

Rapport de l'ASSEMBLEE GENERALE DU 30 mai 2017 dans les locaux du traiteur de Schnékert au Windhof

Présents : Daniel Eischen, Claude Muller, Robert Hever, Hughes Langlet, Emmanuel Fleig, Olivier Van Hamme, Ghislain Ludwig, Karin Pütz du **Conseil d'administration du CPL** ;

Isabelle Medinger (Sécurité Routière) , Pierre Gehlen (indépendant) et Georges Schaaf (Luxinnovation) de la **CLEP**,

Lisa Wells, (BCEE) , Luc Biever (TNS Ilres) , Lou Scheider (IP Luxembourg) , Anne Bernard (Loterie Nationale) , Membres du CPL

- Le président du CPL souhaite la bienvenue aux participants. L'ordre du jour est approuvé.
- Le rapport d'activité est présenté par le président du CPL. L'année 2016 doit être vue comme une année de césure. Le CPL s'est surtout attelé à dynamiser la CLEP en identifiant et motivant de nouveaux membres, l'ancien président, Monsieur Olivier Mores, ayant démissionné en date du 12 mai 2016. Vue la diversité des plaintes qui sont soumises au CLEP et le dynamisme des nouveaux médias, il a aussi été décidé d'identifier un nouveau processus de discussion et de mise en dialogue avec les parties demanderesses. Il faut créer de la proximité et mettre les parties en relation tout en adoptant une approche pragmatique orientée résultats.
- Le président souhaite bonne continuation à la nouvelle CLEP qui se compose de :
Pierre Gehlen (Président), Isabelle Medinger , Georges Schaaf, Dan Dechmann, Nicolas Decker, membres.
- Claude Muller, responsable des relations internationales au sein du CPL présente le rapport d'activités avec L'Alliance à Bruxelles (EASA – European Advertising Standards Association)

L'année 2016 était marquée d'un échange régulier et intense avec l'Alliance à Bruxelles (EASA - European Advertising Standards Association), l'organisation qui regroupe toutes les instances d'autorégulation à travers l'Europe et qui est l'interlocuteur des institutions Européennes en ce qui concerne la législation relative à la publicité. L'Alliance, à laquelle le CPL contribue notamment par ses cotisations, vise à maintenir voire fortifier et élargir le système d'autorégulation publicitaire qui fonctionne dans tous les pays de l'UE, afin

d'éviter que notre branche ne subisse de plus en plus de contraintes et d'interdictions via des directives européennes et/ou les législations nationales.

Plus de 150 emails ont été échangés entre Claude Muller, responsable des relations internationales au sein du CPL et les représentants de l'Alliance, sur des sujets d'autorégulation et de déontologie publicitaire très diversifiés. A noter notamment qu'une refonte du code déontologique de l'ICC (International Chamber of Commerce) est en train d'être préparée, tenant compte des dernières évolutions dans la communication digitale, dont l'Internet des objets. Le lancement du nouveau code ICC, prévu pour juillet 2018, aura une influence également sur le travail de la CLEP, comme le code de déontologie luxembourgeois se réfère à ce code international.

La CLEP a été saisie en 2016 par 12 plaintes, portant sur 11 publicités différentes. Ces plaintes émanaient de personnes privées (6), de groupements d'intérêts (5) et d'un ministère (1). A trois reprises, la CLEP rejoignait l'avis du plaignant et émettait un avis négatif sur la publicité en question, dans 7 cas, la CLEP a rejeté la plainte, constatant que la publicité en question n'était pas contraire au code de déontologie, et deux fois la CLEP n'émettait pas d'avis du fait que le problème était résolu avant qu'elle ne pût se prononcer.

La moitié des plaintes concernaient des questions de sexisme, les autres se rapportaient à la discrimination de certains groupes de personnes (selon race, handicap physique, maladie mentale) ou étaient considérées offensives, inappropriées pour les enfants, où mensongères. Les produits concernés étaient les boissons alcooliques, les voitures, les médias, les équipements de la maison, ou encore les services à la personne et les services aux entreprises.

- Le rapport financier est présenté par le trésorier Emmanuel Fleig, L'exercice se solde par un excédent de 13.801,71 € Les réviseurs de caisse Mme Lisa Wells et M. Ghislain Ludwig approuvent les comptes 2016. L'assemblée générale accorde la décharge au comité tant pour le rapport d'activités que pour le rapport financier.
- Le président du CPL a ensuite présenté un projet de conférence pour la rentrée/fin d'année 2017. Le sujet de travail pour celle-ci est « Nouveaux médias – nouveaux contenus – nouveaux enjeux. »

L'idée de base de cette conférence est intimement liée au nom même du CPL : Conseil de la Publicité du Luxembourg. En 2018, qu'est-ce qu'on peut encore considérer comme de la publicité et qu'est-ce qui représente du contenu informationnel de mise en dialogue, de promotion ou de sensibilisation. Avec l'explosion des médias sociaux, des BLOGs, des stratégies de « marketing de contenu », du « inbound marketing, etc., il devient de plus en plus difficile de placer une ligne de démarcation entre de la publicité

et du contenu éditorial (à vocation commerciale). La prise d'influence des marques à travers leurs propres canaux ou au travers d'ambassadeurs/multiplicateurs/influenceurs à travers des canaux sociaux, partagés ou mérités complexifie le travail de contrôle et de modération d'un CPL ou d'une CLEP.

L'objectif de la conférence sera d'illustrer ce nouvel écosystème de la « publicité », d'identifier les éventuelles sources d'abus et de montrer comment les parties prenantes (médias, clients, agences, influenceurs) peuvent adopter des mesures d'auto régulation permettant d'éviter des abus.

- Divers : Monsieur Lou Scheider propose de faire une présentation de l'étude sur l'impact de la publicité sur l'économie, réalisée par Deloitte en Belgique dans le cadre d'une conférence publique. Le sujet sera discuté au cours des prochaines réunions du CPL.