

# L'intelligence Artificielle

# 01



1P3  
Ilona Espasa  
2022-2023  
SAE

# L'intelligence Artificielle



“

*Une démarche éthique.  
peut-elle sauver la publicité?*

”



# Une démarche éthique dans la publicité



Tu me feras une réponses développée et positive, avec des exemples sur cette problématique :

*« Une démarche éthique, peut-elle sauver la publicité? »*

La publicité est souvent critiquée pour son manque d'éthique et sa capacité à manipuler les consommateurs. Cependant, une démarche éthique peut jouer un rôle crucial dans la sauvegarde de la publicité en tant qu'outil de communication efficace et responsable.

Tout d'abord, une démarche éthique peut aider à garantir que la publicité est honnête et véridique. Les entreprises peuvent adopter des codes de conduite éthique pour guider leur publicité, en veillant à ce qu'elle ne soit pas trompeuse ou mensongère. Par exemple, en 2016, la compagnie de vêtements pour femmes Aerie a lancé une campagne publicitaire sans retouche Photoshop, pour promouvoir la diversité corporelle et encourager la confiance en soi chez les femmes. Cette campagne a été bien accueillie par les consommateurs, car elle était honnête et authentique.

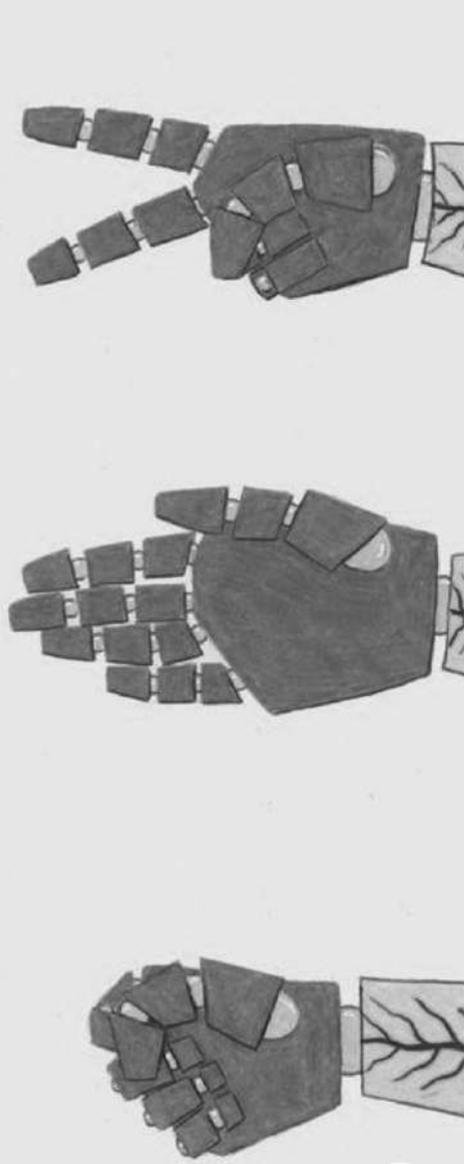


**E**nsuite, une démarche éthique peut aider à réduire l'impact négatif de la publicité sur les individus vulnérables ou marginalisés. Les entreprises peuvent s'engager à ne pas cibler les enfants ou à ne pas utiliser des stéréotypes discriminatoires dans leur publicité. Par exemple, en 2019, la marque de cosmétiques Dove a lancé une campagne de publicité qui célébrait la diversité en utilisant des modèles de différents âges, races et tailles. Cette campagne a été saluée pour sa représentation authentique de la beauté et a montré que la publicité peut être une force positive pour la diversité et l'inclusion.

Enfin, une démarche éthique peut aider à renforcer la confiance des consommateurs dans la publicité. Les entreprises peuvent être transparentes sur leurs pratiques publicitaires et être ouvertes à recevoir des commentaires des consommateurs. Par exemple, les entreprises peuvent adopter des pratiques de publicité responsable telles que la suppression des publicités frauduleuses et trompeuses, la garantie de la vie privée des consommateurs et la garantie de la sécurité des données. En faisant cela, les entreprises peuvent construire une relation de confiance avec les consommateurs, ce qui est essentiel pour la pérennité de leurs activités.



En somme, une démarche éthique peut aider à sauver la publicité en encourageant la transparence, la responsabilité et l'authenticité dans les pratiques publicitaires. La publicité est un outil de communication puissant, et lorsqu'elle est utilisée de manière responsable, elle peut avoir un impact positif sur la société et sur les consommateurs.



**«De quelle manière la régulation du monde publicitaire est déjà perceptible aujourd'hui?»**

Je veux que tu me fasses une réponse détaillée avec des exemples.

La régulation du monde publicitaire est déjà perceptible aujourd'hui à travers plusieurs moyens, tels que :

**Les lois et les réglementations** : Les gouvernements et les agences de réglementation ont créé des lois pour réglementer les pratiques publicitaires. Par exemple, la Federal Trade Commission (FTC) des États-Unis a élaboré des directives et des règles pour protéger les consommateurs contre les publicités mensongères ou trompeuses. De même, en France, l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP) a mis en place un code de déontologie qui établit des règles pour la publicité responsable.

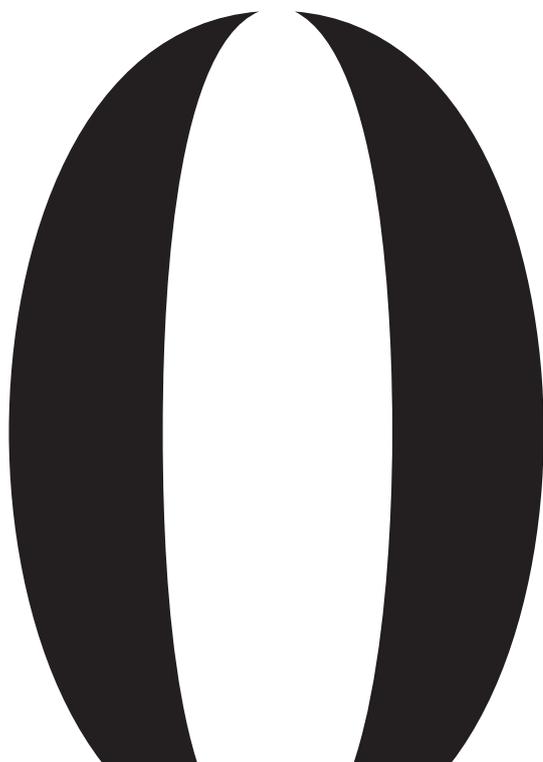
**Les autorités de régulation** : Les organisations et les associations indépendantes ont également été créées pour réglementer la publicité. Par exemple, en Europe, l'European Advertising Standards Alliance (EASA) a été créée pour surveiller la conformité des publicités à travers les frontières et encourager des pratiques publicitaires responsables.

### **Les réseaux sociaux et les médias**

: Les plateformes de réseaux sociaux et les médias ont également commencé à réguler la publicité sur leurs plateformes. Par exemple, Facebook et Google ont des politiques strictes en matière de publicités politiques et ont créé des outils pour signaler les publicités trompeuses ou abusives.

### **Les consommateurs**

: Les consommateurs ont un rôle important dans la régulation de la publicité. Les campagnes de boycott et les pétitions en ligne sont souvent utilisées pour protester contre les publicités considérées comme offensantes ou trompeuses. Les consommateurs peuvent également signaler les publicités qui ne respectent pas les règles en vigueur.



# En termes d'exemples

## Voici quelques cas récents de régulation de la publicité :

En 2020, l'ARPP a interdit une publicité de la marque Dolce & Gabbana qui a été considérée comme véhiculant des stéréotypes sexistes.

En 2020, Twitter a annoncé qu'elle interdirait les publicités politiques sur sa plateforme.

En 2019, la FTC a imposé une amende de 5 milliards de dollars à Facebook pour avoir violé la vie privée de ses utilisateurs, en grande partie grâce à ses pratiques publicitaires.

En 2017, Pepsi a retiré une publicité mettant en scène Kendall Jenner qui a été jugée insensible à l'égard des mouvements de protestation Black Lives Matter.

En résumé, la régulation du monde publicitaire est déjà perceptible aujourd'hui grâce aux efforts des gouvernements, des autorités de régulation, des plateformes de réseaux sociaux, des consommateurs et des entreprises elles-mêmes.





# Quels sont les leviers et les enjeux de demain pour ce domaine, aujourd'hui si controversé ?

## Tu détailleras les leviers et les enjeux

Les leviers et les enjeux pour une démarche éthique dans la publicité sont nombreux et complexes. Voici quelques-uns des principaux leviers et enjeux à prendre en compte :

**La transparence et la responsabilité :** Les annonceurs doivent être plus transparents sur les données collectées et leur utilisation. Les consommateurs doivent pouvoir choisir de partager leurs données et avoir accès à des options pour se désabonner des publicités ciblées. Les annonceurs doivent être tenus responsables de la qualité des publicités et des effets qu'elle peut avoir sur la santé mentale des consommateurs.



**L'innovation technologique :** est un levier important pour améliorer la publicité. Les entreprises peuvent utiliser la technologie pour personnaliser les publicités en fonction des préférences des consommateurs tout en protégeant leur vie privée. Par exemple, l'utilisation de l'intelligence artificielle peut aider à améliorer l'efficacité de la publicité tout en respectant les normes éthiques.

**La formation et l'éducation :** Les professionnels de la publicité doivent être formés aux enjeux éthiques de la publicité mais aussi aux meilleures pratiques pour garantir que leurs campagnes sont éthiques. De plus, les consommateurs doivent également être éduqués sur les données collectées, leur utilisation et la façon dont ils peuvent protéger leur vie privée.

**La collaboration :**

Les entreprises doivent collaborer avec les organismes de réglementation, les groupes de défense des consommateurs, les associations de l'industrie et d'autres parties prenantes pour élaborer des normes éthiques claires et définir des règles pour l'industrie. Cette collaboration peut également aider à identifier les pratiques publicitaires problématiques et à développer des solutions pour y remédier.

**La créativité :**

Les annonceurs doivent créer des publicités innovantes et créatives qui attirent l'attention des consommateurs tout en étant éthiques. Les publicités peuvent être divertissantes, informatives ou inspirantes, mais elles ne doivent en aucun cas tromper ou manipuler les consommateurs.



Les enjeux de demain pour l'industrie publicitaire sont nombreux. L'un des principaux enjeux est de trouver un équilibre entre les intérêts des annonceurs et des consommateurs. Les annonceurs veulent maximiser leur retour sur investissement en diffusant des publicités ciblées et efficaces, tandis que les consommateurs veulent être protégés contre les publicités intrusives et trompeuses.

Un autre enjeu est la protection de la vie privée des consommateurs. Les consommateurs sont de plus en plus préoccupés par la collecte de données personnelles et leur utilisation à des fins publicitaires. Les annonceurs doivent respecter les réglementations en matière de protection des données et garantir que les consommateurs ont un contrôle total sur leurs données.

Enfin, l'industrie de la publicité doit être en mesure de s'adapter aux évolutions technologiques et aux changements dans les habitudes de consommation. Les annonceurs doivent être en mesure de diffuser des publicités sur une variété de plateformes, y compris les réseaux sociaux, les applications

## Pour Conclure



Chat GPT résume ma vision d'une démarche éthique dans la publicité. Elle ne peut apporter que du positif à la publicité, mais aussi pour les consommateurs. Les consommateurs se sentiront plus en confiance grâce à ce genre de publicité. De plus des régulations sont instaurées pour qu'une publicité soit dégradante ou négative envers les consommateurs.