

CONSULTATION « TELEVISION SANS FRONTIERES »
Document de synthèse « Communications commerciales »
Réponse du Groupe LAGARDERE

Le document de synthèse propose de créer un socle commun pour les règles qualitatives applicables à toutes les communications commerciales (dignité humaine et protection des mineurs ; santé publique ; identification des communications commerciales ; placement de produit). Par contre, les règles quantitatives seront uniquement applicables aux services de contenu audiovisuel linéaires.

1. REGLES COMMUNES A TOUTES LES COMMUNICATIONS COMMERCIALES AUDIOVISUELLES

La proposition de la Commission européenne d'avoir un socle commun pour toutes les communications commerciales applicables aux services de contenu audiovisuel linéaires et non linéaires est une approche cohérente et utile. En général, la France prévoit des règles plus strictes, comme dans le domaine de la protection des mineurs et la dignité humaine.

Placement de produit : Bien que cette ouverture soit positive, elle doit être encadrée. Elle doit être sous contrôle du radiodiffuseur et ne doit pas se faire au détriment des recettes publicitaires classiques des diffuseurs. Les diffuseurs doivent garder la responsabilité éditoriale, car ils sont responsables devant l'autorité de régulation. De plus, il faut veiller à ce qu'une telle ouverture n'affecte pas de manière négative les recettes publicitaires d'autres médias comme la radio et la presse qui se trouvent déjà dans un environnement économique fragilisé.

Parrainage : il convient de rappeler que dans le cadre du parrainage l'indépendance éditoriale est un principe nécessaire à appliquer à tout type de services couvert par une nouvelle directive.

Si un mécanisme de contrôle pour les dispositifs qualitatifs devait se mettre en place, un tel outil devrait s'inscrire dans le cadre de l'autorégulation.

2. REGLES QUANTITATIVES APPLICABLES A LA PUBLICITEE TELEVESEE

Le groupe Lagardère n'est pas contre l'abandon de la limite quotidienne au profit du maintien de la limite horaire. Cependant, toute modification de la réglementation quantitative actuelle doit se faire de façon mesurée, afin d'éviter de renforcer les désavantages actuellement vécus par les chaînes thématiques et de favoriser encore davantage la position des grands acteurs.