



16ème législature

Question N° : 18669	De M. Paul Christophe (Non inscrit - Nord)	Question écrite
Ministère interrogé > Économie, finances, souveraineté industrielle et numérique		Ministère attributaire > Économie, finances, souveraineté industrielle et numérique
Rubrique > publicité	Tête d'analyse > Matraquage publicitaire	Analyse > Matraquage publicitaire.
Question publiée au JO le : 11/06/2024 Question retirée le : 11/06/2024 (fin de mandat)		

Texte de la question

M. Paul Christophe interroge M. le ministre de l'économie, des finances et de la souveraineté industrielle et numérique sur le matraquage publicitaire actuellement à l'œuvre à la télévision. La presse relate la création de plusieurs pétitions qui demandent toutes la limitation ou le retrait de certaines publicités présentes à la télévision, de manière bien trop excessive, plusieurs fois dans une même page de publicité et sur différentes chaînes de télévision en même temps. Dès 2018, le Conseil national de l'audiovisuel a même été saisi à la suite d'un très grand nombre de plaintes des téléspectateurs. Le conseil a ainsi fait une réponse écrite aux téléspectateurs mécontents : « Aucune disposition ne s'oppose à ce qu'une publicité soit diffusée de manière intensive sur les antennes et ce, même si cela aboutit à une diffusion répétée dans un même écran publicitaire. Les annonceurs sont libres d'établir, en accord avec les services de télévision, leurs stratégies de communication et par conséquent les plans de diffusion de leurs campagnes publicitaires. En revanche, le volume global de l'ensemble des publicités diffusées sur une antenne est encadré par l'article 15 du décret du 27 mars 1992 relatif à la publicité, au parrainage et au téléachat ». Depuis, rien ne semble donc avoir changé. Aussi et pour le respect des téléspectateurs assommés par certaines publicités trop souvent diffusées, il l'interroge sur les mesures à prendre promptement pour mettre fin à ce matraquage publicitaire en cours notamment à la télévision.