

ASSEMBLÉE NATIONALE

25 février 2020

SOUVERAINETÉ CULTURELLE À L'ÈRE NUMÉRIQUE - (N° 2488)

Non soutenu

AMENDEMENT

N ° AC608

présenté par

Mme Faucillon, Mme Buffet, Mme Bello, M. Brotherson, M. Bruneel, M. Chassaigne,
M. Dharréville, M. Dufrègne, M. Jumel, Mme Kéclard-Mondésir, M. Lecoq, M. Nilor,
M. Fabien Roussel, M. Peu, M. Serville et M. Wulfranc

ARTICLE ADDITIONNEL

APRÈS L'ARTICLE 8, insérer l'article suivant:

Après l'article 80 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, il est inséré un article 80-1 ainsi rédigé :

« *Art. 80-1* – Les programmes des services de communication audiovisuelle ne relevant pas du titre III destinés prioritairement aux enfants de moins de douze ans ne comportent pas de messages publicitaires autres que des messages génériques pour des biens ou services relatifs à la santé et au développement des enfants ou des campagnes d'intérêt général. Cette restriction s'applique durant la diffusion de ces programmes ainsi que pendant un délai de quinze minutes avant et après cette diffusion. Elle s'applique également à tous les messages diffusés sur les sites internet de ces mêmes services nationaux de télévision qui proposent des programmes prioritairement destinés aux enfants de moins de douze ans.

« Est considérée comme un programme des services de télévision destiné aux enfants et adolescents de moins de douze ans la fiction, l'émission ou toute œuvre audiovisuelle répondant à un ou plusieurs des critères suivants :

« 1° La conception du programme pour les enfants ou les adolescents.

« Peuvent notamment être pris en compte la présence de personnages jeunes, les thématiques touchant les enfants et les adolescents, le langage, les codes et la musique employés, le cadre de l'action ;

« 2° La diffusion du programme à des horaires appropriés à ces publics ;

« 3 L'habillage spécifique du programme, qui l'identifie comme s'adressant à ces publics ;

« 4° L'élaboration ou le suivi du programme par l'unité en charge de la jeunesse au sein du service ;

« 5° La promotion du programme par le service comme s'adressant à ces publics, dont les sites internet, la communication dans la presse, la communication professionnelle, la présentation des programmes par la régie publicitaire. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Les rédacteurs de cet amendement considèrent que la seule interdiction de la publicité lors de la diffusion des programmes jeunesse dans l'audiovisuel public s'avère insuffisante. En effet, les études conjointes du CSA et de Médiamétrie montre que sur les dix plus grosses audiences chez les 4-14 ans, huit sont des émissions de télé réalité diffusées sur des chaînes privées. Par ailleurs, il convient de rappeler que les enfants regardent bien souvent la télévision en famille. Or, si le groupe France Télévisions occupe la première place parmi les groupes audiovisuels français en terme de part d'audience, cela représente seulement 28,9 % de part d'audience.

Eu égard à l'enjeu de santé publique que comporte la protection des enfants et des adolescents vis-à-vis de la publicité, le seul rapport annuel et la seule auto-régulation proposés actuellement semble insuffisants.

Cet amendement propose d'interdire la publicité dans tous les programmes jeunesse au regard de l'enjeu de santé publique, et propose une définition législative d'un programme jeunesse, en s'appuyant sur un avis du CSA.