

Charte pour une publicité éco-responsable, un an après

Engagements tenus et premières avancées

En avril 2008, les professionnels de la publicité et leur organisme d'autodiscipline se sont engagés auprès des pouvoirs publics à œuvrer en faveur d'une publicité éco-responsable, en **renforçant les règles professionnelles en matière de développement durable** et en faisant **évoluer l'autorégulation publicitaire vers une régulation professionnelle participative**.

Le premier bilan des engagements pris dans la Charte pour une publicité éco-responsable a été présenté ce matin à Jean-Louis Borloo, Ministre d'Etat, Ministre de l'Ecologie, de l'Energie, du Développement durable et de la Mer, et force est de constater que tous les engagements ont été tenus.



Jean-Louis Borloo a salué le très fort engagement des professionnels, de l'ARPP et des membres des instances associées. Il a fait part de sa satisfaction à l'occasion de ce premier bilan et a jugé que "sans loi, sans décret, sur la base d'un travail volontaire des professionnels avec la société civile et les pouvoirs publics, le pari de la confiance est au rendez-vous".

En accord avec la loi de programmation relative à la mise en œuvre du Grenelle de l'Environnement, dite loi Grenelle 1, qui annonce en son article 54 que "*la régulation de la publicité par les professionnels sera développée après concertation entre ceux-ci et les associations de défense des consommateurs, de protection de l'environnement et d'éducation à l'environnement afin de mieux y intégrer le respect de l'environnement et le développement durable*", le cycle 2008-2009 a été marqué par les novations suivantes :

- **Une concertation renforcée : le Conseil Paritaire de la Publicité (CPP)**
Composé à parité de 9 représentants des associations de consommateurs et environnementales et de 9 représentants des professionnels de la publicité, **le CPP a fait de la question de la publicité éco-responsable chronologiquement le premier et un de ses principaux axes de travail**. Thierry Libaert, Président du groupe de travail du CPP

sur la publicité éco-responsable et membre de la Fondation Nicolas Hulot, a rappelé **l'importance du processus de concertation en amont entre associations et professionnels**. Il a également souligné l'attention portée par les membres du CPP à la question de l'éco-responsabilité de la publicité et leur vigilance quant aux nouveaux enjeux qui pourraient apparaître.

- **Une nouvelle Recommandation Développement durable**

En accord avec l'avis formulé par le CPP, l'ARPP a ouvert en 2009 un chantier portant sur la **refonte des règles professionnelles relatives au développement durable et à l'utilisation de l'argument écologique**. Grâce à une très forte mobilisation des professionnels, **un nouveau texte, très complet, entrera en vigueur dès le 1^{er} octobre 2009**. Clair et pédagogique, il apporte des réponses opérationnelles sur des sujets particulièrement sensibles, tels que la prise en compte des cycles de vie et les auto-déclarations environnementales.

- **Un contrôle plus strict de la publicité après diffusion : le Jury de Déontologie Publicitaire (JDP)**

Huit mois après son lancement, **le JDP a déjà examiné 71 plaintes, dont 24 plaintes en séance plénière**, dont 4 concernant l'écologie et l'utilisation d'arguments environnementaux. Chacune de ces 24 plaintes a fait l'objet d'une décision du JDP (plainte fondée ou rejetée), publiée sur le site www.jdp-pub.org. Valérie Michel-Amsellem, Vice-Présidente du JDP et Conseiller référendaire à la Cour de cassation, a tenu à préciser les trois principes fondamentaux de l'action du JDP : **impartialité et indépendance, respect des droits de la défense, et importance de la pédagogie et des explications données**.

Jean-Pierre Teyssier, Président de l'ARPP, a souligné **l'exemplarité de la nouvelle gouvernance du dispositif de régulation professionnelle** de la publicité en France, qui est devenue participative, puisqu'elle collabore désormais activement avec les tiers concernés, ainsi que transparente et impartiale dans le contrôle et la sanction des manquements aux règles professionnelles.

Cette nouvelle gouvernance a également été saluée par Chantal Jouanno, Secrétaire d'Etat chargée de l'Ecologie, qui, en faisant le lien avec les dispositifs en place dans les pays nordiques, a souligné l'efficacité du nouveau dispositif.

- **Des premiers résultats encourageants**

Le bilan *Publicité et environnement* réalisé conjointement par l'ADEME et par l'ARPP et publié aujourd'hui (www.arpp-pub.org) indique les progrès réalisés depuis un an en matière de respect des règles déontologiques relatives à l'environnement. En effet, **les résultats de l'étude montrent que, dans un contexte de croissance du discours environnemental en publicité, la responsabilité des professionnels est plus forte qu'en 2006-2007, avant la signature de la Charte**. Ainsi, **pour 6 messages sur 10 pleinement conformes aux règles en 2006, nous sommes aujourd'hui à 9 messages sur 10 pleinement conformes**. Philippe Van de Maele, Président de l'ADEME, a souligné la dynamique positive dans laquelle les professionnels de la publicité se sont engagés et dont les premiers résultats sont visibles dès cette année.

A la veille de l'adoption de la loi dite Grenelle 2, ces réalisations et ces résultats constituent un signal très positif sur la détermination des professionnels de la publicité à œuvrer pour une publicité toujours plus éco-responsable.