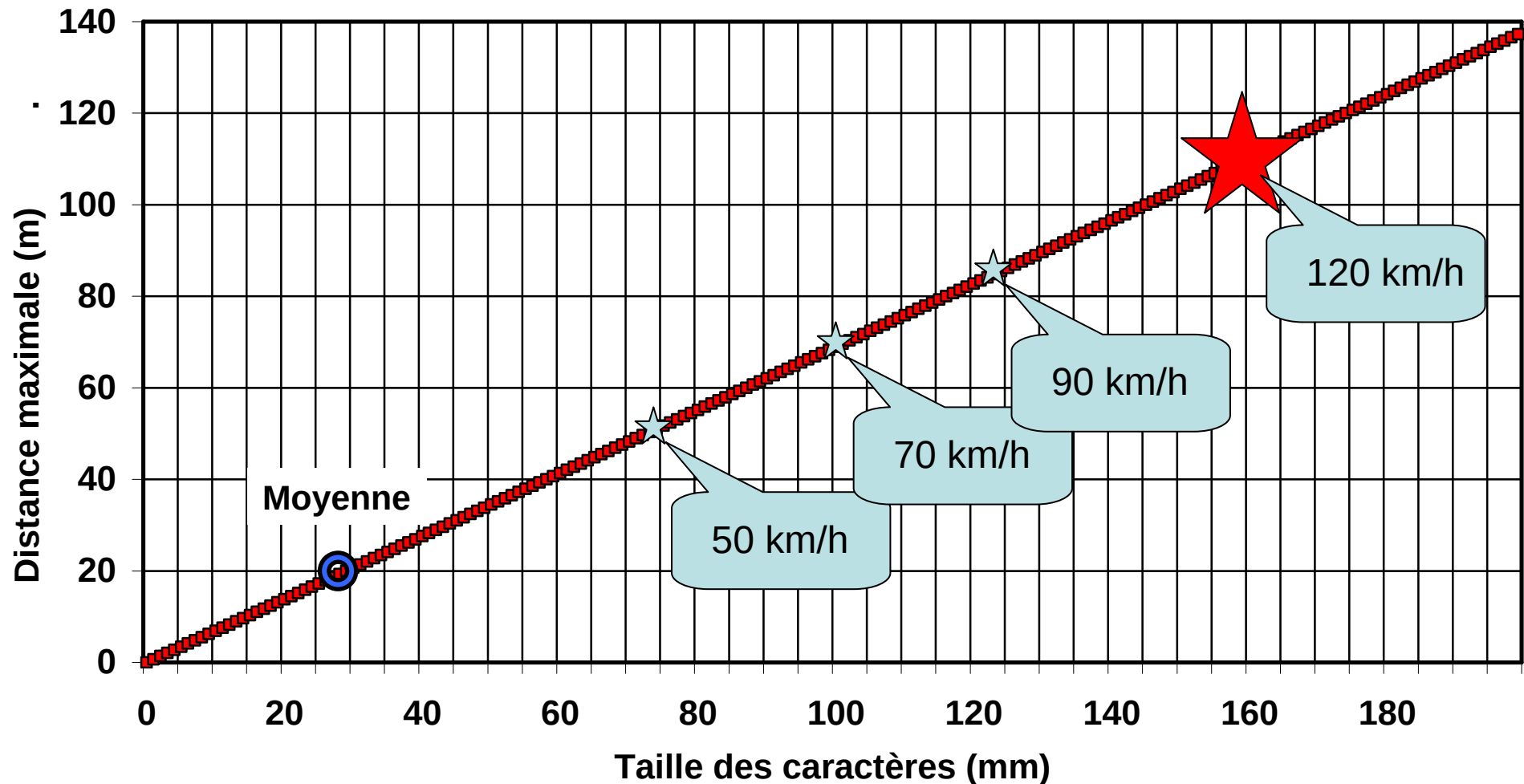
Distance maximale (m) à partir de laquelle un caractère peut être lu, en fonction de la taille des caractères (mm) [de jour, par atmosphère pure, pour une acuité visuelle de 10/10 et considérant un contraste de 100%]



II. Une publicité automobile totalement illégale

RESULTATS

Distance maximale (m) à partir de laquelle un caractère peut être lu, en fonction de la taille des caractères (mm) [de jour, par atmosphère pure, pour une acuité visuelle de 10/10 et considérant un contraste de 100%]



**Code Febiac en matière de publicité
pour les véhicules automobiles
ainsi que leurs composants et accessoires
(application 1^{er} septembre 2008)**

La consommation de carburant ainsi que les émissions de CO₂ moyennes calculées en vertu du cycle de test officiel sont indiquées :

- horizontalement en vis-à-vis du message commercial;
- sous l'illustration et séparées des autres mentions écrites;
- dans une police de caractère bien lisible et disposant d'un espacement normal;
- de manière à clairement ressortir sur le fond;
- dans une taille de caractère correspondant **au minimum** à la **plus petite taille de caractère utilisée pour l'information figurant dans le message publicitaire** [...]

En 2009...

JCDecaux 08110-0201 E

CONSTANT LIÈGE présente:
LES PRIX HYPER NETS DE DODGE

€17.599 TVAC

2.0L diesel



 DONNONS PRIORITÉ À LA SÉCURITÉ.

 (l/100 km): 6,1 –  (g/km): 163
Informations environnementales: A.R. 19/03/2004: www.dodge.be – Photo non contractuelle

CONSTANT LIÈGE – Rue de l'Aguesse 40 – 4430 Liège (Ans) – Tél.: 04/361 68 00 – www.constant.be

En 2009...

NOUVELLE CITROËN C5

www.citroen.be



Consommations mixtes (l/100 km): de 5,6 à 8,9. Emissions de CO₂ (g/km): de 149 à 223.

SYSTÈME ANTIPATINAGE INTELLIGENT SNOW MOTION

CRÉATIVE TECHNOLOGIE



En 2009...

8108-0221A

TEST DRIVE? SEND "DELTA" TO 8003 (FREE SMS)



Delta
MARQUEZ VOTRE DIFFÉRENCE

À partir de **19.990 €.**
Consom. mixte : 4,6 à 7 l/100 km. CO₂ : 120 à 165 g/km. Donnons priorité à la sécurité.

AVANTAGE
CRÉDIT
3,99%

Delta LANCIA

JCDecaux

Prestige

RÈGLEMENT DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL du 23 avril 2009 établissant des normes de performance en matière d'émissions pour les voitures particulières neuves dans le cadre de l'approche intégrée de la Communauté visant à réduire les émissions de CO₂ des véhicules légers

- ... établit des exigences de performance en matière d'émissions de CO₂ pour les voitures particulières neuves, à savoir un niveau moyen d'émissions de 120 g de CO₂/km pour le parc de voitures neuves.
- ... contraignant: $((\text{émissions excédentaires} - 3 \text{ g de CO}_2/\text{km}) \times 95 \text{ €/g de CO}_2/\text{km} + 1 \text{ g de CO}_2/\text{km} \times 25 \text{ €/g de CO}_2/\text{km} + 1 \text{ g de CO}_2/\text{km} \times 15 \text{ €/g de CO}_2/\text{km} + 1 \text{ g de CO}_2/\text{km} \times 5 \text{ €/g de CO}_2/\text{km}) \times \text{nombre de voitures particulières neuves [...]}$

Impact de la proposition de loi modifiant l'AR du 5/9/2001 (DOC 1909/001)

Le nouveau
City 4x4

Dévorez l'asphalte

Safari in the city



Consommation: **10,3 litres/100km**
Emissions: **278 g de CO₂/km**

100	130	150	170	190	220	250	g/km CO ₂
A	B	C	D	E	F	G	
4,2	5,5	6,7	8	9,3	10,5	11,7	

Tout le monde a vu des véhicules ou des situations réelles n'est pas purement fictive. Explications dans ce magazine, en page 5.

CAMEL
SINCE 1913



CIGARETTES
SIGARETTEN
448/IM
19

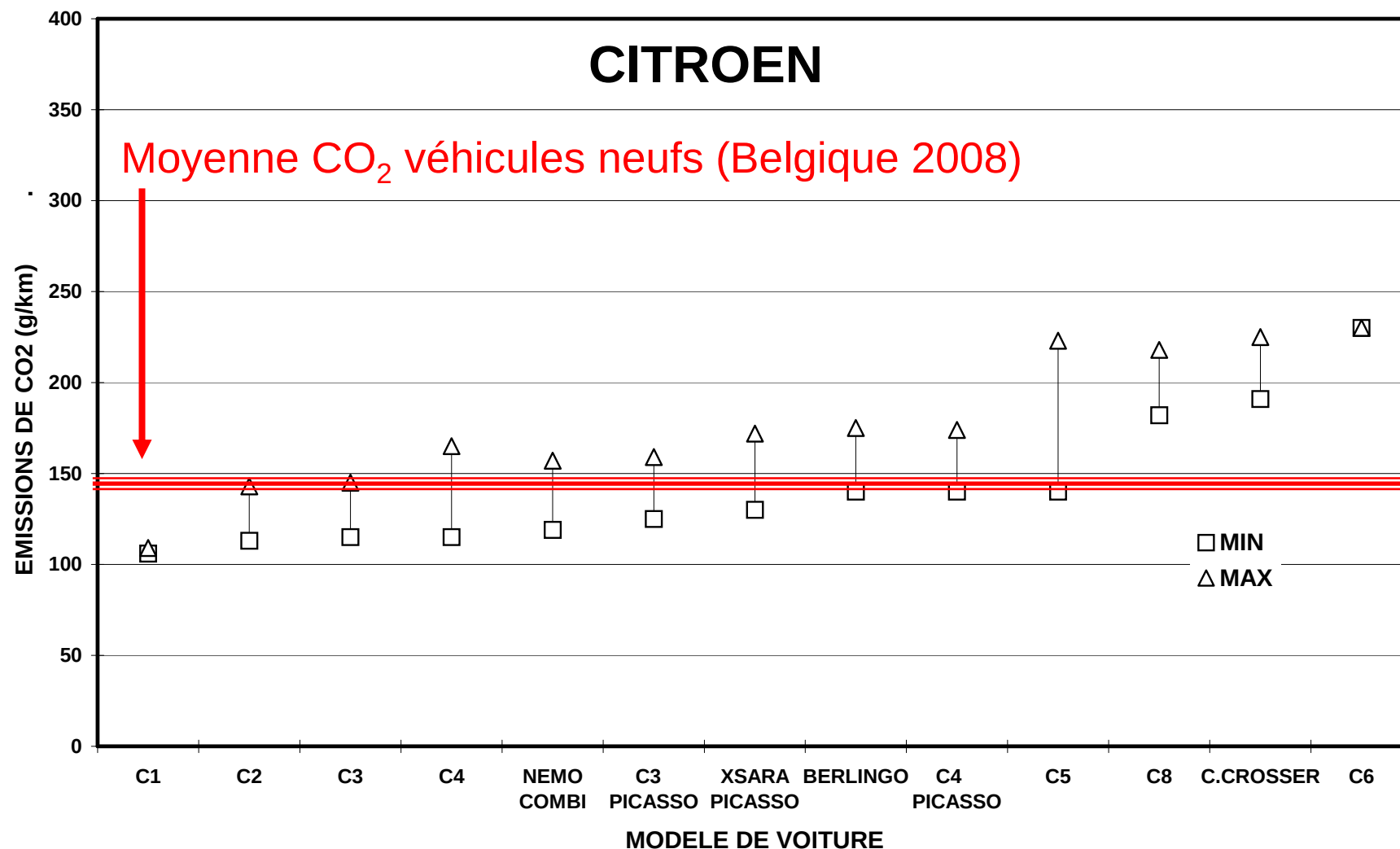


**Stoppen met roken vermindert het risico
op dodelijke hart- en longziekten**

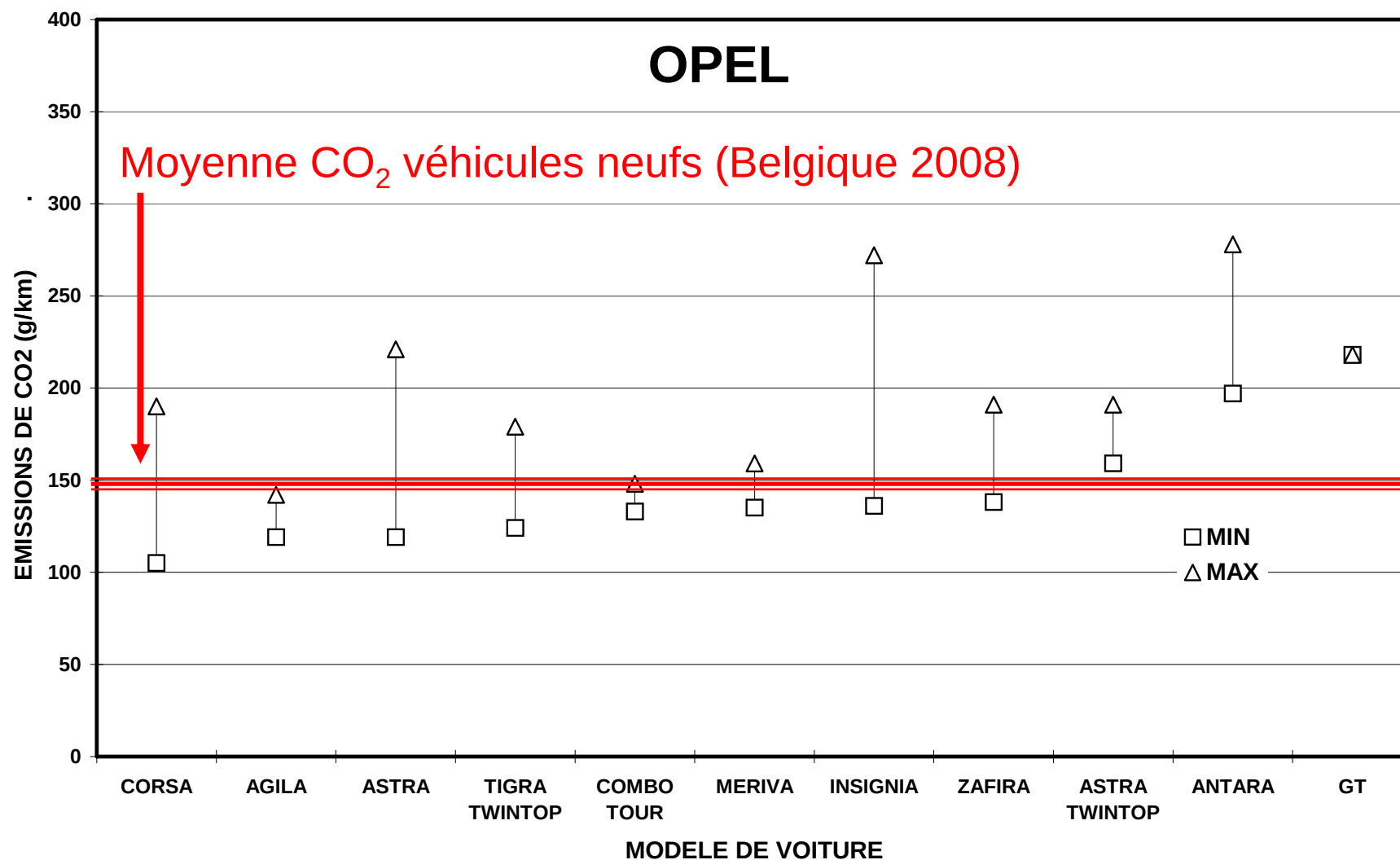
**Arrêter de fumer réduit les risques de
maladies cardiaques et pulmonaires mortelles**

**Wer das Rauchen aufgibt, verringert das Risiko
tödlicher Herz- und Lungenerkrankungen**

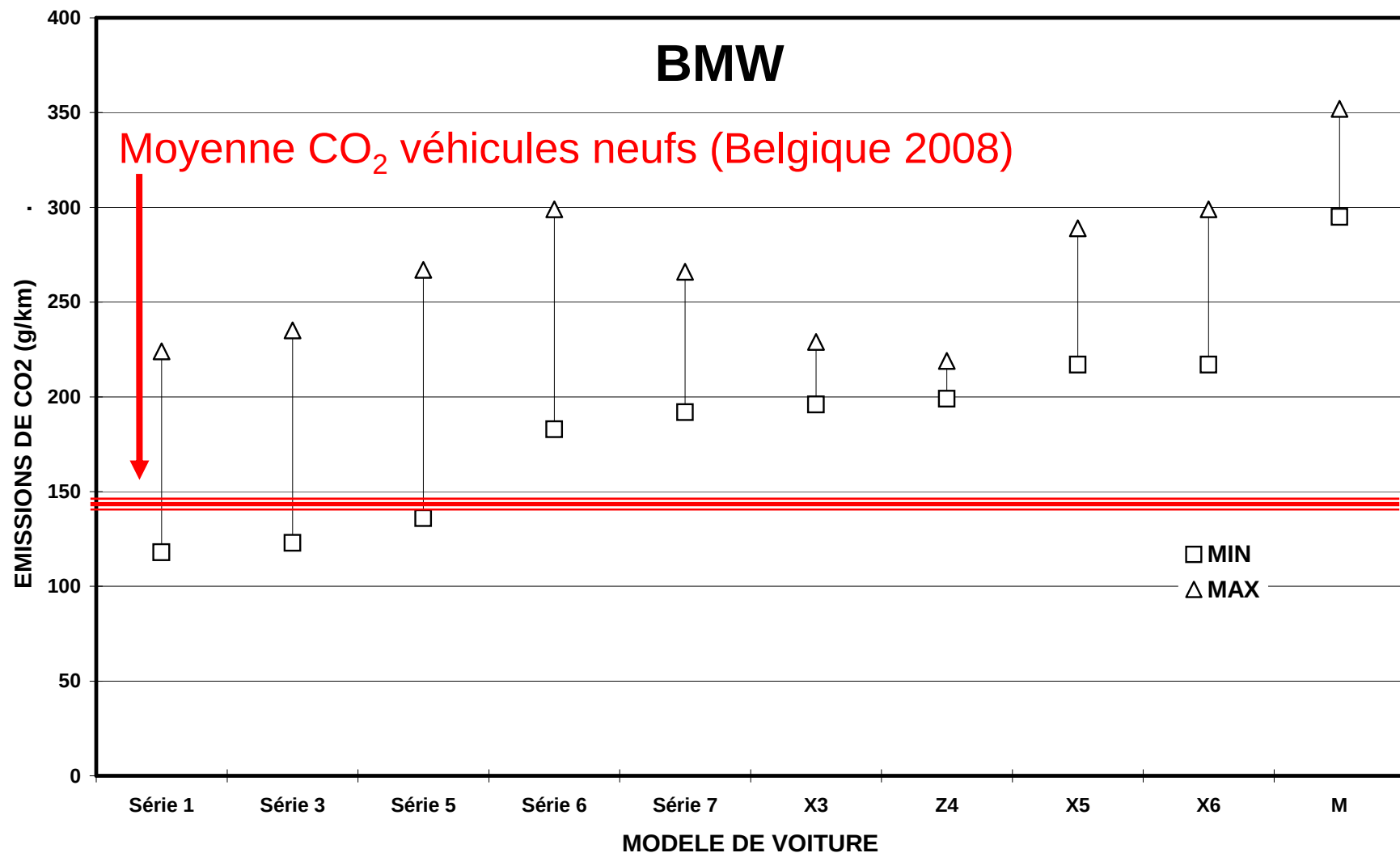
Impact de la proposition de loi visant à interdire la publicité pour les voitures les plus polluantes (DOC 1910/001)



Impact de la proposition de loi visant à interdire la publicité pour les voitures les plus polluantes (DOC 1910/001)

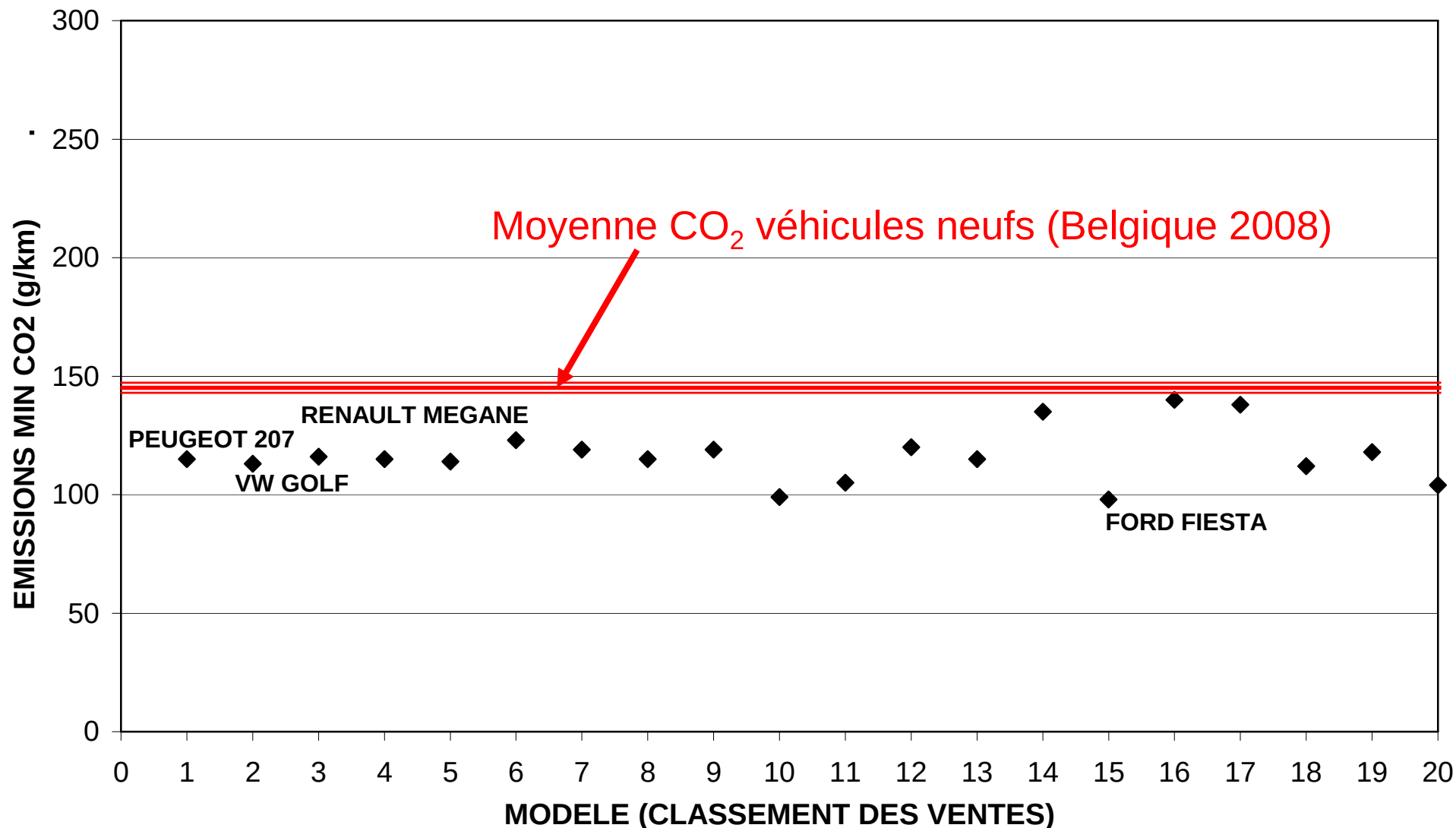


Impact de la proposition de loi visant à interdire la publicité pour les voitures les plus polluantes (DOC 1910/001)



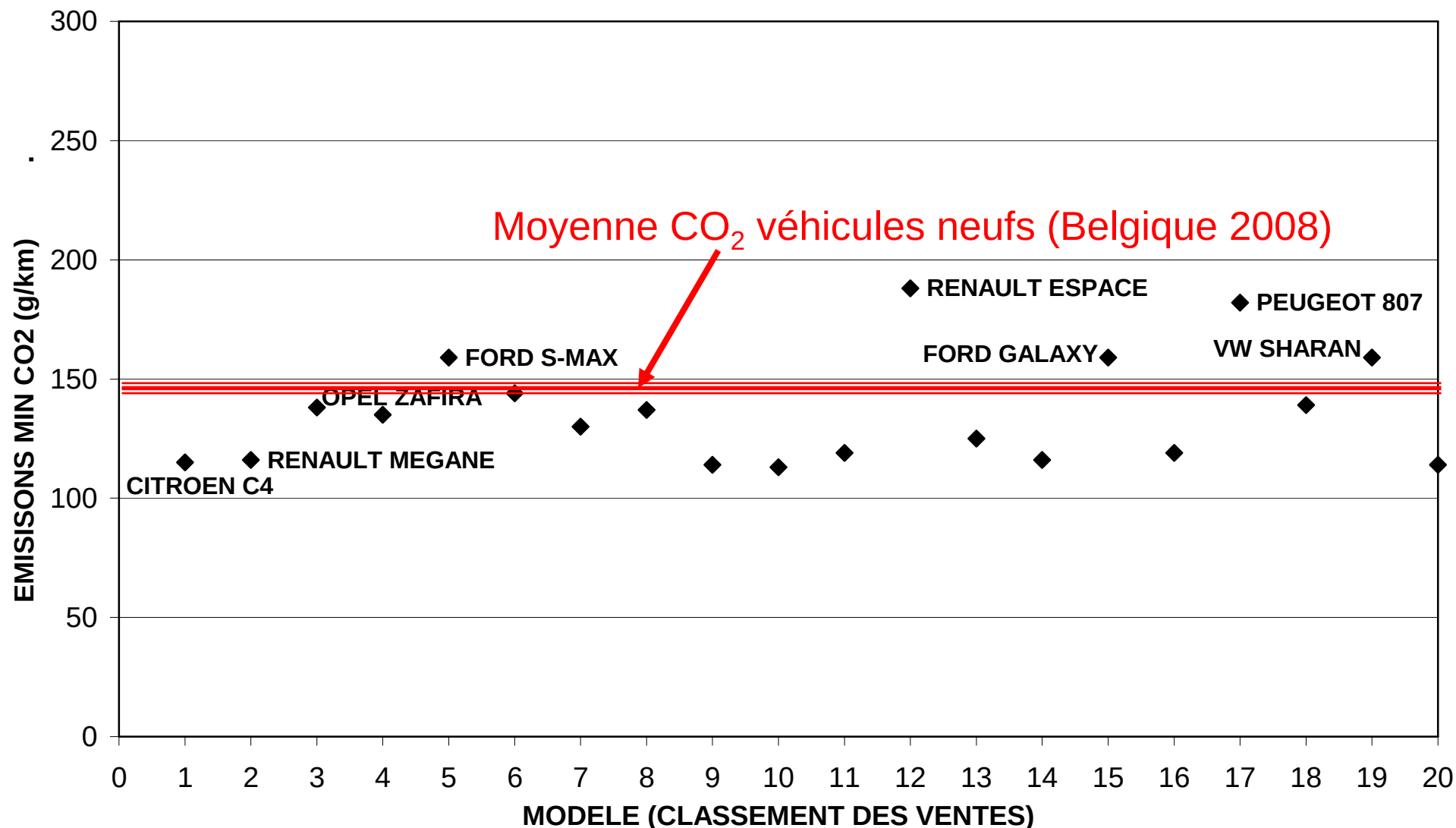
Impact de la proposition de loi visant à interdire la publicité pour les voitures les plus polluantes (DOC 1910/001)

20 VEHICULES LES MIEUX VENDUS (2008)



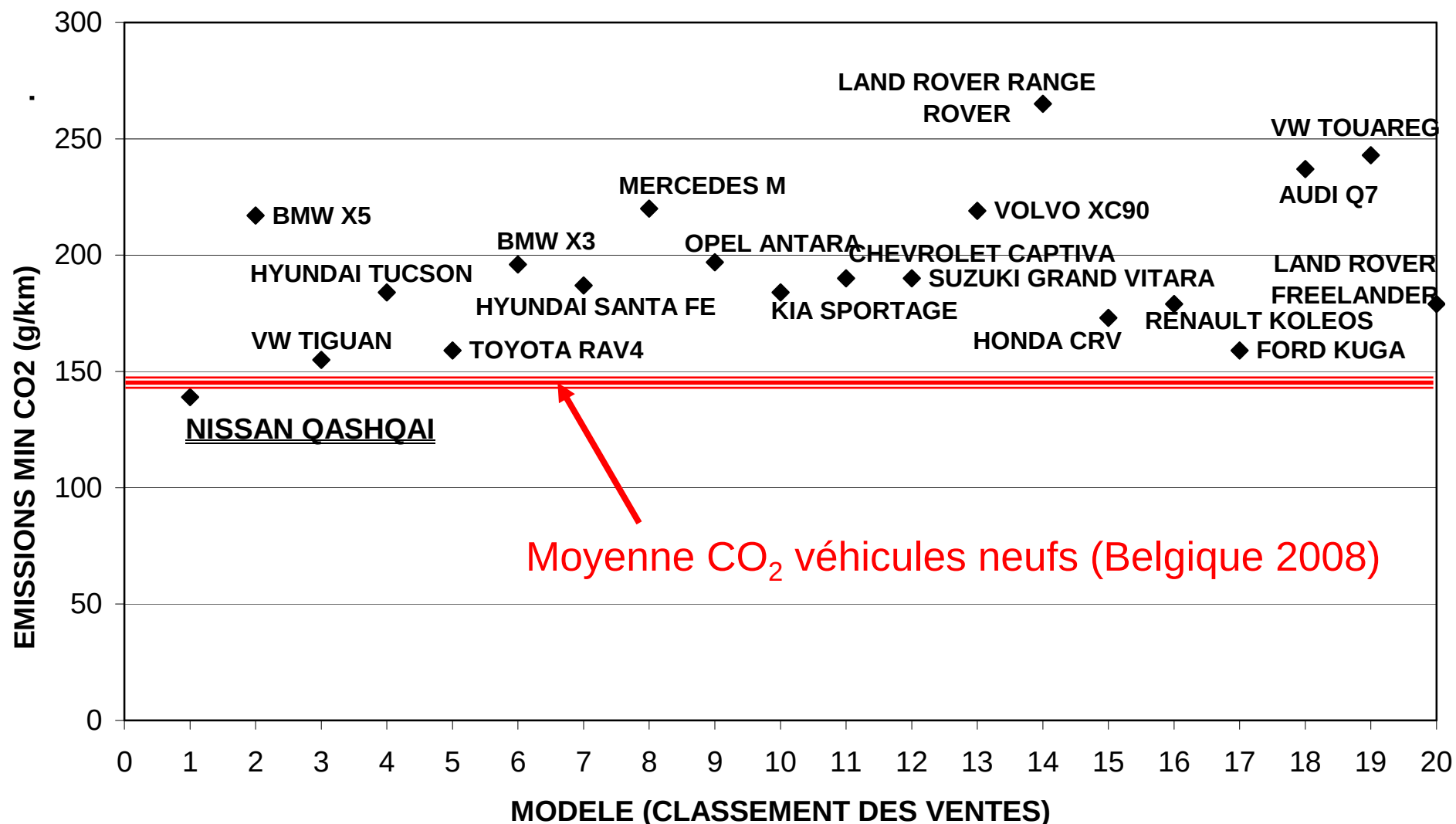
Impact de la proposition de loi visant à interdire la publicité pour les voitures les plus polluantes (DOC 1910/001)

20 MONOVOLUMES LES MIEUX VENDUS EN 2008



Impact de la proposition de loi visant à interdire la publicité pour les voitures les plus polluantes (DOC 1910/001)

20 SUV LES MIEUX VENDUS EN 2008



La grosse question...

- **Qui** va faire respecter cette (ces) loi(s)???
 - SPF Economie?
 - SPF Environnement?
- Et surtout...
 - **avec** quels moyens?
 - et quelle volonté politique?

