

Le Csa dresse le bilan et amende légèrement les modalités de régulation du placement de produit à la télévision

Le Csa a dressé en juin 2012 un bilan de l'application de sa délibération sur le placement de produit dans les programmes télévisés, qu'il avait adoptée le 16 février 2010. Il observe qu'en dehors du cinéma, où il a désormais une place bien établie, le placement de produit reste « timide » à la télévision mais, qu'au final, il s'est fait, dans la plupart des cas, de façon respectueuse pour les téléspectateurs. C'est la raison pour laquelle le Csa a décidé de ne modifier ni le périmètre de sa définition, ni ses conditions de forme. De même, les modalités d'information des téléspectateurs sur l'existence d'un placement de produit resteront inchangées. Néanmoins, le Conseil a décidé d'engager une réflexion sur l'opportunité d'ouvrir le placement de produit à un ou plusieurs types de programmes de flux (divertissements, jeux, télé-réalité), comme l'autorise la législation européenne. La délibération de 2010 prévoyait en outre que lorsque le placement de produit est effectué dans un programme produit, coproduit ou préacheté par l'éditeur, un contrat définisse les relations économiques entre l'annonceur, le producteur du programme et l'éditeur de la chaîne. Or de nombreuses difficultés de mise en oeuvre de cette disposition ont été soulevées par les professionnels. Le Csa a donc décidé de modifier la délibération en substituant à l'exigence d'un contrat tripartite celle d'un contrat bipartite entre le producteur et l'annonceur, accompagné d'un devoir d'informer le diffuseur sur l'existence d'un placement de produit. De même, a été levée l'interdiction faite aux opérateurs de jeu d'argent de faire du placement de produit.