
Communiqué de presse

Paris, le 20 décembre 2012

Lancement de la campagne radio sur la thématique des "soldes" signée l'ARPP (Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité) et l'INC (Institut National de la Consommation)

Dès le 26 décembre et durant tout le mois de janvier 2013, une Campagne de 2200 spots financée par les membres du Bureau de la Radio (*RTL – NRJ – EUROPE 1 – NOSTALGIE – FUN RADIO – RMC – VIRGIN RADIO – RTL 2 – RFM – CHERIE FM – RIRE & CHANSONS – BFM BUSINESS*) sera diffusée sur leurs antennes.

Cette Campagne sur le thème des "soldes" apporte des conseils pratiques et utiles aux consommateurs sur « Comment identifier les produits soldés ? », « Peut-on échanger un produit soldé ou être remboursé ? », « Quelles garanties sur les produits soldés ? », « Les soldes sur Internet : ce qu'il faut savoir » ou encore, « Comment réussir les soldes ? ».

Trois membres d'une famille (*Karine la mère, Boris le père et, Nina la fille*) interprètent un scénario autour des thématiques précitées et, face à un questionnement relatif aux soldes, ils font alors appel à un cousin dénommé Alex et « expert en tout » qui va leur répondre par téléphone.

Ces messages ont été mis en œuvre, par un Groupe de travail constitué au sein du Conseil Paritaire de la Publicité (CPP), instance associée à l'ARPP et, regroupant des représentants des professionnels des médias, dont le Bureau de la Radio, des annonceurs, des agences de communication, des régies publicitaires, des associations de consommateurs et environnementales, membres du CPP, ainsi que l'ARPP pour le compte de ses Administrateurs et, l'Institut National de la Consommation (INC).

Retrouvez également ces messages sur les sites de l'INC, de l'ARPP et, du CPP :

- ARPP Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité - www.arpp.org
- INC Institut National de la Consommation - www.conso.net

L'ARPP EN BREF

Créée en 1935 sous l'appellation d'Office de Contrôle d'Annonces (OCA), 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 (BVP), l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (ARPP) est l'organisation française d'autodiscipline publicitaire.

Présidée par une Haute personnalité indépendante, François d'Aubert, l'ARPP réunit les trois acteurs de la publicité et de la communication en général : les annonceurs, les agences, les différents médias et supports publicitaires.

Entièrement financée par ses adhérents (environ 650 entreprises cotisantes), l'ARPP œuvre chaque jour pour préserver la liberté de création publicitaire dans les limites convenues et la protection des consommateurs. Elle crée, avec les professionnels, des règles déontologiques sous l'impulsion des avis délivrés par le Conseil Paritaire de la Publicité (CPP : www.cpp-pub.org).

24 salariés, dont une dizaine de juristes conseil, délivrent chaque jour près de 150 conseils tous médias et avis TV avant la diffusion des campagnes publicitaires.

L'INC EN BREF

L'Institut national de la consommation est un l'établissement public, placé sous la tutelle du ministère chargé de la consommation, les missions de l'INC sont régies par le code de la consommation.

L'INC édite :

- Le Magazine *60 Millions de consommateurs* : 11 mensuels, 8 hors-série et le site www.60millions-mag.com ;
 - Les émissions télévisées *ConsoMag* : 120 programmes originaux de 2 minutes produits chaque année, diffusés sur les chaînes de France Télévisions ;
 - Le site dédié aux jeunes consommateurs : www.ctaconso.fr ;
 - Le portail de la consommation destiné au grand public : www.conso.net ;
 - Le site sur la prévention des accidents de la vie courante : www.stopauxaccidentsquotidiens.fr ;
 - Le site d'information et de décryptage sur le commerce équitable : www.jeconsommeequitable.fr
-

Contacts presse :

Service de presse de l'ARPP – Stéphane Martin, Directeur Général – 01 40 15 15 26

Service de presse de l'INC – Anne-Juliette Reissier – 01 45 66 20 35