

ElectronLibre

Rechercher

J'aime 583



iPhone 5 : le smartphone et le magicien disparu

Le 12 septembre 2012, So_amazing

Audience hybride et coup de poing sur le Net !

Le 11 septembre 2012, Web 1,2,3

Aurélie Filippetti assassine le centre national de la musique

Le 10 septembre 2012, So_cult'

Presse : Juin chagrin pour les grands quotidiens

Le 7 septembre 2012, Old fashion media

WEB 1,2,3 | SO_CULT' | PEER2PEER | OLD FASHION MEDIA | SO_AMAZING | GAMING | LE_FLOUZE | POLITIQUE | MARKETING ROOM

Clin d'oeil à Benetton : L'ARPP actualise la recommandation sur les diversités.

Le 25 Novembre 2011 dans **Marketing Room** par Chloé Luisetti

Le Conseil d'Administration de l'ARPP a actualisé la Recommandation "Races, Religions, Ethnies", dont la publication datait d'octobre 1998 et faisait suite à un avis du Conseil National de la Publicité. Une redéfinition qui n'est pas sans rappeler les récentes frasques générées par la campagne "Unhate" de Benetton.

Les résultats de trois années de travaux nécessaires à l'évolution de la déontologie publicitaire au coeur du dispositif de régulation concertée ont été accueillis avec

grand enthousiasme lors de la conférence de presse organisée hier pour l'occasion par le Conseil Paritaire de la Presse (CPP). Créé en 2008 pour mettre en contact les représentants des annonceurs, des agences et des médias d'un côté et ceux du monde associatif de l'autre, le temps du bilan est venu pour le CPP, qui s'est également engagé pour l'avenir à s'ouvrir encore plus *"aux parties prenantes de la société civile pour gagner en pertinence, en légitimité et en efficacité dans leurs travaux."*

À l'ordre de son nouveau mandat triennal, le CPP annonce s'attacher à rendre davantage visibles ses travaux auprès des pouvoirs publics et du grand public, ainsi qu'à resserrer les relations avec les deux autres instances associées à l'ARPP, le JDP (Jury de Déontologie Publicitaire) et le CEP (Conseil de l'Ethique Publicitaire).

Avis "Publicité et Diversités"

La réunion plénière tenue ce même jour par le CPP a rendu compte du dernier Avis adopté sur la représentation des Diversités dans la Publicité.

La mise à niveau de la Recommandation "Races, Religions, Ethnies" de l'ARPP devra prendre en compte cet avis et répondre à deux nécessités : ► adapter et éventuellement étendre les règles déontologiques concernant la représentation de toutes les formes de diversité au sens large, ► rappeler que la publicité doit respecter la dignité humaine et ne pas véhiculer des stéréotypes négatifs.

Le Conseil Paritaire de la Publicité a rappelé la vocation première de la publicité : promouvoir un produit, une marque ou une image sans porter atteinte à la dignité humaine et choquer certains consommateurs et/ou communautés particulières.

Loïc Armand, le président du Conseil Paritaire de la Publicité rappelle que *"les pubs ne sont pas que des one shots, la décision du jury d'interrompre la diffusion de la pub a un impact sur l'ensemble des partenaires dès lors engagés à suivre cette décision."* Le président préconise d'*"interpréter les règles claires grâce à des exemples précis pour que les professionnels ne dépassent pas à nouveau les limites"*.

Les exemples précis invoqués lors de la conférence ne sont pas sans rappeler l'écart récent de Benetton avec sa provocante campagne "Unhate".

Déontologiquement irresponsable

Une publicité contre laquelle le président de l'ARPP, François d'Aubert, s'était violemment élevé, accusant Benetton d'être *"déontologiquement irresponsable (...) de tendre un piège dans lequel il ne faut pas tomber"*, à l'encontre du moralement et juridiquement correct.

"Ces images ont donné lieu à des truquages, des manipulations techniques qui ne sont pas sans rappeler

iPhone 5 : le smartphone et le magicien disparu

Audience hybride et coup de poing sur le Net !

Aurélie Filippetti assassine le centre national de la musique

Presse : Juin chagrin pour les grands quotidiens

Mission Lescure : bidule Plus

Hadopi braque ses canons sur la rue de Valois

Avec l'affaire "Google Actualité" la presse met la pression sur François Hollande

Hadopi, Mireille Imbert Quareta : "le parquet a diligencé des enquêtes"

Internet, une révolution conservatrice

France Télévisions : Rémy Pflimlin fait le plein de très bonnes idées pour son successeur

celles des régimes totalitaires. Ces photos portent atteinte à la dignité des personnes et dévalorisent le personnel politique", affirmait François d'Aubert.

Pour éviter ce manquement aux règles établies par l'association, la CPP va tout simplement en définir une au sein de l'Avis "*Diversités*". La thématique de la religion devrait en effet faire l'objet d'une Recommandation complémentaire, laquelle préciserait des problématiques encore différentes de celles observées dans la représentation "*des diversités*".

Partager cette information

Tweet

L'actualité d'ElectronLibre sur Twitter

Suivre

4

La page Facebook d'ElectronLibre

J'aime

583

Publications récentes dans "Marketing Room"

21.12.2011

Georges Mohammed-Chérif, Buzzman : "Il n'y aura pas de rapprochement avec qui que ce soit."

14.12.2011

Seb : 1 million d'euros pour développer une stratégie "digitale"

29.11.2011

Campagne Oasis, la stratégie du coucou

7.11.2011

BaZynga !

4.11.2011

Twitter fait de la pub, les marques followent...

» Tous les articles dans Marketing Room

O

Commentaire

Ajouter un commentaire

Un message, un commentaire ?

Titre :

Clin d’œil à Benetton : L’ARPP actualise la recom

Texte de votre message :

(Pour créer des paragraphes, laissez simplement des lignes vides.)

Qui êtes-vous ? (optionnel)

Votre nom (ou pseudonyme) :

Votre adresse email :