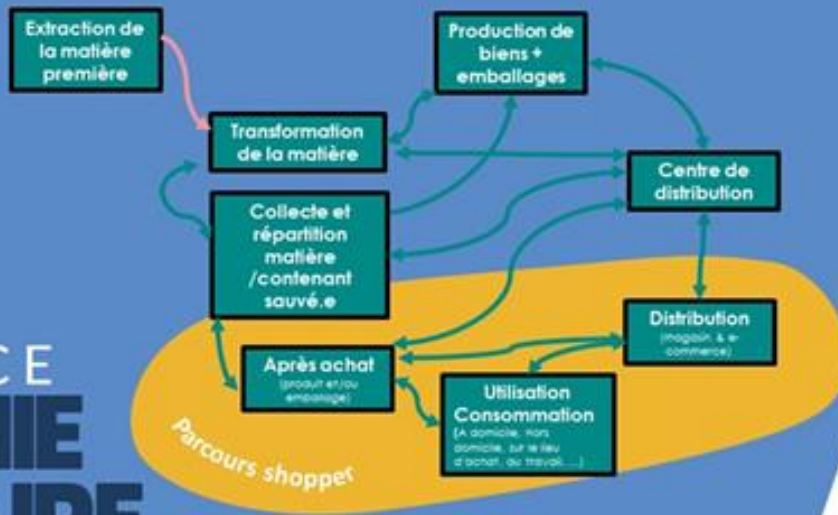


CONFÉRENCE ECONOMIE CIRCULAIRE

Repenser le parcours
shopper en intégrant le
parcours de vie du produit



Institut du
COMMERCE
PARTAGE & PROSPECTIVE

Stéphane Martin

Directeur Général
Autorité de Régulation
Professionnelle de la Publicité
(ARPP)



@smartinarpp



L'ARPP

- Association privée (loi 1901), créée en 1935
- Créée, financée et administrée par les professionnels
- Environ 800 adhérents
- Une dizaine de **juristes spécialisés en Droit de la Communication et de la Consommation**
- 3 instances associées émanant de la refonte en 2008 : CEP, CPP, JDP

RÉACTIVITÉ
ÉTHIQUE
PÉDAGOGIE
LIBERTÉ
IMPARTIAL
CRÉATION
INDÉPENDANCE
ANTICIPATION
DIGITAL



L'ARPP : rôle et missions

Statuts : « Mener une action en faveur d'une publicité loyale, véridique et saine, dans l'intérêt du public et des professionnels de la publicité »

Objectifs : Concilier liberté d'expression publicitaire et respect des consommateurs

Actions :

- **Elaborer les règles** (Recommandations déontologiques)
- **Veiller à leur application**
 - Avant diffusion (Conseils sur projets, quel que soit le support)
 - Après diffusion (Interventions ponctuelles, Bilans et Observatoires...)



2018 en chiffres

- **47 694** dossiers examinés par l'ARPP en 2018, soit une moyenne de 3 975 par mois
- **21 507** conseils tous médias délivrés soit une moyenne de 1 792 par mois
- **21 387** films, soit la totalité des spots ayant reçu un **avis favorable** transmis à l'INA dans le cadre du dépôt légal de la publicité audiovisuelle qu'accomplit l'ARPP à la demande des chaînes (sur **24 017** demandes d'avis TV/SMAd)

La déontologie peut



Préciser la loi : ex. Recommandation Alcool ou Grille de lecture *Distribution et publicité TV*



Transposer des lois qui ne s'appliquent pas *a priori* à la pub : ex. dispositions sur véhicules en espaces naturels



Remplacer la loi là où elle ne prévoit rien : ex. *Automobile*



Compléter l'action d'autres instances de régulation pour une **régulation concertée** : ex. CSA, ARJEL, AMF...



Mais aussi valoriser l'autodiscipline du secteur ou le « *Droit souple* » en général

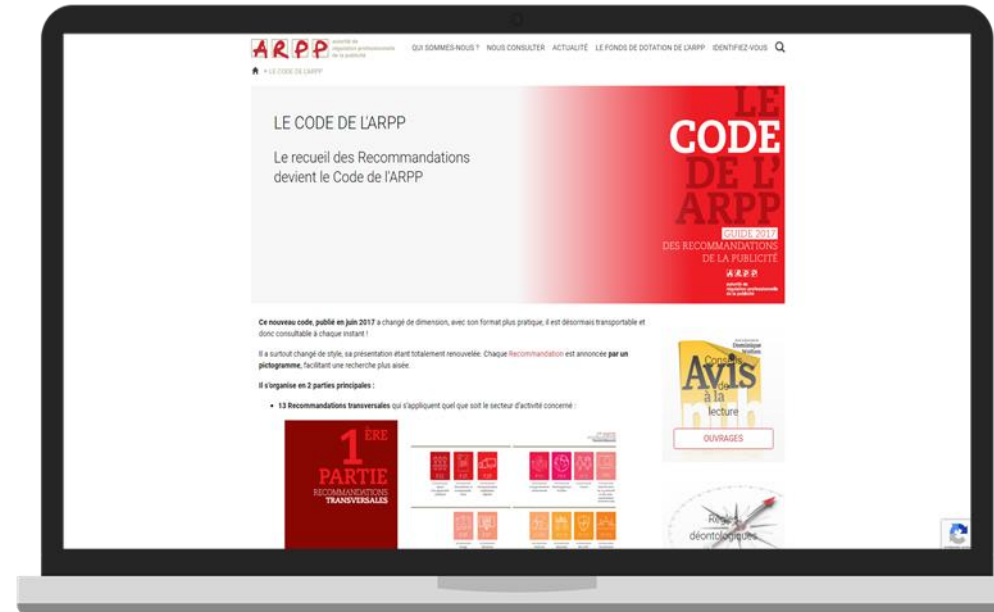


ÉVITER PLUS DE RÉGLEMENTATION

L'ARPP, au quotidien, c'est aussi... diffuser et partager la déontologie publicitaire



Newsletter



Site internet (www.arpp-pub.org)



Blog



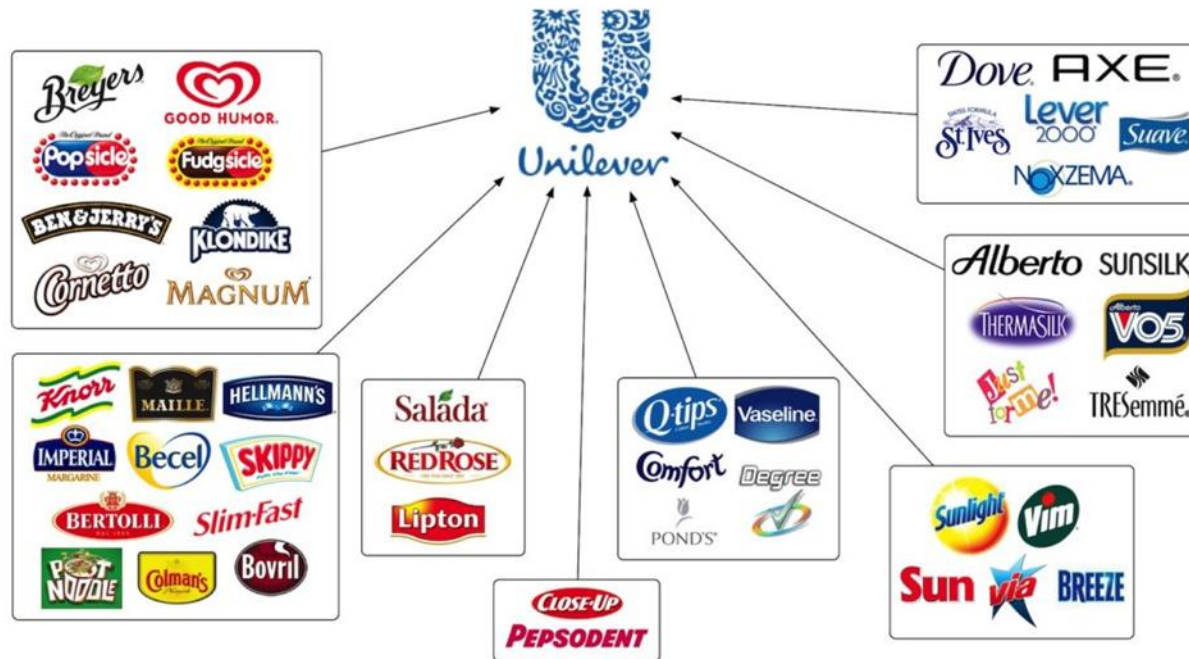
Réseaux Sociaux

L'ARPP, au quotidien, c'est aussi...

diffuser et partager la déontologie publicitaire



Des démarches individuelles...

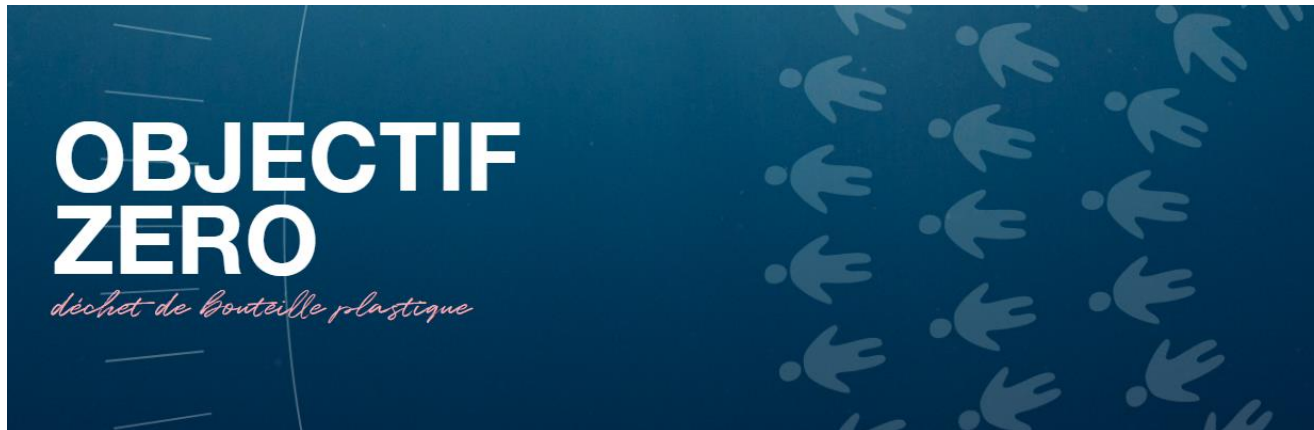


Objectif:
réduire de moitié tous les emballages plastiques d'ici 2025.

Tous les emballages de produits alimentaires, d'hygiène ou d'entretien **seront aussi réutilisables ou recyclables d'ici six ans**



Des démarches individuelles...



Objectif:

evian s'engage à être une marque 100% circulaire d'ici 2025 et fabriquer toutes ses bouteilles en plastique à partir de 100% de PET recyclé.

En collaboration avec la **Fondation Ellen MacArthur**, evian a défini une feuille de route pour son emballage pour passer d'un modèle linéaire (produire, utiliser et jeter) à un modèle circulaire (produire, utiliser, recycler et réutiliser).

Des démarches individuelles...



Avec son partenaire Ampacet, Henkel a mis au point une solution innovante : un emballage plastique noir entièrement recyclable



Objectif:

Notre mission: utiliser des matériaux issus de sources durables dans des designs intelligents afin de **boucler la boucle,**

D'ici à 2025, 100 % des emballages Henkel seront recyclables, réutilisables ou compostables et nous voulons intégrer 35 % de plastique recyclé dans nos emballages de produits de grande consommation en Europe d'ici à 2025.



"Trions en beauté" de L'Oréal en partenariat avec Citeo



L'Oréal veut remplacer le plastique de ses tubes de crème par du carton



Qui se généralisent...



FEBEA

8 184 abonnés

2 sem.



Pleinement conscientes de leur responsabilité dans la protection de l'environnement, les entreprises du secteur de la cosmétique membres de la FEBEA sont engagées dans une démarche positive d'économie circulaire. Découvrez 120 bonnes pratiques de 57 marques cosmétiques <https://bit.ly/2m5W31V>



Recommandation *Développement durable* de l'ARPP



Recommandations du CNE

L'emploi de ce type d'allégations doit respecter la norme NF EN ISO 14021 et en tout état de cause doit s'appuyer sur la Recommandation « Développement durable » de l'ARPP ainsi que sur les définitions du guide du Ministère chargé de l'écologie/CNC. Les informations suivantes doivent ainsi figurer :

- Une mention proportionnée permettant de relativiser l'allégation,
- L'élément sur lequel porte l'allégation : un composant, l'emballage ou le produit.
- Des explications sur les principales caractéristiques environnementales complétées éventuellement par tout autre moyen approprié (site internet).

Recommandation *Développement durable* v2



Recommandation *Développement durable*

1 Promesse disproportionnée

Induire un **intérêt écologique supérieur** à ce qu'il est réellement

Argument **ne portant que sur un seul aspect** du cycle de vie, **présenté de façon globale**

2 Visuels suggestifs

Représentation de **fleurs, arbres, animaux, paysages bucoliques, sauvages** :

non justifiés par les propriétés du produit ou service

Représentation de **logo**, manque de précision, risque de confusion avec un **label**



3 Allégations globalisantes

Vocabulaire **imprécis, global** : écologique, vert, respect de l'environnement, naturel...

Absence d'explication sur la nature ou la portée de l'éco-innovation

4 Banalisation de mauvais comportements ou discrédit porté sur de bons comportements environnementaux

Véhicules à moteur représentés sur un espace naturel, gaspillage d'énergies, dégradation des ressources naturelles....

Critiques, **traitement péjoratif** de comportements valorisés par les Pouvoirs publics.

Recommandation *Développement durable*

- **Développement durable / écoblanchiment**
- **Pas de globalisation** des propriétés d'un produit
- Attention aux allégations qui ne doivent **pas excéder les propriétés** du produit ou du service



Recommandation *Développement durable*

1. Promesse disproportionnée

Induire un intérêt écologique supérieur à ce qu'il est réellement

Argument ne portant que sur un seul aspect du cycle de vie, présenté de façon globale



Recommandation *Développement durable*

1. Promesse disproportionnée



Recommandation *Développement durable*

2. Visuels suggestifs

Représentation de fleurs, arbres, animaux, paysages bucoliques, sauvages : non justifiés par les propriétés du produit ou service

Représentation de **logo**, manque de précision, **risque de confusion** avec un label



Recommandation *Développement durable*

3. Allégations globalisantes

Vocabulaire imprécis, global : écologique, vert, respect de l'environnement, naturel...

Absence d'explication sur la nature ou la portée de l'éco-innovation



Recommandation *Développement durable*

4. Banalisation de mauvais comportements ou discrédit porté sur de bons comportements environnementaux
Véhicules à moteur représentés sur un **espace naturel**, gaspillage d'énergies, dégradation des ressources naturelles....

Critiques, **traitement péjoratif** de comportements valorisés par les Pouvoirs publics



Emballage Y =
Planète responsable

100 % écologique

La révolution écologique

Emballage responsable

des expressions
globalisantes
difficilement
justifiables...



Des exemples d'expressions globalisantes...



Recommandations du CNE

L'emploi de ce type d'allégations doit respecter la norme NF EN ISO 14021 et en tout état de cause doit s'appuyer sur la Recommandation « Développement durable » de l'ARPP ainsi que sur les définitions du guide du Ministère chargé de l'écologie/CNC. Les informations suivantes doivent ainsi figurer :

- Une mention proportionnée permettant de relativiser l'allégation,
- L'élément sur lequel porte l'allégation : un composant, l'emballage ou le produit.
- Des explications sur les principales caractéristiques environnementales complétées éventuellement par tout autre moyen approprié (site internet).

A venir, la v3 de Recommandation *Développement durable* de l'ARPP... suite à l'avis CPP (septembre 2019)

NOUVEL **AVIS** ADOPTÉ PAR LE
CONSEIL PARITAIRE DE LA
PUBLICITÉ RELATIF A LA
RECOMMANDATION ARPP
DÉVELOPPEMENT DURABLE



A venir, la v3 de Recommandation *Développement durable* de l'ARPP... suite à l'avis CPP (septembre 2019)

Le CPP est convaincu de la pertinence d'**actualiser la Recommandation** pour une publicité toujours plus responsable, quel que soit le support de diffusion utilisé.

Le CPP souhaite également proposer **d'autres leviers d'actions** au-delà de l'actualisation de la recommandation.

Le CPP rappelle enfin que le champ de cette Recommandation dépasse la seule utilisation *stricto sensu* d'un **argument écologique** qui, conformément à la définition du texte couvre « *toute revendication, indication ou présentation, sous quelque forme que ce soit, utilisée à titre principal ou accessoire ...* ».



A venir, la v3 de Recommandation *Développement durable* de l'ARPP... suite à l'avis CPP (septembre 2019)

« ...sans remettre en cause la possession d'un bien ou l'utilisation d'un service, les membres du CPP considèrent que le point 9.1-b/ devrait être revu dans le respect des nouveaux usages de consommation, dans une démarche permettant **une consommation responsable qui n'incite pas à jeter un produit, à le dégrader alors qu'il fonctionne encore et qu'il demeure consommable**, sans tenir compte – lorsque cela est possible – **de sa durabilité, de sa réutilisation, de son réemploi / seconde vie ou de son recyclage.** »

« ...au regard des enjeux et de l'importance des comportements des citoyens dans la transition écologique, le CPP souhaite préconiser la modification de l'emplacement de la partie relative aux **impacts éco-citoyens** de la Recommandation pour la mettre **en priorité dans le texte.** »

« ...il existe et existera un **besoin de communications, de publicités**, pour accompagner les acteurs qui auront des propositions à faire aux consommateurs, aux citoyens, pour apporter de nouvelles solutions, de nouveaux produits, de nouveaux services et de nouveaux usages. »



A venir, la v3 de Recommandation *Développement durable* de l'ARPP... avis CEP



A venir, la v3 de Recommandation *Développement durable* de l'ARPP... avis CEP

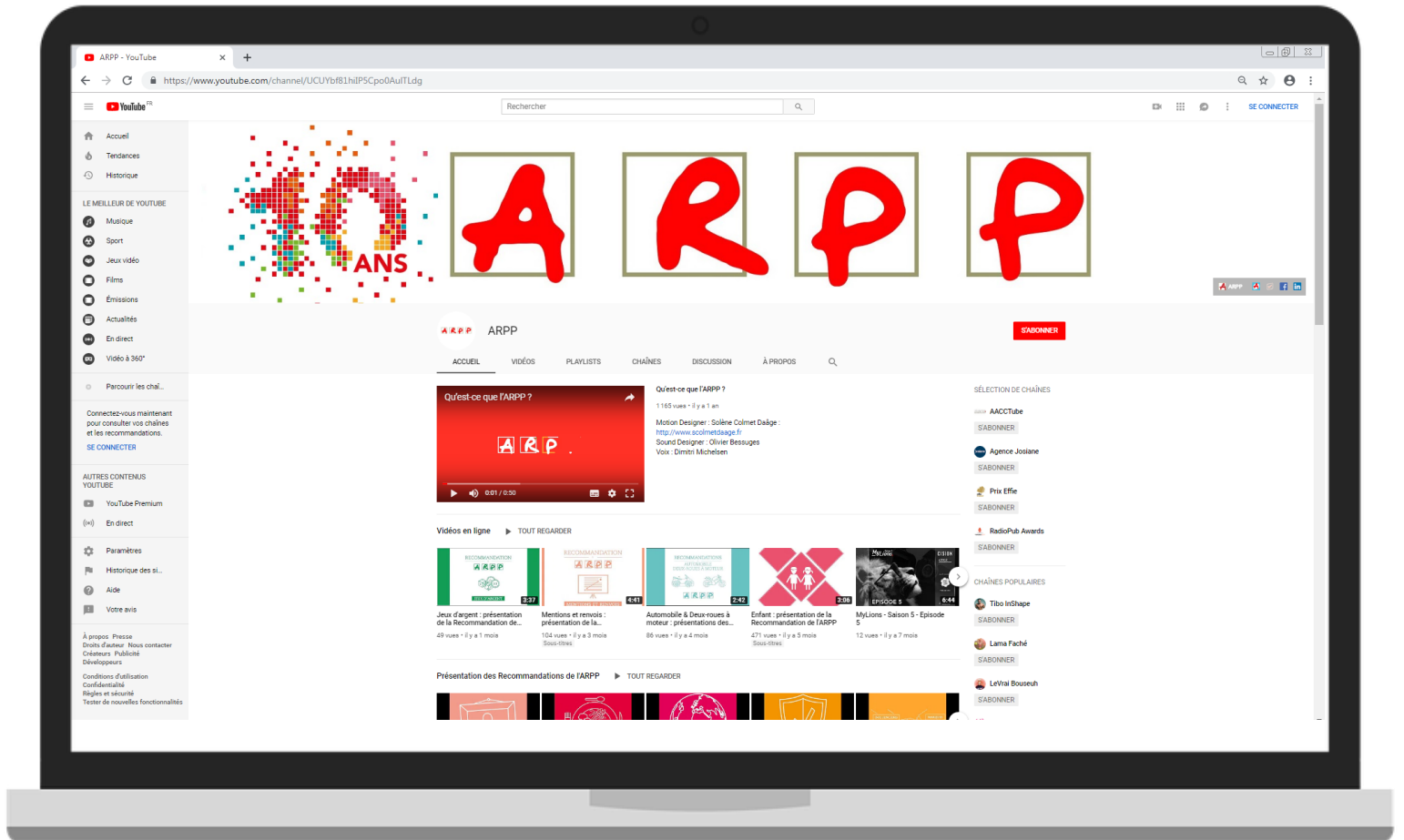
Sommaire

- La recherche de nouveaux paradigmes
- La publicité en question
- L'autodiscipline publicitaire doit-elle renforcer ses règles, notamment relatives à la représentation de la « surconsommation » ?
- Il est attendu des marques qu'elles prennent position
- Enjeux écologiques, innovation et publicité
- Travailler l'interprétation de la règle d'autodiscipline sur l'acceptabilité des allégations



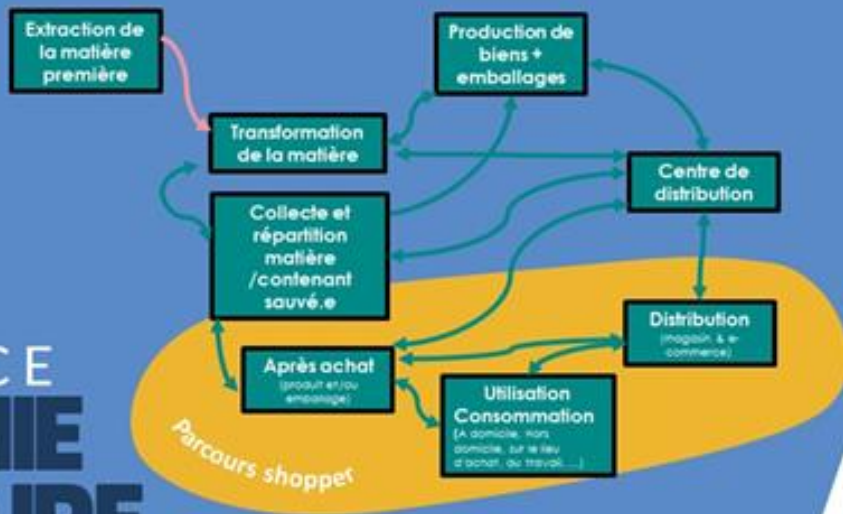
Retrouvez
toutes
nos
motion
design
sur notre
chaîne

POUR TOUT SAVOIR
ALLEZ SUR NOTRE SITE
WWW.ARPP.ORG OU
SUR NOTRE BLOG



CONFÉRENCE ECONOMIE CIRCULAIRE

Repenser le parcours
shopper en intégrant le
parcours de vie du produit



Stéphane Martin

Directeur Général
Autorité de Régulation
Professionnelle de la Publicité
(ARPP)



@smartinarpp



Institut du
COMMERCE
PARTAGE & PROSPECTIVE

