

Le CSA autorise l'accès des sites internet de presse, distribution, cinéma et d'édition à la publicité télévisée

Saisi notamment par l'AACC ainsi que par des entreprises éditant des sites internet sur les conditions d'accès de ces sites à la publicité télévisée et au parrainage, le CSA a considéré lors de son assemblée plénière du 22 février dernier : que « les activités des sites internet constituaient un secteur économique nouveau et spécifique et, qu' à ce titre, les restrictions d'accès à la publicité télévisée prévues par l'article 8 du décret du 27 mars 1992 pour certains secteurs d'activité tels que la presse, la distribution, le cinéma et l'édition ne devraient pas leur être appliquées ». Cet élargissement des secteurs autorisés à la publicité télévisée s'inscrit dans le cadre d'une période expérimentale de 18 mois.