

CHARTRE DE SÉLECTIVITÉ

Charte de sélectivité des annonceurs et conditions d'acceptation des campagnes

Version 3.0 du 21 septembre 2026

Entrée en vigueur le 21 septembre 2026

Annexe contractuelle aux **Conditions générales de vente et de règlement** de 4e Pouvoir (version 1.0 du 18 juillet 2026), à laquelle renvoient les ordres d'insertion, devis, contrats de campagne et contrats de partenariat.

PRINCIPE DIRECTEUR

4e Pouvoir est une régie sélective. L'accès à ses inventaires n'est pas automatique : chaque campagne doit être légalement et déontologiquement conforme, compatible avec l'indépendance éditoriale des médias partenaires et acceptable au regard de la confiance de leurs audiences.

Document	Rang contractuel	Version applicable
Charte de sélectivité des annonceurs et conditions d'acceptation des campagnes (la « Charte »)	Annexe aux CGV. Rang (iv) de l'ordre de priorité défini à l'article 3.1 des CGV.	Version en vigueur à la date d'acceptation de l'ordre d'insertion par 4e Pouvoir, sous réserve de l'article 16.

4e Pouvoir, société par actions simplifiée à associé unique au capital de 10 000 euros, immatriculée au RCS de Paris sous le numéro 107 349 987, adresse contractuelle : 18 rue du Faubourg du Temple, 75010 Paris. 4e Pouvoir est membre de l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (ARPP).

SOMMAIRE

Préambule	11. Motivation, suspension, retrait et réexamen
1. Objet, périmètre et valeur contractuelle	12. Comité éthique
2. Définitions	13. Responsabilité et garanties
3. Cadre légal, réglementaire et déontologique	14. Traçabilité, confidentialité et données
4. Principes structurants de la sélectivité	15. Mise en œuvre
5. Engagements de l'Annonceur et du Mandataire	16. Évolution de la Charte
6. Politique de sélection des secteurs, annonceurs et offres	17. Formule de synthèse
7. Règles transversales applicables à toute campagne	Annexe 1 — Checklist avant soumission
8. Pièces et justificatifs pouvant être demandés	Annexe 2 — Articulation avec les CGV
9. Procédure de validation	Annexe 3 — Références
10. Critères d'appréciation	

Préambule

4e Pouvoir commercialise, pour le compte de médias et éditeurs partenaires, des espaces, formats et dispositifs publicitaires au sein de médias indépendants. La présente Charte organise une politique de sélection fondée sur la conformité, la loyauté des messages, la protection de l'indépendance éditoriale, la cohérence des environnements de diffusion et la maîtrise des risques pour les audiences, les Médias partenaires et 4e Pouvoir.

La Charte distingue expressément : (i) les exigences légales, réglementaires et déontologiques, qui s'imposent à toute Campagne ; (ii) la politique commerciale et éditoriale propre à 4e Pouvoir et à ses Médias partenaires, qui peut être plus exigeante que le droit applicable.

Les décisions sont prises sur la base de critères liés à l'Annonceur, au produit ou service promu, au contenu du message, au format, au contexte et au Support de diffusion. Elles sont documentées, proportionnées et, en cas de refus, de suspension ou de retrait, motivées dans les conditions prévues à l'article 11.

1. Objet, périmètre et valeur contractuelle

1.1. La Charte définit les conditions d'examen, d'acceptation, d'acceptation sous conditions, de modification, de restriction, de refus, de suspension et de retrait des Campagnes commercialisées, représentées ou activées par 4e Pouvoir. Elle précise les modalités d'application de l'article 10 des CGV.

1.2. Elle s'applique à tout Annonceur ainsi qu'à son Mandataire et, pour les obligations qui les concernent, à ses prestataires créatifs ou techniques. Elle est opposable aux Médias partenaires dans les conditions prévues par leur contrat avec 4e Pouvoir.

1.3. Toute commande ou signature d'un document faisant référence aux CGV emporte acceptation de la Charte par l'Annonceur et, pour les obligations qui lui incombent, par le Mandataire. Le Mandataire s'engage à la porter à la connaissance de l'Annonceur.

1.4. La Charte ne crée aucun droit automatique d'accès aux inventaires, formats, Supports ou dispositifs de 4e Pouvoir. Une acceptation antérieure ne vaut ni agrément général de l'Annonceur, ni précédent obligatoire pour une autre Campagne.

1.5. **Ordre de priorité.** Conformément à l'article 3.1 des CGV, les documents contractuels s'appliquent dans l'ordre décroissant suivant : (i) les conditions particulières expressément stipulées dans l'OI ; (ii) tout contrat ou avenant spécifique signé par les Parties ; (iii) les CGV ; (iv) la Charte ; (v) les Spécifications techniques et les tarifs. Les modalités financières, de facturation, d'annulation, de responsabilité et de règlement des litiges sont régies exclusivement par les CGV et l'OI.

1.6. Conformément à l'article 3.3 des CGV, en cas de contradiction entre une instruction de l'Annonceur et les règles de la Charte, les règles impératives du Média partenaire ou la loi, ces dernières prévalent.

2. Définitions

Les termes commençant par une majuscule ont le sens qui leur est donné à l'article 2 des CGV, notamment : Annonceur, Campagne, Éditeur ou Média partenaire, Éléments publicitaires, Jour ouvré, Mandataire, Opération spéciale, Ordre d'insertion (OI), Publicité, Spécifications techniques et Support. Les termes suivants sont propres à la Charte :

Terme	Définition
Dossier de campagne	L'ensemble des éléments soumis à validation : identité de l'Annonceur, produit ou service, Éléments publicitaires, formats, ciblage, calendrier, Supports, pages de destination, mentions et justificatifs.
Recommandations de l'ARPP	Les règles déontologiques applicables à la communication publicitaire publiées par l'ARPP, dans leur version en vigueur à la date d'examen de la Campagne.
Décision	Toute décision d'acceptation, d'acceptation sous conditions, de restriction, de modification, de refus, de suspension ou de retrait.
Référent	La personne désignée par 4e Pouvoir pour conduire l'examen renforcé et l'instruction des dossiers sensibles.
Comité éthique	Instance consultative pouvant être saisie à titre exceptionnel pour éclairer les cas ambigus, sensibles ou structurants, lorsqu'elle est constituée.

3. Cadre légal, réglementaire et déontologique

3.1. Conformité au droit applicable

Toute Campagne doit respecter l'ensemble des dispositions légales et réglementaires applicables dans les territoires et sur les Supports concernés, notamment celles relatives :

- aux pratiques commerciales déloyales ou trompeuses, à la publicité comparative, aux prix, promotions, crédits et abonnements ;
- aux secteurs réglementés, notamment alcool, tabac et nicotine, santé, médicaments, dispositifs médicaux, produits financiers, crypto-actifs, jeux d'argent, alimentation, énergie, automobile et communications politiques ;

- à la propriété intellectuelle, au droit à l'image, à la protection des données personnelles, à la prospection et au ciblage publicitaire ;
- à la protection des mineurs, des consommateurs vulnérables, de la dignité humaine et à la lutte contre les discriminations et les contenus illicites.

3.2. Conformité aux Recommandations de l'ARPP

CLAUDE DE CONFORMITÉ ARPP

L'Annoncéur garantit que sa Campagne, y compris ses Éléments publicitaires, messages, allégations, mentions, dispositifs, Supports de diffusion et pages de destination, respecte les Recommandations de l'ARPP applicables à la date de soumission et pendant toute la diffusion (article 16.1 des CGV). 4e Pouvoir, en sa qualité de membre de l'ARPP, peut refuser, demander la modification, restreindre, suspendre ou retirer toute Campagne qui ne les respecterait pas, sans préjudice de ses autres droits contractuels et légaux.

Les Recommandations de l'ARPP constituent un socle minimal. Leur respect ne prive ni 4e Pouvoir ni le Média partenaire d'appliquer une politique de sélection plus exigeante dans les conditions prévues par la Charte.

3.3. Conseil préalable ou avis de l'ARPP

Lorsque la nature du secteur, du format, des allégations ou du risque le justifie, 4e Pouvoir peut subordonner son acceptation à :

- la production d'un conseil préalable de l'ARPP ;
- la production d'un avis avant diffusion lorsque ce dispositif est applicable, notamment en matière audiovisuelle ;
- une validation juridique ou réglementaire spécialisée fournie par l'Annoncéur ;
- toute modification demandée à l'issue de cet examen.

Conformément à l'article 6.3 des CGV, les coûts externes directement liés à la consultation ou à la régularisation requise en raison du Dossier de campagne sont à la charge de l'Annoncéur, sauf accord contraire. Les délais d'examen sont suspendus jusqu'à réception d'un dossier complet.

3.4. Exigences propres aux Médias partenaires

Chaque Média partenaire conserve la faculté d'appliquer ses propres règles d'acceptation, dès lors qu'elles sont compatibles avec ses engagements contractuels envers 4e Pouvoir. Une Campagne peut ainsi être acceptée sur certains Médias partenaires, formats ou contextes et refusée ou adaptée sur d'autres. Conformément à l'article 10.2 des CGV, 4e Pouvoir et le Média partenaire exercent conjointement le droit d'examen et de refus.

4. Principes structurants de la sélectivité

4.1. La licéité ne crée pas un droit à diffusion

4e Pouvoir peut refuser une Campagne légalement diffusable lorsqu'elle crée une contradiction directe et sérieuse avec l'identité d'un Média partenaire, instrumentalise sa crédibilité, entretient une confusion avec l'éditorial ou expose de manière disproportionnée la confiance des audiences, le Média partenaire ou 4e Pouvoir.

4.2. Examen distinct de l'Annoncéur, du produit, du message et du contexte

Conformément à l'article 10.1 des CGV, l'acceptation d'un Annoncéur ne vaut pas acceptation automatique de l'ensemble de ses produits, services, offres, filiales, messages, formats ou contextes. Chaque dossier est apprécié au regard de sa version finale et de son contexte de diffusion.

4.3. Objectivité, proportionnalité et cohérence

Les restrictions demandées sont adaptées au risque identifié. Lorsque le risque peut être corrigé par un changement de formulation, une mention, un ciblage, une limitation de Support, de fréquence ou de contexte, 4e Pouvoir privilégie une acceptation sous conditions plutôt qu'un refus.

4.4. Indépendance éditoriale et absence de caution

Conformément à l'article 12.1 des CGV, l'achat d'espace, le sponsoring ou le financement d'une Opération spéciale ne confère aucun droit d'influence sur la ligne éditoriale, les sujets, angles, auteurs, titres, traitements ou décisions de publication ou de modération d'un Média partenaire, ni aucune obligation de couverture, de silence ou de traitement favorable. La diffusion ne constitue ni une approbation éditoriale, ni une certification, ni une caution de l'Annoncéur, du produit, du service ou de la Campagne par le Média partenaire ou par 4e Pouvoir.

5. Engagements de l'Annoncéur et du Mandataire

L'Annoncéur garantit et le Mandataire s'engage, dans le périmètre de son intervention, à :

- soumettre un Dossier de campagne complet, exact, sincère et correspondant à la version effectivement diffusée ;
- garantir la licéité, la loyauté, la véracité et l'identification publicitaire de la Campagne ;
- fournir, à première demande, les preuves des allégations, chiffres, prix, comparaisons, performances, labels, certifications, témoignages, méthodologies et engagements revendiqués ;
- disposer de tous les droits nécessaires sur les Éléments publicitaires, notamment de propriété intellectuelle, de droit à l'image et d'utilisation des données (articles 14 et 15 des CGV) ;
- informer 4e Pouvoir de toute utilisation substantielle d'outils d'intelligence artificielle susceptible d'affecter l'authenticité, les droits ou les obligations d'information de la Campagne (article 16.2 des CGV) ;
- ne pas chercher à acheter, influencer, orienter, censurer ou conditionner le traitement éditorial d'un Média partenaire ;
- ne pas présenter la diffusion via 4e Pouvoir comme une validation juridique ou éditoriale ;
- respecter les demandes de modification, de mention, de contextualisation, de ciblage, de fréquence ou de restriction formulées lors de la validation ;
- informer immédiatement 4e Pouvoir de tout changement substantiel ou événement susceptible de modifier l'appréciation de la Campagne : modification de création ou de page de destination, retrait de produit, plainte, injonction, enquête, décision d'autorité, controverse significative ou changement de conditions commerciales ;
- cesser ou corriger sans délai la diffusion lorsque 4e Pouvoir notifie une suspension ou une demande de mise en conformité ;
- respecter les règles de lutte contre la corruption, le trafic d'influence et les conflits d'intérêts (article 16.4 des CGV).

6. Politique de sélection des secteurs, annonceurs et offres

Les listes ci-dessous sont indicatives et non exhaustives. Une Campagne est refusée dès lors qu'elle contrevient à l'article 3, même si son secteur n'est pas expressément cité.

6.1. Refus obligatoires pour non-conformité

Sont refusés les Campagnes, produits, services ou dispositifs :

- illégaux, interdits de publicité, contrefaits, non autorisés ou commercialisés en violation des règles applicables ;
- contraires aux Recommandations de l'ARPP applicables ;
- reposant sur une pratique commerciale trompeuse, une omission substantielle, une fausse urgence, une promesse d'enrichissement rapide ou une allégation non justifiable ;
- faisant la promotion d'énergies fossiles lorsque cette publicité est interdite par le Code de l'environnement ;
- portant sur le tabac, les produits du tabac, la nicotine ou le vapotage lorsque la publicité ou la propagande est interdite ;
- présentant des promesses de guérison, de transformation physique, de performance sanitaire ou financière non démontrées ou interdites ;
- incitant à la haine, à la violence ou à la discrimination, portant atteinte à la dignité de la personne, ou comportant un contenu manifestement illicite ;

- dissimulant leur nature publicitaire ou l'identité de l'Annonceur ;
- à caractère politique ou assimilées qui ne respectent pas les obligations de transparence, d'identification, de traçabilité et de ciblage applicables.

6.2. Exclusions relevant de la politique commerciale de 4e Pouvoir

Indépendamment de leur licéité éventuelle, sont refusées par principe les Campagnes ayant pour objet principal :

- les armes, munitions, équipements offensifs, services de combat ou activités directement associées ;
- la pornographie et les services sexuels explicites ;
- la promotion commerciale directe du transport aérien de passagers ; des campagnes strictement institutionnelles, de sécurité, d'emploi, de service public ou d'information peuvent toutefois faire l'objet, à titre exceptionnel, d'un examen conjoint ;
- des dispositifs reposant principalement sur l'addiction, la vulnérabilité, la peur, la pression financière ou l'endettement non maîtrisé ;
- une démarche manifestement mensongère de greenwashing, social washing, purpose washing ou toute instrumentalisation trompeuse d'un engagement environnemental ou social.

4e Pouvoir peut également refuser un Annonceur lorsque des faits graves, objectifs, récents et suffisamment documentés créent un risque direct de contradiction avec les Médias partenaires. La décision ne peut être fondée sur une simple rumeur, une opinion politique supposée ou une allégation non vérifiée.

6.3. Catégories soumises à examen renforcé

Les catégories suivantes ne sont pas exclues par nature, mais relèvent au minimum de l'examen renforcé et, selon le risque, de l'examen conjoint (article 9) :

- alcool ; jeux d'argent et paris ; crédit, assurance, banque, produits financiers, placements atypiques, crypto-actifs et services d'investissement ;
- énergie hors publicité interdite, automobile, mobilité carbonée et industries à forte empreinte environnementale ;
- grande consommation, alimentation, restauration, luxe, mode, beauté, e-commerce et offres de renouvellement rapide ;
- santé, pharmacie, bien-être, compléments alimentaires, dispositifs médicaux et produits de transformation personnelle ;
- technologies, plateformes, intelligence artificielle, données, cybersécurité, ressources humaines, scoring, surveillance et profilage ;
- télécommunications, abonnements, offres avec engagement ou renouvellement tacite ;
- produits ou services visant principalement des enfants ou adolescents ;
- acteurs publics ou parapublics, campagnes civiques, institutionnelles, politiques, électorales ou susceptibles d'être raisonnablement perçues comme partisans ;
- campagnes de réputation, de crise, de lobbying ou portant sur un sujet faisant l'objet d'une controverse publique importante.

6.4. Catégories compatibles a priori

- culture, édition, spectacle vivant, cinéma, musique, création et patrimoine ;
- économie sociale et solidaire, fondations, mécénat et acteurs à impact dont les engagements sont précis et vérifiables ;
- éducation, formation qualifiante, savoir et recherche ;
- mobilité douce, réparation, seconde main, économie circulaire et sobriété d'usage ;
- services publics, prises de parole d'intérêt général et services du quotidien présentant des conditions lisibles ;
- outils professionnels utiles et transparents ;
- marques premium ou grand public capables d'un discours loyal, sobre, contextualisé et documenté.

La compatibilité a priori ne dispense jamais de l'examen du message, du produit, du format et du contexte.

7. Règles transversales applicables à toute campagne

7.1. Identification de la publicité et de l'Annonceur

Conformément à l'article 12.2 des CGV, toute communication commerciale doit être identifiable immédiatement et sans ambiguïté, au moyen de mentions appropriées telles que « publicité », « communiqué », « sponsorisé », « en partenariat avec » ou toute formulation imposée par la loi, l'ARPP ou le Média partenaire. La mention doit être claire, lisible, audible et adaptée au Support. L'identité de l'Annonceur doit être accessible et non équivoque.

7.2. Séparation entre publicité et éditorial

Aucun format ne doit créer de confusion avec un contenu journalistique indépendant. 4e Pouvoir et le Média partenaire déterminent la présentation et le niveau de séparation nécessaires et conservent, pour les Opérations spéciales, la maîtrise de la version finale diffusée (article 13.2 des CGV).

7.3. Loyauté, clarté et véracité

Les messages doivent être honnêtes, loyaux, véridiques et compréhensibles. Sont notamment susceptibles d'être refusés ou modifiés : les formulations ambiguës, comparaisons non pertinentes, omissions substantielles, effets de halo, faux témoignages, fausses interfaces, dark patterns, fausses urgences ou présentations susceptibles d'induire en erreur.

7.4. Allégations sensibles et preuve

Les allégations environnementales, sociales, sanitaires, financières, technologiques, de cybersécurité, d'intelligence artificielle, de prix, d'efficacité, de performance ou d'impact doivent être précises, proportionnées et appuyées par des éléments objectifs, fiables, actuels et vérifiables. Les termes généraux tels que « responsable », « durable », « éthique », « vert », « neutre », « bas carbone », « clean », « sain », « sans risque » ou « à impact positif » doivent être contextualisés et ne pas suggérer une portée plus large que la réalité démontrable.

7.5. Prix, promotions, abonnements et conditions essentielles

Les prix d'appel, réductions, gratuités, frais, durées, limites, conditions d'éligibilité, engagements, renouvellements tacites, modalités de résiliation et risques éventuels doivent être présentés de manière visible et compréhensible pour un consommateur normalement informé, raisonnablement attentif et avisé.

7.6. Mentions et renvois

Les mentions rectificatives, explicatives ou légales ne doivent pas contredire le message principal. Elles doivent être suffisamment lisibles, audibles et accessibles compte tenu du Support, de la durée, du contraste, de l'emplacement et des conditions réelles de consultation.

7.7. Publics vulnérables et mineurs

Les Campagnes visant ou susceptibles de toucher significativement des mineurs, des personnes malades, fragiles, isolées ou en difficulté financière, ou des publics exposés à l'addiction ou à des promesses de transformation personnelle, font l'objet d'une vigilance renforcée. Elles ne doivent exploiter ni la crédulité, ni l'inexpérience, ni la peur, ni la vulnérabilité.

7.8. Représentation des personnes et responsabilité sociale

Les Campagnes doivent respecter la dignité humaine, éviter les stéréotypes dégradants et ne pas banaliser des comportements dangereux, discriminatoires ou socialement irresponsables.

7.9. Communication numérique, ciblage et données

Les formats numériques doivent préserver un confort d'utilisation raisonnable : fermeture accessible, absence de mécanisme trompeur, pression publicitaire maîtrisée, son non imposé lorsque les règles ou usages l'exigent et fréquence proportionnée. Les données, audiences, tags et outils de mesure fournis par l'Annonceur sont soumis à l'article 15 des CGV ; 4e Pouvoir ou le Média partenaire peut auditer, bloquer ou retirer tout tag présentant un risque juridique, technique ou de sécurité.

7.10. Contenus générés ou modifiés par intelligence artificielle

L'utilisation d'outils d'intelligence artificielle ne doit pas produire une représentation trompeuse, usurper l'identité ou les propos d'une personne, fabriquer un témoignage fictif présenté comme réel ou masquer une caractéristique essentielle de l'offre. Une information sur la nature synthétique ou substantiellement modifiée du contenu est ajoutée lorsqu'elle est requise par la loi, les règles professionnelles ou nécessaire pour éviter une tromperie.

7.11. Influence commerciale

Lorsque la Campagne implique un influenceur, créateur de contenu, ambassadeur ou témoignage rémunéré, l'Annonceur garantit le respect des obligations d'identification, de loyauté, de contractualisation et des restrictions sectorielles applicables (article 16.3 des CGV).

7.12. Communications politiques et institutionnelles

Toute Campagne à caractère politique ou susceptible de recevoir cette qualification doit être signalée dès la prise de brief. Elle est soumise aux règles de transparence, d'identification du commanditaire, d'archivage, de ciblage et de protection des données applicables, notamment le règlement (UE) 2024/900. 4e Pouvoir peut refuser toute Campagne dont la qualification ou la conformité ne peut être établie de manière suffisamment sûre.

8. Pièces et justificatifs pouvant être demandés

4e Pouvoir peut demander, avant validation ou pendant la diffusion, tout document raisonnablement nécessaire à l'appréciation du dossier, notamment :

- fiche produit ou service et identité complète de l'Annonceur ; attestation de mandat du Mandataire (article 4.1 des CGV) ;
- Éléments publicitaires définitifs : créations, scripts, storyboards, visuels, textes, mentions et pages de destination ;
- conditions générales ou particulières de l'offre, tarifs, frais, durées et modalités de résiliation ;
- preuves des allégations, études, protocoles, calculs, audits, certifications, labels ou autorisations ;
- validation juridique ou réglementaire de l'Annonceur ou de son conseil ;
- conseil préalable ou avis de l'ARPP lorsque requis ;
- plan de ciblage, exclusions d'audience, fréquence, modalités de collecte et d'utilisation des données ;
- éléments objectifs permettant d'apprécier une controverse, une décision d'autorité ou un risque de contradiction éditoriale.

Conformément à l'article 10.2 des CGV, l'absence de transmission, l'insuffisance, l'inexactitude ou la contradiction des éléments demandés peut justifier une demande de modification, une suspension de l'examen, un refus ou un retrait.

9. Procédure de validation

Circuit	Cas concernés	Processus	Délai cible
Examen standard	Annonceur et produit compatibles ; format standard ; message simple ; absence de signal de risque.	Qualification commerciale et contrôle interne simplifié.	1 Jour ouvré
Examen renforcé	Secteur réglementé ou sensible (article 6.3) ; allégation sensible ; offre complexe ; Média partenaire exposé ; dispositif natif ou ciblage spécifique.	Revue des justificatifs par le Référent. Conditions possibles : mentions, formulation, ciblage, Supports, fréquence ou contexte.	2 Jours ouvrés
Examen conjoint	Annonceur controversé ; Campagne très visible ; sponsoring engageant ; communication politique ; contradiction potentielle ; risque réputationnel élevé.	Note synthétique, consultation du Média partenaire et, si nécessaire, des conseils ou de l'ARPP ; décision motivée ou saisine du Comité éthique.	3 Jours ouvrés, hors cas exceptionnel

Les délais sont indicatifs et ne constituent pas des engagements fermes. Ils courent à compter de la réception d'un Dossier de campagne complet et peuvent être prolongés en cas de complexité, de consultation externe ou d'urgence éditoriale. L'Annoncéur soumet son dossier en tenant compte de ces délais et des dates de remise des Éléments publicitaires prévues à l'OI ; les conséquences d'une soumission tardive sont régies par les articles 9.1 et 9.3 des CGV.

9.1. Portée de l'acceptation

L'acceptation porte exclusivement sur le dossier soumis, dans sa version finale, pour les Supports, formats, ciblage, dates et contextes validés. Toute modification substantielle impose une nouvelle validation. Conformément à l'article 5.3 des CGV, le silence de 4e Pouvoir ne vaut jamais acceptation.

9.2. Formes possibles de la Décision

- acceptation sans réserve ;
- acceptation sous réserve de modifications ou de justificatifs ;
- restriction de formats, Supports, Médias partenaires, ciblage, fréquence, calendrier ou contexte ;
- suspension de l'examen ou de la diffusion ;
- refus temporaire ou définitif ;
- retrait après acceptation ou après début de diffusion.

10. Critères d'appréciation

Chaque dossier est apprécié au regard des cinq critères suivants. Ils constituent un cadre d'analyse et ne créent aucun droit automatique ; ils ne remplacent ni l'analyse juridique, ni l'appréciation du Média partenaire. Un signal bloquant sur un seul critère peut justifier un refus, quelle que soit l'appréciation des autres.

Critère	Objet de l'évaluation	Signal bloquant
Conformité légale et déontologique	Respect du droit applicable, des règles sectorielles et des Recommandations de l'ARPP.	Illégalité, interdiction, non-conformité ARPP ou incertitude non résolue.
Compatibilité éditoriale	Cohérence de l'Annoncéur, du produit, du message et du contexte avec le Média partenaire.	Contradiction directe et sérieuse ou confusion éditoriale.
Intégrité et clarté du message	Loyauté, véracité, preuve, lisibilité des prix et conditions.	Promesse trompeuse, non prouvée ou offre piégeuse.
Acceptabilité du produit et protection des publics	Risques d'usage, vulnérabilité des publics, ciblage et proportionnalité.	Produit ou dispositif exploitant l'addiction, la peur ou la vulnérabilité.
Risque réputationnel et maîtrise opérationnelle	Visibilité, controverse documentée, capacité de correction et qualité de coopération.	Risque disproportionné ou refus de se conformer aux conditions de diffusion.

La valeur économique ou la faisabilité commerciale peuvent conduire séparément 4e Pouvoir à ne pas donner suite à une opération. Elles ne constituent pas un critère éthique et ne peuvent neutraliser un défaut de conformité.

11. Motivation, suspension, retrait et réexamen

11.1. Motivation écrite

Sauf urgence ou interdiction légale, toute décision de refus, de suspension ou de retrait est notifiée par écrit à l'Annoncéur ou à son Mandataire (article 10.3 des CGV). La notification indique les principaux motifs et, lorsqu'une régularisation est envisageable, les modifications ou justificatifs susceptibles de permettre un nouvel examen. 4e Pouvoir n'est pas tenue de divulguer des informations confidentielles, des avis juridiques

protégés, l'identité d'un tiers consulté ou le détail des délibérations internes.

11.2. Mesure d'urgence

En cas de risque manifestement grave ou urgent, notamment illégalité probable, injonction d'une autorité, non-conformité ARPP sérieuse, modification non autorisée, risque pour les publics ou atteinte majeure à la confiance, 4e Pouvoir peut suspendre immédiatement la diffusion (articles 10.3 et 20.1 des CGV). Les motifs sont confirmés par écrit dans un délai raisonnable, avec un objectif de deux Jours ouvrés.

11.3. Demande de réexamen

L'Annonceur peut demander un réexamen dans les cinq (5) Jours ouvrés suivant la notification, en exposant ses observations et en produisant tout élément nouveau (article 10.4 des CGV). La demande est adressée par écrit aux coordonnées indiquées dans l'OI ou à l'adresse contractuelle de 4e Pouvoir. 4e Pouvoir procède à un second examen, si possible par une personne n'ayant pas pris seule la décision initiale, et peut consulter le Média partenaire, l'ARPP, ses conseils ou le Comité éthique. Elle répond dans un délai cible de cinq (5) Jours ouvrés à compter de la réception d'un dossier complet.

Le réexamen n'est pas suspensif, sauf décision contraire de 4e Pouvoir. Une nouvelle demande fondée sur les mêmes éléments peut être écartée. La décision rendue après réexamen demeure une décision commerciale de 4e Pouvoir et du Média partenaire et ne confère aucun droit à diffusion.

11.4. Conséquences financières

Les conséquences financières d'un refus, d'une suspension ou d'un retrait sont régies exclusivement par les CGV et l'OI :

- lorsque la mesure résulte d'un manquement, d'une omission, d'une inexactitude, d'une modification non autorisée ou d'une non-conformité imputable à l'Annonceur ou au Mandataire, les prestations exécutées, coûts engagés et indemnités d'annulation restent dus (articles 8.7 et 10.5 des CGV) ;
- lorsque la mesure résulte exclusivement d'un choix interne postérieur de 4e Pouvoir ou du Média partenaire portant sur une Campagne conforme, 4e Pouvoir propose, selon les possibilités, un report, une substitution équivalente, un avoir ou le remboursement des prestations non exécutées ; ces mesures constituent le recours exclusif de l'Annonceur, sous réserve des dispositions impératives (article 8.8 des CGV).

12. Comité éthique

En cas de doute sérieux, de désaccord d'interprétation, de cas limite ou de situation susceptible d'engager fortement la crédibilité de 4e Pouvoir et de ses Médias partenaires, 4e Pouvoir peut saisir le Comité éthique, lorsqu'il est constitué.

- Le Comité intervient à titre consultatif et exceptionnel ; il ne se substitue ni aux règles de droit, ni aux compétences de l'ARPP, ni à la décision de 4e Pouvoir et du Média partenaire.
- Ses membres déclarent tout conflit d'intérêts et sont tenus à la confidentialité (article 19.3 des CGV).
- Le Comité peut recommander une acceptation, des conditions, une restriction, une modification, un refus ou une évolution de la Charte.
- L'Annonceur peut solliciter sa saisine dans le cadre d'une demande de réexamen, sans disposer d'un droit automatique à cette saisine.
- Les avis significatifs peuvent alimenter une mémoire anonymisée des précédents afin d'assurer la cohérence du dispositif.

13. Responsabilité et garanties

L'Annonceur demeure seul responsable de la conformité de la Campagne, de ses produits et services, de ses allégations, créations, droits, mentions, pages de destination, conditions commerciales et dispositifs de ciblage (article 17.1 des CGV). Le Mandataire répond de ses propres obligations et garantit agir dans les limites d'un mandat valable (article 4 des CGV).

- L'examen, l'acceptation, la demande de modification ou la diffusion par 4e Pouvoir ne constitue ni un audit juridique exhaustif, ni une certification, ni un transfert de responsabilité (article 10.6 des CGV).
- Un conseil préalable ou un avis favorable de l'ARPP ne dispense pas l'Annonceur de respecter la loi ni de justifier ses allégations.

- L'Annonceur signale toute modification et maintient la conformité pendant toute la durée de diffusion.
- Les garanties, obligations d'indemnisation, exclusions et plafonds de responsabilité sont ceux prévus aux articles 14.4 et 17 des CGV, dans les limites autorisées par la loi.

14. Traçabilité, confidentialité et données

4e Pouvoir conserve, pendant la durée nécessaire à la gestion de la relation contractuelle et à la défense de ses droits, une trace des dossiers, justificatifs, décisions, conditions, incidents et demandes de réexamen, afin d'assurer la cohérence des décisions et la traçabilité du dispositif.

Les informations confidentielles sont accessibles aux seules personnes qui ont besoin d'en connaître pour l'examen, notamment les équipes de 4e Pouvoir, le Média partenaire concerné, les conseils, le Comité éthique, l'ARPP ou une autorité compétente, dans les conditions de l'article 19 des CGV. Les données personnelles sont traitées conformément à l'article 15 des CGV et à la politique de confidentialité de 4e Pouvoir

(4epouvoir.media/politique-de-confidentialite).

15. Mise en œuvre

4e Pouvoir sensibilise régulièrement ses équipes commerciales, marketing et opérations au cadre légal et déontologique de la publicité, aux Recommandations de l'ARPP et à la Charte. Les cas sensibles font l'objet d'une escalade vers le Référent. Les outils de validation sont mis à jour à chaque évolution substantielle des règles applicables.

16. Évolution de la Charte

4e Pouvoir peut modifier la Charte pour tenir compte de l'évolution du droit, des Recommandations de l'ARPP, des pratiques du marché, des exigences des Médias partenaires et des enseignements tirés des décisions antérieures.

- Sauf urgence ou règle impérative, les modifications substantielles sont notifiées aux Annonceurs et Mandataires en relation commerciale suivie au moins trente (30) jours calendaires avant leur entrée en vigueur, par courrier électronique ou mise à disposition sur le support contractuel habituel.
- Conformément à l'article 1.3 des CGV, la nouvelle version s'applique aux OI acceptés après sa date d'entrée en vigueur.
- Les Campagnes déjà acceptées demeurent régies par la version applicable lors de l'acceptation de leur OI, sauf si une modification immédiate est nécessaire pour respecter la loi, une Recommandation de l'ARPP, une décision d'autorité, une exigence impérative du Média partenaire ou pour prévenir un risque grave.
- Dans ce dernier cas, 4e Pouvoir informe l'Annonceur par écrit, accorde lorsque possible un délai raisonnable de mise en conformité et applique les mécanismes prévus à l'article 11.4.
- Chaque version mentionne sa date d'adoption et sa date d'entrée en vigueur. La version applicable est disponible sur demande auprès de 4e Pouvoir.

17. Formule de synthèse

4e Pouvoir accepte les campagnes conformes au droit et aux Recommandations de l'ARPP, compatibles avec l'indépendance et la cohérence des médias partenaires, et fondées sur des messages clairs, loyaux, identifiables et prouvables. Elle refuse ou encadre les secteurs et dispositifs présentant un risque disproportionné, motive ses décisions négatives et permet un réexamen documenté.

Annexe 1 — Checklist avant soumission

À l'usage des Annonceurs et Mandataires, pour préparer un Dossier de campagne complet et réduire les délais d'examen.

Question	Si la réponse est non
Le produit ou service est-il légalement promouvable sur le Support visé ?	Refus ou validation juridique préalable.
La Campagne respecte-t-elle les Recommandations de l'ARPP applicables ?	Modification, conseil préalable de l'ARPP ou refus.
Le caractère publicitaire et l'Annonceur sont-ils identifiables immédiatement ?	Ajouter ou renforcer les mentions et l'habillage.
Le produit ou service est-il compatible avec le Média partenaire et le contexte ?	Restriction de Supports, examen conjoint ou refus.
Les allégations sont-elles précises, proportionnées et prouvées ?	Fournir les preuves ou modifier le message.
Le prix, les frais, la durée et les conditions essentielles sont-ils lisibles ?	Modifier les créations, mentions ou page de destination.
Le ciblage et le format protègent-ils les mineurs et les publics vulnérables ?	Adapter le ciblage, la fréquence ou le Support.
La version soumise correspond-elle exactement à la version diffusée ?	Suspension jusqu'à validation de la version finale.
Le recours à l'IA ou à un influenceur est-il signalé et encadré ?	Compléter le dossier (articles 7.10 et 7.11).
Le dossier est-il complet, attestation de mandat comprise ?	Suspension de l'examen.

Annexe 2 — Articulation avec les CGV

Correspondance entre les stipulations de la Charte et celles des Conditions générales de vente et de règlement (version 1.0 du 18 juillet 2026).

Sujet	Charte	CGV
Ordre de priorité des documents	Art. 1.5 et 1.6	Art. 3.1 et 3.3
Définitions	Art. 2	Art. 2
Conformité légale, ARPP, IA, influence	Art. 3, 7.10, 7.11	Art. 16
Droit d'examen, de refus et de retrait	Art. 3.4, 9	Art. 10.1 et 10.2
Absence d'acceptation tacite	Art. 9.1	Art. 5.3
Indépendance éditoriale, identification	Art. 4.4, 7.1, 7.2	Art. 12 et 13.2
Motivation, urgence, réexamen	Art. 11.1 à 11.3	Art. 10.3, 10.4 et 20.1
Conséquences financières	Art. 11.4	Art. 8.7, 8.8 et 10.5
Responsabilité et garanties	Art. 13	Art. 10.6, 14.4 et 17
Données et confidentialité	Art. 7.9, 14	Art. 15 et 19
Évolution des documents	Art. 16	Art. 1.3

Annexe 3 — Références

Liste non exhaustive, à vérifier dans sa version en vigueur à la date de chaque Campagne. Dernière mise à jour documentaire : 21 septembre 2026.

- **ARPP— Recommandations déontologiques** : arpp.org/nous-consulter/regles/regles-de-deontologie/
- **ARPP— Identification de la publicité et des communications commerciales et de l'annonceur**
- **ARPP— Communication publicitaire numérique**
- **ARPP— Développement durable**
- **ARPP— Mentions et renvois**
- **ARPP— Publicité de prix**
- **ARPP— Image et respect de la personne**
- **ARPP— Produits et services financiers et d'investissement ; Crypto-actifs**
- **ARPP— Comportements alimentaires**
- **Code de la consommation** — pratiques commerciales déloyales et trompeuses
- **Code de la santé publique** — publicité en faveur des boissons alcooliques
- **Code de l'environnement** — interdiction de la publicité en faveur des énergies fossiles
- **Règlement (UE) 2024/900** relatif à la transparence et au ciblage de la publicité à caractère politique