

Interdiction des messages publicitaires en faveur de services SMS susceptibles d'exploiter l'inexpérience ou la crédulité des mineurs

Le CSA a observé récemment le développement, au sein des écrans publicitaires, de messages en faveur de services proposant notamment de découvrir, par le biais d'envois de SMS, l'affinité amoureuse entre deux personnes à partir de leurs prénoms, la probabilité de devenir riche dans le futur ou le personnage que l'on était censé être dans une vie antérieure, etc. Rappelant les termes de l'article 7 du décret du 27 mars 1992 modifié, le Conseil recommande de ne pas exposer le jeune public à des messages l'incitant à la consommation de tels services, nécessitant au surplus un débours financier significatif. Il demande donc à l'ensemble des services de télévision de ne plus diffuser sur leurs antennes de messages publicitaires de cette nature.