

2025 Rapport activité

**Synthèse
2025**

A R P P

autorité de
régulation professionnelle
de la publicité

Regards croisés



En célébrant ses 90 ans, l'ARPP réaffirme la force d'un modèle d'autorégulation fondé sur la responsabilité, le dialogue et la confiance. Dans un monde en pleine transformation, notre mission demeure la même : accompagner une publicité créative, responsable et respectueuse de tous les publics.

Christine Albanel,
Ancienne ministre,
Présidente de l'ARPP



En 2025, l'ARPP a poursuivi sa modernisation en renforçant ses outils, ses observatoires et ses capacités d'analyse, notamment grâce à l'intelligence artificielle. Cette dynamique conforte notre rôle de tiers de confiance au service d'une régulation efficace, concrète et tournée vers l'avenir.



Stéphane Martin,
Directeur général de l'ARPP



En 2025, l'ARPP a célébré ses 90 ans d'engagement pour une publicité responsable, éthique et innovante. Cette année a été marquée par une transformation numérique accélérée, une modernisation des outils, et un renforcement du dialogue avec les parties prenantes.



4^e Rapport au Parlement
de l'ARPP établi en
application de la loi
« climat et résilience »



UNE ANNÉE ANNIVERSAIRE TOURNÉE VERS L'AVENIR

UNE
ACTUALITÉ
TOUS LES
2 JOURS

Avec 119 actualités publiées sur arpp.org, l'année 2025 a été marquée par une activité soutenue en matière de communication, d'événements et de rayonnement institutionnel.

DE NOMBREUX TEMPS FORTS ONT RYTHMÉ CET EXERCICE :

Les réunions semestrielles de l'**EASA (European Advertising Standards Alliance)** à Paris organisées en avril 2025, avec les homologues européens et internationaux ;

L'Assemblée Générale et les 90 ans de l'ARPP, organisés à la Maison de la Chimie (Paris 7^e).

L'événement a, par ailleurs, obtenu le **Label LEAD Or** ;



La **Matinée de l'Observatoire de l'Influence Responsable** à La Scam, avec la participation de Sarah El Haïry, haute commissaire à l'Enfance ;

La participation aux **salons FOLLOWME** et **Paris Creator Week**, le soutien à **AdEthics**, le programme européen EASA pour un marketing d'influence responsable ;



Le **4^e Forum de l'ARPP** et la publication d'un livre anniversaire des 40 avis commentés par ses membres pour les **20 ans du Conseil de l'Éthique Publicitaire**, consacrés aux enjeux d'audace, de représentations et de transitions ;



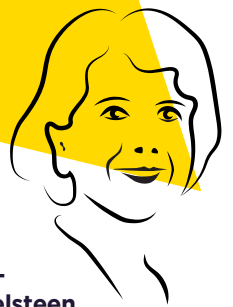
Label Engagé RSE - AFNOR Certification confirmé en janvier 2025 pour les 18 prochains mois ;

Le **3^e Prix de la Communication Citoyenne** du Fonds de dotation de l'ARPP qui a récompensé d'un Grand Prix 2025 la campagne « Retrouvons notre #Fraternité », conçue pour la LICRA par l'agence Marcel.



Le **7^e prix Marie-Dominique Hagelsteen pour une publicité responsable** décerné par le Fonds de dotation de l'ARPP

Prix de contribution : Vera Sosnovik, distinguée pour sa thèse de doctorat en mathématiques et informatique « *Détection et analyse des publicités qui adressent des enjeux sociaux et des publicités politiques en ligne* ».



L'ARPP récompensée du **Label Cancer@Work** : 1^{ère} étoile et prix Coup de cœur du Jury



En 2025, l'ARPP a traité 60 449 dossiers, soit une baisse contenue de 3,8 % par rapport à 2024, année record.



BILANS D'APPLICATION DU CODE DE L'ARPP

- **11^e Bilan "Publicité et comportements alimentaires"** : 99,8 % de conformité sur 7 079 publicités ;



- **4^e Bilan "Publicité et produits cosmétiques"** : 99,5 % de conformité sur 4 854 publicités ;



- **18^e Bilan "Image et respect de la personne"** : 12 350 publicités observées, avec un focus sur le secteur des **jeux** et le 1^{er} **Observatoire Handicaps & Diversités**.
- **Observatoire de l'influence responsable** :
 - 194 000 contenus analysés, 9 810 collaborations commerciales avérées examinées : amélioration des pratiques constante du taux de conformité, de 32 % en 2020 à 90 % au 1^{er} semestre 2025 ;
 - 400 000 contenus publiés analysés par l'IA (audio, vidéo, en plus du texte) sur toute l'année 2025.
 - 5260 inscriptions au **Certificat Influence Responsable**
 - 2319 **talents** certifiés.*

AVANT DIFFUSION

L'ARPP a délivré **27 295 avis TV et SMAd** (vs 28 272 en 2024), dont 85,8 % favorables (vs 85,3 % en 2024).

32 153 conseils tous médias (vs 33 716 en 2024) ont été délivrés aux professionnels, dont :

- 15 334 en audiovisuel ;
- 6 879 en communication numérique ;
- 6 149 en communication extérieure ;
- 1 294 en presse ;
- 613 au cinéma ;
- 549 en radio.



APRÈS DIFFUSION

247 interventions déontologiques (vs 201 en 2024) ont été réalisées à la suite de bilans, d'observatoires ou d'auto-saisines, notamment en matière de développement durable, d'alcool, de produits financiers et de communication responsable.

QUALITÉ DE SERVICE

Les résultats de l'enquête de satisfaction 2025 font apparaître dans le cadre de la certification ISO 9001 de l'ARPP :

- 91 % de satisfaction globale (vs 88 % en 2024 et 2023)
- 85 % de satisfaction à l'égard du travail des juristes-conseils, 88 % du Support.

L'ARPP poursuit ainsi sa mission d'accompagnement des professionnels à tous les stades de la création publicitaire, avec un objectif constant de sécurisation, de pédagogie et d'efficacité.

60 449
DOSSIERS TRAITÉS

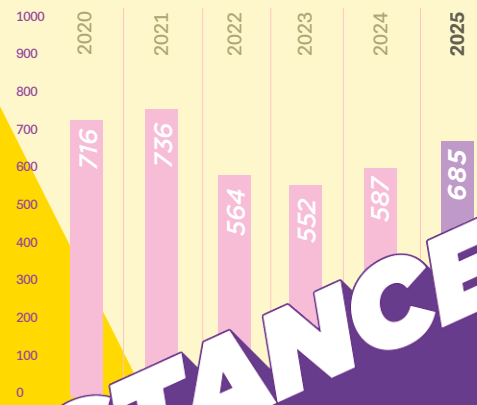
**UNE ACTIVITÉ
OPÉRATIONNELLE
TOUJOURS
SOUTENUE**



ACTIVITÉ DU JURY DE DÉONTOLOGIE PUBLICITAIRE

- **685 plaintes traitées** (+ 16,7 % vs 2024).
- **60 avis (=) rendus**, dont 28 en procédure simplifiée.
- Taux de satisfaction des plaignants : 53 affaires ont été reconnues fondées.
- Principales recommandations appliquées :
 - Développement durable (21 avis).
 - Véracité et loyauté - Code ICC (21 avis).
 - Image et respect de la personne (14 avis).
- **Le Jury a franchi en 2025 la barre des 1 000 avis publiés depuis sa création en 2008.**

■ NOMBRE DE PLAINTES



LES INSTANCES ASSOCIÉES PLEINEMENT MOBILISÉES



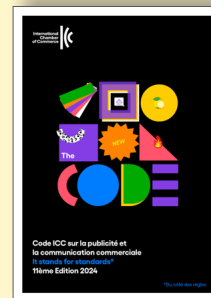
ACTIVITÉ DU CONSEIL DE L'ÉTHIQUE PUBLICITAIRE

- **39^e avis** depuis 2005 : « Espace public et publicité ».
- **40^e avis** : « Le discours scientifique en publicité : communication ou mystification ? »
- **2^e alerte** : « Le Marketing des "Coachs" ».
- **Podcast** : « Europe, autorégulation publicitaire et diversité culturelle ».
- **2nd livre** : « 20 ans d'avis. L'avis des 20 ans. »



ACTIVITÉ DU CONSEIL PARITAIRE DE LA PUBLICITÉ

- 3 avis rendus :**
- Mise à jour des Recommandations au regard du **Code ICC v.2024**.
 - Actualisation de la Recommandation « **Crypto-actifs** ».
 - Évolution de la Recommandation « **Comportements alimentaires** » ; avis élaboré après plusieurs mois d'auditions : cinq ministères, autorités sanitaires, associations de santé, experts et représentants des secteurs concernés.



FAIRE ÉVOLUER LES RÈGLES ET LES OUTILS

UNE ARPP PLUS TECHNOLOGIQUE

Le 3 juin 2025, l'ARPP a lancé ARPP.Pub / IDcrea avec le partenaire technologique Ouidou, sa nouvelle plateforme de gestion des avis avant diffusion des publicités audiovisuelles, en remplacement d'ARPP.TV.



L'ARPP a également intégré une intelligence artificielle d'assistance à l'analyse des publicités audiovisuelles (modèles Gemini) spécifiquement calibrée à partir de la doctrine et des règles déontologiques de l'ARPP, et engagé la modernisation d'INVENIO, son dispositif de détection automatisée des manquements dans la publicité digitale.



Le déploiement du protocole ACIF (Ad Creative ID Framework IAB Tech Lab) permet l'identification unique des créations publicitaires audiovisuelles ainsi que l'interopérabilité internationale et une traçabilité renforcée.



Le contrôle de la bonne application des Recommandations du Code de l'ARPP demeure guidé par une logique de pédagogie et d'amélioration continue.



ÉVOLUTIONS DU CODE DE L'ARPP

L'année a été marquée par :

- la mise en concordance du Code des Recommandations de l'ARPP avec le Code ICC ;
- l'actualisation de la Recommandation « Crypto-actifs » au regard du règlement européen MiCA.



PÉDAGOGIE

101 ATELIERS : faire connaître la règle pour se l'approprier

- dont 30 ateliers étudiants
- 4149 personnes formées.

Parmi les principaux thèmes abordés : comportements alimentaires, développement durable et RSE, image et respect de la personne, influence commerciale.

CHIFFRES CLÉS

60 449 dossiers traités (-3,8 % vs 2024) dont :

AVANT DIFFUSION

32 153 conseils tous médias pour accompagner les professionnels (-4,6 % vs 2024).

27 295 avis TV et SMAd délivrés (-3,5 % vs 2024), avec 85,8 % d'avis favorables.

APRÈS DIFFUSION

Taux de conformité :

- 99,8 % pour la publicité alimentaire.
- 99,5 % pour les produits cosmétiques.
- 84 % pour l'influence commerciale.

400 000 publications analysées dans l'Observatoire de l'influence responsable

685 plaintes traitées par le Jury de Déontologie Publicitaire (+ 16,7 % vs 2024).

60 avis (=) rendus par le JDP, dont 28 en procédure simplifiée.

61 nouveaux adhérents (14 annonceurs, 38 agences, 3 médias et régies, 6 membres correspondants).

Budget de 5 M€, financé à 50,6 % par les cotisations des adhérents.

Effectifs : 27 permanents, 3 alternants, 8 stagiaires durant l'année 2025.

Référentiel RGAA : 71 % à 86 % de conformité des sites de l'ARPP

