Retransmissions sportives : le CSA se dit favorable à une évolution du décret sur le parrainage

Sollicité en novembre dernier par les ligues sportives, le Conseil supérieur de l'audiovisuel a mené une réflexion sur la réglementation en matière de communications commerciales dans le cadre des retransmissions sportives. Après avoir délibéré sur la question du parrainage dans un contexte d'augmentation très rapide des droits sportifs et du besoin de diversifications des sources de revenus, le Conseil a annoncé, le 20 juillet, son souhait de faire évoluer le décret du 27 mars 1992 qui viserait à l'identification du parrain par ses produits ou services dès lors que les éditeurs devraient en bénéficier. Deux autres grandes thématiques ont été abordées à la demande des ligues : la publicité virtuelle et le partenariat-titre des compétitions (*dit naming*). Le CSA a au préalable écarté de la discussion la demande relative à la publicité en faveur des boissons alcoolisées pour des raisons de santé publique. Pour le reste, il relève que des obstacles juridiques et économiques nécessitent une concertation plus approfondie entre les éditeurs de chaînes de télévision et les ligues. C'est pourquoi il a décidé de prolonger la concertation sur ces deux sujets.