

Réponse du CSA aux interrogations de la Fédération française de rugby quant au recours à des publicités virtuelles pour de la bière lors de la diffusion télévisée de matchs

Sollicité par la Fédération française de rugby concernant l'incrustation par voie télévisuelle de publicités virtuelles en faveur de certains de ses partenaires lors de la retransmission de rencontres de rugby se déroulant sur le territoire national, le CSA a estimé qu'en l'état actuel de la réglementation, ce genre de pratique était illégal car constitutive d'un cas de publicité clandestine. À une seconde saisine de la FFR portant sur la possibilité de modifier le signal international produit en France à destination de l'étranger, en vue d'y introduire des publicités en faveur d'une marque de bière, qui seraient absentes tant des enceintes sportives françaises où se dérouleraient les compétitions que de l'antenne des chaînes françaises, le Conseil a répondu qu'il n'avait pas d'objection à la modification virtuelle du signal produit en vue d'une diffusion exclusive vers l'étranger sur des chaînes ne relevant pas de la compétence de la France. Il a toutefois appelé l'attention de la Fédération sur le fait qu'elle conduirait ainsi les chaînes de télévision destinataires du signal à adopter une pratique pouvant relever de la publicité clandestine, au sens de l'article 1er de la directive TSF.