



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

télévision

Question écrite n° 26002

Texte de la question

M. Bruno Bourg-Broc appelle l'attention de M. le ministre de la culture et de la communication sur les dérives de la publicité à la télévision. Certaines entreprises, notamment celles interdites de publicité à la télévision, recherchent une notoriété en parrainant des émissions et en participant à la conception de programmes courts, dont les thèmes sont en résonance avec leur communication. Il lui demande les perspectives de son action ministérielle pour ce strict respect du décret du 27 mars 2002 relatif à ces parrainages (Le Monde du 10 septembre 2003).

Texte de la réponse

Le parrainage d'émissions télévisées, et notamment de programmes courts, constitue une forme de communication essentiellement axée sur la valorisation de l'image de l'entreprise. Elle diffère en de nombreux points des messages diffusés au sein des écrans publicitaires et ne constitue pas une dérive de la publicité, mais un mode autonome de promotion encadré par des dispositions réglementaires spécifiques. Ce mode de promotion ne saurait donc être assimilé à un détournement de la réglementation sur les secteurs interdits de publicité. La possibilité de faire du parrainage télévisé est offerte à toutes les entreprises, dans les limites légales relatives à la protection de la santé ou de l'ordre public, qu'elles appartiennent ou non aux secteurs interdits de publicité. Seuls 45 % des investissements de parrainage sont d'ailleurs réalisés par des annonceurs appartenant aux quatre secteurs aujourd'hui interdits, pour lesquels la réglementation évolue actuellement. Le décret n° 92-280 du 27 mars 1992, qui transpose la directive 89/552/CEE dite « Télévision sans frontières », encadre les parrainages par des règles qui tiennent tant à la teneur du message, notamment l'interdiction d'utiliser un logo ou un indicatif sonore ou de montrer un produit, qu'au genre d'émissions qui ne peuvent être parrainées (les journaux télévisés et les émissions d'information politique). Le contrôle de l'application de ces règles par les diffuseurs est assuré par le Conseil supérieur de l'audiovisuel, auquel il appartient de prononcer, le cas échéant, des sanctions.

Données clés

Auteur : [M. Bruno Bourg-Broc](#)

Circonscription : Marne (4^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 26002

Rubrique : Audiovisuel et communication

Ministère interrogé : culture et communication

Ministère attributaire : culture et communication

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 6 octobre 2003, page 7571

Réponse publiée le : 30 mars 2004, page 2537