

## L'actu du jour

### La pub épinglée

Tout le monde se met à la protection de l'environnement. Même les publicités télévisées. Un observatoire indépendant vient d'être créé pour empêcher les abus.



La dernière campagne pour le 4/4 de Peugeot a été épinglée par le public. © D.R

La dernière campagne pour le 4/4 de Peugeot a

« Roulez en Voban, vous protégerez l'environnement. Avec la lessive Bidule aux extraits 100% naturels, le linge est doux avec ma peau et avec la planète ». Tu l'as peut-être remarqué : la nature et la protection de l'environnement sont à la mode. Tes écrans publicitaires en raffolent. En ce moment, les spots « écologiques » fleurissent comme des petits pains. On appelle ce phénomène le greenwashing ou écoblanchiment. Le principe ? Se servir de l'argument écologique pour vendre son produit. Même si le produit en question n'est pas tout-à-fait vert...

En avril 2008, grâce au Grenelle de l'environnement, les publicitaires ont signé avec le Gouvernement une charte prônant une publicité « éco-responsable ». Mais pour plusieurs associations de défense de l'environnement, ce n'est pas suffisant. L'Alliance pour la planète vient ainsi de lancer un Observatoire indépendant de la publicité. Son rôle ? Alerter et surveiller les marques qui tricheraient avec la planète. Si tu vois une publicité qui te semble suspecte, tu peux leur signaler sur leur site ([//observatoiredepublicite.fr](http://observatoiredepublicite.fr)). Elle sera soumise aux votes des internautes et examinée par des experts. Au bout d'un mois, une note sera attribuée.

L'OIP espère ainsi éduquer et former le public.

Séverine Clochard

[Consulter cet article sur le site 1jour1actu.com](http://www.1jour1actu.com)