

Objets de collection

En plus des dispositions législatives et réglementaires applicables, la publicité pour des objets de collection doit, sous quelque forme que ce soit, respecter les règles déontologiques suivantes :

1 Objectifs

Les objets de collection sont proposés à la vente en raison de leur qualité artistique, de leur rareté, ainsi que des perspectives de leur valorisation. La publicité dont ils font l'objet ne doit donc pas induire en erreur des acheteurs éventuels qui seraient peu familiarisés avec leur nature exacte, l'étendue de leur marché et les critères d'appréciation qui leur sont applicables.

2 Précisions

- **2/1** La qualité de "rareté" appliquée à des objets non produits directement par ou pour l'annonceur doit pouvoir être justifiée par le témoignage d'experts qualifiés.
- **2/2** Les termes "*édition limitée*" ou "*offre limitée*" (ou toute expression équivalente) ne peuvent être utilisés qu'accompagnés de l'indication du nombre total d'objets produits ou qui pourront être produits, tant dans le pays considéré qu'à l'étranger.
- **2/3** Toute allusion à une production "artisanale" ne peut être utilisée que pour des objets fabriqués en petite quantité par des artisans.

3 Valeurs

Toute allégation ou toute allusion relative à une valeur actuelle de ces objets doit pouvoir être justifiée en fonction du prix auquel des objets comparables sont normalement vendus sur le marché au moment de la parution de la publicité.

4 Métaux précieux

S'il est indiqué que la valeur d'un objet est en rapport avec la quantité de métal précieux qu'il contient, le poids de métal précieux qui entre dans sa composition doit être précisé.



A R P P

autorité de
régulation professionnelle
de la publicité

Recommandation
Objets de collection
Octobre 1998