

N° 656

---

# SÉNAT

SESSION EXTRAORDINAIRE DE 2014-2015

---

---

Enregistré à la Présidence du Sénat le 24 juillet 2015

## PROPOSITION DE LOI

*relative à la suppression de la publicité commerciale dans les programmes jeunesse de la télévision publique,*

PRÉSENTÉE

Par M. André GATTOLIN et les membres du groupe écologiste,  
Sénateurs

*(Envoyée à la commission de la culture, de l'éducation et de la communication, sous réserve de la constitution éventuelle d'une commission spéciale dans les conditions prévues par le Règlement.)*



## EXPOSÉ DES MOTIFS

Mesdames, Messieurs,

La télévision est un phénomène social de première ampleur. Elle est entrée dans l'intimité de la quasi-totalité des foyers de notre pays. Nos concitoyens passent en dépit de la concurrence des nouveaux médias un nombre d'heures considérable devant leur écran de télévision, au premier rang desquels se distinguent les enfants et les adolescents.

Cette question est d'une importance cruciale, d'autant plus que les publicitaires font des enfants un de leurs cœurs de cible. **Par comparaison, la France fait partie des pays développés où les enfants et adolescents sont les plus exposés aux messages publicitaires ou commerciaux.** Avec 8,3 millions de jeunes de 4 à 14 ans la France est aujourd'hui le principal marché « enfants » pour les annonceurs publicitaires à la télévision devant le Royaume-Uni et l'Allemagne.

Au regard de ces considérations assez préoccupantes, l'exposition des enfants à des fins commerciales doit cesser. D'autant plus que cette pression publicitaire a des effets sur la santé des jeunes, au premier rang duquel se trouve l'obésité.

Il revient donc au législateur de renforcer le régime de protection des enfants et adolescents face aux effets de la publicité télévisuelle dans les programmes destinés à la jeunesse.

**Il est temps d'agir** en se référant aux pays où des dispositions législatives innovantes et protectrices ont été adoptées et mises en œuvre avec succès. Parmi ceux-ci, figurent au premier rang le Québec, l'Espagne, la Belgique et la Suède.

En France, la loi du 5 mars 2009 avait pour ambition initiale de supprimer totalement la publicité sur le service public audiovisuel, une perspective saluée par l'auteur de cette proposition de loi.

Mais l'environnement économique, budgétaire et financier ainsi que les aléas juridiques pesant sur les taxes destinées à pallier la suppression de la publicité après 20h ont conduit malheureusement le législateur à

abandonner ce projet. En reportant sine die la suppression de la publicité avant 20h dans le cadre du projet de loi finances 2011, l'Assemblée nationale a acté le maintien de la publicité en journée sur France télévisions. Face aux difficultés financières actuelles du service public audiovisuel, un retour de la publicité est même envisagé le soir après 20 heures.

Dans ce contexte, la présente proposition de loi a pour objet de **limiter strictement les effets de la publicité dans les programmes destinés à la jeunesse et diffusés sur les chaînes de la télévision publique.**

L'axe principal de la présente proposition de loi consiste à protéger plus strictement les enfants et adolescents des effets de la publicité télévisuelle (**TITRE I<sup>ER</sup>**). S'inspirant des législations en vigueur dans d'autres pays, **l'article 1<sup>er</sup>** pose le principe d'un encadrement de la publicité dans les programmes destinés à la jeunesse.

**L'article 2** dispose en ce qui concerne les chaînes du service public audiovisuel que les programmes pour enfants et adolescents doivent être libres de toute intrusion commerciale et donc exempts de toute publicité. Cette absence de publicité s'étend également aux sites Internet reprenant des programmes et des chaînes concernés et à tout support multimédia. Ces dispositions entreront en vigueur à compter du premier janvier de l'année qui suivra la promulgation de cette loi.

Le **TITRE II** porte sur les dispositions financières. **L'article 3** vise à augmenter le pourcentage de la taxe sur la publicité instituée par la loi du 5 mars 2009 concernant les chaînes privées.

**L'article 4** met en place un gage afin de compenser l'augmentation des charges pour l'État résultant de la compensation financière due en raison de la suppression de la publicité dans les programmes destinés à la jeunesse sur les chaînes publiques.

## PROPOSITION DE LOI

### TITRE I<sup>ER</sup>

#### PROTECTION DES ENFANTS ET ADOLESCENTS

##### Article 1<sup>er</sup>

- ① Le premier alinéa de l'article 14 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication est complété par une phrase ainsi rédigée :
- ② « Les messages publicitaires diffusés par les services de télévision dans les programmes destinés à la jeunesse sont réglementés par un décret en Conseil d'État. »

#### CHAPITRE UNIQUE

##### Dispositions applicables au service public audiovisuel

##### Article 2

- ① L'article 53 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication est ainsi modifié :
- ② 1° Après le VI de l'article 53 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, il est inséré un VI *bis* ainsi rédigé :
- ③ « VI *bis*. – Les programmes des services nationaux de télévision destinés à la jeunesse mentionnés au I de l'article 44 ne comportent pas de message publicitaire, durant la durée de leur diffusion, ainsi que quinze minutes avant et quinze minutes après.
- ④ « Cette disposition s'applique également aux parrainages. Elle ne s'applique pas aux campagnes d'intérêt général et aux publicités non commerciales pour des biens ou services présentés sous leur appellation générique. Elle est aussi applicable aux sites Internet reprenant des programmes destinés à la jeunesse consultables sur tout support multimédia.

- ⑤ « Dans des conditions définies par chaque loi de finances, une compensation financière est affectée à la société mentionnée au I de l'article 44. Le cas échéant, le montant de cette compensation est réduit à due concurrence du montant des recettes propres excédant le produit attendu de ces mêmes recettes tel que déterminé par le contrat d'objectifs et de moyens ou ses éventuels avenants conclus entre l'État et la société mentionnée au même I.
- ⑥ « Les dispositions du présent VI *bis* entrent en vigueur au 1<sup>er</sup> janvier de l'année qui suit la promulgation de cette loi. » ;
- ⑦ 2° Au VII, après les mots : « au VI » sont insérés les mots : « et au VI *bis* ».

## TITRE II

### DISPOSITIONS FINANCIERES

#### Article 3

Au quatrième alinéa de l'article 302 *bis* KG du code général des impôts, le taux : « 0,5 » est remplacé par le taux : « 0,75 ».

#### Article 4

Les charges qui pourraient résulter pour l'État de l'application de la présente loi sont compensées, à due concurrence, par la création d'une taxe additionnelle aux droits sur les tabacs prévus par les articles 575 et 575 A du code général des impôts.