

Le Prix de la Communication Citoyenne 2023 **entre en campagne**

Le Prix de la Communication Citoyenne 2023, organisé par le Fonds de dotation de l'ARPP, prend la parole à travers un dispositif de communication qui s'appuie sur une nouvelle identité et une nouvelle campagne, conçues par l'agence Josiane, ainsi qu'un nouveau trophée et une série d'interviews vidéo des administrateurs du Fonds.

A partir du 17 avril, le Fonds de dotation de l'ARPP prend la parole dans une campagne – *Digitale puis Print* – pour communiquer sur le retour en 2023 du Prix de la Communication Citoyenne (PCC), qui récompense toutes les actions de communication dont la vocation est d'améliorer les comportements individuels et collectifs, de défendre de grandes causes ou de promouvoir les engagements citoyens d'entreprises privées ou publiques.

Présentant la nouvelle identité du prix et son nouveau trophée, la campagne conçue par l'agence **Josiane** invite les agences, les annonceurs et les régies médias à déposer leur(s) dossier(s) à **partir du 15 mai 2023** sur [le site](#) du Prix de la Communication Citoyenne (pcc.fdarpp.org) dans une ou plusieurs des quatre grandes catégories récompensées : Consommation responsable, Droits de l'Homme, Progrès social et Solidarité / Santé publique. La campagne rappelle également deux nouveautés du PCC 2023 : des modalités de participation simplifiées (en ligne) **et la participation gratuite**.

Un trophée éco-conçu

En cohérence avec les comportements et les valeurs qu'il récompense, [les trophées du Prix de la Communication Citoyenne](#) ont été conçus et fabriqués en France. Créés sur mesure par [Artempo](#) en dix-huit exemplaires, ils ont nécessité plusieurs mois de Recherche & Développement, et l'intervention de partenaires engagés dont les pratiques durables sont reconnues, labellisées ou certifiées : une équipe d'artistes et d'artisans d'art - menuisier, ferronnier... - capables de travailler les matériaux nobles et les matériaux composites, et d'utiliser les savoirs les plus anciens, couplés aux nouvelles technologies.

La communication citoyenne, paroles d'experts

Pour expliquer les enjeux de la communication citoyenne, le Fonds de Dotation de l'ARPP a réalisé une série d'interviews des représentants des principaux acteurs de la communication et administrateurs du Fonds de dotation de l'ARPP - Marie-Pierre Bordet, Vice-Présidente Déléguée Générale de l'Association des Agences Conseils en Communication (AACC) ; Hélène Chartier, Directrice du Syndicat des Régies Internet (SRI) ; Jean-Luc Chetrit, Directeur Général de l'Union des marques - et de François d'Aubert, Président de l'ARPP et Président du Fonds de dotation de l'ARPP.

[Les vidéos sont visibles sur le site du Prix de la Communication Citoyenne](#) (pcc.fdarpp.org)
<https://pcc.fdarpp.org/>

À propos du Fonds de dotation de l'ARPP

Le Fonds de dotation de l'ARPP institué en août 2017 a pour objet « *d'aider à la recherche et au développement des meilleures pratiques éthiques d'une publicité loyale, véridique et saine au bénéfice de tous les publics* ». Ce Fonds a donc vocation à financer à la fois des actions d'intérêt général œuvrant pour la promotion et le développement de l'éthique publicitaire et des actions ayant un lien avec la publicité et la mise en valeur du patrimoine publicitaire.

Le Fonds est présidé par le Président de l'ARPP (ou son Directeur Général par délégation). Sa dotation initiale a été de 100 000 €. Il s'articule bien évidemment avec la Filière Communication constituée en février 2017 - <https://filiere-communication.org/>

À propos de l'ARPP

Créée en 1935 sous l'appellation d'Office de Contrôle d'Annonces, puis de 1953 à 2008 en s'élargissant aux autres médias existants et en devenir, en prenant la dénomination de Bureau de Vérification de la Publicité, l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité est l'unique organisation française d'autodiscipline publicitaire. En 1992, l'ARPP a cofondé, à Bruxelles, l'Alliance européenne pour l'éthique en publicité (AEEP/EASA) aux côtés de ses homologues, et en 2016, l'*International Council for Advertising Self-Regulation* (ICAS). Présidée par une 'Haute personnalité indépendante', M. François d'Aubert depuis le 4 novembre 2011, l'ARPP réunit les trois acteurs de la publicité et de la communication en général : les annonceurs, les agences de communication, les agences médias, les médias, plateformes et supports publicitaires, les régies et les prestataires de la chaîne de valeur de la publicité. Entièrement financée par ses adhérents (plus de 750 entreprises cotisantes), qui édictent leurs règles déontologiques, l'ARPP œuvre chaque jour pour préserver la liberté de création publicitaire dans les limites convenues et la protection des consommateurs.

Contacts ARPP

Stéphane Martin, Directeur Général, stephane.martin@arpp.org / +33 (0)1 40 15 15 26

Sophie Huttmann, Responsable du développement et de la communication, sophie.huttmann@arpp.org
01 40 15 15 32



LE PRIX DE LA COMMUNICATION CITOYENNE REVIENT EN 2023.

CONSOMMATION RESPONSABLE . DROITS DE L'HOMME . PROGRÈS SOCIAL . SOLIDARITÉ/SANTÉ PUBLIQUE
Agences, Annonceurs, Supports publicitaires, le Prix de la Communication Citoyenne 2023 n'attend plus que vos inscriptions.
La participation est gratuite et les modalités simplifiées.
Déposez vos dossiers à partir du 15 mai 2023. Découvrez les catégories et le règlement sur pcc.fdarpp.org
Contact : pcc@fdarpp.org



PRIX DE LA
COMMUNICATION
CITOYENNE

FONDS DE
DOTATION
DE L'ARPP