

## Transparence des prestations de publicité sur internet

### Description

Parmi les nombreuses dispositions de la loi n° 2005-990 du 6 août 2015 « pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques », dite « loi Macron », intervenant sur des questions fort diverses, certaines concernent les prestations de publicité sur internet.

Pour cela sont complétées les dispositions de la loi n° 93-122 du 29 janvier 1993 « relative à la prévention de la corruption et à la transparence de la vie économique et des procédures publiques », dite « loi Sapin », concernant les « prestations de publicité », dont le champ d'application est ainsi étendu.

L'exigence de transparence des relations entre les annonceurs, les agences de publicité, s'agissant précisément de l'achat d'espace, et les supports, s'applique désormais également aux services de communication au public en ligne. Est complété l'article 20 de la loi du 29 janvier 1993 qui dispose donc maintenant que « *tout achat d'espace publicitaire, sur quelque support que ce soit [...] ne peut être réalisé par un intermédiaire que pour le compte d'un annonceur et dans le cadre d'un contrat écrit de mandat* ». Celui-ci « *fixe les conditions de la rémunération du mandataire* ». Il y est posé que « *tout rabais ou avantage tarifaire de quelque nature que ce soit accordé par le vendeur doit figurer sur la facture délivrée à l'annonceur et ne peut être conservé en tout ou partie par l'intermédiaire qu'en vertu d'une stipulation expresse du contrat de mandat* » et que la facture doit être communiquée à l'annonceur.

Par l'article 23 de la loi de 1993, complété également par celle du 6 août 2015, il est posé que « *le vendeur d'espace publicitaire en qualité de support ou de régie rend compte directement à l'annonceur [...] des conditions dans lesquelles les prestations ont été effectuées* ». Cependant, il est mentionné que « *dans le secteur de la publicité digitale, les modalités d'application des obligations de compte rendu [...] sont précisées par décret* ».

Comme en de nombreux autres domaines, la mise en œuvre d'obligations législatives nouvelles est subordonnée à l'élaboration de décrets d'application dont l'adoption se fait souvent attendre. Des réalités techniques mouvantes ouvrent la possibilité de pratiques innovantes, grâce auxquelles il paraît possible, sinon assez facile, d'échapper à des contraintes juridiques qui s'avèrent souvent vite inadaptées. A cela s'ajoute le caractère transfrontière des réseaux de communications électroniques. Un tel contexte permettrait-il, faute d'harmonisation au moins européenne des règles en vigueur, l'élaboration et surtout l'application, de dispositions visant à transposer à l'internet cette préoccupation de transparence, vis-à-vis des annonceurs, des prestations de publicité, condition et garantie de l'honnêteté des opérations menées et de leur facturation ?

**Categorie**

1. Droit

**date créée**

8 décembre 2015

**Auteur**

emmanuelderieux