

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

15 juillet 2013

INDÉPENDANCE DE L'AUDIOVISUEL PUBLIC - (N° 1114)

Retiré

**AMENDEMENT**

N° AC45

présenté par  
Mme Attard et Mme Pompili

-----

**ARTICLE ADDITIONNEL****APRÈS L'ARTICLE 6, insérer l'article suivant:**

I. - L'article 53 de la même loi est ainsi modifié :

1° Après le VI, il est inséré un VI *bis* ainsi rédigé :

« VI *bis*. – Les programmes des services nationaux de télévision mentionnés au I de l'article 44 destinés à la jeunesse ne comportent pas de message publicitaire, durant la durée de leur diffusion, ainsi que quinze minutes avant et quinze minutes après.

« Cette disposition s'applique également aux parrainages. Elle ne s'applique pas aux campagnes d'intérêt général et aux publicités non commerciales pour des biens ou services présentés sous leur appellation générique. Elle est aussi applicable aux sites Internet reprenant des programmes destinés à la jeunesse consultables sur tout support multimédia.

« Les dispositions du présent VI *bis* entrent en vigueur au plus tard au 1<sup>er</sup> janvier 2016. » ;

2° Au VII, après les mots : « au VI », sont insérés les mots : « et au VI *bis* ».

II. - La perte de recettes pour les organismes de l'audiovisuel public est compensée à due concurrence par la création d'une taxe additionnelle aux droits visés aux articles 575 et 575 A du code général des impôts.

**EXPOSÉ SOMMAIRE**

Les enfants ont une consommation télévisuelle très importante. En effet, 35 % des enfants de 4 à 14 ans regardent la télévision tous les jours avant de partir à l'école et ils sont 60 % quotidiennement devant leur petit écran aux environs de 16 heures. Le marché « enfants » est donc énorme pour les annonceurs publicitaires qui en font une cible de choix. En conséquence, il est essentiel de protéger les enfants contre les effets de la publicité.

A l'heure où le Parlement débat de l'opportunité de pérenniser la situation initialement temporaire, concernant France Télévisions, d'une suppression de la publicité limitée aux programmes situés entre 20 heures et 6 heures du matin, il est essentiel de garantir que les enfants, plus fragiles face aux messages publicitaires, soient protégés de ces derniers sur le service public audiovisuel. Il est donc essentiel que les programmes pour enfants et adolescents soient libres de toute incursion commerciale et donc exempts de toute publicité. Cette absence de publicité doit aussi s'étendre aux sites Internet ainsi qu'à tout support multimédia reprenant ces programmes.

L'interdiction totale de la publicité sur le service public audiovisuel est aujourd'hui programmée pour le 1<sup>er</sup> janvier 2016. Afin de ne pas créer de difficulté financière à France Télévisions, les porteurs du présent amendement, proposent donc que cette limitation (à l'ampleur bien moindre que l'interdiction initiale) soit applicable au plus tard à cette même date.