



II-3.4: Deux spots publicitaires sont interdits car mensongers par l'Autorité de régulation de la profession

Marie-Anne Frison-Roche, Managing Editor and Director

INFORMATION PRINCIPALE

Par une décision du 23 février 2011, le JDP a ordonné la cessation de diffusé deux spots d'une campagne décidées par les pouvoirs publics à propos de l'élevage animal, en ce que ceux-ci affirmaient d'une façon mensongère que cet élevage était conçu sur un mode familial et organisé au bénéfice de l'environnement. La sanction illustre le pouvoir d'autorégulation.

CONTEXT AND SUMMARY

Les pouvoirs publics avaient mis en place une série de dix spots destinés à être diffusés à la radio la campagne ayant pour intitulé soyons ferme. Le but de cette campagne était d'informer l'opinion publique sur les filières d'élevage du bœuf, du veau et du porc. Parmi ces publicités, l'une vantait l'élevage du porc, assurant que les éleveurs sont des « artisans » et que l'élevage du porc est en France « majoritairement familiale ». Une seconde publicité vantait l'élevage des vaches, puisqu'un éleveur assurait que le maintien en prairie des vaches permet en France la préservation des forêts et contribue au stockage de carbone dans le sol. Le secteur de la publicité est régulé par une organisation professionnelle l'Autorité de régulation des professionnels de la publicité (ARRP), mise en place en 2003 par les professionnels où siègent des représentants des publicitaires et des annonceurs. A été établi en 2008 un Jury de Déontologie Publicitaire, organisme dont la source n'est pas davantage étatique et dont l'organisation repose sur un règlement intérieur. Il fonctionne d'une manière collégiale et est présidé par une personnalité qualifiée indépendante, actuellement un membre du Conseil d'Etat. Ce jury peut être saisi de plaintes, lorsqu'une personne estime qu'une publicité ne respecte pas la déontologie publicitaire, ce jury ayant alors pour fonction d'instruire le dossier avant de demander éventuellement l'ARRP de prendre des mesures de cessation de la publicité. Le règlement intérieur veille à l'impartialité du Jury.

En l'espèce, la Fondation Brigitte Bardot a saisi l'ARRP à propos de plusieurs des spots de la campagne mise en œuvre par les pouvoirs publics. La fondation BB a saisi le 29 novembre 2010 le Jury à propos de l'ensemble de la campagne radio précitée mise en place par les pouvoirs publics. La fondation conteste la véracité de la présentation de la production française, mise en scène comme étant issue d'une agriculture familiale, respectueuse des animaux et de l'environnement, ce qui est inexact, puisque le système est majoritairement celui d'un élevage industriel et destructeur de l'environnement. L'annonceur fait valoir que la campagne qui est à l'initiative à la fois de l'ensemble des professionnels et du ministère de l'agriculture comprend 30 spots et ne peut pas laisser à place à toutes les nuances, dès l'instant que les informations communiquées sont objectives et validées par la réglementation et les pratiques. Le Jury suit ce raisonnement à propos du spot sur l'alimentation des veaux, qui sont nourris avec un produit laitier aux qualités nutritionnelles pauvres mais conforme

aux directives communautaires, ce qui rend le message relatif à l'alimentation des veaux irréprochables.

En revanche, un des spots affirme que l'élevage des porcs en France conserve un « caractère familial » et demeure à taille humaine. Or, le plaignant souligne que plus de 90% des élevages porcins se pratiquent en bâtiments et le jury constate que la comparaison soit disant flatteuse que le message publicitaire opère entre la France et d'autres pays n'est pas de mise. Ainsi, le jury pose que : « Le spot n'exprime donc pas avec justesse la réalité des actions vantées par l'annonceur ou les propriétés des produits. Il n'est justifié par aucun élément que les méthodes d'élevage porcin ne seraient pas industrielles. Il contrevient en cela aux dispositions 1/1 et 2/1 de la Recommandation Développement durable. »

Une même sévérité caractérise l'appréciation que fait le jury du spot sur l'impact de l'élevage bovin sur l'environnement. En effet, le spot précise que certes les bovins produisent du méthane mais que dans le même temps, les éleveurs entretiennent des terres pour les élever et qu'en broutant les vaches, maintenant les prairies, permettent le stockage de carbone dans le sol. Les parties se disputent devant le Jury sur la part de responsabilité directe ou indirecte de l'élevage sur le réchauffement de la planète et le gaspillage des céréales et de l'énergie, chacun produisant des articles scientifiques pour soutenir leurs thèses respectives et contradictoires. Le Jury de déontologie Publicitaire relève pourtant que le message que le message aurait dû être plus nuancé et que sa formulation en rattachant fortement l'agriculture et les forêts induit dans l'esprit de l'auditeur l'idée d'une totale innocuité de l'élevage et de l'environnement, ce qui n'est pas encore le cas. Parce que ce message est délivré « enternes trop généraux » il est lui aussi « non-conforme à la recommandation développement durable, c'est pourquoi le jury de déontologie demande au directeur général de l'ARRP de prendre les mesures nécessaires pour faire cesser la diffusion de ces deux spots.

BRIEF COMMENTARY

En matière de régulation des médias, la régulation des contenus est une question très sensible car, comme le montre les débats autour de la régulation du net, le principe de la liberté d'expression, principe constitutionnel dans tous les pays démocratiques, doit être mis en balance avec l'ordre public. Le plus souvent, c'est ainsi, que soit certains pays mettent une

hiérarchie entre les deux principes comme le font les Etats-Unis qui font prévaloir radicalement le principe constitutionnel de la liberté d'expression, soit confient au juge le soin d'un équilibre proportionné entre les deux principes, comme en Europe. C'est alors le juge, qu'il s'agisse de la Cour européenne des droits de l'homme du juge constitutionnel ou du juge judiciaire qui opère les limites entre la liberté d'expression qui sert le devoir d'information, socles de la société démocratique et l'ordre public qui justifie certaines censures.

La décision qui est ici rapportée est intéressante en ce qu'elle relève d'une toute autre logique, à savoir celle de l'autorégulation. En effet, loin de toute loi et de tout juge, dès 1935, l'Office de contrôle des Annonces est établie sous forme d'association comprenant les agences, les annonceurs et les médias. A partir de 1953, l'Office devient le BVP qui demeure une institution privée et qui donne son avis avant toute diffusion de publicité. L'on peut assimiler ce système souple d'approbation à un pouvoir d'intervention *ex ante* caractéristique des autorités de régulation. En 2008 la structure se transforme en ARRP et suivant le mouvement qui caractérise toutes les autorités de régulation s'opère une division fonctionnelle par la constitution du Jury de déontologie publicitaire qui ressemble à ce qui est appelé ouvertement dans les autorités administratives indépendante une commission des sanctions.

Certes, pour reprendre une distinction souvent utilisée, nous sommes ici dans le soft law puisque ce « jury », et non pas Tribunal ou « commission des sanctions » fait usage « recommandation » et n'adopte pas lui-même de sanction telle que la cessation de la publicité. Elle se contente de demander à l'ARRP de « prendre les mesures nécessaires à la cessation de la diffusion de la publicité constituant un manquement par rapport à la recommandation ».

Bien sûr, le raccourci est rapidement fait par la presse qui estime que le JDP a lui-même ordonné la cessation de diffusion des publicités et l'on peut penser que s'il y avait contestation, un recours pourrait être formé devant le Conseil d'Etat contre cette décision du Jury, puisque le Directeur Général de l'ARPP n'est chargé de que prendre les mesures nécessaires à la cessation, ce qui suppose le principe que le Jury a déjà implicitement prononcé la cessation, lequel a déclaré explicitement fondé la plainte formée devant lui concernant les publicités en cause. D'autre part, l'ARPP ne prend que des recommandations : c'est par rapport à la recommandation *Développement durable* que la décision du 23 février a été adopté par le jury. Ce système souple des recommandations est particulièrement prisé dans l'autorégulation mais le conseil d'état veille à rappeler aux régulateurs que de telles

règlementations sont en réalité des actes faisant grief et relevant de ce fait du Contrôle du juge. Il vient de la faire à propos de la recommandation émise par la CRE sur l'effacement diffus (fiche nouvelle).

Ce contrôle juridictionnel qui tempère l'autonomie des systèmes autorégulés est d'autant plus requis que la décision de ce Jury auto-institué frappe ici une campagne de communication décidée par les pouvoirs publics et l'ensemble des professions concernées. Si l'on se réfère au schéma traditionnel, il est étonnant de voir une décision ministérielle perdre tout effet par le jeu d'une décision professionnelle : c'est l'inversion de la pyramide kesseliennne.