

Recommandations relatives à la mention des réseaux sociaux dans les programmes de télévision et de radio

Traduire cette page 

Communiqué du vendredi 04 janvier 2013

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel a défini, le 3 janvier 2013, plusieurs recommandations relatives à la mention des réseaux sociaux dans les programmes de télévision et de radio. Elles tiennent compte de l'évolution des pratiques, tout en assurant la compatibilité avec la réglementation de la publicité dans l'intérêt des consommateurs.

Les télévisions et les radios intègrent de plus en plus les réseaux sociaux dans la conception des programmes afin d'enrichir leurs antennes et de renforcer l'interactivité avec leur public.

Le Conseil admet la référence nominative à un réseau social lorsqu'elle indique la source d'une information ou d'un témoignage, ainsi que le renvoi du public vers un réseau social s'il est ponctuel et discret, ne revêt pas de caractère promotionnel et est exempt d'incitation appuyée à se connecter.

En revanche, l'insertion du nom d'un réseau social dans le titre d'un programme, et la visualisation des marques déposées par un réseau social ou celle des facteurs d'images et des signes distinctifs qui lui sont habituellement associés, sont contraires à l'interdiction de la publicité clandestine. En effet, les réseaux sociaux sont des marques exploitées par des sociétés commerciales et ne peuvent donc déroger à cette interdiction en l'état actuel des textes.

Les recommandations ont été définies au terme d'une réflexion approfondie avec les professionnels : chaînes de télévision et de radio, journalistes, représentants de réseaux sociaux.

Contacts presse : Frédérique Bayre / Stéphanie Brun : 01 40 58 36 29.