



## **Ministère de la culture**

**Direction générale des médias et des industries culturelles**

### **Consultation publique**

**sur la modification du décret n° 92-280 du 27 mars 1992 relative à la publicité télévisée en faveur du cinéma et de l'édition littéraire**

Janvier 2024

Dans l'objectif de favoriser les pratiques culturelles et de réduire les asymétries entre les services de télévision et les acteurs du numériques, la DGMIC ouvre une consultation publique afin de recueillir les observations des acteurs concernés sur l'opportunité d'une pérennisation de l'autorisation de la publicité télévisée pour le cinéma et sur une autorisation expérimentale de la publicité pour l'édition littéraire sur les services de télévision diffusés par voie hertzienne terrestre.

Ces interdictions étaient historiquement justifiées par un objectif de préservation de la diversité culturelle. Elles visaient à éviter un accès inégalitaire à la publicité au profit des opérateurs les plus importants, plus à même d'investir en télévision. Ces interdictions concernent uniquement la télévision dans la mesure où il s'agissait historiquement du principal média du marché publicitaire et les prix d'achat des espaces publicitaires étaient particulièrement élevés.

Les évolutions du secteur audiovisuel, en particulier la baisse du coût des écrans publicitaires télévisés sur les quinze dernières années et la concurrence croissante du numérique, qui est devenu le principal acteur du marché publicitaire, ont néanmoins partiellement remis en cause les constats fondant ces dispositions.

Dans ce contexte, il apparaît souhaitable d'actualiser l'analyse justifiant ces interdictions, tout en réaffirmant l'objectif de préservation de la diversité culturelle.

## **1. Publicité pour le cinéma**

L'article 8 du décret n° 92-280 du 27 mars 1992 fixant les principes généraux définissant les obligations des éditeurs de services en matière de publicité, de parrainage et de téléachat (« décret publicité ») interdit la publicité télévisée pour le cinéma, sauf dans les programmes cryptés des chaînes cinéma.

La publicité télévisée en faveur du cinéma a néanmoins été autorisée, à titre expérimental, pour une durée de 18 mois, par le décret n° 2020-983 du 5 août 2020 portant modification du régime de publicité télévisée.

Cette expérimentation, qui a été prolongée à deux reprises en raison de l'effet de la crise sanitaire sur le secteur du cinéma, s'achèvera le 6 avril 2024.

Comme le prévoit le décret et afin de se prononcer sur l'opportunité de pérenniser cette disposition, le ministère de la Culture a rendu public un rapport évaluant l'impact de cette expérimentation sur le site [www.culture.gouv.fr](http://www.culture.gouv.fr)

**Question n°1** : Quelles observations ce rapport appelle-t-il de votre part ?

**Question n°2** : Selon-vous les résultats de cette étude permettent-il d'envisager une autorisation pérenne de la publicité pour le cinéma.

## **2. Publicité pour l'édition littéraire**

L'article 8 du décret publicité interdit la publicité télévisée pour l'édition littéraire, sauf sur les chaînes du câble et du satellite.

**Question n°3** : En 2017, une consultation publique sur d'éventuelles modifications à apporter au régime des secteurs interdits de publicité, dont l'édition littéraire, avait été menée par le ministère de la culture. Si vous aviez contribué à cette consultation, maintenez-vous les termes de votre réponse aujourd'hui ? Si vous ne vous étiez pas exprimé, vous paraît-il désormais opportun d'assouplir ce dispositif et si oui, selon quelles modalités ?

**Question n°4** : A l'instar de l'autorisation expérimentale de la publicité télévisée en faveur du cinéma, une ouverture à titre expérimental de la publicité pour l'édition littéraire devrait faire l'objet d'un bilan. Quel devrait être le périmètre de cette étude d'impact ?

**Question n°5** : Quelle devrait être la durée d'une expérimentation de la publicité télévisée pour l'édition littéraire ?

Les réponses à la consultation devront être transmises au plus tard **le 19 février 2024**, par voie postale ou par voie électronique à :

**Madame la Directrice générale des médias et des industries culturelles  
Ministère de la culture**

**Consultation publique sur la modification du décret n° 92-280 du 27 mars 1992  
relative à la publicité télévisée en faveur du cinéma et de l'édition littéraire**

**182, rue Saint-Honoré  
75033 Paris Cedex 01**

**mél. : [consultation-publicite.dgmic@culture.gouv.fr](mailto:consultation-publicite.dgmic@culture.gouv.fr)**

Les réponses seront considérées comme publiques et pourront être mises en ligne sur le site de la Direction générale des médias et des industries culturelles à l'exception des éléments dont la confidentialité sera explicitement demandée. Les réponses peuvent utilement être appuyées par des documents ou études complémentaires qui resteront confidentiels.