

La chaîne Canal + Sport sommée de respecter la réglementation sur la publicité télévisée

Le Csa a fermement mis en garde Canal+ Sport à la suite de la diffusion, le 8 novembre 2010, entre 12 heures et 18 heures, de la retransmission d'un match de tennis au cours d'une émission dans laquelle une marque de bière est apparue à 195 reprises, pendant une durée cumulée de 24 minutes et 34 secondes, en contradiction avec l'interdiction de toute publicité ou propagande pour des boissons alcooliques prévue par l'article L. 3323-2 du Code de la santé publique et de l'article 8 du décret du 27 mars 1992. Par ailleurs, le Csa estime que la banque partenaire de la compétition a bénéficié d'une surexposition, notamment par l'apparition, en incrustation d'antenne, de son logo pendant une durée cumulée de 8 minutes et 40 secondes et par la diffusion, à trente reprises, d'une brève animation de ce logo en plein écran, en contradiction avec l'interdiction de publicité clandestine prévue par l'article 9 du décret du 27 mars 1992. Enfin, a relevé le Csa, le parrainage d'une marque de montre n'était pas clairement identifié, en contradiction avec l'obligation d'identifier clairement les émissions télévisées parrainées prévue par le premier alinéa de l'article 18-III du décret du 27 mars 1992.