

Objet : Projet de règlement grand-ducal portant modification du règlement grand-ducal modifié du 5 avril 2001 fixant les règles applicables en matière de « communications commerciales dans les services de médias audiovisuels ». (5323SMI)

*Saisine : Ministre des Communications et des Médias
(31 juillet 2019)*

AVIS DE LA CHAMBRE DE COMMERCE

Le projet de règlement grand-ducal sous avis, qui trouve sa base légale dans la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques, a pour objet de transposer partiellement la directive 2018/1808 du Parlement européen et du Conseil du 14 novembre 2018 modifiant la directive 2010/13/UE visant la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des Etats membres relatives à la fourniture de services de médias audiovisuels (directive « Services de médias audiovisuels »), compte tenu de l'évolution des réalités des marchés (ci-après la « Directive 2018/1808 »).

Le présent projet de règlement grand-ducal transpose l'article 1^{er}, point 21) de la Directive 2018/1808. Cet article entend rendre plus flexibles les dispositions relatives au temps de diffusion des spots de publicité et de télé-achat afin de permettre aux organismes de radiodiffusion télévisuelle d'optimiser la demande des annonceurs et le flux de spectateurs.

A l'heure actuelle, 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%¹. Le présent projet de règlement grand-ducal, reprenant textuellement les dispositions de la Directive 2018/1808, prévoit que « *la proportion de spots de publicité et de spots de télé-achat au cours de la période comprise entre 6 heures et 18 heures ne dépasse pas 20 % de cette période. La proportion de spots de publicité et de spots de télé-achat au cours de la période comprise entre 18 heures et 24 heures ne dépasse pas 20% de cette période* ».

Ne seront toutefois pas comptabilisés dans le calcul de cette limite, les :

- « *messages diffusés par l'organisme de radiodiffusion télévisuelle en liaison avec ses propres programmes et les produits connexes directement dérivés de ces programmes, ou avec les programmes et services de médias audiovisuels d'autres entités appartenant au même groupe de radiodiffusion télévisuelle,*
- *annonces de parrainage,*
- *placements de produits²,*
- *cartons neutres³ insérés entre le contenu éditorial et les spots de publicité télévisée ou de télé-achat, et entre chaque spot* ».

¹ Article 6 paragraphe 1 du règlement grand-ducal modifié du 5 avril 2001 fixant les règles applicables en matière de « communications commerciales dans les services de médias audiovisuels ».

² Aux termes de l'article 1^{er} point f) de la Directive 2018/1808, on entend par placement de produit : « *toute forme de communication commerciale audiovisuelle consistant à inclure un produit, un service, ou leur marque, ou à y faire référence, en l'insérant dans un programme ou dans une vidéo créée par l'utilisateur moyennant paiement ou autre contrepartie.* »

³ Aux termes du considérant 42 de la Directive 2018/1808, « *Les cartons neutres séparent le contenu éditorial des spots de publicité télévisée ou de téléachat, et les spots individuels. Ils permettent aux spectateurs de distinguer clairement le moment où un type de contenu audiovisuel finit et un autre commence.* »

La Chambre de Commerce n'a pas de commentaires à formuler, et s'en tient à l'exposé des motifs qui explique clairement le cadre et les objectifs du projet de règlement grand-ducal sous avis. Toutefois, la Chambre de Commerce rappelle que la Directive 2018/1808 doit être transposée pour le 19 septembre 2020 au plus tard et regrette dès lors de ne pas disposer d'indication concernant le calendrier prévisionnel relatif à la transposition des autres dispositions de la Directive 2018/1808.

* * *

Après consultation de ses ressortissants, la Chambre de Commerce est en mesure d'approuver le projet de règlement grand-ducal sous avis.

SMI/DJI