

MENTIONS LÉGALES : LE GOUVERNEMENT ALOURDIT ENCORE LA CHARGE DU MEDIA RADIO DANS LE SECTEUR DES CRÉDITS À LA CONSOMMATION

Malgré le constat unanime de l'inefficacité des mentions légales à la radio et de nombreux travaux de sensibilisation, le Gouvernement vient de décider de mettre fin à l'une des rares exceptions françaises qui exonérait la radio de l'obligation de diffuser une mention légale pédagogique dans les publicités contenant une offre de crédit à la consommation.

L'Alliance de la Radio exprime son profond mécontentement après la publication de l'ordonnance du 3 septembre 2025 relative au crédit à la consommation.

Issue d'une approche juridique excessivement prudente, cette ordonnance transposant une directive européenne relève davantage de la **surtransposition** que du strict respect du droit européen. Elle est à la fois **politiquement incompréhensible** et **anachronique** au regard des besoins actuels du média radio.

Ce choix qui gomme toute spécificité du média radio, contraint en termes de temps et d'espace, va à **contre-courant des constats et préconisations du rapport interministériel de décembre 2024**, qui appelait explicitement à un allègement des mentions légales, jugées inefficaces et nuisibles à la lisibilité des messages.

« En supprimant cette exception, le Gouvernement tourne le dos aux analyses qu'il avait lui-même commanditées et adresse un signal paradoxal aux acteurs d'un média déjà fragilisé et pourtant indispensable à la vie démocratique », déclare **Constance Benqué, Présidente de l'Alliance de la Radio**.

Alors que la radio demeure le média de proximité, de confiance très apprécié des Français, cette contrainte supplémentaire à compter de 2026 viendra alourdir encore davantage et inutilement la création et la diffusion publicitaire radiophonique, au détriment des annonceurs comme des auditeurs.

L'Alliance de la Radio appelle le Gouvernement et les parlementaires à **revenir sur ce texte et plus largement à engager rapidement** une réforme cohérente de simplification et d'allègement des mentions légales à la radio, indispensable pour préserver l'efficacité publicitaire et l'équilibre économique du média radio.

À propos de l'Alliance de la Radio

Lancée en janvier 2025, l'Alliance de la Radio regroupe les radios RTL, RTL2 et Fun Radio (radios du groupe M6), NRJ, Nostalgie, Chérie FM, Rires et Chansons (radios du groupe NRJ), les 176 radios locales, régionales, thématiques et généralistes indépendantes adhérentes au SIRTI, Europe 1, Europe 2 et RFM (radios du groupe Lagardère Radio), RMC et BFM Business (radios du groupe RMC BFM), Radio Classique (radio du groupe Les Échos Le Parisien) et Skyrock. L'Alliance porte une ambition forte pour valoriser la puissance et la pertinence du média auprès des acteurs économiques, institutionnels et du grand public. Elle abrite également une Commission publicitaire regroupant les régies publicitaires de ses membres, chargée d'établir tous travaux et études à destination du marché.