

Projet de règlement grand-ducal portant modification du règlement grand-ducal du 5 avril 2001 fixant les règles applicables en matière de publicité, de parrainage, de télé-achat et d'autopromotion dans les programmes de télévision réputés relever de la compétence du Luxembourg conformément à la directive européenne modifiée "Télévision sans Frontières"

Art. 1^{er}. A l'intitulé du règlement grand-ducal du 5 avril 2001 fixant les règles applicables en matière de publicité, de parrainage, de télé-achat et d'autopromotion dans les programmes de télévision réputés relever de la compétence du Luxembourg conformément à la directive européenne modifiée "Télévision sans Frontières", les termes « réputés relever de la compétence du Luxembourg conformément à la directive européenne modifiée "Télévision sans Frontières" » sont supprimés.

Art. 2. L'article 2 du même règlement est remplacé comme suit :

« Art. 2. Insertion de la publicité et du téléachat

(1) En cas d'insertion de publicité télévisée ou de télé-achat pendant les programmes, il ne doit pas être porté atteinte à l'intégrité des émissions, compte tenu de leurs interruptions naturelles, de leur durée et de leur nature, ni aux droits des ayants droit.

(2) La diffusion des films conçus pour la télévision (à l'exclusion des séries, feuilletons et documentaires), des œuvres cinématographiques et des journaux télévisés peut être interrompue par de la publicité télévisée et/ou du télé-achat une fois par tranche programmée de trente minutes au moins. La diffusion des programmes pour enfants peut être interrompue par de la publicité télévisée et/ou du télé-achat une fois par tranche programmée de trente minutes au moins, à condition que la durée programmée de l'élément de programme soit supérieure à trente minutes. La publicité télévisée ou le télé-achat ne peuvent être insérés pendant la diffusion des services religieux. »

Art. 3. Au paragraphe (1) de l'article 5 du règlement, les alinéas b) et c) sont remplacés comme suit :

« b) ils n'incitent pas directement à l'achat ou à la location de biens ou de services, notamment en faisant des références promotionnelles spécifiques à ces produits ou services ;

c) les téléspectateurs sont clairement informés de l'existence d'un accord de parrainage. Les éléments de programme parrainés doivent être clairement identifiés en tant que tels par le nom, le logo et/ou un autre symbole du parraineur, par exemple au moyen d'une référence à ses produits ou services ou d'un signe distinctif, d'une manière adaptée à l'élément de programme au début, à la fin ou pendant celui-ci. »

Art. 4. L'article 6 du règlement est remplacé comme suit:

« Art. 6. Temps de transmission consacré à la publicité et au téléachat

(1) Le pourcentage de temps de transmission de spots de publicité télévisée et de spots de télé-achat à l'intérieur d'une heure d'horloge donnée ne doit pas dépasser 20 %.

(2) Le paragraphe (1) ne s'applique pas aux messages diffusés par l'organisme de radiodiffusion télévisuelle en ce qui concerne ses propres programmes et les produits connexes directement dérivés de ces programmes, aux annonces de parrainage et aux placements de produits.

(3) Les fenêtres de télé-achat doivent être clairement identifiées comme telles grâce à des moyens optiques et acoustiques et avoir une durée minimale ininterrompue de quinze minutes. »

Art. 5. A l'article 7 du règlement, la deuxième phrase est remplacée comme suit :

« La publicité est autorisée sur ces chaînes. L'article 2 et le paragraphe (1) de l'article 6 du présent règlement ne s'appliquent pas à ces chaînes. »

Art. 6. A l'article 8 du règlement, la deuxième phrase est remplacée comme suit :

« D'autres formes de publicité sont autorisées sur ces chaînes. L'article 2 et le paragraphe (1) de l'article 6 du présent règlement ne s'appliquent pas à ces chaînes. »

Art. 7. Notre Premier Ministre, Ministre d'Etat est chargé de l'exécution du présent règlement qui sera publié au Mémorial.

EXPOSE DES MOTIFS

Le présent projet de règlement grand-ducal constitue une première étape dans la transposition de la Directive européenne 2007/65/CE du Parlement européen et du Conseil du 11 décembre 2007. Cette nouvelle directive a modifié la directive 89/552/CEE du Parlement européen et du Conseil 1989 dite « Télévision sans Frontières ». Dorénavant cette directive est appelée directive « Services de Médias Audiovisuels »

Le projet concerne uniquement l'insertion de la publicité et du télé-achat dans les programmes télévisés et le temps d'antenne consacré à la publicité et au téléachat.

Les autres dispositions de la nouvelle directive seront transposées par la loi ou par règlement grand-ducal après modification de la loi.

La nouvelle directive simplifie les règles publicitaires quantitatives. Les limitations journalières disparaissent. Seule la limite horaire de 20 % subsiste.

Les règles d'insertion sont assouplies, sauf en ce qui concerne les émissions pour enfants.

Les règles relatives au parrainage sont adaptées conformément à la modification des dispositions applicables de la directive.

Le projet ne prévoit pas de dispositions plus restrictives que celles de la directive modifiée.

COMMENTAIRE DES ARTICLES

Art. 2

Modification de l'article 2 du règlement : Insertion de la publicité et du télé-achat

Le nouvel article 2 reprend presque textuellement l'article 11 de la directive « Services de médias audiovisuels ». Conformément aux nouvelles règles de la directive, les films et les journaux télévisés ne pourront être interrompus par la publicité qu'une seule fois par tranche programmée de 30 minutes. En ce qui concerne les émissions pour enfants, une seule coupure sera autorisée par tranche de 30 minutes, mais uniquement si l'émission dure plus de trente minutes. La durée programmée inclut le temps consacré à l'écran publicitaire inséré dans l'émission ou le film.

Art. 3

Modification de l'article 5 du règlement : Parrainage

La modification concerne les lettres b) et c) du paragraphe (1) de l'article 5.

Les alinéas modifiés reprennent mot pour mot les lettres b) et c) du premier paragraphe de l'article 3 septies de la directive « Services de médias audiovisuels », sauf à remplacer le mot « programme » par « élément de programme » pour rester cohérent avec le texte de la loi. Comme dans la directive l'ordre des paragraphes est inversé.

Art. 4

Modification de l'article 6 du règlement : Temps de transmission consacré à la publicité et au télé-achat

L'article 6 tel que modifié transpose les articles 18 et 18bis de la directive « Services de médias audiovisuels ». A l'exception des adaptations de circonstance, les dispositions de la directive sont transposées textuellement.

Art. 5 et Art. 6

Modification des articles 7 et 8 du règlement

Ces articles concernent les chaînes de télévision consacrées exclusivement au téléachat respectivement à l'autopromotion. Ils précisent l'application des règles en matière publicitaire à ces chaînes. Les articles 7 et 8 comprenaient un renvoi à l'article 6 du règlement. L'article 6 faisant l'objet d'une modification, il est nécessaire d'adapter ces renvois.

Les articles 19 et 19bis de la directive « Service de médias audiovisuels » qui ont été transposés par les articles 7 et 8 du règlement ont d'ailleurs

également fait l'objet d'une adaptation suite à la modification des articles 11 et 18 de la directive. La modification proposée des articles 7 et 8 du règlement tient dès lors également compte de l'adaptation de l'article 19 et de la suppression de l'article 19bis de la directive.