

BLUELY – 325/14
Plainte fondée

Le Jury de Déontologie Publicitaire,

- après examen des éléments constituant le dossier de plainte,
- les personnes intéressées ayant été invitées à faire valoir leurs observations et à prendre part à la séance,
- et, après en avoir débattu,

rend l'avis suivant :

1. La plainte

Le Jury de Déontologie Publicitaire a été saisi d'une plainte de l'association Observatoire du nucléaire, en date du 15 avril 2014, afin qu'il se prononce sur la conformité aux règles déontologiques en vigueur d'une publicité de la société Bluely en faveur de son service de location de véhicules électriques, diffusée sur le site Internet de l'annonceur.

La publicité en cause comporte un encart précisant : « *Les avantages – Pourquoi choisir le service Bluely ? Etait-il possible d'inventer un service automobile pour les Grands Lyonnais à la fois simple d'utilisation, très pratique, écologique et économique ? Essayez Bluely !* ».

2. Les arguments échangés

L'association plaignante soutient qu'il est parfaitement faux de prétendre qu'une automobile, qu'elle soit électrique ou non, est « *écologique* ».

En effet, tout véhicule a un impact sur l'environnement, qu'il s'agisse des matières premières et de l'énergie nécessaires à la construction, des équipements utilisés (pneus, batteries...), des déchets générés en fin de vie, et bien sûr de l'énergie utilisée pour la motorisation.

L'association relève certes que la société Bluely se fournit en électricité renouvelable auprès de la Compagnie nationale du Rhône. Mais, d'une part, l'électricité issue des sources renouvelables est « injectée » dans le réseau électrique ordinaire, de sorte que le rechargement des batteries des véhicules électriques s'effectue indifféremment par de l'énergie renouvelable ou de l'énergie nucléaire. D'autre part, cela ne règle en rien la question des autres pollutions, en particulier les pièces d'usure. Enfin, l'électricité renouvelable est bien moins polluante que celle issue de centrales nucléaires ou thermiques, mais elle n'est pas « *écologique* » pour autant (matières premières et énergie pour fabriquer des barrages, des panneaux solaires...). Le transport de cette énergie est aussi source de pollution.

3. L'analyse du Jury

Le point 6/3 de la Recommandation « *Développement durable* » de l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP) dispose que : « *Dans le cas où il serait impossible de justifier des formulations globales (ex : écologique, vert, éthique, responsable, préserver, équitable, durable,...), la publicité doit les relativiser en utilisant des formulations telles que « contribue à »* ».

Le Jury constate que la publicité litigieuse fait état du caractère « *écologique* » du service promu, sans le moindre élément de relativisation ou de comparaison. Or l'utilisation de ce service induit nécessairement certains effets négatifs sur l'environnement, notamment les pièces d'usure des véhicules utilisés et l'électricité nécessaire à leur rechargement, dont il n'est pas établi qu'elle serait intégralement issue de sources renouvelables.

Dans ces conditions, le Jury est d'avis que la publicité en cause méconnaît le point 6/3 de la Recommandation précitée.

Le présent avis sera publié sur le site internet du JDP.

Avis adopté le vendredi 13 juin 2014 par Mme Michel-Amsellem, Présidente, M. Lallet, Vice-Président, Mmes Drecq et Moggio, et MM. Benhaïm, Carlo, Depincé, Lacan et Leers.



Valérie Michel-Amsellem
Présidente du JDP