



autorité de
régulation professionnelle
de la publicité

Communiqué de Presse

14 septembre 2012

M. Alexandre Lallet est nommé Vice-président du Jury de Déontologie Publicitaire

Le Conseil d'Administration de l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (ARPP), vient de nommer **Alexandre Lallet**, nouveau membre du Jury de Déontologie Publicitaire (JDP) au sein du collège des trois membres que les Administrateurs désignent au JDP, composé de neuf membres, conformément aux statuts de l'association.

Un tiers des autres membres, tous indépendants et impartiaux, tant des professionnels que des associations sociétales, a été proposé par le Conseil de l'Ethique Publicitaire (CEP), le dernier tiers par le Conseil Paritaire de la Publicité (CPP), deux autres instances associées de l'ARPP.

Sur proposition de la Présidente du Jury de Déontologie Publicitaire, **Valérie Michel-Amsellem**, le Conseil d'Administration de l'ARPP a en outre désigné **Alexandre Lallet, vice-président du JDP**.



Alexandre Lallet est maître des requêtes au Conseil d'Etat et y exerce depuis mai 2012 les fonctions de rapporteur public à la première sous-section de la Section du contentieux.

Diplômé de l'Institut d'études politiques de Lille et de l'Ecole nationale d'administration, il est entré au Conseil d'Etat en 2006 où il a occupé les fonctions de rapporteur à la Section du contentieux, ainsi qu'à la Section des travaux publics sous la présidence de Marie-Dominique Hagelsteen, et auprès de laquelle il a été rapporteur de la mission sur les exclusivités dans le secteur de la télévision payante.

Il a également été rapporteur général de la Commission d'accès aux documents administratifs (CADA), rapporteur du groupe de travail du Conseil d'Etat sur la dissimulation du visage dans l'espace public, et rapporteur de la Commission de réflexion pour la prévention des conflits d'intérêts dans la vie publique. Il a en outre enseigné le droit public à l'IEP de Lille. Il a ensuite exercé les fonctions de responsable du Centre de recherches et de diffusion juridiques du Conseil d'Etat, avant de rejoindre le cabinet du Premier ministre François Fillon en tant que conseiller technique pour les libertés publiques, puis de conseiller pour la justice.

Art. 12 c) des statuts de l'ARPP : « *Le Jury a pour mission de se prononcer publiquement sur les plaintes émises à l'encontre d'une publicité ou d'une campagne au regard des règles professionnelles, au respect desquelles l'ARPP a pour mission de veiller.* »

A propos de l'ARPP

Créée en 1935 sous l'appellation d'Office de Contrôle d'Annonces (OCA), puis de 1953 à 2008 en s'élargissant aux autres médias existants et en devenir, en prenant la dénomination de Bureau de Vérification de la Publicité (BVP), l'**Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (ARPP)** est l'organisation française d'autodiscipline publicitaire.

Présidée par une 'Haute personnalité indépendante', M. François d'Aubert depuis le 4 novembre 2011, l'ARPP réunit les trois acteurs de la publicité et de la communication en général : les annonceurs, les agences de communication, les médias et supports publicitaires.

Entièrement financée par ses adhérents (environ 650 entreprises cotisantes), qui édictent leurs règles déontologiques, l'ARPP œuvre chaque jour pour préserver la liberté de création publicitaire dans les limites convenues et la protection des consommateurs.

Pour ce faire, l'ARPP a structuré autour de son Conseil d'administration représentant les trois professions, trois instances associées en amont et en aval de la déontologie publicitaire :

- le **Conseil de l'Éthique Publicitaire** (CEP), présidé par Dominique Wolton, anticipe et pense les questions éthiques en publicité ;
- le **Conseil Paritaire de la Publicité** (CPP), obligatoirement présidé par un représentant du Collège des associations de consommateurs ou environnementales (Michel Bonnet, Familles de France, depuis septembre 2008), est le lieu d'expression et de concertation des associations sur le contenu des règles de la publicité ;
- le **Jury de Déontologie Publicitaire** (JDP), présidé par **Valérie Michel-Amsellem** (Cour d'Appel), juge de toute plainte sur le non respect par une publicité diffusée des règles déontologiques.

22 salariés, dont une dizaine de juristes conseil qui délivrent chaque jour plus de 140 conseils tous médias et avis TV avant diffusion, contribuent à faire vivre concrètement la déontologie publicitaire auprès des membres de l'ARPP.