

**Discours du BUMP le 15 mars 2022.
Avancées et perspectives de la Filière Communication
Mercedes Erra**

[Vidéo de l'intervention](#)

Trois ans que vous m'avez conviée au Baromètre Unifié du Marché Publicitaire.
Et trois ans pour pouvoir se revoir, physiquement, pour ôter les masques, pour repartir.
Pendant ces trois ans, nous avons beaucoup travaillé. Beaucoup avancé.

Il y a trois ans, la Filière Communication se constituait en association pour pouvoir agir sur son propre destin, en lien avec l'État mais dotée de ses propres moyens.

Il y a trois ans, la Filière décidait d'organiser des États Généraux, pour pouvoir mettre sur la place publique les enjeux qui la traversaient :

- Prise en compte de la transition climatique
- Valeur de nos métiers, contribution à la force et à la dynamique de notre économie et des entreprises françaises et de leurs marques
- Nouveaux équilibres nécessaires à l'existence d'une société des médias, qui garantisse la vivacité de notre démocratie.

Ces trois thèmes avaient été définis avant l'arrivée d'un événement majeur : la pandémie de COVID 19. Ils ont pris encore plus d'actualité avec elle.

Pendant la pandémie, la Filière a été, avec toutes ses fédérations, l'interlocuteur permanent des pouvoirs publics pour l'élaboration de la loi Climat et Résilience.

Et nous avons été ensemble, dans ce parcours. Pour moi c'était capital. Car nous avons été sollicités de toutes parts, et le risque de cacophonie était grand. Mais nous avons eu voix au chapitre, une voix commune, unie, forte.

Quant au chemin parcouru, il est colossal. Nous n'aurions pas pu aboutir à de tels pas en avant sans l'existence de cette Filière.

Nous avons fait des pas de géant sur deux fronts :

- **Notre rôle dans la transition climatique et écologique et nos engagements en sa faveur,**
- **La réinvention de notre industrie.**

Revenons sur la chronologie :

Juin 2020 : A l'approche du livrable final de la **Convention Citoyenne pour le Climat**, avec ses 149 propositions, nous découvrons celles qui concernent nos métiers, nombreuses, parfois radicales, alors que nos métiers sont en pleine crise, liée à la pandémie. Pour la Filière, les chiffres de l'activité et de la confiance sont alors au plus bas : l'année 2020 se terminera à -22% de CA et -28 points d'indice de confiance.

Sur tout l'été 2020, nous avons travaillé nos réponses à la CCC : lettres au Président de la République, au Premier Ministre, aux 3 ministères (Bercy, Culture et Ministère de la transition écologique).

Nous manifestons d'abord notre volonté de prendre part à la transition climatique, d'y jouer un rôle clé, de dialoguer, et nous alertons sur l'impact économique de certaines propositions. L'étude d'impact réalisée par Bercy s'en nourrit.

Le projet de Loi Orphelin reprend certaines mesures proposées par la Convention Citoyenne pour le Climat. Le projet comprend alors 22 articles. Nous sommes sollicités pour donner notre point de vue.

En août 2020 : nous remettons au Ministre de l'Économie, des Finances et de la Relance, à la Ministre de la Culture, à la Ministre de la Transition écologique, une note de couverture, comprenant notre analyse, les éléments d'impact, et les propositions d'amendements que notre Filière jugerait utiles.

Ces deux réponses successives, cohérentes, transmises dans la foulée, ont constitué un rempart efficace à des propositions trop radicales, simplistes, contreproductives.

Septembre 2020 : nous sommes donc invités à la table de discussion. Ce sera le mois de la **concertation** :

- Réunions « miroirs » de préparation du Projet de loi avec la Convention Citoyenne pour le Climat.
- Rencontre avec les citoyens de la convention citoyenne et **concertation** sur les mesures, organisée par le Ministère de la Transition Ecologique : nous exposons notre point de vue, directement aux citoyens.
- **Rencontre avec** Mathieu Orphelin à l'Assemblée Nationale.

Ce que j'appellerais la tentation de l'interdiction était alors grande partout, à la fois à la Convention Citoyenne pour le Climat, et au Ministère de la Transition Ecologique.

Nous comprenons alors que **notre parole doit sortir du cadre institutionnel et se déployer dans la sphère publique**. Nous joignons nos énergies pour publier, avec tous nos membres, dont nos membres médias, avec les principaux syndicats de salariés, et avec l'Union des marques, une Tribune intitulée "**avant d'interdire**", qui pose les enjeux, et défend nos métiers face aux menaces d'interdiction qui se précisent.

La Tribune fait réagir, massivement, et à la marge elle clive, mais son existence, et l'ensemble des signatures font rempart.

Si la posture de défense a permis de bloquer les mesures les plus douloureuses économiquement, nous décidons, à **l'automne 2020, de prendre part proactivement au changement nécessaire. C'est l'heure d'afficher des engagements volontaires en faveur de la transition écologique.**

En parallèle le premier temps fort des Etats Généraux se profile, 27 novembre. Ils seront menés de main de maître par nos membres, main dans la main avec l'Union des marques. C'est un gros succès et le premier temps fort est focalisé sur le modèle de consommation responsable que nous souhaitons pousser, et l'impulsion positive que la publicité peut donner à la transition climatique. La prise de conscience de tous les acteurs, est réelle. Nos engagements vont se nourrir des travaux de ces EGC 1.

Le 3 février 2021, nous sommes prêts : nous adoptons donc 7 engagements, validés par chacune de nos instances membres, reconnus par l'Union des Marques, et votés **en plénière à la Filière.**

Ces 7 engagements, nous allons les porter à bout de bras partout où ils doivent l'être, d'abord devant la Convention Citoyenne pour le Climat, devant les 3 ministères, devant Matignon.

Cette double ligne d'action, réactive aux propositions citoyennes d'une part, et pro-active sur les champs qui dépendent de nous - nos empreintes, nos émissions - a été une bonne stratégie, à la fois protectrice et volontariste.

En avril, nous sommes entendus par le Sénat, avant que le projet de loi arrive en examen entre ses mains.

De ce marathon et des 22 mesures initiales, subsistent aujourd'hui une poignée d'interdictions et d'obligations, et ce répit permet à nos métiers de récupérer, à la sortie d'une année 2020 très dure pour notre industrie et pour les médias. Voici en synthèse les mesures :

1. **interdiction de la publicité relative à la commercialisation ou la promotion des énergies fossiles** excepté pour les carburants dont le contenu en énergie renouvelable est supérieur ou égal à 50 %
2. **interdiction, à partir de 2028, de la publicité relative à la vente ou la promotion de l'achat des voitures particulières neuves dont les émissions de CO2 sont supérieures à 123g par km**
3. **affichage environnemental obligatoire** pour la publicité relative à la fabrication, la distribution, la location de véhicules, électroménager, produits électroniques, chauffage, climatisation, etc. assorti d'une invitation à en restreindre l'usage. Tout cela en presse et affichage et médias audiovisuels hors radio.
4. **interdiction de la remise annulant l'effet du malus dans l'automobile.**
5. **expérimentation du oui pub sur 15 collectivités volontaires.**

L'ARPP devra aussi, chaque année présenter au Parlement un rapport sur les dispositifs d'autorégulation et leur bilan.

Dans la continuité de la loi, **Agathe Bousquet et Arnaud Leroy travaillent d'arrache-pied** sur leur rapport de mission Bousquet-Leroy, et ouvrent la voie à la mise en œuvre de nos engagements volontaires, en proposant une méthodologie, 5 axes de travail, et un plan d'action. **L'idée du contrat climat en est la pierre angulaire.**

Aujourd'hui, ce plan d'action entre en vigueur. Nous abordons :

1. **la phase de déclaration des annonceurs concernés par l'article 7 sur la plateforme www.publicite-transitionecologique.gouv.fr,** en cours de construction. Cette déclaration sera obligatoire pour tous les annonceurs dépensant plus de 100000 € en communication sur les classes concernées.
2. **la phase d'élaboration et mise en œuvre des contrats climats.** Ils seront à la fois transversaux, liés à votre fédération d'appartenance. Mais ils seront aussi « individuels », liés à l'entreprise et à ses propres engagements.
3. **La phase liée à la mesure de nos empreintes.** Au sein de la filière, plusieurs fédérations mettent au point des calculateurs d'empreinte carbone et environnementale, spécifiques à nos métiers. Ils sont quasiment opérationnels, et

pour certains, celui de l'AACC et de l'UPE par exemple, déjà en libre accès open source. Et ils vont nous permettre de suivre nos engagements.

J'ai passé sous silence **ce que nous avons promis de faire lors du contrat de filière**, tant l'actualité, la crise du covid, la nécessité de réinvention du monde qui se sont imposés durant ces trois ans nous ont propulsés dans une dynamique forte, productive. Mais nous avons tenu les premières promesses du contrat de filière : **produire notre premier observatoire, et nous doter d'un site**. Nous avons fait venir à nous de nouveaux membres, à qui la dynamique du bel ensemble que nous faisons vivre a paru enviable.

Le deuxième temps fort des États généraux, en mai 2021, a remis en lumière le rôle de nos métiers dans la création de valeur pour les entreprises et les marques, la nécessité absolue d'en faire la pédagogie, et de mieux répartir la valeur créée, de rééquilibrer un rapport de force annonceurs/ prestataires trop tendu, trop inégal.

Enfin, le 8 juillet 2022, aura lieu le troisième temps fort des États Généraux, consacré à la société des médias, aux modèles susceptibles d'entretenir leur vivacité au service de la démocratie. Je vous invite vivement à ce troisième temps.

Vous l'avez compris : jamais cette filière ne m'a semblé aussi **essentielle** qu'aujourd'hui. Elle n'est pas un lieu de reproduction ou d'empilement de structures, elle est légère, elle doit le rester et elle porte haut un esprit. J'ai à cœur qu'il soit fait d'ouverture et de transparence. Nous aimons tous tant nos métiers, nous avons une passion, nous avons des intelligences, et quand vous êtes tous là, elles circulent, elles déplacent des montagnes.

Un mot sur **l'avenir**, car il reste tant à faire. Tous les risques, liés aux incertitudes que le monde n'a pas fini de distiller, ne sont pas écartés. Mais nous sommes, grâce à la Filière, grâce à vous toutes et tous, mieux préparés, plus résilients, et tout votre travail, pour lequel je vous suis très reconnaissante, nous permet aujourd'hui de regarder vraiment en avant, sans penser rattrapage, mais en nous projetant dans un nouvel élan, plus responsable, plus contributif à la transition.

Je veux placer demain sous l'égide de la liberté de communiquer pour les entreprises, et sous l'égide des médias, si essentiels à la démocratie, et que nous avons aujourd'hui tellement à défendre.

Merci infiniment à vous toutes et tous.