



# ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

## télévision

Question écrite n° 58711

### Texte de la question

M. Rudy Salles attire l'attention de M. le ministre de la culture et de la communication sur la diffusion aux heures de grande écoute sur les chaînes hertziennes privées de publicités pour des services de rencontres pour adultes. Ces annonces publicitaires pour le moins suggestives et provocantes sont diffusées soit avant les programmes familiaux, soit lors des coupures de publicité réglementaires et peuvent être vues par les téléspectateurs mineurs. De nombreux parents et de nombreuses associations familiales ont fait part de leur émotion et ont rappelé la nécessité de préserver les enfants de ce type de message. Alors que le Gouvernement a mis en oeuvre une politique responsable de prévention sur Internet, le secteur télévisuel semble bénéficier d'une absence des règles précises. C'est pourquoi il lui demande, d'une part, de préciser la réglementation en vigueur et, d'autre part, si le Gouvernement entend prendre des mesures concrètes afin que ces spots publicitaires ne soient pas diffusés aux heures de grande écoute.

### Texte de la réponse

La protection du jeune public constitue une des missions essentielles que la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication a confiées au Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA). En son article 15, la loi impose au CSA de veiller « à la protection de l'enfance et de l'adolescence et au respect de la dignité de la personne dans les programmes mis à disposition du public par un service de communication audiovisuelle ». Dans le cadre de cette mission, le CSA a publié, le 4 juillet 2006, une recommandation relative à la présentation faite à la télévision de services téléphoniques, télématiques ou de sites internet qui font l'objet de restrictions aux mineurs. Elle concerne leur présentation tant au sein des émissions et des bandes annonces que dans le cadre de messages publicitaires et d'opérations de parrainage. Selon cette recommandation, les messages publicitaires ou les séquences de parrainage en faveur de services téléphoniques, télématiques ou de sites internet réservés ou destinés aux adultes ne doivent pas être diffusés avant minuit et après 5 heures du matin. En cas de manquement, le CSA peut adresser aux chaînes une mise en demeure et engager à leur encontre une procédure de sanction lorsque cette mise en demeure n'est pas respectée. À titre d'exemple, le conseil est intervenu le 12 janvier 2009 auprès de la chaîne NT1 après avoir constaté la diffusion, le 19 octobre 2008, à 8 h 15, d'un message publicitaire pour un site de rencontres. Le CSA dispose ainsi d'outils adaptés lui permettant de remplir correctement la mission que la loi lui a dévolue.

### Données clés

**Auteur :** [M. Rudy Salles](#)

**Circonscription :** Alpes-Maritimes (3<sup>e</sup> circonscription) - Nouveau Centre

**Type de question :** Question écrite

**Numéro de la question :** 58711

**Rubrique :** Audiovisuel et communication

**Ministère interrogé :** Culture et communication

**Ministère attributaire :** Culture et communication

Date(s) clé(s)

**Question publiée le** : 22 septembre 2009, page 8914

**Réponse publiée le** : 26 janvier 2010, page 832