

Paris, le 04 Avril 2007

Cher Monsieur

Vous avez souhaité des précisions concernant la position de N SARKOZY sur la publicité.

S'agissant plus spécifiquement de la création d'une agence administrative indépendante, le candidat n'est pas favorable à la multiplication de structures administratives et souhaite au contraire une meilleure cohérence de leur fonctionnement.

Il est effectivement anormal que les règles existantes ne soient pas appliquées. Nos concitoyens peuvent être induits en erreur alors même qu'ils sont désireux d'adopter des comportements plus respectueux de l'environnement. Cette question se pose pour l'environnement comme pour la santé. L'encadrement de l'argument écologique des publicités est indispensable.

La question est aussi et surtout celle de la clarification des règles. Quels critères prenons-nous pour définir un produit respectueux de l'environnement ? Le premier critère est sans aucun doute les émissions de gaz à effet de serre, ce qui plaiderait par exemple pour les énergies renouvelables et le nucléaire, les isolations, les véhicules électriques ou à faible émission de CO2. La confusion est manifeste pour les véhicules dits « propres ». Le deuxième critère serait celui de la préservation de la biodiversité et le troisième critère celui de la santé environnementale.

Le BVP est critiqué pour l'insuffisance de son intervention mais les règles ne sont pas lisibles. Il faudra revoir la structure du BVP et plus encore l'opposabilité de ses décisions. D'ailleurs la question se pose pour les règles environnementales comme pour les règles sanitaires et sociales.

Toutes les associations de défense de l'environnement partagent la nécessité d'encadrer l'argument publicitaire écologique mais ne sont pas nécessairement d'accord sur la création d'une autorité administrative indépendante ou la définition de normes pour juger du caractère écologique des produits. Les débats sont intenses comme en témoigne les articles actuels de la presse.

Un examen est en cours avec l'ADEME, un forum Pub et cité sur le développement durable aura lieu en juin. A l'issue de ces débats, nous aurons une vision plus claire. La création d'une nouvelle structure ne réglera pas le problème de fond sur les critères qui permettent de considérer un produit sain pour l'environnement ou la santé.

Nous pensons qu'il est indispensable que cette question, qui est une question de société puisqu'elle interroge nos règles de consommation mais également les limites à la liberté des entreprises, soit clairement évoquée dans le cadre du Grenelle de l'environnement.

La première priorité est de définir une règle pour distinguer un produit propre, sain ou socialement équitable

La deuxième priorité est de fixer des règles claires pour interdire toute publicité contraire ou tendancieuse quant aux exigences écologiques, sanitaires et sociales - la sensibilisation de la profession que vous proposez est indispensable, de même que l'information du public. Il y a lieu de renforcer le code de déontologie et sans doute de lui donner une valeur normative.

La troisième priorité est de clarifier les règles d'étiquetage des produits, celui-ci est extrêmement confus pour les consommateurs.

Très cordialement

Chantal JOUANNO