

Les professionnels européens préparent un code de bonne conduite en matière de publicité en ligne

L'European group of television advertising, l'EGTA, structure qui fédère le marché de la publicité télévisée européenne, prépare un code de bonne conduite à destination des professionnels de la publicité interactive et tout particulièrement des professionnels de la publicité en ligne. Cette organisation, qui est une émanation de l'UER, l'Union européenne de radiodiffusion, souhaite contribuer à la mise en place d'un régime d'autorégulation dans le secteur de l'e-pub en proposant un ensemble de prescriptions générales dont les professionnels pourront s'inspirer. Plusieurs principes ont déjà été établis, relatifs notamment à la responsabilité des éditeurs de sites et des régies publicitaires ou qui rappellent les grandes règles de la publicité traditionnelle. L'objectif pour l'EGTA est de convaincre le maximum de régies d'adopter ce cadre général afin qu'il puisse être érigé au rang de standard sur le marché européen.