



ASSEMBLÉE NATIONALE

15ème législature

Placement de produits sur les plateformes à destination des enfants

Question écrite n° 39905

Texte de la question

M. Bruno Studer interroge Mme la ministre de la culture sur le décret qu'elle doit prendre en application de l'article 60 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, lui-même issu de l'ordonnance du 21 décembre 2020 portant transposition de la directive (UE) 2018/1808 du Parlement européen et du Conseil du 14 novembre 2018 modifiant la directive 2010/13/UE visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à la fourniture de services de médias audiovisuels (SMA). Ce décret a en effet vocation à appliquer certains éléments du décret n° 92-280 du 27 mars 1992 fixant les principes généraux définissant les obligations des éditeurs de services en matière de publicité, de parrainage et de télé-achat, aux plateformes de partage de vidéos en ligne. Ce décret définit le placement de produit comme une communication audiovisuelle commerciale qui doit ainsi se conformer aux règles déontologiques posées par la directive SMA. Cependant, il ne l'encadre pas en tant que tel, comme le fait le CSA sur la base de l'article 14-1 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 s'agissant spécifiquement du placement de produit et qui interdit le placement de produit à destination des mineurs, cet article n'étant effectivement pas applicable aux plateformes. Aussi, M. le député interroge Mme la ministre afin de savoir si le décret qui sera pris en application de l'article 60 susmentionné, permettra de limiter le placement de produit et les partenariats dans les vidéos créées par les utilisateurs des plateformes, car le décret n° 92-280 en offre la possibilité : les communications commerciales audiovisuelles ne doivent pas directement inciter les enfants à acheter des biens et services. Enfin, sur la limite de l'applicabilité territoriale du décret à paraître, il lui demande dans quelle mesure elle compte inciter les acteurs à adhérer à des codes de bonne conduite dans ce domaine, pour tous ceux qui interviennent sur le territoire français.

Texte de la réponse

La directive 2018/1808 « services de médias audiovisuels » du 14 novembre 2018 étend aux fournisseurs de plateformes de partage de vidéos les règles déontologiques en matière de communications commerciales audiovisuelles (notamment le placement de produit) applicables aux services de médias audiovisuels (services de télévision et de médias audiovisuels à la demande). En transposant la directive précitée, l'ordonnance n° 2020-1642 du 21 décembre 2020 a introduit au sein de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication un article 60 nouveau qui confie à l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (ARCOM) une nouvelle mission de contrôle du respect, par les fournisseurs de plateformes de partage de vidéos, d'obligations qui varient selon que les communications commerciales audiovisuelles sont commercialisées, vendues ou organisées par eux-mêmes ou par un tiers. Dans le premier cas, les plateformes doivent respecter des exigences prévues par décret. Dans le second cas, elles doivent prendre les mesures appropriées pour que ces règles soient également respectées par les tiers. Les conditions de mise en œuvre de ces mesures appropriées sont définies par l'ARCOM et peuvent notamment consister à inclure et appliquer le respect de ces exigences dans les conditions générales d'utilisation du service. L'article 61 de la même loi ajoute que l'ARCOM encourage l'adoption par les plateformes concernées de codes de bonne conduite destinés, notamment, à l'adoption des mesures mentionnées ci-dessus. Compte tenu des règles de

territorialité prévues par la directive précitée et transposées à l'article 59 de la même loi, les principales plateformes ne relèvent pas de la compétence de la France. L'ARCOM pourra toutefois proposer à ces plateformes d'adhérer à la démarche de co-régulation qu'elle initiera. S'agissant plus particulièrement du décret n° 2021-1922 du 30 décembre 2021 qui encadre les communications commerciales audiovisuelles commercialisées fournies par les plateformes de partage de vidéos, il prévoit, à l'instar du décret n° 92-280 du 27 mars 1992 relatif à la publicité télévisée, des dispositions tendant à protéger les mineurs. Ainsi, les communications commerciales audiovisuelles ne devront pas inciter directement les mineurs à l'achat ou à la location d'un produit ou d'un service en exploitant leur inexpérience ou leur crédulité ou à persuader leurs parents ou des tiers d'acheter les produits ou les services faisant l'objet de la publicité.

Données clés

Auteur : [M. Bruno Studer](#)

Circonscription : Bas-Rhin (3^e circonscription) - La République en Marche

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 39905

Rubrique : Audiovisuel et communication

Ministère interrogé : [Culture](#)

Ministère attributaire : [Culture](#)

Date(s) clé(s)

Question publiée au JO le : [6 juillet 2021](#), page 5254

Réponse publiée au JO le : [29 mars 2022](#), page 2084