

Sciences occultes

En plus des dispositions législatives et réglementaires applicables, la publicité qui d'une façon ou d'une autre fait référence aux sciences occultes doit, sous quelque forme que ce soit, respecter les règles déontologiques suivantes :
"La publicité, sauf raison justifiable, doit proscrire toute exploitation du sentiment de peur. (...) La publicité doit proscrire toute exploitation de la superstition.(...)"

Article 4 du Code de la C.C.I.

Aucune publicité ne doit faire état de :

- garanties implicites ou explicites de résultat,
- infailibilité, promesses impossibles à tenir ("solution à tous vos problèmes", "réalisation de vos vœux", etc.),
- aptitude à dominer le hasard,
- magie, sorcellerie,
- influence sur le libre arbitre (envoûtement) ou les sentiments d'autrui (retour d'affection, d'amour, etc.),
- compétences particulières dans des domaines nécessitant un titre ou des connaissances approfondies (santé justice, affaires, emploi, travail, etc.),
- "savoirs" ou "sciences" spécifiques, lorsque leur contenu réel n'est pas précisé, diplômes fantaisistes non délivrés par l'Etat,
- prédictions réalisées, lorsqu'elles ne peuvent être prouvées par des documents publiés ou ayant fait l'objet d'une authentification par officier ministériel, la référence à cette preuve devant être mentionnée explicitement dans la publicité,
- horoscopes "personnels" lorsque ceux-ci ne font pas l'objet d'une étude individuelle (circulaires, textes standards, etc.).



A R P P

autorité de
régulation professionnelle
de la publicité

Recommandation
Sciences occultes
Octobre 1998