La DDM lance une consultation en vue de la modification du décret de 1992 sur la publicité télévisée

La DDM, désormais rattachée au ministère de la Culture, a o u v e rt le 3 juin une consultation publique sur des propositions de modifications apportées au régime juridique applicable à la publicité télévisée, au parrainage télévisé et au téléachat tel qu'il résulte du décret du 27 mars 1992. Le nouveau décret, qui devrait être publié avant l'été, visera à transposer la dire ctive Services de médias audiovisuels, s'agissant notamment du placement de produit et des dispositions plus particulièrement applicables aux services de médias audiovisuels à la demande. La consultation a en outre pour objet d'assouplir c e rtaines des dispositions aujourd'hui applicables à la diff usion des messages publicitaires, concernant la publicité isolée (art. 14 du décret de 1992), la durée des messages publicitaires (art. 15), le parrainage (art. 19) et le téléachat (art. 29).Les réponses à cette consultation doivent être transmises à la DDM avant le 3 juillet.