

## Messages publicitaires en faveur de services SMS susceptibles d'être perçus comme exploitant l'inexpérience ou la crédulité des mineurs

*Le CSA, dans sa Recommandation n° 2006-5 du 7 juin 2006 a observé « le développement, au sein des écrans publicitaires des services de télévision, de messages en faveur de services proposant notamment de découvrir, par le biais d'envois SMS, l'affinité amoureuse entre deux personnes à partir de leurs prénoms, la probabilité de devenir riche dans le futur ou le personnage que l'on était censé être dans une vie antérieure, etc. »*

Afin d'éviter la diffusion de messages publicitaires en faveur de services SMS susceptibles d'être perçus comme exploitant l'inexpérience ou la crédulité des mineurs, les professionnels concernés se sont fixés les règles suivantes :

### Conditions relatives à la cible

- Ces services doivent s'adresser aux personnes âgées de 13 ans et plus et, en ce sens, les personnages présentés ou mis en scène dans la publicité doivent donner l'apparence d'être objectivement des adultes.
- Ils ne doivent pas être manifestement destinés aux mineurs compte tenu de la nature du service qu'ils proposent.
- Ces services ne peuvent utiliser le tutoiement.
- Les messages publicitaires concernés devront être diffusés en dehors des programmes et des tranches horaires "jeunesse".

### Précision sur la nature réelle du service :

Sous réserve que les messages publicitaires s'adressent à des personnes majeures dans les conditions ci-dessus énumérées, une mention informative précisant la nature réelle du service devra être indiquée dans les publicités.

- Cette mention est : « Service ludique et non scientifique ».
- Elle devra apparaître à proximité immédiate du coût du service et dans des conditions de lisibilité identiques à celles utilisées pour la présentation de ce coût, sachant que la présentation du coût doit respecter les règles déontologiques de la profession, et notamment la Recommandation "Mentions et renvois" édictée par l'interprofession publicitaire et le BVP.