

## Fiche publicité générique et campagnes d'intérêt général

En application de l'article 53-VI de la loi n°86-1067 du 30 septembre 1986 modifiée, les programmes diffusés entre vingt et six heures des services de télévision de France télévisions ne comportent pas de messages publicitaires à l'exception de ceux pour des biens ou services présentés sous leur appellation générique et des campagnes d'intérêt général.

La **publicité générique** désigne conformément à la décision du Conseil supérieur de l'audiovisuel publiée le 4 janvier 2010 :

- les messages publicitaires assurant la promotion d'une catégorie de produits, dès lors qu'ils n'assurent pas la promotion d'une entreprise commerciale,
- les messages de promotion d'appellations d'origine et de labels,
- les messages de promotion des attraits touristiques d'un département, d'une région ou d'un pays.

Les **campagnes d'intérêt général** recouvrent trois catégories de message :

- La Grande cause nationale et la Cause d'intérêt général, agréées annuellement par le Gouvernement;
- Les campagnes agréées par le Service d'Information du Gouvernement (SIG), comprenant :
  - Les campagnes d'information des administrations;
  - Les campagnes d'information gouvernementales;
  - Les campagnes en faveur de causes d'intérêt général, ayant reçues l'agrément des pouvoirs publics.
- Les messages à caractère non publicitaire, présumés d'intérêt général, émanant d'organisations non agréées par les pouvoirs publics ayant notamment: (sans que cette liste soit exhaustive)
  - un but d'intérêt général incontestable;
  - un thème nécessitant une mobilisation du public;
  - une exigence d'information de l'opinion.

L'accès aux écrans publicitaires entre vingt et six heures sur les chaînes éditées par France Télévisions est attribué par France Télévisions Publicité sur dossier et après visualisation préalable du message publicitaire envisagé.

À cet effet, les renseignements ci-dessous et les annexes correspondantes devront être transmis à France Télévisions Publicité pour toute demande.

### a/ renseignements généraux

#### 1/ Campagne :

Renouvelée (citer les années antérieures) : .....

Nouvelle : .....

Date de démarrage : .....

Durée : .....

Plans média (à joindre en annexe) : .....

#### 2/ Organisme demandeur :

Nom : .....

N° SIREN : .....

Adresse : .....

Statuts (à joindre en annexe) .....

Représenté par M. : .....

#### 3/ Budget :

FRANCE 2 : .....

FRANCE 3 National : .....

FRANCE 4 : .....

FRANCE 5 : .....

FRANCE Ô : .....

#### 4/ Agence mandatée (joindre l'attestation de mandat) :

Nom : .....

Adresse : .....

N° SIREN : .....

#### **b/ caractéristiques de la campagne**

- 1) Produit ou service concerné
- 2) But et objet de la campagne
- 3) Appellation exacte et complète sous laquelle la campagne est envisagée
- 4) Thème de la campagne : scénario (à joindre en annexe)
- 5) Avis de l'ARPP (à joindre en annexe)

Les renseignements devront être clairement donnés dans la présente fiche dès la demande de diffusion du message envisagé dans les écrans publicitaires entre vingt et six heures. Leur absence pourrait entraîner le refus d'examiner le dossier.

Il est précisé que tout message publicitaire dont la diffusion est envisagée entre vingt et six heures sur les chaînes de France Télévisions ne doit mentionner aucune marque commerciale, aucun logo, aucun signe distinctif. A cet effet, France Télévisions Publicité contrôlera le contenu dudit message et se réserve la possibilité de ne pas le programmer entre vingt et six heures.