

Pour un encadrement de la pub dans le monde d'après

Sous embargo jusqu'au 9 juin 2020 à 14h00 -

Les Amis de la Terre France, Résistance à l'agression publicitaire (RAP) et Communication sans frontières (CSF), en partenariat avec l'Observatoire des multinationales, publie un rapport intitulé *BIG CORPO. Encadrer la pub et l'influence des multinationales : un impératif écologique et démocratique* [1]. Décortiquant le rôle central de la publicité et la communication des multinationales dans la surconsommation, ce rapport contient des recommandations concrètes pour réguler ces activités d'influence des entreprises et donner, dans le monde d'après, plus de place aux discours citoyens.

Élaboré en lien avec des experts universitaires et avec les apports des 22 associations [2], ce rapport pionnier sur les enjeux de communication des multinationales montre :

- que les plus de **30 milliards d'euros annuels de dépenses de communication commerciale** en France engendrent directement des phénomènes de **surconsommation de produits controversés** comme certains véhicules ou produits alimentaires ;
- que les campagnes de communication dites « corporate », de certaines industries sur leur « responsabilité sociétale », contribuent à façonner une **image trompeuse dans l'opinion**, pour protéger leur valeur financière et **influencer les décideurs politiques** ;
- qu'au-delà de son omniprésence dans l'espace public, le marché publicitaire permet aux annonceurs d'exercer une **influence éditoriale réelle sur les médias** et, par la publicité ciblée sur internet, d'organiser une **surveillance de masse**.

Le rapport formule également plus de 20 propositions concrètes qui se structurent en quatre grands axes : lutter contre la pollution directe des activités publicitaires, instaurer des mécanismes de régulation indépendante des discours des entreprises, engager des réformes économiques pour réduire la pression commerciale et enfin, soutenir l'indépendance des médias et les discours des associations citoyennes.

Selon **Marie Cousin**, présidente de Résistance à l'agression publicitaire « *La pub et le marketing nous poussent à dévorer et polluer la planète. Au nom de l'impératif écologique, l'État doit maintenant poser des limites : réguler les discours pour lutter contre les incitations à la surconsommation, et interdire les supports polluants comme les écrans numériques* ».

Juliette Renaud, responsable de campagne sur la Régulation des multinationales aux Amis de la Terre France ajoute : « *En plus d'alimenter la surconsommation, la publicité des multinationales sert aussi de façon sournoise à des fins de lobbying. En blanchissant leur image, elles trompent les citoyens et les décideurs politiques, et font croire à ces derniers qu'il n'y a pas besoin de les réguler puisqu'elles sont soi-disant déjà « vertes » et « responsables ». Les laisser dire ce qu'elles veulent participe donc à leur impunité, il faut mettre fin à ce mythe de l'autorégulation !* ».

Selon **Bruno-Georges David**, président fondateur de CSF « *la citoyenneté et l'information ne sont pas des produits de consommation. Il est fondamental de redonner aux citoyens, aux ONG et aux médias la liberté et les moyens de diffuser leurs discours, sans qu'ils soient condamnés, pour exister, à singer les pratiques publicitaires des multinationales ou participer à leur blanchiment d'image* ».

Ce rapport intervient dans un contexte de politisation des enjeux publicitaires quelques jours avant la publication du rapport commandé par le gouvernement sur les impacts de la publicité et le rendu des conclusions de la Convention citoyenne pour le climat du 19 au 21 juin 2020, qui prévoit des propositions sur la régulation de la publicité.

Contacts presse :

Renaud Fossard, auteur du rapport : 06 37 52 45 90 – rfossard@sp-im.org

Khaled Gaiji, chargé de communication de R.A.P. : 06 76 34 86 49 – khaled.gaiji@antipub.org

Notes

[1] Le rapport et sa synthèse sont disponibles (sous embargo) en téléchargement. Pour la synthèse du rapport illustrée en format planche: <https://ncloud.zaclys.com/index.php/s/DL3rW29bWkrLT8o> Pour le rapport complet: <https://ncloud.zaclys.com/index.php/s/YtSfeEFzmYaWdA>

[2] Le rapport a été coordonné par les Amis de la Terre France, RAP et CSF, écrit en partenariat avec l'Observatoire des multinationales, avec des apports des associations suivantes : Action Aid France, ACRIMED, AlterEU, CCFD - Terre Solidaire, Collectif Ethique sur l'étiquette, foodwatch Framasoft, Halte à l'Obsolescence Programmée, Institut Veblen, Lève les yeux, La Quadrature Du Net, Paysages de France, Réseau Anti-arnaques, Résistance à l'agression Publicitaire, RITIMO, Sciences citoyennes, Sherpa, Sites et Monuments, ZeroWasteFrance.