

Conférence

2 ANS APRÈS LA LOI CLIMAT : BILAN ET PERSPECTIVES SUR LA RÉGULATION DE LA PUBLICITÉ

Mercredi 13 mars - 15h à 17h, à l'Assemblée nationale

15h OUVERTURE

Député(e)s hôtes de l'évènement : **Jean-Marc Zulesi, Lisa Belluco et Dominique Potier**

15h10 TABLE RONDE 1

Quelles visions et propositions pour renforcer l'encadrement de la publicité par les pouvoirs publics ?

Plusieurs contributions sur les questions de régulation de la publicité ont été formulées ces 18 derniers mois : celle des associations Communication et démocratie et Institut Veblen avec le rapport La communication commerciale à l'ère de la sobriété (octobre 2022), celle du Grand défi des entreprises pour la planète avec des recommandations fortes pour réguler la communication (février 2023), celle du Conseil économique et social dans son Avis sur la consommation responsable et la publicité (juillet 2023), et celle sur les dispositifs de lutte contre le greenwashing par le Consumer information programme du Programme des Nations unies pour l'environnement (août 2023). Mieux comprendre les analyses et propositions de ces différents acteurs doit permettre d'enrichir la réflexion des pouvoirs publics qui avancent actuellement en matière de régulation des activités publicitaires.

- **Marie-Hélène Meyling**, Corapporteuse de l'avis du Conseil économique et social sur la consommation durable et la publicité
- **Virginie Raison-Victor**, Cofondatrice et porte parole du Grand Défi des Entreprises pour la Planète
- **Laetitia Montero**, Experte en information du consommateur au Programme des Nations Unies pour l'Environnement
- **Renaud Fossard**, Délégué Général de l'association Communication et démocratie

Animation : **Mathilde Dupré**, Codirectrice de l'Institut Veblen

15h55 ÉCLAIRAGE

Les réformes des dispositifs de lutte contre le greenwashing au niveau européen

- **Meryem Deffairi**, Maîtresse de conférences en droit public à l'Université Panthéon-Assas, avocate

16h00 TABLE RONDE 2

Le diagnostic des pouvoirs publics sur les enjeux actuels de la régulation des communications commerciales

La loi AGECE (2020) puis la loi Climat et résilience (2021) ont renforcé les dispositifs de régulation de la publicité dans une perspective écologique : les ministères de l'environnement et de l'économie se partagent désormais la lutte contre les incitations au gaspillage et les différentes formes de greenwashing. Au-delà des interdictions pour la publicité de produits très polluants, l'initiative des « contrats-climat » visant à réduire celle pour des produits à fort impact environnemental a également occupé les pouvoirs publics, en particulier l'ARCOM qui en assure l'évaluation annuelle.

Dans ce panorama, l'ADEME, à travers l'expertise et les outils qu'elle produit, contribue aussi activement à la dynamique pour une communication plus responsable, tandis que le Secrétariat général à la planification écologique (SGPE), sous l'égide du Premier Ministre, a engagé une réflexion approfondie sur le rôle de la publicité dans la transition de notre modèle économique.

Quels diagnostics posent ces acteurs clé de la régulation de la publicité sur l'efficacité des dispositifs actuels et quelle est leur analyse sur les perspectives de renforcement actuellement discutées à différents niveaux ?

- **Baptiste Perrissin-Fabert**, Directeur général délégué de l'ADEME
- **Emeline Keundjian**, Secrétaire générale adjointe à la planification écologique, cheffe du Pôle Engagement
- **Guillaume Decorzent**, Sous-directeur des services marchands, Direction générale des entreprises, Ministère de l'économie
- **Julie Hanot**, Sous-directrice des entreprises, CGDD, Ministère de la transition écologique
- **Bénédicte Lesage**, Conseillère à l'ARCOM, Présidente du groupe de travail « Éducation média, transition écologique et santé publique »

Animation : **Thierry Libaert**, Chercheur en SIC, coauteur du rapport « Publicité et environnement » pour le MTEC

17h00 CLÔTURE

Communication et démocratie et Institut Veblen