Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Paris, le 20 septembre 2010

Le Premier Ministre

N° 5493/SG

à

Madame et Monsieur les ministres d'Etat,
Mesdames et Messieurs les ministres

Objet : Circulaire relative aux concours des sociétés du secteur public de la communication audiovisuelle aux campagnes d'intérêt général faisant appel à la générosité publique

Texte abrogé : circulaire du 30 novembre 2005 relative aux concours des sociétés du secteur public de la communication audiovisuelle aux campagnes d'intérêt général faisant appel à la générosité publique.

Divers organismes à but non lucratif organisent chaque année des campagnes d'intérêt général faisant appel à la générosité publique. Ils souhaitent souvent utiliser la radio et la télévision pour diffuser au public des informations sur ces campagnes et les actions qu'elles mettent en valeur.

La présente circulaire, qui abroge les instructions mentionnées ci-dessus, précise les procédures et conditions visant à déterminer un ordre de priorité entre les demandes, à limiter le nombre des campagnes afin de ne pas lasser le public et à sensibiliser l'opinion aux objectifs des oeuvres considérées.

Trois cas doivent être distingués :

1. Chaque année, une campagne est agréée en tant que « grande cause nationale », ce qui ouvre droit à la diffusion gratuite de messages par les sociétés publiques de radio et de télévision.

L'appel à candidatures fait l'objet d'un communiqué qui est diffusé sur le portail du Gouvernement (www.gouvernement.fr).

.../...

Les demandes d'agrément doivent être adressées par les organismes intéressés, dans le mois qui suit la publication de ce communiqué, au Service d'information du Gouvernement. Ce dernier instruit les dossiers.

Les cahiers des missions et des charges des sociétés nationales de programme Radio France et France Télévisions leur font obligation de diffuser gratuitement des messages de la campagne retenue. Les présidents de ces sociétés déterminent les conditions dans lesquelles ils satisfont à cette obligation.

Ces campagnes sont soumises à la réglementation applicable à la publicité, notamment à l'article 7 du décret n° 92-280 du 27 mars 1992 fixant les principes généraux concernant le régime applicable à la publicité et au parrainage.

Les organismes ayant bénéficié de cette assistance doivent, par la même voie, radiophonique ou télévisée, informer le public du montant des collectes réalisées et de l'affectation des dons.

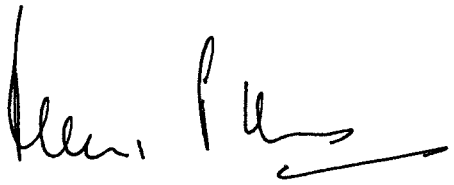
2. Un nombre limité de campagnes peut également être agréé, chaque année, pour leur permettre de bénéficier d'une assistance particulière de la part des sociétés publiques de radio et de télévision.

Ces campagnes, dites « d'intérêt général », peuvent être proposées à l'agrément, dans la limite de cinq par an, selon une procédure identique à celle décrite au point 1. Les demandes d'agrément doivent également être adressées, par les organismes intéressés, au Service d'information du Gouvernement.

Les sociétés du secteur public de la communication audiovisuelle citées au point 1 peuvent diffuser les messages de ces campagnes en leur appliquant un tarif spécial fixé par les régies publicitaires concernées. La réglementation relative à la publicité doit, là aussi, être respectée.

3. Les autres appels à la générosité publique peuvent faire l'objet d'informations à l'initiative des sociétés nationales de programme.

Le ministère de l'intérieur publie chaque année au Journal officiel un avis relatif au calendrier fixant la liste des journées nationales d'appel à la générosité publique. Cette liste est communiquée, pour information, aux présidents des sociétés nationales de programme de radio et de télévision. Ceux-ci sont juges de l'opportunité et des conditions dans lesquelles des informations peuvent être diffusées sur leur antenne au sujet de ces campagnes.



François FILLON