

## Déclaration de l'EASA à l'occasion de ses 30 ans

Pour une autorégulation proactive et efficace de la publicité  
et le renforcement de la publicité socialement responsable en Europe.

À l'occasion du 30e anniversaire de l'Alliance européenne pour l'éthique en publicité (AEEP/EASA), nous, soussignés, membres professionnels de l'AEEP/EASA, membres d'entreprises numériques "pure play" et membres d'organismes d'autorégulation de la publicité, réitérons par la présente notre engagement ferme et unifié à maintenir et à développer une autorégulation de la publicité efficace et indépendante sur les marchés européens, conformément aux principes consacrés par la *Charte de l'EASA*. Nous sommes convaincus que l'autorégulation de la publicité, souvent combinée à des mesures de protection juridique, est le meilleur moyen de garantir un niveau élevé de protection des consommateurs et une confiance justifiée dans la publicité, dans l'intérêt de toutes les parties prenantes et de la société dans son ensemble.

Compte tenu de ce qui précède, collectivement, en tant que membres de l'Alliance, nous, EASA, nous engageons à :

### 1 *Promouvoir une autorégulation collective de la publicité solidement financée*

Soutenir les systèmes d'autorégulation de la publicité et la participation de tous les acteurs de l'industrie publicitaire, y compris les entreprises numériques « pure play », en reconnaissant que les systèmes d'autorégulation de la publicité couvrent toutes les formes de publicité et tous les acteurs, et soutenir des formes appropriées de financement adéquat et durable par tous les acteurs du secteur de la publicité.

### 2 *Promouvoir une autorégulation de la publicité basée sur la technologie*

Promouvoir l'utilisation de solutions fondées sur les données, le cas échéant, en reconnaissant la valeur potentielle des solutions technologiques pour le suivi des publicités en ligne à grande échelle.

### 3 *Soutenir l'autorégulation indépendante et locale de la publicité*

Soutenir les systèmes nationaux d'autorégulation de la publicité, en reconnaissant la valeur unique d'une autorégulation indépendante, ancrée localement et orientée vers les consommateurs,

### 4 *Permettre une approche européenne commune*

Envisager, explorer et mettre en œuvre des solutions européennes face aux défis émergents, le cas échéant. Ces solutions favoriseront l'harmonisation tout en permettant une adaptation adéquate aux marchés locaux et à la mise en œuvre par les organismes locaux d'autorégulation de la publicité.

### 5 *Soutenir une autorégulation de la publicité réactive, inclusive, efficace et souple*

Soutenir l'industrie dans la mise en valeur de la publicité en tant que force du bien, en reconnaissant que la publicité a la capacité de contribuer à promouvoir des attitudes et des comportements qui aident à relever les défis mondiaux tels que le développement durable, la diversité, l'inclusion sociale et la protection de l'environnement : (i) en donnant de la visibilité à ces questions au sein du secteur de la publicité, (ii) en promouvant la sensibilisation et la formation des entreprises et (iii) en partageant des exemples de bonnes pratiques.

### *Encourager une autorégulation collaborative de la publicité*

L'EASA servira de forum et de point de contact entre les membres de l'EASA pour échanger, développer et entreprendre des actions, collaborer avec les parties prenantes concernées, les organisations non-membres, la société civile et le monde universitaire afin d'assurer la mise en œuvre effective des engagements susmentionnés.