Recommandation 952 (1982)[1]

Mesures à prendre au niveau international pour protéger la liberté d'expression par une réglementation de la publicité commerciale

Assemblée parlementaire

L'Assemblée,

1. Considérant que la liberté d'expression est un droit fondamental énoncé dans les constitutions de la plupart des Etats membres du Conseil de l'Europe et dans la Convention européenne des Droits de l'Homme ;

2. Rappelant l'article 10 de cette convention : « 1. Toute personne a droit à la liberté d'expression. Ce droit comprend la liberté d'opinion et la liberté de recevoir ou de communiquer des informations ou des idées sans qu'il puisse y avoir ingérence d'autorités publiques et sans considération de frontière. Le présent article n'empêche pas les Etats de soumettre les entreprises de radiodiffusion, de cinéma ou de télévision à un régime d'autorisations. 2. L'exercice de ces libertés, comportant des devoirs et des responsabilités, peut être soumis à certaines formalités, conditions, restrictions ou sanctions prévues par la loi, qui constituent des mesures nécessaires, dans une société démocratique, à la sécurité nationale, à l'intégrité territoriale ou à la sûreté publique, à la défense de l'ordre et à la prévention du crime, à la protection de la santé ou de la morale, à la protection de la réputation ou des droits d'autrui, pour empêcher la divulgation d'informations confidentielles ou pour garantir l'autorité et l'impartialité du pouvoir judiciaire. » ;

3. Considérant que la liberté d'expression est un droit qui doit permettre aux individus et aux groupes de s'exprimer, mais dans le respect des droits d'autrui ;

4. Relevant que, selon la jurisprudence de la Commission européenne des Droits de l'Homme, la protection de l'article 10 n'est pas normalement refusée aux déclarations de caractère commercial, mais peut se situer pour celles-ci à un niveau inférieur à celui qui est accordé à l'expression d'idées politiques à laquelle se rapportent essentiellement les valeurs sous-jacentes au concept de liberté d'expression dans la convention ;

5. Désireuse de s'opposer à tout abus des droits de l'homme ;

6. Considérant qu'une publicité appropriée est un élément essentiel de l'économie de marché ;

7. Considérant, cependant, que la publicité commerciale est souvent très envahissante, et que les enfants, en particulier, ne sont pas assez prémunis contre son influence ;

8. Considérant que cette publicité a parfois pour but de faire vendre des biens et des services dangereux pour la santé ou autrement nuisibles ;

9. Considérant, à cet égard, que la consommation d'alcool chez les jeunes, par exemple, prend des proportions alarmantes dans beaucoup de nos pays membres ;

---

1. Discussion par l'Assemblée les 1er et 2 octobre 1982 (12e, 13e et 14e séances) (voirDoc. 4940, rapport de la commission des questions juridiques). Texte adopté par l'Assemblée le 2 octobre 1982 (14e séance).

10. Se référant à sa Recommandation 716(1973), relative à la réglementation de la publicité pour le tabac et l'alcool, et aux mesures visant à réduire la consommation de ces produits ;

11. Considérant que l'influence des moyens de communication de masse, notamment avec les nouvelles inventions techniques telles que la télévision par câble et la retransmission directe de la télévision par satellites, ne s'arrête pas aux frontières nationales, mais que leurs productions sont souvent entendues, regardées ou lues dans plusieurs de nos pays membres ;

12. Considérant qu'il est à craindre que des messages culturels, des opinions et des informations ne soient mélangés à la publicité, et que, en conséquence, l'exercice de la liberté d'expression risque d'en pâtir ;

13. Considérant, pour ces raisons, que toute action tendant à préserver la liberté d'expression par une réglementation de la publicité commerciale sera vouée à l'échec si elle ne s'exerce pas au niveau international ;

14. Convaincue que toute action de réglementation et d'interdiction doit être accompagnée d'une politique de mesures telles qu'une meilleure éducation des jeunes, un renforcement des associations de consommateurs et une meilleure organisation des loisirs ;

15. Rappelant sa récente Recommandation 926 (1981), relative aux problèmes que soulèvent la télévision par câble et la retransmission directe par satellites ;

16. Soulignant l'importance :

16.1. d'une nette séparation entre la publicité et les programmes dans les émissions des médias électroniques (voir Recommandation 926, paragraphe 18.iii) ;

16.2. de mesures efficaces assurant que les publicitaires respectent les réglementations nationales et internationales (voir Recommandation 926, paragraphe 15. ii) ;

16.3. de garanties relatives à l'application de la législation nationale dans les domaines de la santé, de la moralité, de l'ordre public, de la protection des enfants, etc. ;

17. Considérant que, dans nos Etats membres, les journaux et revues dépendent, dans leur écrasante majorité, d'un volume régulier de publicité, sans lequel ils ne pourraient exister ;

18. Se référant au Code international de pratiques loyales en matière de publicité de la Chambre de commerce internationale ;

19. Se félicitant des travaux du Comité directeur intergouvernemental du Conseil de l'Europe sur les moyens de communication de masse ;

20. Considérant que ce comité devrait étudier et proposer d'urgence des mesures internationales appropriées, notamment :

20.1. la coopération et la coordination en matière de publicité commerciale, en particulier à la radio et à la télévision ;

20.2. l'interdiction de la publicité ou des messages trompeurs, cachés ou subliminaires ;

20.3. la promotion de conditions permettant des formes variées d'information ;

20.4. l'adoption d'un code obligatoire de déontologie de la publicité commerciale, qui devrait, en particulier, tenir compte de l'impact de la publicité sur les enfants, ne pas être contraire au processus d'émancipation, et encourager aussi bien que confirmer la séparation entre la publicité et l'information ou les opinions,

21. Recommande au Comité des Ministres, compte tenu de l'article 10 de la Convention européenne des Droits de l'Homme, de charger le Comité directeur sur les moyens de communication de masse d'étudier les mesures à prendre au niveau international pour préserver la liberté d'expression par une réglementation de la publicité commerciale, en particulier à la radio et à la télévision, et de formuler des propositions; concrètes à cet égard, pouvant porter entre autres sur l'adoption d'une convention européenne.