

ASSEMBLÉE NATIONALE

25 juin 2026

RELATIVE À L'ORGANISATION, À LA GESTION ET AU FINANCEMENT DU SPORT
PROFESSIONNEL - (N° 2797)

Commission	
Gouvernement	

RETIRÉ AVANT DISCUSSION

N° 369

AMENDEMENT

présenté par
le Gouvernement

ARTICLE 10 SEXIES

Supprimer cet article.

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement vise à supprimer la disposition visant à organiser, par voie législative, le cadre et les modalités d'une expérimentation d'autorisation de l'insertion de publicité virtuelle dans les retransmissions de compétitions sportives.

Pour mémoire, incrustée en régie et accessible uniquement aux téléspectateurs de la compétition sportive et non aux spectateurs physiquement présents pour assister à cette dernière, la publicité virtuelle est aujourd'hui juridiquement considérée en France comme de la publicité audiovisuelle diffusée hors écrans publicitaires et donc clandestine aux termes de l'article 9 du décret n° 92-280 du 27 mars 1992 fixant les principes généraux concernant le régime applicable à la publicité et au parrainage. Cette modalité de diffusion de messages publicitaires n'est pourtant pas prohibée au niveau européen au regard du cadre juridique actuel déterminé par la directive européenne « Services de médias audiovisuels ».

Or, le Gouvernement est pleinement conscient de la pluralité des opportunités économiques qui pourraient naître d'une autorisation de ces technologies d'insertion de messages publicitaires dans les retransmissions télévisuelles. Pour autant, cette autorisation n'est pas sans poser de nombreuses problématiques, s'agissant en particulier de l'impact direct de cette autorisation sur la

commercialisation des espaces publicitaires « classiques » sur un marché publicitaire télévisuel tendu, de la nécessaire protection du public quant à un éventuel accroissement de la pression publicitaire ou quant aux conditions de répartition de la valeur entre cessionnaire et acquéreurs de droits.

L'article 10 sexies en l'état propose un cadre d'organisation extrêmement sophistiqué, mobilisant l'ARCOM, le CNOSF, une commission ad hoc présidée par deux Ministres et l'adoption d'un décret.

Le Gouvernement a déjà engagé depuis le début de cette année une réflexion, appuyée sur un parangonnage européen des pratiques et des modèles d'autorisation de la publicité virtuelle et visant à l'adoption d'un cadre juridique qui préservera les intérêts de l'ensemble des acteurs, mouvement sportif, diffuseurs, annonceurs et téléspectateurs.

C'est la raison pour laquelle le Gouvernement souhaite poursuivre dans les prochains mois la négociation avec l'ensemble des professionnels, visant à explorer toutes les conditions juridiques, techniques et économiques d'autorisation de la publicité virtuelle.