



# ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

## télévision

Question écrite n° 28666

### Texte de la question

M. Pierre Lang attire l'attention de M. le ministre de la culture et de la communication sur les problèmes posés par l'ouverture du secteur de la presse à la publicité télévisée. Le décret du 8 octobre 2003 autorise les titres de presse à faire leur promotion à la télévision, à compter du 1er janvier 2004. Les spots diffusés pourront donc être accompagnés de la couverture du numéro actuellement en vente. Cependant, cette nouvelle possibilité doit être conciliée avec l'article 14 de la loi du 30 septembre 1986, qui prohibe la publicité politique. De nombreuses unes de journaux montrant des élus ou des personnalités politiques pourraient se révéler incompatibles avec cette interdiction. Si certains éditeurs de presse estiment que seule une couverture incitant clairement au vote devrait tomber sous le coup de l'article 14, d'autres préfèrent invoquer la spécificité de la presse et la liberté d'expression, pour demander une application tolérante de la loi de 1986. On peut aussi s'interroger sur les périodes de campagnes électorales : doivent-elles faire l'objet de règles plus strictes en matière de publicité télévisée pour la presse ? Les prescriptions de la loi Evin et le droit au respect de la vie privée pourraient également conduire à retoucher certaines couvertures de magazines, lors de leur promotion à la télévision. Dès lors, il souhaiterait connaître les orientations qu'il préconise, afin de concilier les interdictions existantes et l'ouverture prochaine de la presse à la publicité télévisée.

### Texte de la réponse

Le décret n° 2003-960 du 7 octobre 2003 modifiant le décret n° 92-280 du 27 mars 1992 autorise la publicité télévisée en faveur de la presse depuis le 1er janvier 2004. Comme le souligne l'honorable parlementaire, cette ouverture doit être conciliée avec la réglementation de la publicité portant notamment sur la publicité politique et la protection de la santé publique. Le Conseil supérieur de l'audiovisuel a ainsi été amené à préciser les conditions dans lesquelles peut s'exercer la publicité télévisée en faveur de la presse dans une recommandation en date du 19 décembre 2003. Celle-ci rappelle que les messages publicitaires en faveur de la presse doivent intégrer les interdictions d'accès à la publicité télévisée qui frappent certains secteurs, soit pour des raisons tenant à la protection de la santé publique (tabac, alcool, médicaments, armes à feu) soit pour préserver le pluralisme et la diversité culturelle (cinéma, édition littéraire, distribution). La recommandation précise en outre les limites du contenu politique que peuvent contenir les publicités sans contrevenir à la règle de prohibition de la publicité politique de l'article 14 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 modifiée et aux dispositions de l'article 5 du décret n° 92-280 du 27 mars 1992 aux termes desquelles « la publicité ne doit contenir aucun élément de nature à choquer les convictions religieuses, philosophiques ou politiques des téléspectateurs ». Enfin, la recommandation détaille les mesures particulières applicables à la publicité télévisée en faveur de la presse de charme, conformément aux règles de protection des mineurs et de respect de la dignité de la personne.

### Données clés

**Auteur :** [M. Pierre Lang](#)

**Circonscription :** Moselle (6<sup>e</sup> circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

**Type de question** : Question écrite

**Numéro de la question** : 28666

**Rubrique** : Audiovisuel et communication

**Ministère interrogé** : culture et communication

**Ministère attributaire** : culture et communication

Date(s) clé(s)

**Question publiée le** : 17 novembre 2003, page 8736

**Réponse publiée le** : 6 juillet 2004, page 5102