



## Plaidoyer pour la Pub !

Alors qu'il est toujours commode de détester la pub, le Conseil de l'éthique publicitaire, lié à l'ARPP, publie *Avis à la Pub* à l'occasion de ses 10 ans d'existence.

Sous la direction de Dominique Wolton, cet ouvrage veut amener chacun à penser la publicité autrement. Non, elle ne manipule pas les individus ; l'affirmer, c'est nier leur capacité critique et leur libre arbitre. Par contre, à l'heure de la multiplication des supports et de l'omniprésence de l'information, la publicité doit sans cesse s'interroger sur son rôle et ses limites pour rester légitime, tout en continuant à instiller un peu de soufre dans une époque de plus en plus normée et globalisée.

Image de la personne, minorités, langue française, nudité, jeune public, nouveaux médias... sont autant de sujets complexes sur lesquels la publicité, à cheval entre création, commerce et société, doit sans cesse arbitrer.

Depuis 80 ans, la France a bâti un *modèle original d'autorégulation*. Entre réflexion et autodiscipline, le rôle du BVP, devenu ARPP en 2008 (Autorité de régulation professionnelle de la publicité), est ici mis en lumière. Concertation collective associant la société civile et les annonceurs, les agences et les médias, ce système autorégulateur précurseur en Europe pourrait bien être fragilisé par le numérique au nom des libertés individuelles.

L'ouvrage retrace dans une première partie illustrée les relations passionnelles entre les Français et la publicité tout au long du XX<sup>e</sup> siècle. Il met ensuite en perspective *vingt-deux avis rendus depuis dix ans par le Conseil de l'éthique publicitaire* sur des sujets sensibles : représentation des minorités visibles, religions et croyances, développement durable, image de la femme... Un éclairage complété par les échanges entre Maurice Lévy (Publicis) et Dominique Wolton, plus que jamais d'actualité, avec une ouverture européenne sur l'évolution des sensibilités, la fragmentation des valeurs dans la société, la relation de la publicité à son environnement social et culturel.

**Dominique Wolton** est directeur de recherche au CNRS. Spécialiste de la communication politique, de la communication interculturelle et des rapports entre sciences, techniques et société, il préside le Conseil de l'éthique publicitaire depuis sa création en 2005.

Son dernier ouvrage est *La communication, les hommes et la politique* (CNRS Éditions) paru en 2015.

**Contact Presse :**

Camille Besle – 01 55 57 06 49 – cbesle@cabarp.com

**EN LIBRAIRIE LE 19 NOVEMBRE**

**22,00 €**

**184 PAGES**