



# ASSEMBLÉE NATIONALE

11ème législature

## télévision

Question écrite n° 50076

### Texte de la question

M. Michel Bouvard attire l'attention de Mme la ministre de la culture et de la communication sur l'accroissement des émissions et publicités susceptibles de choquer de jeunes enfants diffusées sur les chaînes de télévision françaises. Il souhaite connaître les dispositions que le Gouvernement entend mettre en oeuvre en liaison avec le CSA pour faire respecter les différentes lois et directives s'appliquant à la protection de l'enfance.

### Texte de la réponse

La loi du 1er août 2000, portant modification de la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, renforce les pouvoirs de contrôle de l'instance de régulation sur le contenu des programmes diffusés par un service de communication audiovisuelle et se prononce sur la nécessité de caractériser davantage la signalisation des programmes susceptibles de nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral, des mineurs en rendant obligatoire l'affichage d'un symbole visuel tout au long de leur durée. Elle veille également à ce que ces programmes ne contiennent aucune incitation à la haine pour des raisons de race, de sexe, de religion ou de nationalité. La loi de 1986 précitée lui confère à cet effet le pouvoir de mettre en demeure les sociétés nationales de programme ainsi que les éditeurs et distributeurs de services de radiodiffusion sonore et de télévision de respecter les obligations qui leur sont imposées par les textes législatifs et réglementaires, notamment en ce qui concerne la protection des mineurs. Lorsque ces sociétés ne se conforment pas à ces mises en demeure, l'instance de régulation peut également prononcer à leur encontre diverses sanctions, dont l'application est fonction de la gravité du manquement. Par ailleurs, et conformément aux dispositions de l'article 14 de la loi du 30 septembre 1986 précitée, il appartient au Conseil supérieur de l'audiovisuel d'exercer un contrôle, par tous moyens appropriés, sur l'objet, le contenu et les modalités de programmation des émissions publicitaires diffusées par les sociétés qu'il a pour mission de contrôler. Toutefois, ce contrôle n'est exercé qu'a posteriori. Il revient en effet au bureau de vérification de la publicité, association composée de représentants des différentes organisations professionnelles, de constituer l'instance d'autodiscipline en matière de publicité. Dans le cadre de leurs compétences respectives, le Conseil supérieur de l'audiovisuel et le bureau de vérification de la publicité attirent régulièrement l'attention des professionnels des médias sur l'importance qu'ils attachent au respect des principes déontologiques en matière de publicité à la télévision. Le Gouvernement demeure toutefois parfaitement conscient du fait que les risques dont fait état l'honorable parlementaire sont intimement liés aux développements de nos sociétés et ne sauraient être éradiqués par la seule voie répressive. Dans le cadre des compétences qui sont les siennes, il garde le souci de favoriser les conditions d'une prise de conscience collective et d'un partage de responsabilités mettant en jeu l'ensemble des institutions et des acteurs sociaux.

### Données clés

**Auteur :** [M. Michel Bouvard](#)

**Circonscription :** Savoie (3<sup>e</sup> circonscription) - Rassemblement pour la République

**Type de question :** Question écrite

**Numéro de la question** : 50076

**Rubrique** : Audiovisuel et communication

**Ministère interrogé** : culture et communication

**Ministère attributaire** : culture et communication

Date(s) clé(s)

**Question publiée le** : 14 août 2000, page 4769

**Réponse publiée le** : 9 avril 2001, page 2096