Les télévisions européennes veulent clarifier les règles de la publicité virtuelle

L'Union européenne de radio-télévision (UER) réclame une clarification des règles du jeu concernant la publicité virtuelle. Dans un mémorandum en 12 points, l'instance qui regroupe les principales radios et chaînes de télévision européennes (TF1, France 2, France 3 et Canal + pour la France) souhaite qu'aucune publicité virtuelle ne puisse « être insérée dans le signal(les images retransmises) par l'organisateur de l'événement[...] sans l'accord préalable du radiodiffuseur titulaire des droits de retransmission ». Elle réclame aussi l'information du téléspectateur, refuse que cette publicité virtuelle puisse altérer la qualité du programme et refuse également que l'utilisation de techniques subliminales. Mme Langlois-Glandier, membre du CSA en charge du sport et du parrainage, se dit quant à elle prête à remettre la question à l'étude à partir de septembre.