France Nature Environnement claque la porte du Conseil Paritaire de la Publicité

FNE dresse un constat sévère pour la régulation publicitaire : culture du débat contradictoire presque inexistante, incapacité à traiter les sujets de fond, stratégie d'influence bien huilée… Après 12 ans de participation, force est de constater que l'instance n'est pas en mesure de réguler la publicité pour répondre à l'urgence climatique et environnementale. France Nature Environnement en tire les conclusions et quitte aujourd'hui le Conseil Paritaire de la Publicité.

Une instance sous le contrôle des entreprises

Composée uniquement de professionnels de la publicité, l'autorité de la régulation professionnelle de la publicité (ARPP) a pour mission d' « œuvrer en faveur d'une publicité loyale, véridique, saine et respectueuse ». Pourtant depuis sa création, elle n'en finit pas de défendre contre vents et marées les intérêts des annonceurs et des agences en dépit de l'urgence climatique et de la demande pressante des citoyens pour encadrer voire interdire la publicité sur certains types d'activités. « Censure », « haine sociale » : ce sont les termes récemment utilisés par l'ARPP, via le Conseil d'Ethique de la Publicité, en réaction à ces attentes sociétales.

Une réaction disproportionnée, mais peu surprenante quand on s'intéresse de plus près à l'historique : les exemples fusent, ne serait-ce que sur ces derniers mois. Ainsi, à la sortie du confinement, période où les citoyens ont pris conscience de la nécessité de changer leurs comportements, l'ARPP a émis, à contre-courant de ces aspirations, un avis négatif pour une publicité promouvant l'usage d'un vélo électrique. La raison invoquée ? Cette publicité nuirait à l'image du véhicule automobile traditionnel. Peu après, courant juin 2020, le rapport « Publicité et Transition Ecologique
» pourtant consensuel, admettait des problèmes de gouvernance à l'ARPP et appelait à des changements. Réponse de l'institution ? Toujours en attente malgré cette remise en question. Plus récemment, le bilan 2019
Publicité et Environnement
de l'ADEME publié le 7 septembre 2020 montre une forte hausse des cas de greenwashing. Sur les questions environnementales, l'ARPP témoigne de son échec.

Pour France Nature Environnement, seule association environnementale présente depuis la création de l'institution de régulation en 2008, un tel acharnement des professionnels de la publicité face aux attentes sociétales est sidérant. France Nature Environnement en tire les conclusions, et ne renouvellera pas son mandat au Conseil Paritaire de la Publicité après 12

ans de tentatives de dialogue, de concertation, d'alertes et de propositions.

Un nouveau cadre pour la publicité

Loin d'une soi-disant régulation, la publicité a besoin d'un nouveau cadre, comme l'ont demandé la Convention Citoyenne pour le Climat mais aussi plusieurs associations. Pour commencer, 4 priorités :

- Mettre fin à l'autorégulation inefficace par la création d'une instance de régulation paritaire, indépendante des professionnels.

- Créer une obligation d'information des effets néfastes des modes de transports sur le climat et la santé sur les publicités en leur faveur et interdire la publicité pour les véhicules les plus polluants : le secteur des transports est le premier secteur émetteur de gaz à effet de serre en France et est responsable d'émissions de dioxydes d'azotes et particules fines nocifs pour la santé. Une pédagogie est nécessaire sur ces faits pour orienter les achats vers des véhicules moins émetteurs.

- Interdire les écrans publicitaires numériques : ils constituent une pollution lumineuse et un gaspillage énergétique.

- Mettre en place un dispositif « pub acceptée » pour mieux encadrer la distribution de prospectus : chaque année en France, ce sont environ 18 milliards de publicités non sollicitées, soit 800 000 tonnes de papier, qui arrivent dans nos boites aux lettres. Il est temps d'inverser le dispositif en interdisant de distribuer ces prospectus sauf à ceux qui indiquent vouloir les recevoir.

Ville de Perpignan
Fleurs des villes
FLEURISSEZ ET EMBELLISSEZ
VOTRE TROTTOIR,
CONTACTEZ VOTRE MAIRIE DE QUARTIER
JCDecaux
PERPIGNAN
la catalane
Perpignan la fleur des villes
mais c'était déjà une ville jardin !