

Les publicités se référant à l'environnement sont trompeuses une fois sur dix

9 septembre 2020



Le dernier bilan « *Publicité et environnement* », réalisé par l’Autorité de régulation professionnelle de la publicité (Arpp) et l’Agence de la transition écologique (Ademe), a été publié lundi 7 septembre. Il affiche un score de 88,4 % de conformité à la recommandation « *développement durable* », c’est-à-dire que 88,4 % des publicités faisant référence à l’environnement respectent les recommandations de l’autorité de régulation du secteur. Si ce résultat, en baisse de 5,6 % par rapport à l’année précédente, semble acceptable, il est néanmoins très éloigné du taux de 99,8 % de conformité des publicités liées aux comportements alimentaires ou au respect de la personne.

Essor de l’écoblanchiment

Sur les 26.120 spots publicitaires étudiés au cours de l’année 2019, 833 sont directement liés à l’environnement, soit 97 de plus que l’année précédente. Si ce nombre augmente constamment depuis 2012, il ne représente toujours que 3 % des visuels ; le nombre total de publicités évaluées étant lui aussi croissant. Pourtant, le nombre d’infractions à lui plus que doublé : de 47 réserves et manquements l’année passée, l’Arpp en décompte cette année 97. Une hausse due principalement aux publicités issues de la plateforme YouTube, qui sont contrôlées pour la première fois cette année. « *La moitié des films publicitaires diffusés sur la plateforme ne sont pas conformes* », précise le rapport.

Parmi les entreprises rappelées à l’ordre, se trouvent la marque Sanex, de Colgate, mais aussi le constructeur automobile Skoda, ou Yves Rocher, pour des motifs allant du vocabulaire utilisé à la proportionnalité du message :

Dans ces publicités, diverses allégations globalisantes sont utilisées : “bon pour la planète”, “écologique”, “responsable”... *Elles devraient être relativisées avec des formulations du type “plus écoresponsable” ou “moins toxique”. »*

Si ces résultats révèlent, d’une part, « *la méconnaissance des règles en vigueur* », comme l’avoue d’Ademe, ils dévoilent également un essor de l’écoblanchiment, visant à plaire à des

spectateurs de plus en plus soucieux de la question environnementale.

La majorité des publicités non conformes citées dans le rapport ont été retirées par les annonceurs et ne sont plus accessibles.

- **Source :** [Rapport de l'Arpp](#)

Lire aussi : [Comment se libérer de la publicité, arme de séduction massive des multinationales](#)

- Emplacement : Accueil > Brèves >
- Adresse de cet article : <https://reporterre.net/Les-publicites-se-referant-a-l-environnement-sont-trompeuses-une-fois-sur-dix>