

ARPP

autorité de
régulation professionnelle
de la publicité

Communiqué de Presse
12 octobre 2012

Mme Chantal Colleu-Dumond, nouveau membre du Conseil de l'Éthique Publicitaire

Le Conseil d'Administration de l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (ARPP), a approuvé la proposition de candidature de **Madame Chantal Colleu-Dumond**, nouvelle 'Personnalité Qualifiée' d'une de ses trois instances associées, le **Conseil de l'Éthique Publicitaire**, en remplacement de Madame Catherine Bréchnignac.



Madame Chantal Colleu-Dumond est agrégée de lettres classiques, chevalier de la légion d'honneur et officier des Arts et des Lettres.

Elle a exercé diverses responsabilités culturelles en Allemagne, en Roumanie et en Italie.

Elle est l'auteur de plusieurs ouvrages : *L'abbaye de Fontevraud* (Robert Laffont), *Nils Udo* et *Trois années à Chaumont au fil des saisons* (Gourcuff Gradenigo), *Jardin contemporain mode d'emploi* (Flammarion).

Elle est membre de la Société des amis de la Sorbonne.

Elle dirige, actuellement, le Domaine et le Festival international des jardins de Chaumont-sur-Loire (41).

Dominique Wolton, Président du CEP se réjouit « *de l'expérience dont elle est porteuse dans les rapports entre culture et communication. Par ses activités dans plusieurs pays, elle a su lier, dans ce travail si délicat de l'activité culturelle, la relation entre modernité et tradition resserrant régulièrement les liens fragiles existants entre les peuples et la culture.* »

Art. 12 a) des statuts de l'ARPP : « *Le CEP a pour mission d'éclairer le Conseil d'Administration de l'ARPP sur les problèmes fondamentaux, notamment d'ordre éthique, que posent le contenu de la publicité, sa diffusion, son évolution et son acceptabilité par le corps social, par le moyen de l'autodiscipline.* »

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'Ethique Publicitaire** (CEP), présidé par **Dominique Wolton**, Directeur de recherche au CNRS, directeur de l'Institut des sciences de la communication du CNRS (ISCC), anticipe et pense les questions éthiques en publicité ; le Président de l'ARPP est statutairement le vice-président du CPP ;
- 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.