



autorité de
régulation professionnelle
de la publicité



Communiqué de Presse
5 juin 2018

Semaine européenne du développement durable – 30 mai au 5 juin 2018

Publication du 9^{ème} Rapport d'études conjoint ADEME / ARPP « Publicité et environnement »

L'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (ARPP) et l'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie (ADEME) publient leur 9^{ème} bilan « Publicité et Environnement » dont l'objectif est de dresser un état des lieux de la conformité des publicités aux dispositions déontologiques de la Recommandation *Développement Durable* de l'ARPP¹. Nouveauté cette année, les annonces sur les réseaux sociaux ont été incluses au panel de 25 000 publicités contenant des messages environnementaux, analysées. Comme lors du bilan 2015, la moitié des manquements concernent la présentation de véhicules motorisés sur des espaces naturels, et les supports concernés par ces manquements sont majoritairement des bannières web suivies de *post* sur les réseaux sociaux.

Dans le cadre de ce travail conjoint avec l'ADEME, l'ARPP examine un volume très conséquent de publicités : plus de 23 500 en 2015, **près de 25 000 en 2017** et identifie les manquements aux règles contenues dans la Recommandation de l'ARPP. **Résultat : 37 manquements en 2017, soit 5 % du volume de messages environnementaux examinés.**

Stabilité des publicités recelant un argument écologique : le volume de publicités recelant des arguments écologiques fut croissant jusqu'en 2009 (6 % des 15 700 publicités examinées alors) ; **il est depuis 4 ans, stable à 3% de la production publicitaire examinée.**

Fort taux de conformité des publicités avec la Recommandation *Développement durable* : le taux de conformité des publicités sélectionnées, de l'ordre de 64 % la première année (2006), **est désormais constamment supérieur à 90 % : 94 % en 2017** (93 % en 2015).

L'analyse des messages démontre, année après année, que les manquements spectaculaires ont presque disparu, la plupart des professionnels du secteur maîtrisant désormais les textes applicables.

Nécessité de familiariser les équipes communiquant sur les services réseaux sociaux avec les règles d'éthique : il faut rester vigilant, et l'activité pédagogique des bilans reste essentielle ; cela a été tout particulièrement le cas en **2017 avec l'ouverture de l'analyse aux messages publicitaires diffusés sur les réseaux sociaux**. Bien que les entreprises concernées connaissent, pour la plupart, l'ARPP, les services gérant en interne la diffusion de ces messages n'étaient généralement pas familiarisés avec les règles d'éthique.

Ces résultats prennent une dimension particulière dans le contexte de finalisation par le Gouvernement, et auquel l'ADEME est associée, **de la feuille de route « économie circulaire »** et de remise en cause du modèle de consommation conventionnel. À ce titre, la publicité et le marketing ont un rôle prégnant en la matière.

¹ <https://www.arpp.org/nous-consulter/regles/regles-de-deontologie/developpement-durable/>

Les bilans « **Publicité & Environnement** » répondent à une organisation spécifique, l'ensemble des étapes d'élaboration (sélection et analyse des publicités, rédaction du bilan) sont réalisées avec le concours de l'ADEME.

Les analyses ADEME / ARPP ont été partagées avec un expert en communication environnementale, **Mathieu Jahnich**, le président de la Commission développement durable de l'Association des Agences Conseils en Communication (AACC), **Gildas Bonnel** (Sidièse), ainsi qu'avec la vice-présidente du Conseil Paritaire de la Publicité, **Rita Fahd** (FNE). Leur collaboration et leurs observations ont enrichi ce bilan.

Retrouvez le rapport au lien suivant : <https://www.arpp.org/actualite/bilan-publicite-et-environnement-2017/>



A propos de l'ARPP

Créée en 1935 sous l'appellation d'Office de Contrôle d'Annonces (OCA), puis de 1953 à 2008 en s'élargissant aux autres médias existants et en devenant, en prenant la dénomination de Bureau de Vérification de la Publicité (BVP), l'**Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (ARPP)** est l'unique organisation française d'autodiscipline publicitaire. En 1992, l'ARPP a cofondé, à Bruxelles, l'Alliance européenne pour l'éthique en publicité (AEEP/EASA) aux côtés de ses homologues, et en 2016, l'International Council for Advertising Self-Regulation (ICAS).

Présidée par une 'Haute personnalité indépendante', M. François d'Aubert depuis le 4 novembre 2011, l'ARPP réunit les trois acteurs de la publicité et de la communication en général : les annonceurs, les agences de communication, les agences médias, les médias et supports publicitaires, les régies et les prestataires de la chaîne de valeur de la publicité.

Entièrement financée par ses adhérents (environ 645 entreprises cotisantes et près de 800 entreprises adhérentes), qui édictent leurs règles déontologiques, l'ARPP œuvre chaque jour pour préserver la liberté de création publicitaire dans les limites convenues et la protection des consommateurs.

Pour ce faire, l'ARPP a structuré autour de son Conseil d'administration représentant les trois professions, trois instances associées en amont et en aval de la déontologie publicitaire :

- le **Conseil de l'Éthique Publicitaire (CEP)**, présidé par Dominique Wolton, Directeur de recherche au CNRS, directeur de la Revue internationale Hermès, qu'il a créée en 1988 (CNRS Éditions), anticipe et pense les questions éthiques en publicité ; le Président de l'ARPP est statutairement le vice-président du CEP ;

- le **Conseil Paritaire de la Publicité (CPP)**, statutairement présidé par un représentant du Collège des associations de consommateurs, environnementales et sociétales (Michel Bonnet, Familles de France, depuis septembre 2008), est le lieu d'expression et de concertation des associations sur le contenu des règles de la publicité ;

- le **Jury de Déontologie Publicitaire (JDP)**, présidé par des magistrats des deux ordres juridiques (présidente : Sophie-Justine Lieber, Conseil d'Etat ; vice-présidente : Stéphanie Gargoulaud, Cour de cassation), statue sur toute plainte sur le non respect par une publicité diffusée des règles déontologiques. Avant publication de ses Avis, il peut être fait appel d'un **Réviseur de la Déontologie Publicitaire** (Alain Grangé-Cabane, Conseil d'Etat).

20 salariés, dont une douzaine de juristes-conseil, qui délivrent chaque jour 165 conseils tous médias et avis TV avant diffusion, contribuent à faire vivre concrètement la déontologie publicitaire auprès des membres de l'ARPP.

L'ARPP a été certifiée par Bureau Veritas le 31 juillet 2012 attestant de la démarche Qualité répondant à la norme ISO 9001:2008, et le 21 mai 2014, d'une certification de services applicable à l'effectivité des bilans déontologiques ; toutes deux renouvelées en 2017 dans la version 2015 de la norme ISO 9001.

Contact presse : ARPP - Stéphane Martin, Directeur Général, +33 (0)1 40 15 15 26 / contact@arpp.org





A propos de l'ADEME

L'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie (ADEME) participe à la mise en œuvre des politiques publiques dans les domaines de l'environnement, de l'énergie et du développement durable. Elle met ses capacités d'expertise et de conseil à disposition des entreprises, des collectivités locales, des pouvoirs publics et du grand public, afin de leur permettre de progresser dans leur démarche environnementale. L'Agence aide en outre au financement de projets, de la recherche à la mise en œuvre et ce, dans les domaines suivants : la gestion des déchets, la préservation des sols, l'efficacité énergétique et les énergies renouvelables, les économies de matières premières, la qualité de l'air, la lutte contre le bruit, la transition vers l'économie circulaire et la lutte contre le gaspillage alimentaire.

L'ADEME est un établissement public sous la tutelle conjointe du ministère de la Transition écologique et solidaire et du ministère de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et de l'Innovation.

www.ademe.fr  [@ademe](https://twitter.com/ademe)

Contact presse : ADEME -Service presse / 01 58 47 81 28 / ademepresse@havas.com