

Le 17 mai 2006



FÉDÉRATION DES INDUSTRIES
DE LA PARFUMERIE
PRODUITS DE PARFUMERIE, DE BEAUTÉ ET DE TOILETTE

COMMUNIQUE

COMMUNIQUE

Publicité des produits cosmétiques : les nouvelles règles du BVP et de la profession

Le Bureau de Vérification de la Publicité (BVP) et la Fédération des Industries de la Parfumerie viennent de présenter le nouvel état des règles d'autodiscipline qui gouvernent la publicité des produits cosmétiques (parfumerie, maquillage, soin, capillaire, hygiène et toilette).

L'industrie cosmétique a toujours été très engagée en matière d'autodiscipline publicitaire. Elle fut même à l'origine de la toute première Recommandation du BVP, dès les années 70.

Le marché de la parfumerie-cosmétique ayant fortement évolué, en même temps que les attentes des consommateurs, les marques ont donc décidé, avec le BVP, de mettre à jour les règles qui encadrent leurs publicités.

La nouvelle Recommandation du BVP regroupe ainsi des règles générales, applicables à la publicité de tous les produits cosmétiques, et des règles particulières, applicables à certaines familles de produits (amincissants ou antirides, par exemple).

Parmi les apports de la Recommandation, on citera notamment :

- un nouvel encadrement des cautions médicales ou scientifiques,
- une présentation plus rigoureuse des performances des produits.

Par cette Recommandation actualisée (texte disponible sur demande), l'industrie cosmétique confirme son engagement en faveur d'une communication responsable.

* *
*