Le CSA consulté sur des spots publicitaires en faveur du secteur de la distribution

Le CSA a décidé d'autoriser la présence de la signature de Carrefour à la fin du spot de la campagne publicitaire de candidature de Paris aux Jeux olympiques de 2012, bien que l'enseigne appartienne au secteur interdit de publicité télévisée sur les chaînes nationales jusqu'au 1er janvier 2007. Le Conseil a décidé de « ne pas s'opposer à la mention de l'ensemble des parrainages dans une campagne publicitaire, y compris ceux qui pourraient relever d'un secteur interdit de publicité télévisée, dès lors qu'il ne s'agit pas d'une interdiction législative ». Le CSA a néanmoins précisé qu'une telle ouverture ne pouvait se faire qu'à trois conditions cumulatives : il faut « qu'il s'agisse d'une cause d'intérêt général ou national ; qu'il y ait une pluralité de partenaires associés à cette cause et qu'il n'y ait aucune valorisation spécifique, tant visuelle que sonore, du partenaire issu du secteur interdit de publicité télévisée ». En revanche, se prononçant sur la possibilité de faire diffuser, sur les chaînes nationales hertziennes, un message publicitaire en faveur du site internet virginmega.fr (secteur de la distribution), le Conseil a rappelé qu'une telle initiative était illégale avant 2007.