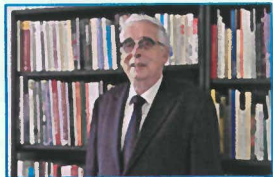


APRES LA NOUVELLE CHRONOLOGIE DES MEDIAS, QUE NOUS VOUS AVONS PRESENTE DANS LE NUMERO DE JANVIER-FEVRIER, UN NOUVEAU DECRET VIENT DE PARAITRE, VOUS EN TROUVEREZ LA PRESENTATION EN PAGE 3. COMME VOUS LE VERREZ, IL APPORTE D'IMPORTANTES MODIFICATIONS A LA REGLEMENTATION ACTUELLE CONCERNANT LES POSSIBILITES D'ORGANISER DES SEANCES DANS LE CADRE DE QU'IL EST CONVENU D'APPELER L'EXPLOITATION CINEMATOGRAPHIQUE

UN AUTRE TEXTE IMPORTANT EST PARU : LA REPOSE DE LA MINISTRE DE LA CULTURE A LA QUESTION ECRITE POSEE PAR JEAN-PIERRE SUEUR DONT VOUS TROUVEREZ LA FORMULATION CI-APRES, SUIVIE DE LA REPOSE DE LA MINISTRE. CERTES CES DEUX PAGES PARAISSENT QUELQUE PEU REBARBATIVES, MAIS LEUR LECTURE VOUS APPORTERA DES INFORMATIONS ESSENTIELLES POUR COMPRENDRE QUELLES MUTATIONS IMPORTANTES SONT EN COURS, ET SUR LESQUELLES NOUS AURONT CERTAINEMENT L'OCCASION DE REVENIR DANS NOS PROCHAINS NUMEROS

Question écrite n° 25221 de M. Jean-Pierre Sueur (Loiret - SER) publiée dans le JO Sénat du 04/11/2021 - page 6181



M. Jean-Pierre Sueur appelle l'attention de Mme la ministre de la culture sur la pré-occupation exprimée par l'association « Territoires et

cinéma » quant au respect dû aux films « défigurés par des insertions publicitaires ». Cette association craint qu'en raison du fait que « les canaux de diffusion de films se multiplient » et que « des entreprises extra-cinématographiques acquièrent des catalogues de films », le film « devienne un simple produit d'appel pour les produits de consommation courante ». Il lui demande quelles dispositions elle compte prendre pour éviter une telle défiguration des films par des insertions publicitaires et veiller à ce que l'article L. 214-5 du code du cinéma et de l'image animée soit strictement appliqué.

Réponse de Madame Roselyne BACHELOT

Ministre de la Culture



Réponse du Ministère de la culture publiée dans le JO Sénat du 10/03/2022 - p1308

Le ministère de la culture souhaite souligner que la protection des œuvres cinématographiques et audiovisuelles face à d'éventuels rachats internationaux agressifs est l'une de ses principales préoccupations. C'est tout l'objet de l'article 30 de la loi n° 2021-1382 du 25 octobre 2021 relative à la régulation et à la protection de l'accès aux œuvres culturelles à l'ère numérique, qui prévoit désormais un mécanisme de notification préalable au ministre de la culture en cas de cession d'œuvres françaises à toute personne ne se trouvant pas dans le champ de l'obligation de recherche d'exploitation suivie prévue par l'article L. 132-27 du code de la propriété intellectuelle pour les seuls pro-

-ducteurs. La protection des actifs culturels stratégiques que sont les entreprises de production et leur catalogue d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles, les studios de tournage, les producteurs de jeux vidéo et les diffuseurs historiques constituent également l'une des priorités de la présidence française de l'Union européenne en matière culturelle afin de promouvoir, au niveau européen, des outils adéquats et ambitieux pour empêcher que les entreprises culturelles françaises puissent passer sans garde-fous aux mains de fonds d'investissements d'États tiers à l'Union européenne. L'article L. 214-5 du code du cinéma et de l'image animée proscrit la représentation d'œuvres cinématographiques dans le but de favoriser directement ou indirectement la commercialisation de produits ou la fourniture de services. Cet article essentiel concerne les séances de spectacles cinématographiques gratuites, qui fait partie du régime des séances non commerciales, dont l'application est supervisée par le centre national du cinéma et de l'image animée (CNC). Celui-ci en fait déjà une application stricte tant pour protéger les auteurs et les spectateurs que le secteur de l'exploitation cinématographique, auquel l'engagement du ministère et du CNC durant toute la crise de Covid-19 ont témoigné d'un soutien sans faille. Il n'est donc pas possible d'organiser une projection gratuite pour promouvoir des produits de consommation courante. Concernant les interruptions publicitaires à la télévision, le code de la propriété intellectuelle garantit à tout auteur le droit au respect de l'intégrité de son œuvre. Les interruptions publicitaires d'une œuvre audiovisuelle ne sont possibles que si l'auteur y a consenti. En outre, la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication (loi Léotard) encadre la diffusion de messages publicitaires lors de la diffusion d'une œuvre cinématographique ou audiovisuelle par un éditeur de services de télévision. Ainsi, l'article 73 limite à deux le nombre d'interruptions à caractère publicitaire lors de la diffusion par un éditeur de service de télévision d'une œuvre cinématographique ou audiovisuelle. Concernant les interruptions ou insertions publicitaires sur les services de médias audiovisuels à la demande, le ministère de la culture n'a, pas davantage que le CNC, connaissance de telles pratiques.