

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

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 premier
Règles 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 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.

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 II
Dispositions relatives aux émissions parrainées**

Article 10

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.