

CONSEIL NATIONAL DU NUMERIQUE

Contribution de l'ARPP à la consultation publique

L'autodiscipline publicitaire sur l'Internet est une préoccupation forte et constante de l'ARPP ; des représentants de ce secteur siégeant au Conseil d'Administration depuis 2000, aux côtés d'organisations et d'entreprises elles-mêmes se diversifiant dans l'activité « digitale ».

La première Recommandation de l'ARPP (à l'époque le BVP) « Internet, support publicitaire » fut adoptée par les professionnels en 2000. Actualisée une première fois en 2005, cette Recommandation vient de faire l'objet d'une nouvelle mise à jour. En effet, le 17 décembre 2010, le Conseil d'Administration de l'ARPP a entériné la Recommandation « Communication Publicitaire Digitale »¹.

Elaborée par un Comité de Rédaction regroupant des membres de l'ARPP, en l'occurrence les organisations professionnelles concernées (AACC, Geste, IAB, MMA France, SNPTV, SRI, UDA, UDECAM) et des représentants individuels des grands annonceurs, des agences, supports et régies, cette nouvelle Recommandation a vu son champ d'application s'élargir, couvrant dorénavant des problématiques relatives à toute publicité communiquée par voie électronique quels qu'en soient le support, le format et la technique (aussi variés soient-ils : le mobile, la réalité augmentée, les SMAd, les communautés virtuelles, *l'in-game advertising*, *l'advergaming*, la publicité comportementale, etc).

Bien entendu, au sein du dispositif de l'autodiscipline publicitaire, l'encadrement de la Publicité Digitale ne relève pas de la seule intervention des professionnels, puisque l'ensemble des Instances Associées de l'ARPP ont été, et demeurent, fortement impliquées :

- Le Conseil de l'Éthique Publicitaire (www.cep-pub.org) et
- le Conseil Paritaire de la Publicité (structure paritaire Associations/Professionnels ; présidée par un représentant du monde associatif (www.cpp-pub.org)),

intégrés au processus d'élaboration des règles déontologiques, ont respectivement rendu un avis² public sur la publicité digitale et les nouveaux médias.

Aussi, les décisions rendues par le Jury de Déontologie Publicitaire (instance ayant pour mission de statuer sur les plaintes du public (www.jdp-pub.org)), portent aujourd'hui en premier lieu sur le support Internet (en 2010, sur 47 décisions rendues, 15 relèvent de l'Internet vs 10 en presse, 9 en affichage, 7 en TV ou 2 en radio).

Forte d'un dispositif renforcé et largement éprouvé de Régulation concertée, membre dès l'origine du Forum des Droits de l'Internet, l'ARPP sollicite légitimement d'être associée à la constitution du futur Conseil National du Numérique.

¹ http://www.arpp-pub.org/IMG/pdf/Recommandation_Communication_Publicitaire_Digitale-4.pdf

² <http://www.cep-pub.org/Avis-sur-la-publicite-et-les,48.html>

<http://www.cpp-pub.org/Avis-publicite-et-nouveaux-medias,69.html>

1. Quelles doivent être les missions du futur Conseil National du Numérique ?

- Consultation

L'ARPP estime que le Conseil National du Numérique doit être le lieu de la consultation systématique et préalable pour tous projets de textes législatifs et réglementaires, nationaux et européens, ayant trait à l'économie numérique.

Lieu d'écoute (forum, par essence numérique), il mesure l'impact des projets de régulation, notamment en procédant à des auditions des parties prenantes/personnalités choisies en raison de leur compétence.

- Dialogue

Jouant à la fois un rôle d'interface et de « Hub », la fonction de dialogue permettrait au Conseil National du Numérique de prendre en compte les préoccupations de la Société civile, des professionnels et des pouvoirs publics, favorisant ainsi l'échange et l'orientation des requêtes vers les services des autorités compétentes (Ex : Dans le cas d'une question relative à la publicité digitale, l'intéressé devrait pouvoir être orienté vers l'ARPP et ses instances associées, dont le Conseil Paritaire de la Publicité ou le Jury de Déontologie Publicitaire).

- Rôle à l'International

Compte tenu de la dimension transfrontalière des problématiques numériques, l'ARPP préconise que le Conseil National du Numérique doit devenir un interlocuteur privilégié des instances internationales telles les Institutions européennes, mais également la Chambre de Commerce International, The Internet Governance Forum, EuroDIG...

2. Quelle doit être la gouvernance du futur Conseil National du Numérique et comment doit s'articuler le Conseil National du Numérique avec le monde du numérique ?

L'ARPP privilégie une gouvernance paritaire du futur Conseil National du Numérique. Le Conseil National du Numérique devrait être composé de deux collèges équilibrés, composés respectivement de représentants des professionnels et en leur sein, du numérique (Ex : ACSEL, AFA, ASICS, AFOM, ARPP aux côtés de ses administrateurs : AACC, IAB, SRI, UDA, etc., CGPME, FFTé, MEDEF, MMA France, SELL...) et des associations représentatives reconnues (Ex : Action Innocence, CNAFC, CIEM, E-enfance, Jeuxonline, UNAF, Villes Internet...).

Chacun des collèges désigne un président.

Dans le cadre de son rôle consultatif, le Conseil National du Numérique rend des avis ou des rapports, dans les cas où il n'existe pas de structures préexistantes de concertation.

Dans le cas inverse, ces structures compétentes doivent pouvoir être saisies par le Conseil National du Numérique. Ex : en matière de communication publicitaire digitale, le Conseil National du Numérique devrait saisir systématiquement l'ARPP et ses instances associées.

L'ARPP estime que l'apport d'un soutien administratif et d'un contrôle financier du Conseil National du Numérique serait opportun (ex : au travers du Comité Stratégique pour le Numérique, rattaché au Premier Ministre, depuis 2006).

Le Conseil National du Numérique ne saurait se substituer aux pouvoirs et attributions des autorités privées et publiques existantes, ni empiéter sur leurs compétences, notamment concernant des problématiques relevant de leurs périmètres.

3. Quel financement pour le Conseil National du Numérique ?

L'ARPP privilégie un financement public du Conseil National du Numérique sur le budget de l'Etat au regard des problématiques relevant de l'ensemble de la société.