

Identification de la publicité

La publicité doit, sous quelque forme que ce soit, respecter les règles déontologiques suivantes :

« La communication de marketing doit pouvoir être nettement distinguée en tant que telle, quels que soient la forme et le support utilisés. Lorsqu'une publicité est diffusée dans des médias qui comportent également des informations ou des articles rédactionnels, elle doit être présentée de telle sorte que son caractère publicitaire apparaisse instantanément ... ».

Article 9 du Code de la C.C.I.

Il est d'ailleurs fait obligation aux annonceurs, agences et supports-presse de faire figurer les mots PUBLICITE ou COMMUNIQUE d'une manière claire et lisible en tête de toute annonce présentant les caractéristiques d'une publicité rédactionnelle, si cette annonce est payée.



A R P P

autorité de
régulation professionnelle
de la publicité

Recommandation
Identification de la publicité
Octobre 1998