Mention des réseaux sociaux dans les programmes : le CSA assouplit sa position

Aux termes d'une décision du 3 janvier 2013, le CSA est revenu sur sa décision de mai 2011 d'interdire toute référence nominative à des réseaux sociaux dans les programmes de télévision et de radio. Tenant compte de l'évolution des pratiques, tout en assurant la compatibilité avec la réglementation de la publicité dans l'intérêt des consommateurs, le Conseil admet désormais la référence nominative à un réseau social lorsqu'elle indique la source d'une information ou d'un témoignage, ainsi que le renvoi du public vers un réseau social s'il est ponctuel et discret, ne revêt pas de caractère promotionnel et est exempt d'incitation appuyée à se connecter. En revanche, l'insertion du nom d'un réseau social dans le titre d'un programme, et la visualisation des marques déposées par un réseau social ou celle des facteurs d'images et des signes distinctifs qui lui sont habituellement associés, sont contraires à l'interdiction de la publicité clandestine.En eff et, les réseaux sociaux sont des marques exploitées par des sociétés commerciales et ne peuvent donc déroger à cette interdiction en l'état actuel des textes.