

IRIS 2011-4/28

LU-Luxembourg : Modifications apportées à la réglementation applicable aux œuvres européennes et à la publicité dans les médias audiovisuels

Le 17 décembre 2010, le Luxembourg a adopté un ensemble de lois et règlements applicables aux médias. Parallèlement aux modifications apportées à la loi relative aux médias électroniques (voir IRIS 2011-2/31), laquelle transpose en droit interne la Directive Services de médias audiovisuels (SMAV), plusieurs règlements ont été amendés (voir IRIS 2011-4/29). Ces modifications visaient essentiellement à l'harmonisation des règlements d'application avec la nouvelle version de la loi relative aux médias électroniques (voir IRIS 2011-2/31). Le règlement sur la promotion des œuvres européennes et le règlement sur les communications commerciales ont néanmoins tous deux fait l'objet de modifications substantielles.

Avec ces deux règlements, le Luxembourg a achevé la mise en conformité de sa législation applicable aux médias audiovisuels avec les exigences de la Directive SMAV. Le Règlement du 17 décembre 2010 fixant les règles applicables en matière de contenu en œuvres européennes et en œuvres de producteurs indépendants des programmes de télévision réputés relever de la compétence du Luxembourg conformément à la Directive européenne Télévision sans frontières et le Règlement du 17 décembre 2010 fixant les règles applicables en matière de publicité, de parrainage, de téléachat et d'autopromotion dans les programmes de télévision ont été adoptés le même jour que les modifications apportées à la loi relative aux médias de 2010.

Le règlement sur les œuvres européennes et les œuvres de producteurs indépendants s'applique désormais également aux services de médias, à l'exception des services de télévision locale et des chaînes exclusivement consacrées au téléachat et à l'autopromotion, lesquels ne relèvent pas de son champ d'application. L'article 7 prévoit un nouvel article 5bis, qui énonce dans son premier alinéa que les fournisseurs de services de médias audiovisuels ont l'obligation d'assurer la promotion des œuvres européennes, ainsi que l'accès à ces dernières. Les fournisseurs de services sont tenus de présenter, au plus tard le 30 septembre 2011, puis tous les quatre ans, un rapport attestant du respect de cette obligation.

En outre, conformément à l'article 1, alinéa 1, point n), de la Directive SMAV, la notion d'œuvres européennes a été étendue aux œuvres coproduites dans le cadre d'accords conclus entre des pays tiers et des Etats membres de l'Union européenne. Plusieurs autres modifications portent sur une harmonisation de la terminologie avec celle de la Directive SMAV, comme le recours aux termes « fournisseur de services de médias audiovisuels », « programme » ou « promotion ».

Dans la même veine, le champ d'application du règlement applicable à la publicité, au parrainage, au téléachat et à l'autopromotion est étendu aux services de médias audiovisuels non linéaires. La première modification apportée en juin 2008 à ce règlement de 2001 tenait déjà compte de l'évolution des exigences en matière de contenu applicables à la publicité et des restrictions s'agissant de la fréquence des interruptions publicitaires, inspirées de la Directive SMAV (voir IRIS 2008-7/103). Les actuelles modifications portent sur le contenu éditorial et, plus important encore, sur l'insertion d'une disposition applicable au placement de produit (article 5bis). Par dérogation au nouvel article 26ter de loi relative aux médias électroniques, le placement de produit est autorisé dans certains types de programmes ou lorsque certains biens et services sont fournis à titre gracieux. La première de ces exceptions n'est pas applicable aux programmes destinés aux enfants. De plus, les exigences minimales applicables aux programmes qui comportent un placement de produit sont codifiées. Le libellé de l'article 5bis est dans l'ensemble très proche de celui de l'article 11 de la Directive SMAV.

- Règlement grand-ducal du 17 décembre 2010 portant modification du règlement grand-ducal du 5 avril 2001 fixant les règles applicables en matière de contenu en œuvres européennes et en œuvres de producteurs indépendants des programmes de télévision réputés relever de la compétence du Luxembourg conformément à la Directive européenne Télévision sans frontières, Mémorial A, n°241 du 24 décembre 2010.

<http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=13045>

FR

- Règlement grand-ducal du 17 décembre 2010 portant modification du règlement grand-ducal modifié du 5 avril 2001 fixant les règles applicables en matière de publicité, de parrainage, de téléachat et d'autoproduction dans les programmes de télévision, Mémorial A, n°241 du 24 décembre 2010.

<http://merlin.obs.coe.int/redirect.php?id=13046>

FR



OBSERVATOIRE EUROPÉEN DE L'AUDIOVISUEL
EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY
EUROPÄISCHE AUDIOVISUELLE INFORMATIONSTELLE

IRIS

Observations juridiques
de l'Observatoire européen de l'audiovisuel

Mark D. Cole

Université du Luxembourg

L'objectif d'IRIS - Observations juridiques de l'Observatoire européen de l'audiovisuel est de publier des informations sur les développements juridiques et politiques relatifs au secteur audiovisuel européen. En dépit de nos efforts pour garantir l'exactitude du contenu d'IRIS, la responsabilité finale de l'authenticité des faits que nous rapportons incombe aux auteurs des articles. Chacune des opinions exprimées dans les articles est personnelle et ne peut en aucun cas être considérée comme représentative du point de vue de l'une ou l'autre organisation membre du comité éditorial d'IRIS.

© Observatoire européen de l'audiovisuel, Strasbourg (France)