

Communiqué de presse

Les professionnels de la publicité et de la communication, inquiets des projets d'interdiction, se mobilisent pour porter des solutions positives et ouvertes.

Paris, le 5 octobre 2020 – **Deux projets législatifs s'apprêtent à restreindre drastiquement la liberté de faire de la publicité. Plus de 20 organismes professionnels représentant l'ensemble des acteurs de la publicité et de la communication se mobilisent et publient une tribune pour une transition écologique réussie.**

Les deux projets législatifs qui vont être étudiés sont sources d'inquiétudes pour l'ensemble de la profession. Afin de sensibiliser sur les enjeux et conséquences des choix opérés dans ces projets, et pour envisager des solutions plus efficaces, les professionnels de la communication et de la publicité font le point sur les risques liés à ces mesures et proposent d'identifier ensemble un chemin de transition.

Cette tribune, « AVANT D'INTERDIRE », expose les arguments de la profession. Convaincus que l'atteinte à la liberté de communiquer serait contreproductive, elle propose de construire ensemble les solutions pour faire de la publicité un accélérateur de la transition écologique.

Pour Franck Gervais, Président de L'Union des Marques : *« Bien évidemment nous partageons l'objectif de favoriser la transition écologique et une meilleure consommation. Nous avons un problème avec la méthode qui recourt à l'interdiction. Nous préférons une approche dans une logique positive et constructive avec des propositions qui permettent aux français de s'informer pour bien choisir. C'est ainsi que les marques pourront contribuer efficacement à la transition écologique. »*

Mercedes Erra, Présidente de l'Association pour les actions de la Filière Communication, *ajoute* : *« La communication peut devenir le bras armé de la transition. Elle a toujours su accompagner les mouvements de fond sociétaux et elle est plus douée pour encourager le positif que pour interdire. Dans l'écosystème de la filière Communication (52 Milliards €) les conséquences de l'application de ces projets peuvent être dramatiques. »*

Laurent Habib, Président de l'Association des Agences-Conseils en Communication confirme : *« Avant d'interdire il me semble nécessaire de toujours mener une réflexion globale et mesurée. Par exemple il faut bien mesurer que les médias nationaux vivent principalement de la publicité. Son interdiction mettra en péril la pluralité du paysage médiatique français, et in fine, de la démocratie »*

À propos de l'Union des Marques

Dans un contexte de transformation rapide et complexe pour les entreprises, à l'heure où les marques sont devenues de véritables leviers de croissance, il est indispensable de mobiliser l'intelligence collective en s'appuyant sur un acteur expert et reconnu pour faire bouger les lignes et contribuer au renforcement de la confiance avec leurs publics. En captant les nouvelles tendances et en les partageant avec ses membres, en leur proposant les services qui leur sont utiles, en créant des repères structurants, l'Union des marques permet à sa communauté de prendre les bonnes décisions pour gagner en efficacité et accroître leurs performances. 6600 membres, 230 entreprises adhérentes de toutes tailles, de tous secteurs qui représentent plus de 150 marques

À propos de la filière communication

Créée en 2015 à l'initiative du Ministère de l'Économie, en lien avec le Ministère de la Culture, la Filière Communication regroupe les instances interprofessionnelles de tous les métiers de la Communication. Elle a signé un contrat de filière en 2017, avant de se constituer en association pour pouvoir mener ses actions.

A propos de l'Association des Agences-Conseils en Communication

L'AACC est un syndicat professionnel créé en 1972, il regroupe plus de 200 entreprises qui emploient aujourd'hui près de 12 000 salariés. Fédération de métiers, l'AACC est organisée en 7 délégations qui couvrent l'ensemble des disciplines de la profession : Corporate, Customer Marketing, Digital, Production, Publicité, Santé et Outre-Mer. Elle dispose de commissions transversales qui accompagnent les agences membres sur des sujets fondamentaux : développement, droit social, finance, juridique, RSE et talents. L'adhésion à l'AACC astreint, entre autres obligations, au respect de règles professionnelles strictes qui font la valeur du label AACC. www.aacc.fr

Contact Presse :

victor.boury@dentsuaegis.com - 0661342222