

Décrets, arrêtés, circulaires

TEXTES GÉNÉRAUX

MINISTÈRE DE LA CULTURE

Décret n° 2024-313 du 5 avril 2024 portant modification du régime de publicité télévisée

NOR : MICE2405618D

Publics concernés : éditeurs de services de télévision.

Objet : modification du régime de publicité télévisée.

Entrée en vigueur : le texte entre en vigueur le lendemain de sa publication.

Notice : le décret apporte une double modification au régime de publicité télévisée tel qu'il résulte du décret n° 92-280 du 27 mars 1992 pris pour l'application des articles 27 et 33 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 et fixant les principes généraux définissant les obligations des éditeurs de services en matière de publicité, de parrainage et de télé-achat. D'une part, il pérennise l'autorisation de la publicité en faveur du cinéma prévue de manière temporaire en août 2020. D'autre part, il autorise pour une période de deux ans la publicité pour le secteur de l'édition littéraire. Au plus tard trois mois avant l'échéance de cette période, le Gouvernement publiera un rapport évaluant l'impact de cette autorisation temporaire notamment sur le secteur de l'industrie du livre afin de se prononcer sur l'opportunité de pérenniser cette disposition.

Références : le décret est pris en application des articles 27 et 33 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication. Ce décret ainsi que celui qu'il modifie peuvent être consultés sur le site Légifrance (<https://www.legifrance.gouv.fr>).

Le Premier ministre,

Sur le rapport de la ministre de la culture,

Vu la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 modifiée relative à la liberté de communication, notamment ses articles 27 et 33 ;

Vu le décret n° 92-280 du 27 mars 1992 modifié pris pour l'application des articles 27 et 33 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 et fixant les principes généraux définissant les obligations des éditeurs de services en matière de publicité, de parrainage et de télé-achat ;

Vu le décret n° 2020-983 du 5 août 2020 modifié portant modification du régime de publicité télévisée, notamment son article 3 ;

Vu l'avis de l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique en date du 27 mars 2024 ;

Le Conseil d'Etat (section de l'intérieur) entendu,

Décrète :

Art. 1^{er}. – Le décret du 27 mars 1992 susvisé est ainsi modifié :

1° L'article 8 est ainsi modifié :

a) Au troisième alinéa, les mots : « câble ou diffusés par satellite » sont remplacés par les mots : « les réseaux n'utilisant pas des fréquences assignées par l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique » ;

b) Le quatrième alinéa est supprimé ;

2° A la première phrase du dernier alinéa de l'article 15-1, les mots : « et par dérogation à l'article 8, pour les services de cinéma distribués par câble ou diffusés par satellite ou par voie hertzienne terrestre en mode numérique » sont remplacés par les mots : « , pour les services de cinéma » ;

3° L'article 34 est remplacé par les dispositions suivantes :

« Art. 34. – Le présent décret est applicable en Nouvelle-Calédonie, en Polynésie française, à Wallis-et-Futuna et dans les Terres australes et antarctiques françaises dans sa rédaction résultant du décret n° 2024-313 du 5 avril 2024 portant modification du régime de publicité télévisée. » ;

4° L'article 34-1 est abrogé.

Art. 2. – I. – Par dérogation à l'article 8 du décret du 27 mars 1992 susvisé et pour une période de vingt-quatre mois à compter de l'entrée en vigueur du présent décret, les éditeurs de services utilisant des fréquences assignées

par l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique peuvent diffuser des messages publicitaires concernant le secteur de l'édition littéraire.

II. – Dans un délai de vingt-et-un mois à compter de l'entrée en vigueur du présent décret, afin de se prononcer sur l'opportunité de pérenniser les dispositions du I, le Gouvernement rend public un rapport évaluant les impacts de la mise en œuvre de ces dispositions sur le secteur de l'industrie du livre. Ce rapport précise les impacts sur la commercialisation des livres en fonction des canaux de distribution. Il évalue la diversité des œuvres littéraires ayant bénéficié de messages publicitaires au regard notamment du segment éditorial, de la taille de l'éditeur, du budget global de promotion par œuvre et des quantités déjà vendues au moment de la diffusion de la publicité. Il comporte un bilan des pratiques promotionnelles mises en œuvre par les éditeurs de services de télévision et leurs régies publicitaires. Il rend compte de l'impact de la mise en œuvre des dispositions du I sur les radios, la presse écrite, les afficheurs et les autres supports publicitaires.

III. – Les dispositions du I sont applicables en Nouvelle-Calédonie, en Polynésie française, à Wallis-et-Futuna et dans les Terres australes et antarctiques françaises.

Art. 3. – I. – L'article 3 du décret du 5 août 2020 susvisé est abrogé.

II. – Le I est applicable en Nouvelle-Calédonie, en Polynésie française, à Wallis-et-Futuna et dans les Terres australes et antarctiques françaises.

Art. 4. – Le ministre de l'intérieur et des outre-mer, la ministre de la culture et la ministre déléguée auprès du ministre de l'intérieur et des outre-mer, chargée des outre-mer, sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent décret, qui sera publié au *Journal officiel* de la République française.

Fait le 5 avril 2024.

GABRIEL ATTAL

Par le Premier ministre :

La ministre de la culture,
RACHIDA DATI

*Le ministre de l'intérieur
et des outre-mer,*
GÉRALD DARMANIN

*La ministre déléguée auprès du ministre
de l'intérieur et des outre-mer,
chargée des outre-mer,*
MARIE GUÉVENOUX