

Le respect de ces principes garantit que la confiance des consommateurs n'est pas abusée, même si ceux-ci manquent d'expérience ou d'informations. Concrètement, il s'agit d'évaluer minutieusement chaque cas et de respecter des contenus publicitaires innovants qui divertissent ou se réfèrent à l'actualité.

Les recommandations d'ICC en matière de publicité visent à couvrir toutes les pratiques déplacées à l'échelle mondiale. Il s'agit d'éviter également que les règles soient contournées. Ces dernières sont élaborées par des experts au sein de la Commission marketing et publicité d'ICC. Les experts suisses de cette commission sont nommés par le comité national suisse, ICC Switzerland, dont economiesuisse assure le secrétariat. Les recommandations d'ICC sont disponibles auprès de ce comité. Lesdites recommandations servent aussi de référence à la Commission suisse pour la loyauté, une institution neutre et indépendante habilitée à agir en présence de publicité déloyale.

Guide d'ICC sur le « native advertising » (seulement en anglais pour l'instant) : [lien](#)

ICC Switzerland www.icc-switzerland.ch

Commission pour la publicité loyale : <http://www.faire-werbung.ch/>