

LOI SAPIN Une réforme inutile et inefficace

Dans son discours du 23 janvier clôturant les États généraux de la presse, le président de la République a retenu la proposition figurant dans le Livre vert concernant le champ d'application de la loi Sapin. Il s'agit d'étendre celui-ci « à tout le hors médias et à toute la publicité qui transite sur internet afin de mettre la presse dans une situation égale dans l'accès au marché publicitaire ». Le but est de lutter contre un régime inégalitaire dont souffrirait la presse, soumise aux contraintes légales de la loi Sapin, ce qui amoindrirait ses recettes publicitaires au profit de la publicité sur internet et du hors médias. Ainsi seize ans après son adoption, la loi Sapin risque d'être toilettée. Assez inutilement selon nous, et non sans dangers concernant le hors médias. En effet la loi Sapin s'applique déjà à internet comme le précisait la circulaire du 19 septembre 1994. Certes, on a pu s'interroger sur son application dans le cadre de la réservation de mots clés ayant pour but de placer un site en tête des résultats d'un outil de recherche. Le site apparaissant alors dans un espace spécifique sur la page de recherche, intitulé « liens commerciaux » ou « sponsorisés », il n'est pas douteux que la loi s'applique. De fait les opérateurs la respectent. Quant au hors médias, la loi vise déjà l'essentiel. Vouloir étendre son champ ne manquera pas de créer une incertitude juridique compte tenu de l'aspect multiforme de la publicité hors médias et ne modifiera pas la répartition des budgets publicitaires. Si l'efficacité des autres mesures retenues par le chef de l'État est à l'aune de celle-ci, on ne peut qu'être inquiet sur le sort de la presse écrite.

Auteur(s) :

François CORNE - Avocats au Barreau de Paris SCP Corone & Barassi