Publication du décret sur la transparence de la publicité en ligne

**
**

Un décret d'application*« relatif aux prestations de publicité digitale »*a été publié au journal officiel le 11 février. Cela faisait plusieurs mois que les grandes entreprises françaises réclamaient, par l'intermédiaire de l'Union des annonceurs (UDA), la publication de ce décret prévu par la loi Macron du 6 août 2015.Le décret vise à étendre aux publicités numériques les obligations de transparence envers les annonceurs prévues par la loi Sapin de 1993 sur les transactions publicitaires effectuées sur les médias traditionnels (télévision, presse, radio). Jusqu'à présent, la publicité en ligne n'était en effet soumise à aucune réglementation. Le texte précise les modalités de compte rendu des vendeurs d'espaces publicitaires à l'égard des annonceurs. Ainsi, ceux-ci devront préciser « la date et les emplacements de diffusion des annonces, le prix global de la campagne ainsi que le prix unitaire des espaces publicitaires facturés. Les sites ou ensemble de sites internet sur lesquels les annonces sont diffusées pourront être regroupés en fonction de leur nature ou de leurs contenus éditoriaux. Les vendeurs d'espaces publicitaires devront également informer les annonceurs du « résultat des prestations », en fonction de critères définis d'un commun accord, comme le nombre de pages vues, ou le nombre de clics générés. Le décret doit entrer en vigueur le 1erjanvier 2018.