

## COMMUNIQUÉ CONJOINT



**SACD**

**USPA**

Union  
Syndicale  
de la  
Production  
Audiovisuelle

**LaScam\***

**ANIM  
FRANCE**

Le Syndicat  
de la Production  
Indépendante  
**SPI**

Paris, le 7 juillet 2026

### **Interdiction de publicité télévisée pour la promotion de la distribution :**

#### **L'ADMTV dépose une plainte auprès de la Commission européenne**

*L'Alliance des Médias TV & Vidéo (ADMTV) annonce le dépôt d'une plainte auprès de la Commission européenne contre l'article 8 du décret n° 92-280 du 27 mars 1992, qui interdit à la télévision la publicité pour les opérations de promotion de la grande distribution. La Société des Auteurs et Compositeurs Dramatiques (SACD), la Société Civile des Auteurs Multimédia (LaScam), l'Union Syndicale de la Production Audiovisuelle (USPA), AnimFrance et le Syndicat de la Production Indépendante (SPI) apportent leur soutien à cette démarche qui concerne le financement de l'information et l'ensemble de la chaîne de valeur de la production audiovisuelle et cinématographique française.*

#### **Une réglementation unique en Europe, devenue contre-productive**

Depuis 1992, la France est le seul pays de l'Union européenne à interdire la publicité télévisée pour les opérations commerciales de promotion du secteur de la distribution. Justifiée à l'époque par la volonté de protéger les ressources publicitaires de la presse écrite et de la radio, cette restriction est devenue, trente-quatre ans après son adoption, une anomalie réglementaire profondément contre-productive.

L'environnement médiatique a été radicalement transformé par l'essor du numérique. En 2025, la publicité digitale a atteint 12,4 milliards d'euros en France (+ 11 %), dont plus de 9,4 milliards ont bénéficié à des acteurs, Google, Meta, TikTok, qui ne financent ni la création et la production d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques ni l'information. Dans le même temps, les recettes publicitaires nettes de la télévision ont reculé de 8,1 %, à 3,237 milliards d'euros sur l'année. Une tendance qui s'est confirmée début 2026.

En outre, l'interdiction n'a pas atteint son objectif de protection du pluralisme de la presse et de la radio. Les investissements publicitaires de la distribution ne se sont pas reportés vers les médias que la réglementation prétendait préserver. En 2002 déjà, la Commission européenne avait considéré que cette mesure bénéficiait d'abord aux imprimés publicitaires

et à l'affichage. Puis l'Autorité de la concurrence avait relevé en 2019 que rien ne permettait d'établir que l'interdiction ait rapporté un seul euro aux secteurs protégés, les budgets détournés de la télévision s'étant maintenant principalement orientés vers le digital. Le maintien de cette restriction ne protège donc plus le pluralisme et, au contraire, il affaiblit les médias audiovisuels français régulés, au bénéfice des plateformes de partage de vidéo et des réseaux sociaux.

### **Un combat pour le droit européen**

Cette plainte auprès de la Commission européenne s'appuie sur des fondements juridiques solides dans la continuité de la mise en demeure adressée par la Commission à la France en mai 2002 pour les mêmes motifs, qui avait conduit à une modification partielle du décret en 2003 appliquée en 2007. Vingt ans plus tard, les arguments juridiques n'ont fait que se renforcer, tandis que la distorsion de concurrence au détriment des médias audiovisuels français s'est dramatiquement aggravée.

### **Une mobilisation pour toute la chaîne de valeur audiovisuelle**

Les organisations signataires apportent leur soutien à cette plainte car l'enjeu dépasse la seule question publicitaire et concerne l'ensemble de la filière de création audiovisuelle et cinématographique française fragilisée par cette interdiction. Les 150 à 200 millions d'euros de recettes publicitaires supplémentaires par an que représente l'ouverture aux promotions de la distribution permettraient de financer une centaine d'heures de longs métrages, de séries de fiction, d'animation ou de documentaire et de maintenir entre 4 000 et 5 000 emplois directs et indirects dans l'audiovisuel. Sur les 20 dernières années, c'est entre 3 et 4 milliards d'euros qui sont partis sur les plateformes de partage de vidéo et les réseaux sociaux au lieu de financer la création et l'information en France.

### **Prochaines étapes**

En parallèle de la plainte déposée auprès de la Commission européenne, les signataires du présent communiqué souhaitent engager le dialogue avec les pouvoirs publics (Premier ministre, ministère de la Culture, ministère de l'Économie) pour obtenir une modification du décret par voie réglementaire, sans attendre l'issue de la procédure européenne.

Pour François Pellissier Président de l'ADMTV : *« L'interdiction de la publicité télévisée pour la promotion de la distribution est une anomalie française qui n'a plus aucune justification économique ou juridique. Elle prive les diffuseurs TV d'une ressource vitale, au bénéfice exclusif de plateformes de partage de vidéo et des réseaux sociaux qui n'investissent rien dans la création ou l'information françaises. Nous avons décidé d'aller chercher en Europe la correction que le droit interne n'a pas su apporter. »*

Pascal Rogard Directeur général de la SACD : *« La SACD soutient pleinement cette démarche. L'audiovisuel français ne peut continuer à se financer si l'on maintient une réglementation qui désavantage systématiquement les médias nationaux, au profit des plateformes numériques mondiales. C'est la diversité et la vitalité de la création française qui en dépendent. »*

Isabelle Degeorges, Présidente de l'USPA : « *Les producteurs audiovisuels indépendants sont en première ligne face au déclin des investissements des diffuseurs. Toute mesure qui restaure les ressources publicitaires de la télévision française est une mesure en faveur de la création, de la production et des techniciens. L'USPA se tient aux côtés des auteurs et de l'ADMTV dans cette procédure européenne.* »

Hervé Rony, directeur général de LaScam : « *Nul n'ignore les fragilités du secteur de la presse qui joue un rôle essentiel pour le débat public. Pour autant, on peut le regretter, mais il faut constater que le dispositif actuel a trouvé ses limites. S'agissant du secteur audiovisuel, dans un contexte hyperconcurrentiel, il est essentiel de soutenir les médias qui contribuent de manière significative au financement de la création* »

Emmanuel-Alain Raynal, Président du SPI « *Il n'est aujourd'hui plus tenable de contraindre fortement les diffuseurs privés, déjà fragilisés, tout en laissant une concurrence capter toute la valeur. C'est l'équilibre même de notre écosystème, et avec lui la diversité de notre création, qui est en jeu.* »

Samuel Kaminka, Président d'AnimFrance : « *Il est indispensable de défendre les diffuseurs TV face aux plateformes de partage de vidéo et réseaux sociaux si on veut pouvoir continuer à créer en France des œuvres qui racontent nos récits et défendent nos valeurs. Nous soutenons pleinement la démarche de l'ADMTV.* »

**À propos de l'ADMTV** : L'Alliance des Médias TV & Vidéo regroupe les éditeurs de chaînes de télévision et de services de vidéo en France<sup>1</sup>. Elle défend les intérêts de ses membres et porte les enjeux du secteur auprès des pouvoirs publics et des institutions européennes.

**À propos de LASCAM** : LaScam compte plus de 59 000 membres, auteurs et autrices de documentaires, de reportages et de magazines diffusés à la télévision à la radio et sur le web, mais aussi créateurs de contenus, écrivains, journalistes, traducteurs, photographes, dessinateurs. Elle les représente auprès des pouvoirs publics, des diffuseurs, des distributeurs, des plateformes web, des producteurs et des éditeurs. Elle négocie, collecte et répartit les droits d'auteur de ses membres, défend leurs intérêts et mène une action culturelle et sociale.

**À propos de la SACD** : Présidée par Régine Chopinot et dirigée par Pascal Rogard, la SACD fondée en 1777 par Beaumarchais et co-gérée depuis par les auteurs qui en sont membres, représente plus de 60 000 autrices et auteurs de l'audiovisuel, du cinéma, du web, de l'animation, de la création numérique et du spectacle vivant. Elle gère et défend collectivement leurs droits, met à leur disposition un grand nombre de services, les accompagne dans leur vie professionnelle et soutient la création contemporaine et la diffusion des œuvres. Avec ce Fonds, la SACD poursuit ainsi, grâce à son action culturelle

---

<sup>1</sup> Compte tenu de son statut de régie d'une entreprise publique, France Télévisions publicité n'a pas souhaité s'associer à cette plainte

financée par la copie privée, sa politique de découverte, d'accompagnement et de soutien d'autrices et auteurs dans leur processus de création. Très impliquée dans la défense de la diversité culturelle, la SACD est présente dans les instances nationales et internationales pour protéger les auteurs et leurs œuvres, défendre leur statut et leurs conditions de rémunération.

Contact : Chloé Rayneau : [chloe.rayneau@sacd.fr](mailto:chloe.rayneau@sacd.fr)

**À propos de l'USPA** : L'USPA est une organisation patronale qui rassemble des productrices et producteurs de fiction, documentaire et captation de spectacle vivant. Elle défend les intérêts de plus de 200 sociétés de production. L'USPA est membre de la FPDA (Fédération des Producteurs et Distributeurs Audiovisuels) aux côtés d'AnimFrance et du SEDPA.

**À propos de d'AnimFrance** : AnimFrance est une organisation patronale exclusivement dédié au secteur de la production audiovisuelle et cinématographique d'animation. Elle défend les intérêts de plus de 70 sociétés de production déléguée et studios de fabrication installés sur l'ensemble du territoire. AnimFrance est membre de la FPDA (Fédération des Producteurs et Distributeurs Audiovisuels) aux côtés de l'USPA et du SEDPA.

**À propos du SPI** : Fondé il y a près de 50 ans par des producteurs indépendants de tout diffuseur et réseau d'exploitation, le Syndicat de la Production Indépendante (SPI) représente plus de 580 sociétés de production d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques.

Contact presse : Alice Gnessote : [alice.gnessote@admtv.org](mailto:alice.gnessote@admtv.org)