

# Publication du décret modifiant le régime du parrainage télévisé

<br>

Le décret du 15 février 2017 paru au journal officiel vient modifier le régime de parrainage télévisé tel qu'il résulte du décret du 27 mars 1992 pris pour l'application des articles 27 et 33 de la loi du 30 septembre 1986 et fixant les principes généraux définissant les obligations des éditeurs de services en matière de publicité, de parrainage et de télé-achat. Il autorise désormais, parmi les moyens d'identification du parrain, la présentation de ses produits et services et, plus généralement, reprend les dispositions de la directive 2010/13/UE du Parlement européen et du Conseil du 10 mars 2010 sur les services de médias audiovisuels relatives aux différentes mentions du parrain dans les programmes télévisés. Cette identification pourra désormais se faire par le nom, le logo ou un autre symbole du parrain, par exemple au moyen d'une référence à ses produits ou services, d'un signe distinctif ou d'un slogan publicitaire. Les émissions télévisées parrainées ne devront toutefois pas inciter directement à l'achat ou à la location des produits ou services du parrain ou d'un tiers. Cet assouplissement de l'identification du parrain s'étend à la mention du parrain au cours de l'émission parrainée et dans les bandes annonces. Toutefois, afin d'assurer la protection des téléspectateurs par une nette différenciation entre contenu éditorial et commercial, le décret maintient l'interdiction de présenter les produits ou services du parrain et celle de la mention de son slogan publicitaire lors du rappel de parrainage en cours d'émission au sens strict, c'est-à-dire en dehors d'un rappel à l'occasion d'une interruption de l'émission. Enfin, le caractère ponctuel et discret de la mention du parrain en cours d'émission et dans les bandes annonces est maintenu sauf lors du rappel à l'occasion d'une interruption de l'émission.