



15.03.2022 : L'ARPP s'associe à la Journée mondiale des droits des consommateurs

L'ARPP s'associe à la [Journée mondiale des droits des consommateurs](#), commémorant depuis 1983 un discours devant le Congrès américain, le 15 mars 1962, du président américain J.F. Kennedy ayant énoncé les droits et devoirs du consommateur.

Chaque 15 mars, le mouvement des consommateurs s'unit pour mettre en lumière un problème urgent auquel sont confrontés les consommateurs du monde entier. Cette année, les membres de *Consumers International* - 200 groupes de consommateurs dans 100 pays - ont choisi la [finance numérique équitable](#) comme thème mondial.

Au quotidien, l'ARPP et ses instances associées – singulièrement le [Conseil Paritaire de la Publicité](#) (CPP), composé de 8 représentants d'associations de consommateurs agréées en France, désignées par le Ministère en charge de la consommation – œuvrent à la protection des consommateurs par une publicité responsable qui leur est communiquée.

Représentées dorénavant au [Conseil d'Administration de l'ARPP](#), en plus de présider statutairement le [CPP](#), les associations sont pleinement parties prenantes de l'ensemble du dispositif d'autorégulation professionnelle de la publicité. Elles peuvent, au même titre que directement les consommateurs eux-mêmes, les pouvoirs publics, ou toutes personnes morales, saisir le [Jury de Déontologie Publicitaire](#) sur des publicités diffusées qu'elles estiment non conformes au [Code de l'ARPP des Recommandations de la publicité](#), dont elles ont, de plus, préalablement pu rendre un [Avis](#) avant leur rédaction et leur adoption par la profession qui s'engage ainsi à les respecter.

Enfin, via son Fonds de dotation, l'ARPP est membre co-fondateur de la [Chaire Droit de la consommation](#), abritée par la Fondation de CY Cergy Paris Université, constituée en décembre 2019 dans le but de réunir chercheurs et acteurs majeurs du monde de la consommation.

À propos de l'ARPP

Créée en 1935 sous l'appellation d'Office de Contrôle d'Annonces, puis de 1953 à 2008 en s'élargissant aux autres médias existants et en devenir, en prenant la dénomination de Bureau de Vérification de la Publicité, l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité est l'unique organisation française d'autodiscipline publicitaire. En 1992, l'ARPP a cofondé, à Bruxelles, l'Alliance européenne pour l'éthique en publicité (AEEP/EASA) aux côtés de ses homologues, et en 2016, l'*International Council for Advertising Self-Regulation* (ICAS). Présidée par une 'Haute personnalité indépendante', M. François d'Aubert depuis le 4 novembre 2011, l'ARPP réunit les trois acteurs de la publicité et de la communication en général : les annonceurs, les agences de communication, les agences médias, les médias, plateformes et supports publicitaires, les régies et les prestataires de la chaîne de valeur de la publicité. Entièrement financée par ses adhérents (environ 675 entreprises cotisantes et plus de 800 entreprises adhérentes), qui édictent leurs règles déontologiques, l'ARPP œuvre chaque jour pour préserver la liberté de création publicitaire dans les limites convenues et la protection des consommateurs.

Contacts ARPP

Stéphane Martin, Directeur Général www.arpp.org/contact / +33 (0)1 40 15 15 26