

Signature d'une Charte visant à protéger l'image de la personne humaine dans la publicité

Roselyne Bachelot, ministre des Solidarités et de la Cohésion sociale et François d'Ouvert, président de l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité (Arpp) ont signé le 5 mars la Charte sur le respect de l'image de la personne humaine dans la publicité. Le texte réaffirme et renouvelle l'engagement, signé en 2003, sur le respect de la personne dans la production publicitaire, notamment en matière de protection de la dignité, de lutte contre les stéréotypes (sexuels, sociaux et raciaux) et contre la violence. L'objectif est de responsabiliser l'ensemble des professionnels, annonceurs, agences et supports publicitaires. La charte s'inscrit, par ailleurs, dans un dispositif de régulation professionnelle concertée global où les trois instances associées à l'Arpp interviennent : le Conseil paritaire de la publicité qui peut demander, par exemple, l'instauration d'une nouvelle règle déontologique, le Conseil de l'éthique publicitaire, lieu de réflexion, et le Jury de déontologie publicitaire qui statue sur les plaintes lui étant adressées. L'Arpp remettra, chaque année, au ministère des Solidarités et de la cohésion sociale un bilan de l'application de la Recommandation Image de la personne humaine.