

Campagne publicitaire pastichant Alerte Enlèvement : intervention du Csa

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel est intervenu auprès de plusieurs opérateurs de radio, ainsi qu'auprès de l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité (Arpp), au sujet d'un message publicitaire pour la marque de voiture Citroën qui pastichait le message officiel de la campagne du ministère de la Justice Alerte Enlèvement, notamment par l'utilisation d'un sonal en début de message et d'un ton grave qui pouvaient prêter à confusion avec le message officiel. Il leur a rappelé les termes de l'article 5 du décret n° 87-239 du 6 avril 1987 fixant pour les services privés de radiodiffusion sonore le régime applicable à la publicité et au parrainage : « La publicité doit être conçue dans le respect des intérêts des consommateurs. Les messages publicitaires ne doivent pas, directement ou indirectement, par exagération, par omission ou en raison de leur caractère ambigu, induire en erreur le consommateur. »