

Éventuelle ouverture de la publicité TV à la grande distribution et à la presse

Afin de favoriser le financement des nouvelles télévisions numériques hertziennes, tout en se limitant aux chaînes thématiques, la ministre de la Culture et de la Communication, a déclaré qu'il fallait « faire mouvement » sur les secteurs interdits de télévision par le décret du 27 mars 1992. L'édition et le cinéma ne semblent pas visés par cette déréglementation annoncée. En revanche, la grande distribution, qui n'est pas un secteur culturel, pourrait faire l'objet d'une ouverture à la publicité télévisée. En ce qui concerne la presse, le ministère proposera avant la fin de l'année « une ouverture ciblée et progressive de la publicité [?] si ce secteur confirme son accord ».