



Communiqué de presse

Paris, le 26 septembre 2018

La langue française dans la publicité : entre (auto)régulation et créativité

Le ministère de la Culture a accueilli, mercredi 26 septembre, une rencontre professionnelle sur le thème « Publicité et Langue française », à l'occasion de la Journée européenne des langues.

Organisé conjointement par la Délégation générale à la langue française et aux langues de France (DGLFLF) du ministère de la Culture, notamment chargée du suivi de la « loi Toubon », et l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP), ce dialogue a permis de donner la parole à des publicitaires et à des annonceurs pour mieux faire apparaître les enjeux de l'utilisation des langues, et en premier lieu du français.

Les échanges se sont appuyés sur la publication d'une étude actualisée ARPP/DGLFLF portant sur près de 20 000 messages publicitaires diffusés de janvier à avril 2018, dans la presse écrite, l'audiovisuel, l'affichage et, pour la première fois sur cette thématique, sur les réseaux sociaux.

Dominique Wolton, président du Conseil de l'éthique publicitaire, a clôturé cette matinée.

Pour le ministère de la Culture, il s'agissait, d'une part, de saluer la créativité manifestée par plusieurs campagnes dans l'usage de la langue française, et de rappeler, d'autre part, que nos concitoyens demeurent attentifs à la place de notre langue au quotidien dans l'espace public, et plus largement dans tous les domaines de la vie sociale. Le ministère de la Culture continuera d'exercer sa vigilance sur ces questions, dans l'esprit du plan d'action « Une ambition pour la langue française et le plurilinguisme », présenté le 20 mars dernier par le président de la République.

Contact

Ministère de la Culture
Délégation à l'information et à la communication
Service de presse : 01 40 15 83 31
service-presse@culture.gouv.fr
www.culture.gouv.fr
@MinistereCC