

Vers une modification du décret de 1992 relatif à la publicité télévisée et au parrainage

La ministre de la Culture et de la Communication Aurélie Filippetti a annoncé le 5 septembre, lors des troisièmes Rencontres de l'Udecam (Union des entreprises de conseil achat media), avoir reçu les conclusions de la consultation publique lancée le 3 juillet dernier, visant une éventuelle modification de la réglementation applicable à la publicité télévisée, au parrainage télévisé et au placement de produit, encadrée par le décret du 27 mars 1992. Christine Kelly, chargée de la présidence du groupe de travail « Publicité et protection des consommateurs » au Csa, a déclaré qu'« arrivait peut être le moment historique de faire sauter les verrous dans les secteurs interdits » et qu'une décision devrait être prise sur le sujet au mois d'octobre, après examen du rapport ainsi obtenu. Par ailleurs, la ministre s'est prononcée sur une possible mise à jour de la loi Sapin, du 29 janvier 1993, relative à la prévention de la corruption et à la transparence de la vie économique et des procédures publiques, afin de permettre une adaptation de son application à la publicité en ligne (et notamment les ad-exchanges).