Le gouvernement lance une consultation publique sur la simplification des règles relatives à la publicité télévisée

**
**

La DGMIC a annoncé l'ouverture, jusqu'au 13 octobre 2017, d'une consultation publique afin de recueillir les observations des acteurs concernés sur la simplification des règles relatives à la publicité télévisée, telles qu'elles résultent de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 et du décret n° 92-280 du 27 mars 1992 (parrainage, télé-achat, secteurs interdits, interruption publicitaires...).L'objectif affiché est la création d'un environnement plus favorable au dynamisme du secteur audiovisuel confronté à un contexte économique difficile (diminution en valeur du marché publicitaire depuis dix ans) et à une concurrence inéquitable de grands acteurs numériques, lesquels bénéficient de règles beaucoup moins exigeantes (en matière de publicité comme de financement de la création).Alors que la DGMIC avait déjà, au cours de l'été 2013, lancé une consultation sur ce sujet, elle sollicite aujourd'hui les acteurs y ayant contribué en s'interrogeant sur le maintien ou non de leurs réponses d'origine, notamment concernant un éventuel assouplissement du dispositif. La question d'une éventuelle prolongation des durées maximales autorisées des messages publicitaires, de même que l'assouplissement des règles d'interruption publicitaire des programmes (et de la pertinence de l'introduction d'une troisième coupure dans les oeuvres cinématographiques) sont également à l'étude. Le ministère de la Culture consulte également sur les conditions de diffusion des émissions de télé-achats qui, aujourd'hui, ne peuvent être interrompues par des écrans publicitaires. L'introduction de "spots de télé-achat", offres faites directement au public en dehors du cadre des émissions de télé-achat, est notamment à l'étude.