

Recommandation du 4 juillet 2006 relative à la présentation faite à la télévision d'oeuvres cinématographiques ou audiovisuelles, de jeux vidéos et de services téléphoniques, télématiques ou de sites internet qui font l'objet de restrictions aux mineurs

Conformément aux articles 1er et 15 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée relative à la liberté de communication, le Conseil supérieur de l'audiovisuel est le garant de la protection de l'enfance et de l'adolescence dans les programmes mis à la disposition du public par un service de communication audiovisuelle.

Dans le cadre de cette mission, le Conseil a décidé d'édicter la présente recommandation qui encadre la présentation, sur les services de télévision autres que de cinéma ou de paiement à la séance, d'oeuvres cinématographiques ou audiovisuelles, de leurs vidéogrammes, de jeux vidéos, et de services téléphoniques, télématiques ou de sites Internet faisant l'objet de restrictions aux mineurs. Elle concerne leur présentation au sein des émissions et leur promotion dans le cadre de messages publicitaires et d'opérations de parrainage.

Dans le cadre des émissions télévisées

Lorsque est diffusé un extrait ou une bande annonce d'une oeuvre cinématographique ou audiovisuelle ou d'un jeu vidéo qui fait l'objet d'une classification par tranche d'âge ou d'une interdiction aux mineurs, cette classification ou cette interdiction doit être portée à la connaissance du public de manière claire et intelligible.

Le choix des images proposées doit toujours tenir compte du contexte de programmation, des horaires de diffusion et de la présence du jeune public devant le petit écran.

Des extraits ou des bandes annonces d'oeuvres cinématographiques ou audiovisuelles interdites ou déconseillées aux moins de 12 ans, de jeux vidéos destinés aux plus de 12 ans ne doivent pas être diffusés ni pendant des émissions destinées à la jeunesse, ni dans les dix minutes qui précèdent ou qui suivent ces émissions.

La diffusion d'extraits ou de bandes annonces d'oeuvres cinématographiques ou audiovisuelles interdites ou déconseillées aux moins de 16 ans, de même que la diffusion d'extraits ou de bandes annonces de jeux vidéos destinés aux plus de 16 ans ne doit pas intervenir pendant des émissions destinées à la jeunesse, ni dans les dix minutes qui précèdent ou qui suivent l'événement. Avant 22 h, elle doit toujours être accompagnée d'un contenu éditorial qui tienne compte de la présence éventuelle de jeunes téléspectateurs devant l'écran en permettant

notamment de contextualiser les images de violence ou de sexualité et en évitant la promotion de formes de violence.

La diffusion d'extraits ou de bandes annonces d'oeuvres cinématographiques ou audiovisuelles interdites ou déconseillées aux mineurs de 18 ans ou de jeux vidéos destinés aux plus de 18 ans ne doit pas intervenir avant 22 h.

Ces extraits ou ces bandes annonces ne doivent pas avoir de caractère pornographique, ni d'extrême violence.

Dans le cadre des messages publicitaires et des opérations de parrainage

Conformément à l'article 4 du décret du 27 mars 1992 fixant les principes généraux définissant les obligations des éditeurs de services en matière de publicité, de parrainage et de téléachat, les messages publicitaires doivent être exempts de toute scène de violence.

Chaque fois qu'est diffusé un message publicitaire relatif au vidéogramme d'une oeuvre cinématographique ou audiovisuelle ou à un jeu vidéo qui fait l'objet d'une classification par tranche d'âge ou d'une interdiction aux mineurs, celle-ci doit être portée à la connaissance du public de manière claire et intelligible.

Les messages publicitaires en faveur de vidéogrammes d'oeuvres cinématographiques ou audiovisuelles interdites ou déconseillées aux moins de 12 ans, et de jeux vidéos destinés aux plus de 12 ans ne sont diffusés ni pendant des émissions destinées à la jeunesse, ni dans les 10 minutes qui précèdent ou qui suivent ces émissions.

Les messages publicitaires en faveur de vidéogrammes d'oeuvres cinématographiques ou audiovisuelles interdites ou déconseillées aux moins de 16 ans, et de jeux vidéos destinés aux plus de 16 ans ne sont pas diffusés avant 20 h 30.

Les messages publicitaires en faveur de jeux vidéos qui sont destinés aux plus de 18 ans et qui ne sont pas à caractère pornographique ne sont pas diffusés avant 22 h 30.

Les messages publicitaires en faveur de vidéogrammes d'oeuvres cinématographiques ou audiovisuelles interdites ou déconseillées aux moins de 18 ans et en faveur de jeux vidéos à caractère pornographique destinés aux plus de 18 ans ne doivent pas intervenir en dehors des plages réservées aux programmes de catégorie V selon le dispositif de la signalétique et sur les services autorisés.

Les messages publicitaires ou les séquences de parrainage en faveur de services téléphoniques,

télématiques ou de sites Internet réservés ou destinés aux adultes ne sont pas diffusés avant minuit et après 5 h du matin.