

RAPPORT D'ÉTUDES BILAN 2014

PUBLICITÉ & COMPORTEMENTS ALIMENTAIRES



Juin 2015

4^{ème} bilan Publicité et Comportements alimentaires.
6 151 publicités analysées, 11 manquements.
Taux de conformité : 99,82 %.
Aucun manquement relevé en publicité télévisée, affichage et radio.

ARPP



autorité de
régulation professionnelle
de la publicité

Publicité & Comportements alimentaires

4^{ème} bilan
ARPP

La Maison de
l'Alimentation

30 juin 2015

ARPP

autorité de
régulation professionnelle
de la publicité



ARPP

autorité de
régulation professionnelle
de la publicité

Ensemble, oeuvrons pour des règles à la fois justes et souples.

Des bilans, pourquoi ?

Les bilans déontologiques ARPP répondent à un des objectifs majeurs de la déontologie publicitaire :

Art .1^{er} des statuts ARPP : “... ***mener toutes actions en faveur d'une publicité loyale, véridique et saine...***”,
en vérifiant la bonne application des Recommandations.

L'ARPP, dans le cadre des demandes formulées par les Pouvoirs publics et/ou par les professionnels, réalise des bilans depuis 12 ans.



autorité de
régulation professionnelle
de la publicité

Certification de service en 2014 du référentiel des bilans

Inscrite dans un processus global de qualité :
1^{ère} certification ISO 9001:2008 reçue en 2012.



Nos engagements européens :

Charte européenne pour l'autodiscipline en publicité (juin 2004)
signée par toutes les organisations professionnelles européennes.

Un des engagements : « *la mise en œuvre de sanctions réelles en cas de manquements à ces codes, avec publication des décisions* ».



Le poids des bilans

En 2013 /5 bilans → 76 680 publicités examinées

- Jeux d'argent
- Produits cosmétiques
- Environnement
- Langue française
- Image de la Personne Humaine

2014 /3 bilans → 21 764 publicités examinées

- Comportements alimentaires
- Environnement
- Jeux d'argent

2015 /2 bilans → 91 086 publicités examinées

- Image de la Personne Humaine
- Comportements alimentaires

Bilans à venir :

Produits cosmétiques

Environnement





RAPPORT D'ÉTUDES BILAN 2010

PUBLICITÉ & COMPORTEMENTS ALIMENTAIRES



Quelques
mois
Après
de
Combi

RAPPORT D'ÉTUDES BILAN 2011

PUBLICITÉ & COMPORTEMENTS ALIMENTAIRES



RAPPORT D'ÉTUDES BILAN 2012 - 2013

PUBLICITÉ & COMPORTEMENTS ALIMENTAIRES



Registre des
14 217 publicités
dont 7 manques
Publicité TV et

Mai 2014

4 400 publicités examinées, 17 manquements relevés.
4 manquements relevés à des scènes de consommation excessive.
4 manquements portant sur des comportements de consommation devant un écran.
Publicité télévisée, affichage, radio uniquement.



RAPPORT D'ÉTUDES BILAN 2014

PUBLICITÉ & COMPORTEMENTS ALIMENTAIRES



Juin 2015

4^{ème} bilan Publicité et Comportements alimentaires.
6 151 publicités analysées, 11 manquements.
Taux de conformité : 99,82 %.
Aucun manquement relevé en publicité télévisée, affichage et radio.

ARPP



autorité de
régulation professionnelle
de la publicité



ARPP

autorité de
régulation professionnelle
de la publicité



2003

Premières règles déontologiques « comportements alimentaires » publiées dans la **Recommandation ARPP Enfants**

2004

Loi de santé publique (LSP)

2007

Modalités d'application de la loi de santé publique LSP : décret/arrêté

2009

1^{ère} Charte pour promouvoir une alimentation et une activité physique favorables à la santé dans les programmes et les publicités diffusées à la TV
Recommandation Comportements Alimentaires s'applique aux adultes/enfants

2011

1^{er} Bilan Publicité et comportements alimentaires (Bilan ARPP)

2012

2^{ème} Bilan Publicité et comportements alimentaires (Bilan ARPP)

2013

2^{ème} Charte pour promouvoir une alimentation et une activité physique favorables à la santé dans les programmes et les publicités diffusés à la

3^{ème} Bilan Publicité et comportements alimentaires (Bilan ARPP)

2014

Actualisation de la Recommandation ARPP Comportements Alimentaires (Sport/Gaspillage)

2015

4^{ème} Bilan Publicité et comportements alimentaires (Bilan ARPP)



ARPP

autorité de
régulation professionnelle
de la publicité

Charte renouvelée en **2013**

Promotion d'une alimentation et d'une activité physique favorables à la santé dans les programmes et la publicité diffusés à la télévision

**signée avec le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel,
et 6 ministères :**

Agriculture,
Culture et communication,
Education nationale,
Outre-mer,
Santé,
Sports.



Signature de la nouvelle charte alimentaire - 21 novembre 2013



Olivier Schameck Président CSA

« ...L'action de l'ARPP illustre en effet une démarche dont je souhaite que le CSA s'inspire dans ses différents domaines d'intervention et dont cette charte constitue un bon exemple.

Les chartes sont des instruments souples qui permettent de rassembler tous les acteurs concernés en usant de l'incitation et non de la contrainte.

Elles manifestent l'adhésion à des objectifs définis en commun par les acteurs publics et privés, sous l'égide du régulateur... »



Charte engagements

1er engagement

*Les annonceurs s'engagent à renforcer la démarche responsable de la publicité...
Ils s'engagent à proposer au Conseil paritaire de la publicité d'actualiser la Recommandation de l'ARPP intitulée « Comportements alimentaires »*

*→ publication en juin 2014 de la 2^{ème} version
de la Recommandation Comportements alimentaires*

14^{ème} engagement

L'ARPP réalise en concertation avec les parties prenantes membres du Conseil paritaire de la publicité un bilan annuel de l'application des règles déontologiques concernées par la présente charte.

*→ publication en mai 2015 du 4^{ème} bilan
Publicité & Comportements alimentaires*



ARPP

autorité de
régulation professionnelle
de la publicité



PÉRIMÈTRE Bilan

Mois analysés :

En 2014 (8 mois) : janvier, février, mars, avril, juillet, août, septembre et octobre.

Supports :

presse, publicité extérieure, radio et Internet (web vidéos et bannières).

Secteurs : alimentation et boissons non alcoolisées, restauration, multimédia, matériel hifi et TV-vidéo.

Base : Adscope Kantar Media.



ARPP

autorité de
régulation professionnelle
de la publicité



9 manquements ont été relevés dans le cadre du bilan
2 manquements avaient été identifiés précédemment dans le cadre des interventions réalisées après diffusion par l'ARPP

LES MANQUEMENTS

6 151 publicités analysées

11 manquements

taux de conformité :

98.82%

A R P P

autorité de
régulation professionnelle
de la publicité



LES COMPORTEMENTS ALIMENTAIRES



A R P P

autorité de
régulation professionnelle
de la publicité



Consommation excessive

AOC SELS SUR CHER – Fromage de chèvre

Presse – Août 2014

Incitation à une consommation excessive exprimée par l'allégation « à consommer sans modération entre plats et desserts, mais aussi pour l'apéritif ou en ingrédient dans de nombreuses recettes... » .

Réponse du syndicat : « nous n'utiliserons plus cette formule lors de nos prochaines campagnes publicitaires »

Appellation d'origine protégée

**Noir, à l'extérieur
Blanc, à l'intérieur
Un goût haut en couleurs !**

Selles-sur-Cher

Le fromage de chèvre de toute une région.

Niché entre Sologne, Touraine et Berry, Selles-sur-Cher a donné son nom au fromage de chèvre d'appellation d'origine protégée aujourd'hui bien connu. Elaborés de manière traditionnelle depuis 1887, à base de lait de chèvres de la région de la vallée du Cher, les Selles-sur-Cher sont moulés manuellement, puis égouttés, salés et cendrés avec du charbon végétal. Après 10 jours d'affinage, la croûte a développé des moisissures nobles et la pâte intérieure a pris son goût noisette caractéristique. Les Selles-sur-Cher sont prêts à être dégustés !

A consommer sans modération entre plats et desserts, mais aussi pour l'apéritif ou en ingrédient dans de nombreuses recettes à découvrir sur www.aop-sellesurcher.com.

LOIR-ET-CHER
CONSEIL GÉNÉRAL

SYNDICAT DE DÉFENSE
ET DE PROMOTION
DU FROMAGE EN
AOC SELLES-SUR-CHER



UNE SOIRÉE TÉLÉ RÉUSSIE !
Inspirez-vous de la **recette du jour**

UNE SOIRÉE TÉLÉ RÉUSSIE !
Découvrez notre recette du jour

UNE SOIRÉE TÉLÉ RÉUSSIE !
Inspirez-vous de la **recette du jour**

VIVEZ UNE SOIRÉE TÉLÉ SURPRENANTE!
avec **Nathalie & Guillaume** et **Bonduelle**
Retrouvez nos recettes faciles et originales en vidéo.

Une soirée foot, oui, mais avec un burger !
Burger au cocktail

Ma soirée musicale, jamais sans mon œuf cocotte !
Surprise d'œuf cocotte

POUR VOTRE SANTÉ, MANGEZ AU MOINS CINQ FRUITS ET LÉGUMES PAR JOUR. WWW.MANGERBOUGER.FR

Contexte de consommation

BONDUELLE – Bonduelle gamme de produits alimentaires

1 presse et 3 bannières – *Avril 2014*

Présentations de plateaux repas associées aux allégations « *une soirée télé réussie !* »

et « *vivez une soirée télé surprenante !* », incitant à consommer devant un écran au sein du foyer.

A R P P

autorité de
régulation professionnelle
de la publicité



Contexte de consommation

HARRYS – HARRYS gamme de produits

Bannière – *Juillet 2014*

Présentation de plateaux repas intitulés « *plateau TV* », incitant à consommer devant un écran, au sein du foyer.

A R P P

autorité de
régulation professionnelle
de la publicité



Contexte de consommation

OASIS – OASIS boisson fruitée

Web vidéo – *Avril 2014*

Association de la consultation d'un écran à la consommation d'une boisson.

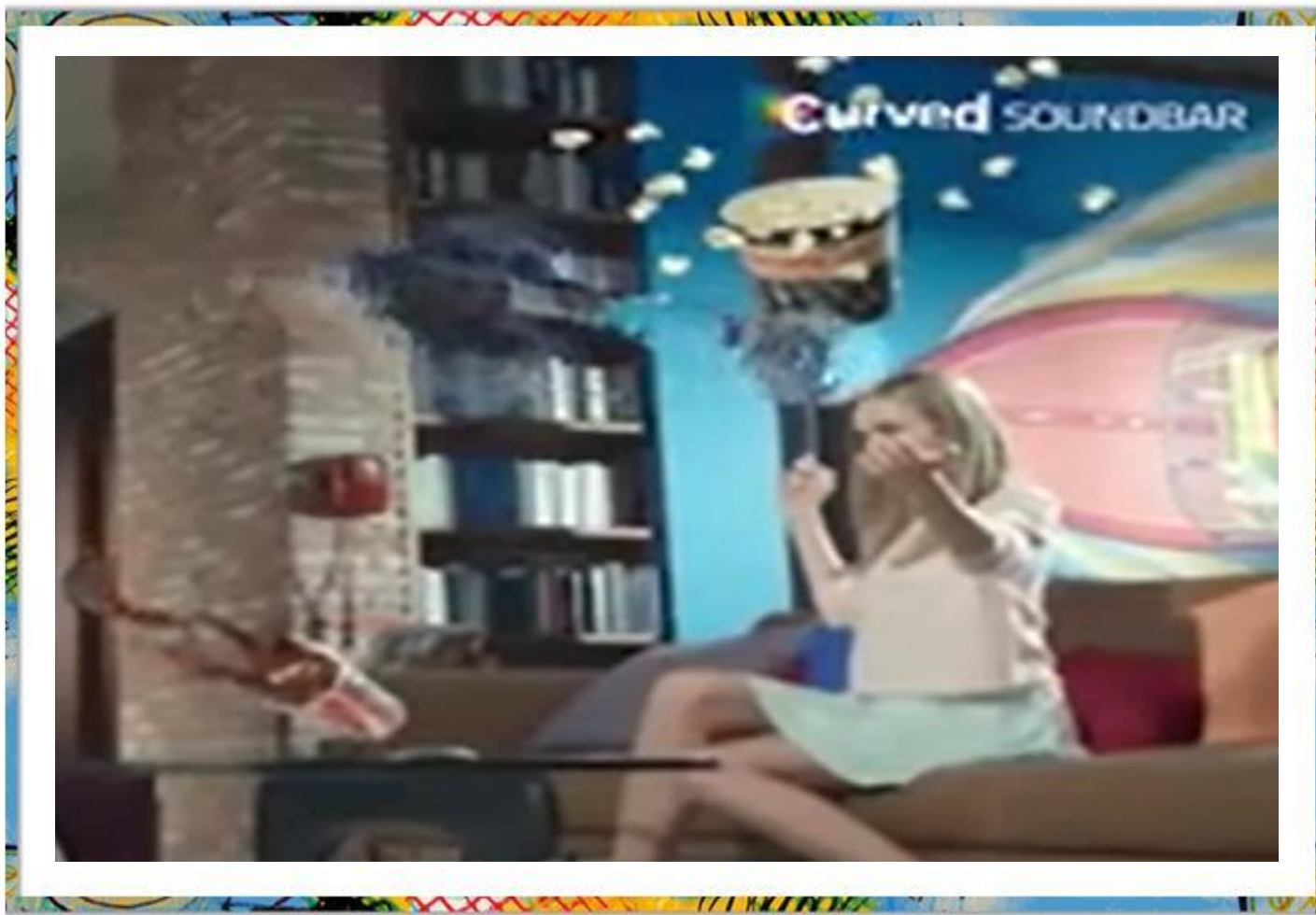


Contexte de consommation

PHILIPS – PHILIPS smart TV

Web vidéo – *Août 2014*

Scène de consommation familiale, devant un écran de télévision, à domicile.



**Contexte de
consommation**

SAMSUNG – SAMSUNG TV écran plat

Web vidéo – *Septembre 2014*

Jeune femme, regardant la télévision à domicile, en consommant du pop corn et du soda



autorité de
régulation professionnelle
de la publicité

IAD

Interventions après diffusion de l'ARPP

*L'ARPP veille au respect des règles déontologiques dans les publicités diffusées, a posteriori, **gardant ainsi la faculté d'intervenir dès la diffusion, sur les cas de non-conformité relevés.***

Sur 22 interventions après diffusion réalisées au cours de cette période,
**2 concernaient des manquements à la Recommandation
« Comportements alimentaires »**

Conformément à la certification des bilans déontologiques, les IAD sont comptabilisées dans le bilan

A R P P

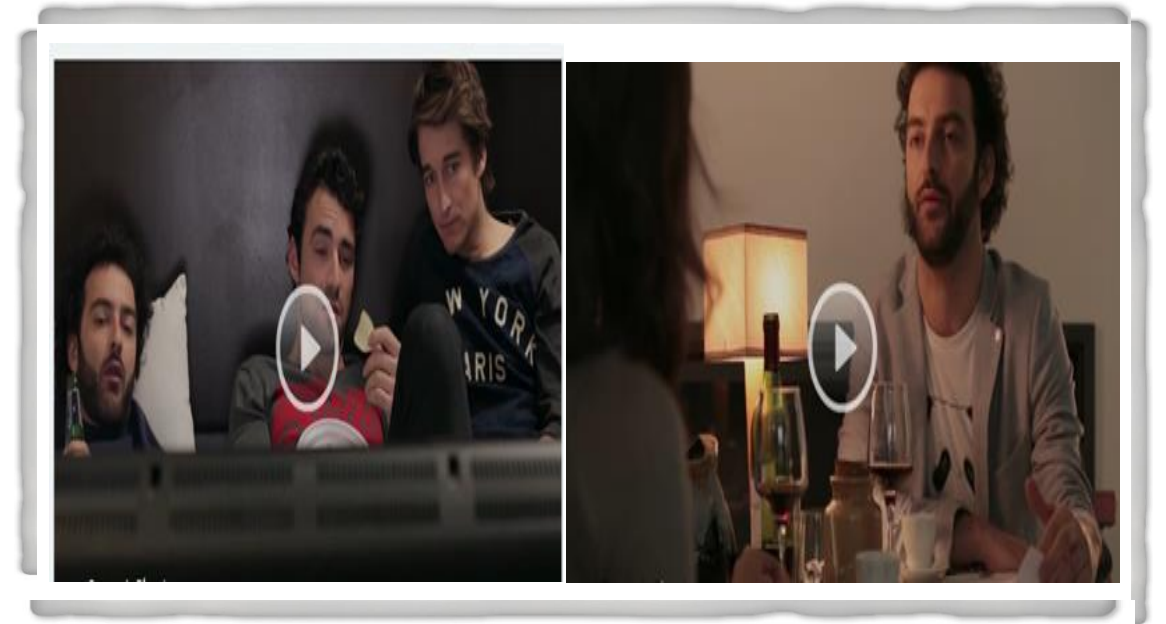
autorité de
régulation professionnelle
de la publicité

IAD Contexte de consommation

Web vidéo – Juillet 2014

Cette vidéo met en scène des individus regardant la télévision à domicile tout en consommant : bière, vin et chips.

Ensemble, pour des règles encore plus claires au quotidien.



A R P P

autorité de
régulation professionnelle
de la publicité

IAD Contexte de consommation

Web vidéo – Aout 2014

Cette vidéo met en scène une femme regardant la télévision tout en consommant un pot de glace



JDP

le JDP a pour mission de statuer sur les plaintes à l'encontre des publicités diffusées.

Sur 37 affaires examinés en séance, au cours de cette période
**aucune ne portait sur un potentiel manquement à la
Recommandation « Comportement alimentaires »**

Conformément à la certification des bilans déontologiques, les affaires traitées par le JDP sont comptabilisées dans le bilan

A R P P

autorité de
régulation professionnelle
de la publicité



Dans la continuité des bilans « *Comportements alimentaires* » précédents, les modalités de présentation des messages sanitaires prévues à [l'arrêté du 27 février 2007](#) ont été analysées.

En application de l'article L.2133-1 du Code de la santé publique, « *la présentation respecte les règles et usages de bonnes pratiques régulièrement définies par la profession et notamment les règles édictées par le BVP* » (devenu ARPP en 2008).

Rappel pédagogique

Non-conformité présentation messages sanitaires

5 542 publicités alimentaires examinées

154 cas de non-conformité

Taux de non-conformité **2,78 %**

2 % en 2012-2013

0,8 % en 2011

1 % en 2010



L'ARPP, une action qui associe nos parties prenantes

Conception de la déontologie

CEP avis *Publicité et jeunes publics*, 2009

CPP 2 avis *Comportements alimentaires*, 2009,2014

ARPP Recommandation « *Comportements alimentaires* » V2

Application des règles

Avant diffusion

Conseiller nos **adhérents** sur leur projets de publicité

Après diffusion :

Assurer le respect des règles déontologiques : **IAD, Bilans, JDP**



ARPP

autorité de
régulation professionnelle
de la publicité

**Des résultats
stables et
satisfaisants**

2012/2013

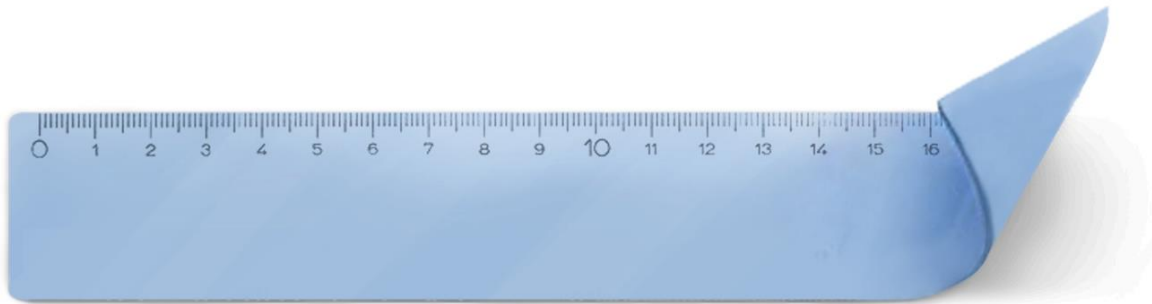
**13 manquements,
soit 0.23%**

2014

**11 manquements,
soit 0.17%**

ARPP

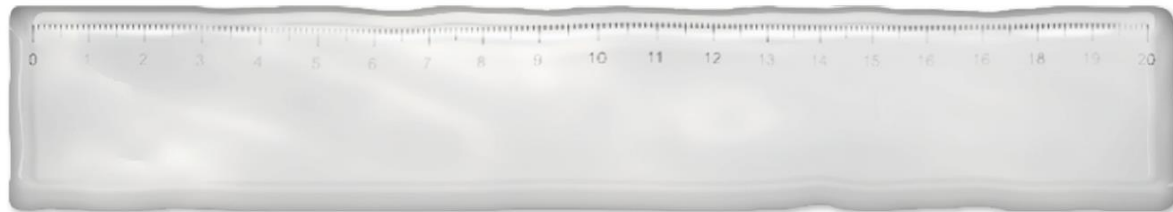
autorité de
régulation professionnelle
de la publicité



Ensemble, oeuvrons pour des règles à la fois justes et souples.



Ensemble, soyons créatifs avec les règles.



Ensemble, pour des règles encore plus claires au quotidien.

Merci de votre attention...

A R P P

autorité de
régulation professionnelle
de la publicité