



Jury voor Ethische Praktijken inzake reclame
Jury d'Ethique Publicitaire

Décision du Jury dans le dossier 26.052 GAIA – 19/06/2026

Comme annoncé, le Jury a examiné les publicités en question en tenant compte des arguments des parties concernées.

Le Jury a pris connaissance du spot TV et de l’affiche de la campagne en question ainsi que des plaintes qui les concernent.

Il souligne tout d’abord qu’il se prononce exclusivement sur la conformité du contenu des publicités visées et qu’il ne se penche pas sur le débat de société concernant les méthodes de production et la consommation du lait de vache, étant donné que cela ne relève pas de sa compétence.

Le Jury a ensuite examiné la campagne à la lumière des règles relatives à l’éthique publicitaire, en particulier les Règles du JEP concernant la publicité non commerciale.

À cet égard, le Jury note que le spot TV et l’affiche en question émanent d’une organisation de protection des animaux bien connue, et que cet annonceur précise qu’il s’agit d’une campagne d’information et de sensibilisation destinée au grand public, fondée sur des données factuelles et des rapports scientifiques. Via le site web de la campagne, mentionné dans le spot télévisé et sur l’affiche, l’annonceur vise à fournir des informations sur un système de production dans l’élevage laitier dans son ensemble, la pratique évoquée étant très répandue et son existence n’étant généralement pas contestée.

Il a également constaté que l’identité de l’annonceur ressort clairement des messages de la campagne. Le public peut ainsi non seulement évaluer sous quel angle le message est présenté, mais il peut également partir du principe que celui-ci exprime un point de vue particulier au sein d’un débat de société complexe où coexistent des visions divergentes. Comme indiqué précédemment, il ne ressort pas de la compétence du Jury de se prononcer dans ce débat.

En ce qui concerne le caractère prétendument trompeur des informations fournies, le Jury constate que tant le spot télévisé que l’affiche renvoient à un site web spécifique (pastonlait.be) et à un rapport correspondant, permettant ainsi au public d’accéder à des informations complémentaires sur le sujet. Le Jury note également que, pour un certain nombre d’éléments cités, le rapport de l’annonceur renvoie à un rapport de l’EFSA (EFSA Panel on Animal Health and Animal Welfare (AHAW)), qui examine au niveau européen les conséquences sur le bien-être des veaux de différentes pratiques dans le secteur de l’élevage laitier.

Compte tenu de ce contexte, le Jury est d’avis que la campagne offre au public suffisamment de possibilités de s’informer plus en détails sur le thème abordé. Il estime donc que les informations fournies ne peuvent être considérées comme une simplification trompeuse de la problématique, dans la mesure où la campagne s’accompagne d’explications complémentaires et de renvois vers des sources scientifiques sous-jacentes qui permettent au public de se forger une vision plus complète du sujet.



Jury voor Ethische Praktijken inzake reclame
Jury d'Ethique Publicitaire

Par ailleurs, la campagne n'affirme pas selon le Jury qu'un veau ne recevrait pas de lait au cours des premières heures. Les publicités se contentent de dénoncer une réalité structurelle, à savoir un système dans lequel le lien entre la mère et le veau est rompu afin de permettre l'exploitation commerciale de la lactation.

En ce qui concerne la prétendue représentation mensongère et romancée du comportement des bovins, le Jury est d'avis que les messages publicitaires en question mettent en évidence le lien biologique, scientifiquement prouvé, entre la mère et son petit, caractéristique des mammifères sociaux. Les informations disponibles sur le site web dédié à la campagne renvoient d'ailleurs à des conclusions scientifiquement étayées de l'EFSA, qui décrivent les effets de la séparation de la vache et de son veau sur le stress et le bien-être.

Le Jury estime dès lors que la campagne ne donne pas une représentation mensongère du comportement des bovins.

Ensuite, le Jury est d'avis que les messages publicitaires ne sont pas de nature à donner l'impression que le lait animal ne serait pas sain ou serait dépourvu de valeur nutritionnelle, ni que la consommation de tous les aliments d'origine animale doive nécessairement être évitée ou exclue. La mention « pensez aux alternatives végétales » sur l'affiche en question encourage les consommateurs à s'informer sur les méthodes de production du lait de vache et à envisager d'éventuelles alternatives, sans pour autant les inciter à adopter un comportement alimentaire irresponsable ou nocif, ni à suivre un régime alimentaire déséquilibré.

À cet égard, le Jury constate également que les messages publicitaires en question, vu leur contenu, leur style et leur contexte, et en l'absence d'éléments destinés spécifiquement aux enfants ou aux adolescents, ne peuvent être considérés comme s'adressant spécifiquement à ces groupes cibles. Par conséquent, le Jury est également d'avis qu'il n'y a pas lieu de conclure que les messages publicitaires visent en particulier à inciter le groupe cible vulnérable que constituent les enfants à cesser de consommer du lait de vache ou des produits d'origine animale en général.

Le Jury est donc d'avis que l'annonceur ne fait pas preuve, sur ce point, d'un manque de responsabilité sociale.

Le Jury estime également que le concept de communication utilisé dans les publicités soumises est directement lié au message à transmettre et à l'objectif de la campagne, et qu'il est en outre raisonnablement proportionné à l'objectif de sensibilisation poursuivi par l'annonceur.

Selon le Jury, les messages publicitaires ne contiennent pas d'éléments trop choquants ni violents, et n'exploitent pas non plus le malheur ou la souffrance. En ce qui concerne plus particulièrement l'affiche et l'image considérée par le plaignant comme à connotation sexuelle, le Jury est d'avis qu'elle a une valeur symbolique et n'est pas inappropriée dans le cadre de la campagne.

Le message de l'annonceur est certes direct et percutant, mais il ne dépasse pas les limites de ce qui est acceptable selon les normes générales de la société. Bien que le caractère émotionnel du message puisse être perçu comme dérangeant par le public, il est directement lié au sujet et n'est pas gratuit.

Dans ce contexte, le Jury estime également que les publicités ne sont pas susceptibles de causer un préjudice moral ou mental aux enfants.



Jury voor Ethische Praktijken inzake reclame
Jury d'Ethique Publicitaire

Le Jury considère donc ne pas devoir formuler de remarques sur ce point.

En ce qui concerne le caractère prétendument dénigrant des messages publicitaires à l'égard des agriculteurs, et plus particulièrement des éleveurs laitiers, le Jury constate que ces messages portent sur le comportement des consommateurs et sur la production laitière en tant que système, et non sur les éleveurs laitiers en tant qu'individus ou groupe professionnel et qu'ils ne visent aucune personne ou entreprise en particulier. Le Jury est donc d'avis que cette campagne non commerciale, à travers son message, vise bel et bien avant tout à sensibiliser les consommateurs du point de vue de l'annonceur, plutôt qu'à porter un jugement négatif sur certaines personnes ou à cibler ces personnes de manière spécifique et directe dans le cadre de leur activité professionnelle.

Dans ce contexte, le Jury estime donc que la campagne ne dénigre pas une catégorie de personnes et n'est pas non plus contraire aux Règles du JEP en matière de représentation de la personne ni aux différents points des Règles du JEP concernant la publicité non commerciale.

A défaut d'infractions aux dispositions légales ou autodisciplinaires, le Jury a estimé n'avoir pas de remarques à formuler sur ces points.

Cette décision ne devient définitive qu'après l'expiration du délai d'appel prévu à l'article 5 du Règlement du JEP (disponible sur www.jep.be, rubrique « Plus d'info – Règlement du Jury »).

La décision du Jury ne concerne que la publicité et non les produits et/ou services concernés. Elle ne peut constituer en aucun cas une forme de garantie de sa part, l'appréciation des tribunaux restant souveraine en cas de litige.