

## **Fiche : CONTRAT de CLIMAT et publicités pour les produits polluants**

### **Publicités : des "contrats de climat" pour une responsabilisation plus affirmée sur le changement climatique**

*Dans un contexte de dérèglement climatique, les publicités pour les produits les plus polluants sont critiquées. Elles représentent une part non négligeable des revenus du secteur de la publicité. Quelles sont les solutions pour accompagner la prise de conscience d'un secteur entier sans pour autant déstabiliser son économie ?*

La **Convention citoyenne pour le climat** avait proposé l'interdiction de la publicité pour les produits les plus émetteurs de gaz à effet de serre. Le **projet de loi portant lutte contre le dérèglement climatique** vise l'interdiction de la publicité en faveur des énergies fossiles. Toutefois, une grande partie de l'économie de ce secteur repose sur ces annonceurs (automobile, par exemple).

Dans ce contexte, le gouvernement a confié à Agathe Bousquet, présidente de Publicis Groupe en France, et Arnaud Leroy, président de l'Agence de la transition écologique (ADEME), une mission de réflexion sur l'engagement des acteurs des filières publicitaires dans une démarche d'engagements volontaires. Un **rapport préconisant la formalisation d'un "contrat climat"** a été remis au gouvernement le 10 juin 2021.

#### **1 - Le contrat climat**

Afin de formaliser le **contrat climat** auprès des acteurs des filières de la publicité, les rapporteurs définissent cinq axes thématiques :

- **mesurer** les actions et s'engager dans leur pilotage afin de se conformer aux objectifs de **l'accord de Paris** ;
- **produire** et concevoir des contenus éditoriaux ou publicitaires en regard de leur empreinte écologique et sociétale
- **promouvoir** les programmes éditoriaux d'information ou de sensibilisation à l'environnement et aux enjeux climatiques afin de limiter la surconsommation ;
- **contrôler** et suivre la mise en œuvre des engagements volontaires afin d'asseoir leur crédibilité et de permettre l'égalité de traitement entre les différents acteurs ;
- **sensibiliser** et former les collaborateurs aux enjeux et aux bonnes pratiques.

Le rapport insiste sur **les axes "mesure" et "contrôle"** afin de crédibiliser les démarches individuelles et collectives d'un secteur à la "réputation contrastée". L'exercice est d'autant plus ambitieux que la diversité de taille et d'activité des entreprises concernées s'accompagne d'un contexte économique difficile.

En annexe du rapport est donné un modèle de contrat climat, reposant sur ces cinq axes.

## 2 - Point de départ, points d'étape

Le rapport se veut être le **point de départ d'un chantier**, tout en soulignant la prise de conscience et la volonté de s'engager, partagée et exprimée, des différents acteurs.

Outre la définition des cinq axes essentiels au contrat climat, sont aussi recommandées :

- la définition d'une méthodologie commune pour la réalisation de bilans et de trajectoires carbone ;
- la mise en place d'une plateforme et d'un cadre de gouvernance pour aider la prise d'engagements ;
- la publication d'un rapport annuel sur le contrat climat, piloté par le CSA.

Ce rapport annuel sera un premier point d'étape fin 2021. Un rapport plus détaillé devra être réalisé fin 2022, avec des engagements d'améliorations jusqu'en 2030.

L'année 2023, soit deux ans après le premier rendez-vous de mise en œuvre, sera une étape importante dans le projet. Il s'agira de vérifier de façon documentée si la démarche d'engagements volontaires fonctionne.

Source : Vie publique, juin 2021

<https://www.vie-publique.fr/en-bref/280320-contrats-climat-vers-une-responsabilisation-de-la-publicite>