ANNEXE 1

Décret n° 87-239 du 6 avril 1987

Décret pris pour l'application de l'article 27-I de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication et fixant pour les services privés de radiodiffusion sonore diffusés par voie hertzienne terrestre ou par satellite le régime applicable à la publicité et au parrainage

version consolidée au 18 janvier 1989 - *version JO initiale*

Le Premier ministre,
Sur le rapport du ministre de la culture et de la communication,
Vu la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 modifiée relative à la liberté de communication ;
Vu l'avis de la Commission nationale de la communication et des libertés ;
Le Conseil d'Etat (section de l'intérieur) entendu,

Article 1

La publicité et le parrainage des émissions des services de radiodiffusion sonore diffusés par voie hertzienne terrestre ou par satellite autres que ceux qui sont assurés par les sociétés nationales de programme sont assujettis aux dispositions du présent décret.

TITRE Ier : REGLES APPLICABLES AUX MESSAGES PUBLICITAIRES.

Article 2

Le contenu des messages publicitaires doit être conforme aux exigences de véracité, de décence et de respect de la personne humaine.
Il ne peut porter atteinte au crédit de l'Etat.

Article 3

Les messages publicitaires doivent être exempts de toute discrimination raciale ou sexuelle, de scènes de violences ou d'éléments pouvant provoquer la peur ou encourager les abus, imprudences ou négligences.

Article 4

Les messages publicitaires ne doivent contenir aucun élément de nature à choquer les convictions religieuses, philosophiques ou politiques des auditeurs.

Article 5

La publicité doit être conçue dans le respect des intérêts des consommateurs. Les messages publicitaires ne doivent pas, directement ou indirectement, par exagération, par omission ou en raison de leur caractère ambigu, induire en erreur le consommateur.

Article 6

La publicité ne doit en aucun cas exploiter l'inexpérience ou la crédulité des enfants et des adolescents.

Les enfants et les adolescents ne peuvent être les prescripteurs du produit ou du service faisant l'objet de la publicité. Ils ne peuvent être acteurs principaux que s'il existe un rapport direct entre eux et le produit ou le service concerné.

Article 7

Les messages publicitaires sont diffusés en langue française.

Article 8

Les messages publicitaires doivent être clairement annoncés et identifiés comme tels.

TITRE II : DISPOSITIONS RELATIVES AUX EMISSIONS PARRAINEES.

Article 9

Sont autorisées les contributions d'entreprises publiques ou privées désirant financer des émissions dans le but de promouvoir leur image, leurs activités ou leurs réalisations, dès lors que le service conserve l'entière maîtrise de la programmation de ces émissions.

La citation du nom, de la dénomination ou de la raison sociale de l'entreprise et la référence aux signes distinctifs qui lui sont habituellement associés peuvent apparaître ponctuellement à l'intérieur des émissions parrainées.

TITRE III : CONTROLE.

Article 10

Modifié par Loi n°89-25 du 17 janvier 1989 art. 29 (JORF 18 janvier 1989).

Les services sont soumis au contrôle que le Conseil supérieur de l'audiovisuel exerce en vertu de l'article 14 de la loi du 30 septembre 1986.

Article 11. - Le ministre de la culture et de la communication est chargé de l'exécution du présent décret, qui sera publié au Journal officiel de la République française.

JACQUES CHIRAC Par le Premier ministre : Le ministre de la culture et de la communication, FRANçOIS LÉOTARD

ANNEXE 2

Décret n° 94-972 du 9 novembre 1994 pris pour l'application du 1° de l'article 27 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication et définissant les obligations relatives à l'accès à la publicité locale et au parrainage local des services de radiodiffusion sonore autorisés

NOR:MICT9400034D

version consolidée au 10 novembre 1994 - version JO initiale

Le Premier ministre,
Sur le rapport du ministre du budget, porte-parole du Gouvernement,
Vu la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 modifiée relative à la liberté de communication, et notamment ses articles 27-1° et 28 ;
Vu le décret n° 87-239 du 6 avril 1987 pris pour l'application de l'article 27-I de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication et fixant pour les services privés de radiodiffusion sonore diffusés par voie hertzienne terrestre ou par satellite le régime applicable à la publicité et au parrainage ;
Vu l'avis du Conseil supérieur de l'audiovisuel n° 94-3 du 25 mai 1994, publié au Journal officiel du 28 mai 1994 ;
Le Conseil d'Etat entendu,

Article 1

Les services de radiodiffusion sonore autorisés en application de l'article 29 de la loi du 30 septembre 1986 susvisée qui consacrent à des programmes d'intérêt local au moins trois heures de diffusion chaque jour entre 6 heures et 22 heures peuvent diffuser des messages de publicité locale.

Article 2

Pour l'application de l'article 1er, sont considérés comme des programmes d'intérêt local, dès lors qu'ils sont diffusés sur une zone dont la population est inférieure à six millions d'habitants et qu'ils sont réalisés localement par des personnels ou des services locaux directement rémunérés par le titulaire de l'autorisation, les émissions d'information locale, les émissions de services de proximité, les émissions consacrées à l'expression ou à la vie locale, les fictions radiophoniques et les émissions musicales dont la composition ou l'animation ont un caractère local, ainsi que tous les programmes produits et diffusés localement par l'exploitant dans un but éducatif ou culturel.

Article 3

Est considéré comme publicité locale, dès lors qu'elle est diffusée sur une zone dont la population est inférieure à six millions d'habitants, tout message publicitaire comportant l'indication, par l'annonceur, d'une adresse ou d'une identification locale explicite.

Article 4

Le temps de diffusion des messages publicitaires n'est pas pris en compte dans la durée quotidienne de diffusion de programmes d'intérêt local prévue à l'article 1er du présent décret.

Article 5

Les messages de publicité locale peuvent être insérés par l'exploitant dans l'ensemble des programmes qu'il diffuse. Leur durée maximale de diffusion par période de vingt-quatre heures ne peut excéder 25 p. 100 de la durée des programmes d'intérêt local.

Article 6

Les services de radiodiffusion sonore définis à l'article 1er peuvent diffuser dans les programmes d'intérêt local des émissions parrainées localement, comportant l'indication, par le parrain, d'une adresse ou d'une identification locale explicite.

Article 7

Les dispositions du présent décret sont applicables dès sa publication aux services de radiodiffusion sonore qui sollicitent une première autorisation ou le renouvellement d'une autorisation antérieure.

Pour les autres services de radiodiffusion sonore, elles sont applicables à compter du premier jour du quatrième mois suivant la publication du présent décret. Les conventions conclues avec ces services en application de l'article 28 de la loi du 30 septembre 1986 susvisée seront adaptées, en tant que de besoin, avant cette date.

Article 8. - Le ministre du budget, porte-parole du Gouvernement, est chargé de l'exécution du présent décret, qui sera publié au Journal officiel de la République française.

EDOUARD BALLADUR Par le Premier ministre :
Le ministre du budget, porte-parole du Gouvernement, NICOLAS SARKOZY