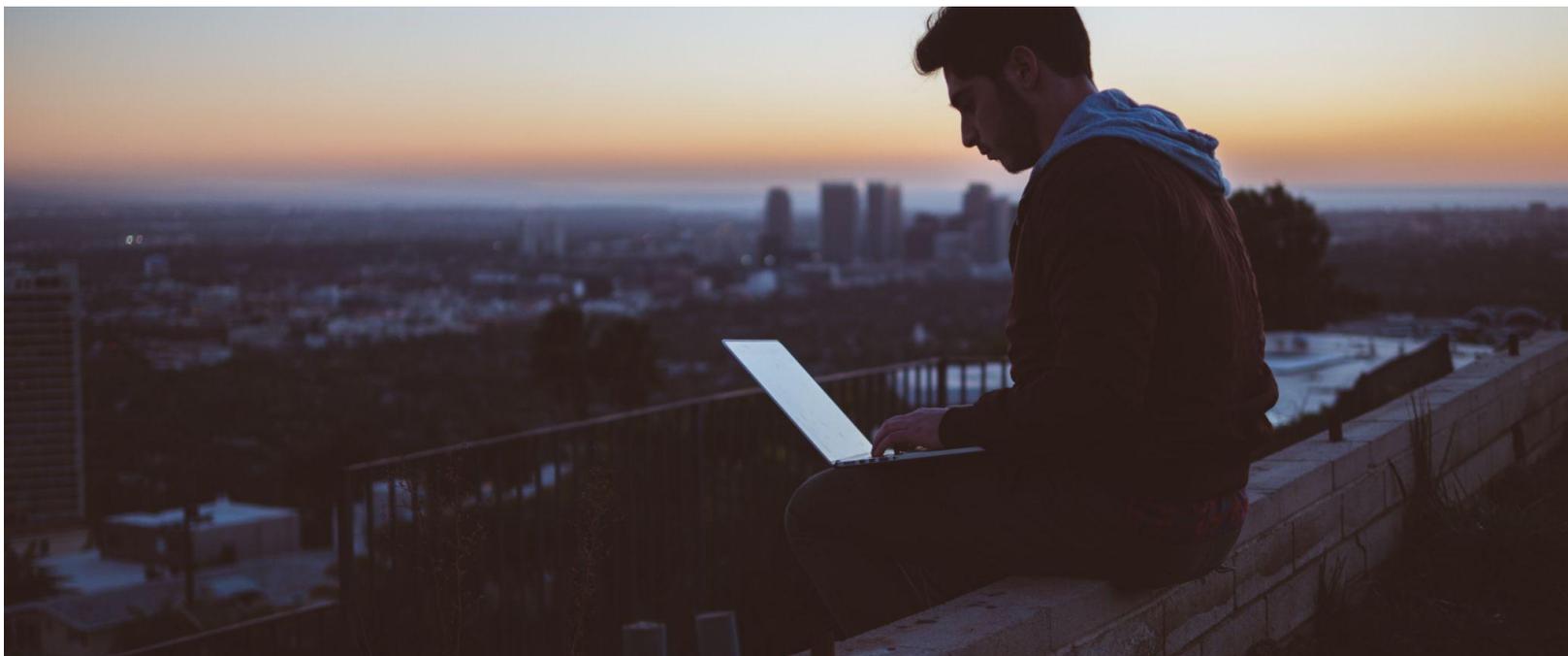


MANIFESTE

16 MARS 2023

UNE PUBLICITÉ EN LIGNE QUI CONCILIE RESPONSABILITÉ ET CRÉATION DE VALEUR



« Pour ceux qui pensent que **publicité responsable** et **création de valeur** vont de pair, un nouvel espace d'échanges est nécessaire qui permettrait ainsi une meilleure collaboration croisée au sein de la chaîne de valeur et des actions de sensibilisation, impliquant également les consommateurs, au service d'un Internet plus responsable. »

La valeur économique et sociétale de la publicité digitale n'est plus à démontrer. Pour autant les consommateurs plébiscitent l'avènement d'une publicité plus responsable, c'est-à-dire plus respectueuse de la vie privée, plus éco-responsable, plus inclusive ou plus protectrice des publics les plus fragiles. Le secteur de la publicité devait se renforcer d'une instance dédiée et transverse, qui associe professionnels du secteur et représentants de la société civile. **Une instance susceptible d'apporter des réponses concrètes à ces enjeux, d'encourager le développement des bonnes pratiques de la profession et de contribuer à un dialogue constructif avec le pouvoirs publics et régulateurs.** C'est chose faite avec la création de The Good Advertising Project !

Le marketing digital, et notamment la publicité personnalisée, sont au centre de plusieurs débats légitimes et qui nécessitent que l'ensemble de la filière, qui va des annonceurs aux consommateurs, en passant par les agences, de marketing, les plateformes et les Adtech, dialogue et apporte des solutions constructives. L'une des conditions pour cela est de se rencontrer, d'échanger et de se connaître.

Un think tank est un lieu de réflexion, qui permet de poser des sujets, de documenter la réalité des pratiques, de confronter des points de vue. Et ensuite, éventuellement, formuler des propositions, pour inspirer les pratiques professionnelles, et alimenter le débat public.

Nous avons donc le souhait de travailler spécifiquement sur les thématiques **de la publicité responsable**, sans chercher à remplacer ceux qui travaillent déjà sur les problématiques propres au numérique, ou à la publicité en général.

Nous souhaitons toutefois arriver à concilier les apports importants de la publicité digitale à l'économie (plus grande efficacité pour l'annonceur et le consommateur, financement d'un accès gratuit à de nombreux contenus) avec les attentes de la société et des consommateurs.

Trois grands enjeux sociétaux auxquels le secteur doit répondre nous semblent essentiels. Ils seront le fil rouge de nos travaux et propositions dans les prochains mois.

Le respect de la vie privée. La publicité digitale s'est construite sur l'utilisation poussée des données personnelles des internautes, sujet qui a fait l'objet de régulations importantes au niveau européen. S'il n'est pas question de remettre en cause la volonté politique de mieux préserver la privacy et les attentes cohérentes des consommateurs, des chemins doivent être trouvés pour conserver l'efficacité de la publicité ciblée, tout en respectant les nouvelles normes de privacy.

La protection des internautes. Internet est souvent présenté comme un lieu de dangers, avec des contenus illicites et le développement de la désinformation et des manipulations. De par sa place dans la diffusion de messages et sa capacité à toucher les internautes de manière fine et personnalisée, mais aussi par le financement de l'écosystème numérique, les acteurs de la publicité ont une responsabilité sociétale qu'ils doivent assumer. Les acteurs de la publicité sont également au coeur des enjeux de brand safety, par le montant de leurs investissements et dépenses, qu'ils peuvent orienter vers des contenus et des sites reconnus, en évitant de financer la désinformation et en assurant ainsi aux marques de se retrouver associées à des sites ou des causes négatives.

L'enjeu climatique est omniprésent dans le débat public ainsi que dans les préoccupations des citoyens. Les réflexions du think tank doivent systématiquement intégrer cette problématique dans les propositions en prenant en compte leur impact sur le changement climatique ou la préservation de la biodiversité. Le Think tank souhaite être force de propositions pour apporter sa part à l'effort collectif autour du Climat.