

Préserver l'**image**
de la **publicité** auprès
des **consommateurs**,
aider la **profession** à
se **prémunir** contre
un **renforcement** de
l'encadrement **législatif**,
par de **bonnes pratiques**
déontologiques.



A R P P

autorité de
régulation professionnelle
de la publicité

L'ACTIVITÉ 2013

36 300

Une activité totale qui dépasse les 36 300 dossiers traités dont :

21 100

Plus de 21 100 avis définitifs délivrés en télévision/SMAAd

14 600

Près de 14 600 conseils tous médias

LE PROGRAMME DÉONTOLOGIQUE 2014

- > Recommandation Comportements Alimentaires (actualisation)
- > Recommandation Communication publicitaire digitale (actualisation)
- > Recommandation Alcool (actualisation)
- > Recommandation Transports-Voyages-Tourisme
- > Recueil des Instances

L'ARPP a pour mission de développer l'autodiscipline en France et partout dans le Monde (en siégeant au sein de l'AEEP/EASA et de l'ICC). Son financement, essentiellement les cotisations de ses membres (annonceurs, agences, médias, supports publicitaires, membres correspondants), est le garant de son indépendance. Le nombre toujours croissant d'adhérents de l'ARPP témoigne de la réalité de l'engagement des professionnels pour une publicité responsable.



J'ai la conviction que l'autodiscipline publicitaire permet de répondre, en complément de la loi, de façon ciblée et réactive, à une préoccupation essentielle de notre société : savoir vivre ensemble.

François d'Aubert
Président de l'ARPP

L'adhésion à l'ARPP comporte aussi de nombreux avantages pratiques

Accéder à l'expertise de l'ARPP

Sur arpp.pro

Sur arpp.tv

Rester informés

Sur arpp.org

Participer à l'évolution de la déontologie publicitaire

*Sur cep-pub.org,
cpp-pub.org
et jdp-pub.org*

Bénéficier d'avantages exclusifs

Sur arpp.pro

Sur arpp.tv

En illimité : votre (ré) adhésion vous permet d'interroger, en conseil avant diffusion, nos juristes autant que vous le souhaitez, à tout stade de la création publicitaire, sur toutes les questions juridiques ou déontologiques que vous vous posez.

En toute fluidité : nos systèmes évolutifs de gestion en ligne, vous offrent une identification rapide et explicite de vos demandes. Ils vous permettent d'être informé/e en temps réel de leur niveau d'avancement ainsi que d'accéder à une archive de tous vos documents (projets, réponses de l'ARPP, factures...)

Le droit publicitaire, les règles de bonnes pratiques, les législations européennes..., le système devient complexe ; nos sites, nos publications, nos alertes vous permettent de décrypter ces nouveautés.

Nous organisons également des rencontres entre adhérents, les « Jeudis de l'ARPP », permettant d'approfondir ces connaissances à l'aide d'exemples pratiques.

Votre qualité d'adhérent vous donne accès à l'ensemble des groupes de travail de l'ARPP, en particulier aux groupes de rédaction des nouvelles règles d'autodiscipline, les Recommandations.

Elle vous permet également de suivre les avis et décisions émanant de nos instances associées.

Un tarif « adhérent » pour l'achat de crédits d'avis avant diffusion des messages publicitaires audiovisuels (TV/SMAAd).

Un accès exclusif aux conseils avant diffusion.

Le recueil des Recommandations de l'ARPP, les Cahiers de l'Autodiscipline Publicitaire, les Récaps...

L'ARPP certifiée pour son système de management de la qualité

Le 31 juillet 2012, l'ARPP a été certifiée par Bureau Veritas attestant de la démarche Qualité répondant à la norme ISO 9001:2008



Les bilans d'application de Recommandations ARPP

- Comportements alimentaires
- Environnement (avec l'ADEME)
- Image de la personne humaine
- Jeux d'argent
- Produits cosmétiques



Prix de l'éthique publicitaire délivré par l'AEEP/EASA : l'Or pour l'ARPP

En 2011, l'ARPP a remporté cette récompense prestigieuse de ses pairs pour le caractère créatif et innovant de sa Recommandation Communication publicitaire digitale.

En 2012, l'ARPP a remporté l'Argent pour sa Certification ISO.



Europe, la France respecte l'ensemble des engagements de la charte de l'AEEP/EASA

La crédibilité et l'efficacité des systèmes de régulation professionnelle reposent notamment sur le contrôle et le suivi des résultats. Le bilan périodique publié par l'AEEP/EASA atteste de la très bonne performance de l'ARPP.



“

Pour être efficace, le système de régulation professionnelle de la publicité doit intégrer les attentes de la société et refléter son système de valeurs.

”

Stéphane Martin

Directeur Général de l'ARPP

2ème édition

Erwann Kervadec Design - Photos : © Didier Robds, DR

A R P P

**autorité de
régulation professionnelle
de la publicité**

23, rue Auguste Vacquerie F-75116 Paris
Téléphone + 33 (0)1 40 15 15 40
Fax + 33 (0)1 40 15 15 41
contact@arpp.org : www.arpp.org

