



# Comment définir la publicité ?

**Fiche pratique** publié le **09/12/2011**, vu **2161 fois**, Auteur : [tondroit](#)

La publicité se définit par " toute forme de communication faite dans le cadre d'une activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale ( [publicité avocat](#) ) dans le but de promouvoir la fourniture de biens ou de services, y compris les biens immeubles, les droits et obligations " .

Cette définition communautaire de la publicité n'est certainement pas la seule, la Cour de cassation dans sa jurisprudence a défini la publicité comme étant " tout document commercial dont les indications et la présentation permettent aux clients potentiels auprès desquels il est diffusé de se former une opinion sur les résultats du bien ou du service proposé " .

Le Conseil d'Etat dans son rapport sur " Internet et les réseaux numériques " a dégagé deux critères :

- La finalité du message : Assurer la promotion d'un bien ou service ( [application téléphone mobile avocat](#) par exemple ).

Ce critère permet d'écarter, les messages purement informatifs. De nombreuses opérations de sponsoring se développent sur Internet, le " parrainage publicitaire .

- La destination du message : Adresser au public. Ce second critère permet d'écarter les messages personnalisés.

Toutefois, le courrier électronique permet de faire parvenir simultanément à de nombreux individus un même message. Cette technique est aujourd'hui très utilisé pour lancer une annonce publicitaire.

Ces critères ne suffisent pas toujours à distinguer le message publicitaire du message informationnel, si l'on se borne à ces deux critères, tout message électronique risque d'être qualifié de message publicitaire.

Ainsi le conseil d'Etat recommande d'identifier une publicité, selon le code international des pratiques loyales en matière de publicité de la Chambre de Commerce International, le caractère publicitaire d'un article rédactionnel ou d'une information doit apparaître nettement.

Les annonceurs sur Internet doivent toujours divulguer leur identité afin que l'utilisateur puisse les contacter.

Ainsi un bandeau publicitaire devra clairement se détacher du reste de la page web, quand il s'agit du page ou même d'un site ( [création site avocat](#) en faveur de la publicité des avocats )entièrement consacré à la publicité, l'obligation d'identification sera difficile à s'appliquer dans certaines situations.

