NOUVEL HAY MAGAZINE
SANS FRONTIÈRES

Publi-rédactionnel , article sponsorisé , publicité

Un publi-rédactionnel est un article rédigé par un annonceur et prêt à être publié. Ce type de format publicitaire ancien dans le domaine de la presse est devenu populaire sur le web. Le contenu de l'article ressemble le plus possible à un article classique de manière à ce que les lecteurs différencient difficilement la publicité des articles habituels.

Sur le web, ce type de format est utilisé notamment sur les blogs. L'annonceur peut être par exemple une agence de communication ou une régie publicitaire. Ce format se différencie de l'article sponsorisé qui quant à lui correspond à un article qui est rédigé par l'éditeur du site . Dans le cas d'un publi-rédactionnel l'éditeur du site est rémunéré pour recopier un article déjà prêt qu'on lui fournit. Par ailleurs, le publi-rédactionnel est présent pour une durée déterminée définie dans l'ordre d'insertion.

La loi stipule que les lecteurs doivent connaître le caractère publicitaire de l'article s'il s'agit d'un publi-rédactionnel.

Le publi-rédactionnel est aussi appelé par les termes suivants: publi-rédac, publi-reportage ...

A la différence du publi-rédactionnel qui est produit par l'annonceur et publié tel quel sur un support de communication, l'article sponsorisé est rédigé par le webmestre qui fait la mise en ligne. L'annonceur fournit les informations pour permettre la rédaction de l'article.

L'encadrement juridique

En France

L'article sponsorisé se démarque des autres articles par une mention spéciale qui informe le lecteur du caractère publicitaire de l'article en accord avec l'article L.121-1 du Code de la consommation.

Dans un magazine, le publi-rédactionnel est signalé par son format qui doit se différencier du reste du contenu. L'article sponsorisé doit aussi être indiqué par la mention « article sponsorisé ». En effet, comme les publi-rédactionnels, c'est de la publicité .

Cette mesure est renforcée par l'article 20 de la Loi pour la confiance dans l'économie numérique.

En cas de non-respect de la loi, l'annonceur est responsable à titre principal et l'auteur de l'article sponsorisé (non mentionné comme tel) peut voir sa responsabilité pénale engagée. L'article L.213-1 du code de la consommation prévoit ainsi au maximum 2 ans d'emprisonnement et/ou 37 500 € d'amende

Régies publicitaires

L'annonceur peut être en relation directe avec le webmestre ou il peut passer par un intermédiaire tiers de confiance, une régie publicitaire....

sources : wikipedia, code de la consommation ,