



Ségolène Royal

candidate à l'élection présidentielle

Jacques Olivier Barthes
Atelier publicité de l'Alliance pour la Planète

Paris, le 4 avril 2007

Monsieur

Vous avez interpellé Mme Royal, candidate à la Présidence de la République, sur les propositions avancées par votre organisation concernant l'évolution des règles en matière de publicité.

Dans une réponse écrite adressée à l'Alliance pour la Planète, Ségolène Royal a fait part de son souhait de promouvoir une éthique de la publicité bannissant les usages infondés de l'argument écologique et réglementant la promotion publicitaire des produits les plus polluants.

Je voudrais ici préciser certaines dispositions que Mme Royal souhaite encourager.

Ségolène Royal demandera que soit ouvert un débat national sur l'affichage publicitaire. Au-delà des mesures spécifiques qui devront être proposées à l'issue de ce débat pour prendre en compte les évolutions récentes de l'affichage publicitaire, ce débat aura pour mandat d'explorer l'idée d'une réforme du Bureau de Vérification de la Publicité pour le transformer en autorité administrative indépendante intégrant les professionnels, l'autorité publique et des représentants des associations. Dans le cadre de cette réforme, cette nouvelle autorité pourrait se voir confier la responsabilité de vérifier la bonne utilisation de l'argument écologique dans la publicité.

Parce que Ségolène Royal souhaite promouvoir, dans tous les domaines, le développement durable, il sera nécessaire d'engager des initiatives de formation et de sensibilisation de tous les acteurs de la société, y compris dans le secteur de la publicité. Ces initiatives permettront de faire évoluer les pratiques des professionnels du secteur pour que ces médias valorisent le concept de développement durable, plutôt de d'utiliser indûment l'argument écologique.

Du fait de leur responsabilité en tant que médiateur ces entreprises de publicité devraient naturellement s'imposer des pratiques exemplaires en matière de développement durable pour la gestion de leurs activités.

Dans une société progressant collectivement vers le développement durable, la nécessité pour les entreprises de rendre compte de leurs efforts en la matière est aujourd'hui cadrée par la loi NRE. Parce que les agences de publicité ont, du fait de leur rôle de médiateur, une responsabilité particulière, il serait souhaitable d'imposer à celles de ces agences qui échappent à cette loi, et en fonction de leur taille, la publication d'un rapport annuel de développement durable. Pour éviter de surcharger ces entreprises avec ces obligations de reporting, une structure de rapport simplifiée pourrait être envisagée.

Recevez, Monsieur, mes salutations les plus cordiales.

Bruno Rebelle

Conseiller développement durable de Ségolène Royal