



ASSEMBLÉE NATIONALE

8ème législature

Publicite

Question écrite n° 28757

Texte de la question

Reponse. - La loi du 30 septembre 1986 relative a la liberte de communication et ses textes d'application operent une distinction precise entre publicite et parrainage et fixent un certain nombre de regles propres a chacune de ces activites, tant pour le secteur public que pour le secteur prive. Les cahiers des missions et des charges des societes nationales de programme et le decret du 26 janvier 1987 applicable aux services de television privs fixent des regles precises en matiere de deontologie et de diffusion des messages publicitaires. Ainsi, les messages publicitaires doivent etre clairement annonces comme tels et obligatoirement programmes dans des ecrans specialises. En matiere de parrainage, le decret du 26 janvier 1987 donne une definition precise dans son article 11 : il s'agit de contributions d'entreprises privees ou publiques desirant financer des emissions dans le but de promouvoir leur image, leurs activites ou leurs realisations en faisant connaitre leur nom, leur denomination ou leur raison sociale. Ce decret interdit formellement la promotion des biens ou des services produits, ou commercialises par une entreprise au sein d'une emission parrainee par celle-ci. Une recommandation de la Commission nationale de la communication et des libertes, en date du 7 decembre 1987, a commente et precise la portee pratique des dispositions de ce decret. Cette recommandation enumere les conditions dans lesquelles les chaines privees peuvent faire parrainer leurs emissions : la chaine doit toujours conserver la maitrise de sa programmation et les emissions parrainees ne peuvent donner lieu a des citations de nature publicitaire. Il faut noter, en outre, que la Commission souligne que les emissions d'information ne peuvent pas etre parrainees. Pour le secteur public, l'article 48 de la loi du 30 septembre 1986 stipule que les chaines publiques ne peuvent faire parrainer que celles de leurs emissions qui correspondent a leur mission educative, culturelle et sociale dans les conditions determinees par la Commission nationale de la communication et des libertes. En application de cet article, une decision de la Commission nationale de la communication et des libertes, en date du 7 decembre 1987, a precise les conditions dans lesquelles les chaines du secteur public peuvent faire parrainer leurs emissions. Le parrainage des emissions diffusees par l'ensemble des chaines de television est donc encadre par ce dispositif legislatif et reglementaire ; il appartient a la Commission nationale de la communication et des libertes d'en surveiller l'application.

Texte de la réponse

Reponse. - La loi du 30 septembre 1986 relative a la liberte de communication et ses textes d'application operent une distinction precise entre publicite et parrainage et fixent un certain nombre de regles propres a chacune de ces activites, tant pour le secteur public que pour le secteur prive. Les cahiers des missions et des charges des societes nationales de programme et le decret du 26 janvier 1987 applicable aux services de television privs fixent des regles precises en matiere de deontologie et de diffusion des messages publicitaires. Ainsi, les messages publicitaires doivent etre clairement annonces comme tels et obligatoirement programmes dans des ecrans specialises. En matiere de parrainage, le decret du 26 janvier 1987 donne une definition precise dans son article 11 : il s'agit de contributions d'entreprises privees ou publiques desirant financer des emissions dans le but de promouvoir leur image, leurs activites ou leurs realisations en faisant connaitre leur nom, leur denomination ou leur raison sociale. Ce decret interdit formellement la promotion des biens ou des

services produits, ou commercialisés par une entreprise au sein d'une émission parrainée par celle-ci. Une recommandation de la Commission nationale de la communication et des libertés, en date du 7 décembre 1987, a commenté et précisé la portée pratique des dispositions de ce décret. Cette recommandation énumère les conditions dans lesquelles les chaînes privées peuvent faire parrainer leurs émissions : la chaîne doit toujours conserver la maîtrise de sa programmation et les émissions parrainées ne peuvent donner lieu à des citations de nature publicitaire. Il faut noter, en outre, que la Commission souligne que les émissions d'information ne peuvent pas être parrainées. Pour le secteur public, l'article 48 de la loi du 30 septembre 1986 stipule que les chaînes publiques ne peuvent faire parrainer que celles de leurs émissions qui correspondent à leur mission éducative, culturelle et sociale dans les conditions déterminées par la Commission nationale de la communication et des libertés. En application de cet article, une décision de la Commission nationale de la communication et des libertés, en date du 7 décembre 1987, a précisé les conditions dans lesquelles les chaînes du secteur public peuvent faire parrainer leurs émissions. Le parrainage des émissions diffusées par l'ensemble des chaînes de télévision est donc encadré par ce dispositif législatif et réglementaire ; il appartient à la Commission nationale de la communication et des libertés d'en surveiller l'application.

Données clés

Auteur : [M. Sarre Georges](#)

Circonscription : - SOC

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 28757

Rubrique : Télévision

Ministère interrogé : culture et communication

Ministère attributaire : culture et communication

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 27 juillet 1987, page 4184

Réponse publiée le : 14 mars 1988, page 1149