

**Communiqué de Presse**

**8 janvier 2014**

CO

**L’ARPP pense "*out-of-the-box*" avec Cabarey**

L'[ARPP](http://www.arpp.org/), Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité, accompagnée par l'agence [Cabarey](http://www.cabarey.fr/), a souhaité rappeler aux professionnels - annonceurs, agences, médias et supports publicitaires - comment manier au mieux les règles déontologiques pour favoriser une publicité éthique et créative.

« Pensez *out-of-the-box*. Mais restez dans le cadre. »

Un *print*, un film et ses coulisses, illustrent comment la créativité publicitaire est encadrée : par un cadre rigide, le cadre déontologique adopté par les professionnels pour le respect du consommateur, et un cadre plus flexible, souple, qui doit s'adapter aux nouveaux usages et à tous les supports.

*« La publicité est une forme d’art. Et comme pour l’art, afin d’émerger, elle se doit d’être créative. Elle peut nous faire rire aussi, nous faire vibrer, nous questionner… Mais elle doit avant tout respecter le consommateur. C’est pour cela que des règles déontologiques existent, évoluent, s’adaptent aux nouvelles attentes de la société. Comprendre ces règles c’est augmenter la liberté d’expression. »*

« PENSEZ *OUT-OF-THE-BOX\** ». [Faites bouger les lignes]

MAIS RESTEZ DANS LE CADRE.

Le film et les coulisses : [www.**arpp.org/decouvrez**](http://www.arpp.org/decouvrez)



***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 680 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 150 conseils tous médias et avis TV avant diffusion, contribuent à faire vivre concrètement la déontologie publicitaire auprès des membres de l’ARPP.

L’ARPP a été certifiée par Bureau Veritas le 31 juillet 2012 attestant de la démarche Qualité répondant à la norme ISO 9001:2008.

Site internet : [www.arpp.org](http://www.arpp.org)

***A propos de Cabarey***

[Cabarey](http://www.cabarey.fr), l'agence indépendante de communication (dé)connectée créée en 2006, située à Paris et Montpellier, accompagne les marques dans l'élaboration et la mise en place de leur stratégie de communication intégrée. Nous connectons les marques : Subway, Royal canin, Volvo trucks France, Total (communication RH), Danone (communication interne), iDTGV (communication audiovisuelle), Century 21, Areva (digital), Canopy (groupe Atos)...

Cabarey est adhérente à l'ARPP, et avait conçu le site http://mobile.jdp-pub.org/

Site internet : [www.cabarey.fr](http://www.cabarey.fr/)

***Fiche technique***

Agence : Cabarey - [www.cabarey.fr](http://www.cabarey.fr/)

Production : 7ème Rive - [www.7emerive.fr](http://www.7emerive.fr)

Musiques : *Greater good* d'Alexander Rudd et Zach Lemmon (film), *Super Gravity* de James Reynolds (coulisses)

Réalisateur : Fabien Gazanhes

***Contacts presse***

ARPP - Stéphane Martin, Directeur Général, +33 (0)1 40 15 15 26 / contact@arpp.org

Cabarey - Laurent Allias, Directeur associé, +33 (0)1 40 50 65 92 / laurent.allias@cabarey.fr

***Les coulisses***

Une partie de l'équipe de l'ARPP sur le plateau de tournage (de gauche à droite) :  
Catherine Grelier-Lenain, Directrice Déontologie  
Emilie Le Gall, juriste-conseil  
Florent Sauli, juriste-conseil  
Brice Bastié, juriste-conseil  
Clotilde Swinburne, juriste-conseil  
Stéphane Martin, Directeur Général  
Christine Corrieri, Directrice service conseil



***L'installation***

 