

<https://cdurable.info/Le-Collectif-des-Publicitaires-eco-socio-innovants,1731.html>

Le Collectif des Publicitaires éco-socio-innovants franchit le cap des 200 membres et publie

son manifeste « La pub est



la publicité éthique

! »

Communication - La Communication Responsable -

Copyright © CDURABLE.info l'essentiel du développement durable - Tous

droits réservés

Le collectif des publicitaires éco-socio-innovants se fixe pour objectif de changer la publicité en l'adaptant au monde dans lequel nous vivons désormais, bien différent de celui des « trente glorieuses ». Il veut prouver que la prise en compte de l'environnement et de la responsabilité sociale sont un véritable moteur pour l'innovation et la créativité et le meilleur moyen d'aider les marques à se distinguer et à renforcer leur valeur.



Le collectif a été fondé au printemps 2008, dans la foulée du Grenelle de l'Environnement et suite au refus de plusieurs associations du groupe 6 consacré à la communication (en particulier l'Alliance pour la Planète et l'UFC Que Choisir) de participer aux instances d'autorégulation « entre amis » privilégiées par l'Association des Agences Conseil en Communication (AACC) et l'Union des Annonceurs (UDA). Ce collectif résulte de l'initiative de plusieurs patrons d'agences engagés en matière de publicité verte et éthique (incluant environnement, social, diversité, hygiène de vie, droits humains, ...).

A quelques mois de la décision gouvernementale de réévaluer le système d'autorégulation mis en place par l'AACC en juin 2008, force est de constater que les inquiétudes du collectif étaient fondées. Laurent Terrisse, fondateur de l'agence Limite, déclare : « **L'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (ARPP) et son Jury de Déontologie de la Publicité (JDP) ne sont pas parvenus à endiguer le déferlement de campagnes de publicité mises en cause par les associations et par le JDP lui-même comme des cas de greenwashing (ou désinformation verte)** ». Les campagnes Areva « l'énergie au sens propre », Le Chat « Eco-efficacité », Renault « Eco2-Hélène Mac Arthur » et bien d'autres ont pu être intégralement diffusées sans freins ni sanctions ! **Conséquence, l'image de notre profession continue donc à se dégrader auprès de l'opinion : 94% des Français estiment les pubs « mensongères »** (Opinion Way avril 2009). Alexandre Pasche de l'agence Eco&Co ajoute : « ce qui est plus grave, c'est que ces campagnes de publicité irresponsable exposent les annonceurs à de sévères attaques médiatiques, voire à des actions judiciaires. Les entreprises sont placées en situation d'insécurité et elles pâtiront de cette moindre confiance en sortie de récession ».

Face à la tactique « des petits pas » soutenue par des responsables de l'AACC et de l'UDA, les Publicitaires éco-socio-innovants s'attachent à promouvoir des exemples de communication innovante car verte et éthique. Ces exemples ont été présentés en octobre 2008 lors de l'événement « Eco-socio-innovantesque ! » (consultable sur le site du collectif).

<http://publicitairesvsecoblanchiment.ning.com>

La démarche a fait boule de neige : aujourd'hui 210 professionnels de tous les métiers de la communication (le terme « publicitaires » est à prendre au sens grand public) ont adhéré au collectif.

Ils se répartissent de la façon suivante :

- ▶ 37% agences et conseils (27 dirigeants de 24 agences + 13 free-lances + 37 salariés d'agences)
- ▶ 10% annonceurs (20 membres)
- ▶ 44% professions, experts et institutions de la communication (41 membres) et du développement durable (50 membres)
- ▶ 9% étudiants (19 membres).

Très actif, ce réseau a élaboré le Manifeste « La pub est morte, vive la publicité verte et éthique ! » ainsi que de nouveaux outils pour aider les professionnels à favoriser une communication éco-socio-innovante.

Ce manifeste sera débattu et ces outils seront présentés lors du prochain barcamp « Ecolo-socio-innovantesque ! », le 11 juin prochain à Paris (inscription : <http://eco-socio-innovants.eventbrite.com>). A cette occasion, les Publicitaires éco-socio-innovants, attentifs aux critiques portées par les écologistes, les anti-pub et les intellectuels... essaieront de démontrer, preuves à l'appui, que lorsqu'elle est verte et éthique, la publicité reste digne d'être aimée.

[Lire le Manifeste du collectif](#)