Adoption par le CSA de deux recommandations relatives à la publicité télévisée en faveur de l'édition littéraire et de la presse

Le CSA a adopté le 19 décembre dernier deux recommandations destinées « à éclairer les éditeurs de service de télévision sur les lignes directrices» applicables en matière de publicité télévisée en faveur des publications de presse et des livres. Le CSA a précisé que les messages publicitaires pour ces deux secteurs devaient intégrer les interdictions d'accès à la publicité télévisée qui frappent certains secteurs, soit pour des raisons tenant à la protection de la santé publique, telle que la publicité pour les produits du tabac, les boissons alcoolisées, les armes à feu? soit pour préserver la diversité culturelle. Ainsi, concernant les publications politiques, le CSA distingue deux périodes; en période électorale, les chaînes ne pourront diffuser de publicités « susceptibles de peser sur le scrutin». En revanche hors période électorale, toutes publications faisant référence à une personnalité, un événement, un parti ou un groupement politique pourra faire l'objet de publicité.