



Lancement d'un observatoire citoyen pour dénoncer les publicités abusives

Alors qu'un rapport interministériel prônant un renforcement de la régulation de la publicité vient d'être publié, un collectif d'associations lance l'Observatoire Citoyen de la Publicité, un outil de signalement participatif des contenus publicitaires abusifs. Cette initiative inédite vise l'implication des citoyens dans le débat sur la réforme de la régulation des contenus publicitaires.

Sept associations¹ engagées en faveur de la transformation de l'économie, de l'écologie politique, de la lutte contre l'impunité des multinationales et de la régulation de la publicité lancent l'Observatoire Citoyen de la Publicité (OCP) avec 13 partenaires², incluant des associations de consommateurs et des influenceurs spécialisés.

Comment ça marche ? Sur son site internet, l'OCP permet à chaque citoyen de signaler, par un formulaire simple, une publicité qu'il considère abusive en raison d'un discours incitant à la surconsommation, trompeur sur le plan écologique et social ou véhiculant des stéréotypes dégradants.

L'équipe permanente de l'OCP publie ensuite les signalements considérés comme recevables ([Publicités signalées](#)) sur la base des critères objectifs rendus publics ([Notre méthode](#)). Les organisations membres et partenaires de l'OCP peuvent alors produire une analyse approfondie des campagnes épinglées et les rendre publiques ([Nos analyses](#)).

L'OCP publiera chaque année un rapport d'activité. Son objectif est de construire une critique collective des discours véhiculés par les marques et d'interpeller les pouvoirs publics pour faire évoluer les règles qui les encadrent. Reprendre le contrôle sur les discours publicitaires permet de participer concrètement à l'émergence d'une consommation et d'une société plus responsables.

Le lancement de cet Observatoire intervient peu après la publication officielle du rapport des inspections générales des finances (IGF), de la culture (IGAC) et du développement durable (IGEDD), intitulé « Contribution et régulation de la publicité pour une consommation plus durable »³. Très critique du secteur publicitaire, ce rapport inclut de nombreuses propositions de réformes sur lesquelles la réaction de l'exécutif tarde à se concrétiser⁴.

« Depuis la loi Climat, les débats institutionnels sur la régulation de la publicité se multiplient mais les réformes ne suivent pas. La critique de la publicité n'est pas qu'une affaire de spécialistes. C'est pourquoi nous appelons les citoyennes et citoyens à déposer des signalements en masse pour faire bouger les lignes » déclare Jeanne Wetzels, porte parole de l'Observatoire.

Contact presse

Jeanne Wetzels, porte parole de l'OCP, chargée de mission OCP à Communication et Démocratie

Tél : 06 43 05 16 86

E-mail : jeanne.wetzels@communication-democratie.org

1 Associations membres fondatrices de l'OCP : Communication et démocratie, HOP - Halte à l'Obsolescence Programmée, Institut Veblen, Les Amis de la Terre – France, Résistance à l'Agression Publicitaire, Sherpa, Zéro Waste France

2 Organisations partenaires de l'OCP : Alerte Greenwashing, Alternatiba, Association Addictions France, La Confédération Syndicale des Familles, Eclaircies, Observatoire des Multinationales, Paye Ton Influence, Pépites Sexistes, Perles de greenwashing, Quota Climat, Reclaim Finance, Réseau Action Climat

3 Pour un décryptage du rapport et l'accès au document, voir l'article de Communication et démocratie du 27 mars 2025.

4 La fuite de ce rapport dans la presse en mars 2025, par le média L'informé, avait déjà conduit les associations à réclamer des réponses au gouvernement. Voir le [communiqué de presse](#) de l'association Communication et démocratie du 31 mars 2025