N° 3

SÉNAT

2026-2027

13 octobre 2026

PROPOSITION DE LOI

relative à la **modernisation** *de la* **radio**

(procédure accélérée)

Le Sénat a adopté, en première lecture,
après engagement de la procédure accélérée,
la proposition de loi dont la teneur suit :

Voir les numéros :

Sénat : 743 (2025-2026), **18** et **19** (2026-2027).

Article 1er

① I. – Après le premier alinéa de l'article L. 328-1 du code de la route, il est inséré un alinéa ainsi rédigé :

② « Le premier alinéa du présent article n'est pas applicable aux communications commerciales audiovisuelles diffusées par les services de radio, désignés par l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique, qui souscrivent et respectent des engagements de diffusion de campagnes d'intérêt général ou de programmes d'information, sur leurs antennes ou, à titre de complément, sur leurs services de communication au public en ligne, encourageant l'usage des mobilités actives ou partagées ou l'usage des transports en commun, dans des conditions déterminées par l'Autorité en concertation avec le ministre chargé du développement durable, et permettant d'assurer un niveau d'information du public au moins équivalent tout en garantissant une meilleure sensibilisation. Ces conditions peuvent notamment prévoir le renvoi vers des dispositifs d'information aisément accessibles sur les services de communication au public en ligne des annonceurs concernés. L'Autorité veille au respect par les services de radio des conditions ainsi déterminées et évalue régulièrement leur pertinence au regard des exigences d'information et de sensibilisation. »

③ II. – Après le premier alinéa de l'article L. 541-15-9 du code de l'environnement, il est inséré un alinéa ainsi rédigé :

④ « Le premier alinéa n'est pas applicable aux communications commerciales audiovisuelles diffusées par les services de radio, désignés par l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique, qui souscrivent et respectent des engagements de diffusion de campagnes d'intérêt général ou de programmes d'information, sur leurs antennes ou, à titre de complément, sur leurs services de communication au public en ligne, incitant à la réutilisation ou au recyclage, dans des conditions déterminées par l'Autorité en concertation avec le ministre chargé du développement durable, et permettant d'assurer un niveau d'information du public au moins équivalent tout en garantissant une meilleure sensibilisation. Ces conditions peuvent notamment prévoir le renvoi vers des dispositifs d'information aisément accessibles sur les services de communication au public en ligne des annonceurs concernés. L'Autorité veille au respect par les services de radio des conditions ainsi déterminées et évalue régulièrement leur pertinence au regard des exigences d'information et de sensibilisation. »

⑤ III. – Le code de la santé publique est ainsi modifié :

⑥ 1° Après le deuxième alinéa de l'article L. 2133-1, il est inséré un alinéa ainsi rédigé :

⑦ « Les deux premiers alinéas ne sont pas applicables aux communications commerciales audiovisuelles diffusées par les services de radio, désignés par l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique, qui souscrivent et respectent des engagements de diffusion de campagnes d'intérêt général ou de programmes d'information, sur leurs antennes ou, à titre de complément, sur leurs services de communication au public en ligne, visant à sensibiliser les publics, et notamment les plus jeunes, à l'importance d'une alimentation équilibrée et de comportements favorables à la santé, dans des conditions déterminées par l'Autorité en concertation avec le ministre chargé de la santé, et permettant d'assurer un niveau d'information du public au moins équivalent tout en garantissant une meilleure sensibilisation. Ces conditions peuvent notamment prévoir le renvoi vers des dispositifs d'information aisément accessibles sur les services de communication au public en ligne des annonceurs concernés. L'Autorité veille au respect par les services de radio des conditions ainsi déterminées et évalue régulièrement leur pertinence au regard des exigences d'information et de sensibilisation. » ;

⑧ 2° L'article L. 3323-4 est ainsi modifié :

⑨ *a)* Au dernier alinéa, les mots : « , à l'exception des circulaires commerciales destinées aux personnes agissant à titre professionnel ou faisant l'objet d'envois nominatifs ainsi que les affichettes, tarifs, menus ou objets à l'intérieur des lieux de vente à caractère spécialisé, » sont supprimés ;

⑩ *b)* Sont ajoutés trois alinéas ainsi rédigés :

⑪ « Le quatrième alinéa du présent article n'est pas applicable :

⑫ « 1° Aux circulaires commerciales destinées aux personnes agissant à titre professionnel ou faisant l'objet d'envois nominatifs ainsi qu'aux affichettes, tarifs, menus ou objets à l'intérieur des lieux de vente à caractère spécialisé ;

⑬ « 2° Aux communications commerciales audiovisuelles diffusées par les services de radio, désignés par l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique, qui souscrivent et respectent des engagements de diffusion de campagnes d'intérêt général ou de programmes d'information, sur leurs antennes ou, à titre de complément, sur leurs services de communication au public en ligne, relatifs à la dangerosité de l'abus d'alcool pour la santé, dans des conditions déterminées par l'Autorité en concertation avec le ministre chargé de la santé, et permettant d'assurer un niveau d'information du public au moins équivalent tout en garantissant une meilleure sensibilisation. Ces conditions peuvent notamment prévoir le renvoi vers des dispositifs d'information aisément accessibles sur les services de communication au public en ligne des annonceurs concernés. L'Autorité veille au respect par les services de radio des conditions ainsi déterminées et évalue régulièrement leur pertinence au regard des exigences d'information et de sensibilisation. » ;

⑭ 3° L'article L. 5122-6 est complété par un alinéa ainsi rédigé :

⑮ « L'avant-dernier alinéa n'est pas applicable aux communications commerciales audiovisuelles diffusées par les services de radio, désignés par l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique, qui souscrivent et respectent des engagements de diffusion de campagnes d'intérêt général ou de programmes d'information, sur leurs antennes ou, à titre de complément, sur leurs services de communication au public en ligne, relatifs aux mesures de précaution en matière de médicament, dans des conditions déterminées par l'Autorité en concertation avec le ministre chargé de la santé, et permettant d'assurer un niveau d'information du public au moins équivalent tout en garantissant une meilleure sensibilisation. Ces conditions peuvent notamment prévoir le renvoi vers des dispositifs d'information aisément accessibles sur les services de communication au public en ligne des annonceurs concernés. L'Autorité veille au respect par les services de radio des conditions ainsi déterminées et évalue régulièrement leur pertinence au regard des exigences d'information et de sensibilisation. » ;

⑯ 4° L’article L. 5232-1-1 est complété par un alinéa ainsi rédigé :

⑰ « Les deux premiers alinéas ne sont pas applicables aux communications commerciales audiovisuelles diffusées par les services de radio, désignés par l’Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique, qui souscrivent et respectent des engagements de diffusion de campagnes d’intérêt général ou de programmes d’information, sur leurs antennes ou, à titre de complément, sur leurs services de communication au public en ligne, recommandant l’usage d’un dispositif d’écoute du téléphone mobile permettant de limiter l’exposition de la tête aux émissions radioélectriques émises par cet équipement, dans des conditions déterminées par l’Autorité en concertation avec le ministre chargé de la santé, et permettant d’assurer un niveau d’information du public au moins équivalent tout en garantissant une meilleure sensibilisation. Ces conditions peuvent notamment prévoir le renvoi vers des dispositifs d’information aisément accessibles sur les services de communication au public en ligne des annonceurs concernés. L’Autorité veille au respect par les services de radio des conditions ainsi déterminées et évalue régulièrement leur pertinence au regard des exigences d’information et de sensibilisation. »

⑱ IV. – Le code de la consommation est ainsi modifié :

⑲ 1° L’article L. 312-41 est complété par un alinéa ainsi rédigé :

⑳ « Le présent article n’est pas applicable aux communications commerciales audiovisuelles diffusées par les services de radio, désignés par l’Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique, qui souscrivent et respectent des engagements de diffusion de campagnes d’intérêt général ou de programmes d’information, sur leurs antennes ou, à titre de complément, sur leurs services de communication au public en ligne, sur les opérations de crédit gratuit, dans des conditions déterminées par l’Autorité en concertation avec le ministre chargé de la consommation, et permettant d’assurer un niveau d’information du public au moins équivalent tout en garantissant une meilleure sensibilisation. Ces conditions peuvent notamment prévoir le renvoi vers des dispositifs d’information aisément accessibles sur les services de communication au public en ligne des annonceurs concernés. L’Autorité veille au respect par les services de radio des conditions ainsi déterminées et évalue régulièrement leur pertinence au regard des exigences d’information et de sensibilisation. » ;

㉑ 2° L’article L. 322-2 est complété par un alinéa ainsi rédigé :

㉒ « Le présent article n’est pas applicable aux communications commerciales audiovisuelles diffusées par les services de radio, désignés par l’Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique, qui souscrivent et respectent des engagements de diffusion de campagnes d’intérêt général ou de programmes d’information, sur leurs antennes ou, à titre de complément, sur leurs services de communication au public en ligne, sur les activités d’intermédiaires de crédit, dans des conditions déterminées par l’Autorité en concertation avec le ministre chargé de la consommation, et permettant d’assurer un niveau d’information du public au moins équivalent tout en garantissant une meilleure sensibilisation. Ces conditions peuvent notamment prévoir le renvoi vers des dispositifs d’information aisément accessibles sur les services de communication au public en ligne des annonceurs concernés. L’Autorité veille au respect par les services de radio des conditions ainsi déterminées et évalue régulièrement leur pertinence au regard des exigences d’information et de sensibilisation. »

㉓ V. – Le I de l’article L. 443-1 du code de commerce est ainsi modifié :

㉔ 1° Après le premier alinéa, il est inséré un alinéa ainsi rédigé :

㉕ « Le premier alinéa n’est pas applicable aux communications commerciales audiovisuelles diffusées par les services de radio, désignés par l’Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique, qui souscrivent et respectent des engagements de diffusion de campagnes d’intérêt général ou de programmes d’information, sur leurs antennes ou, à titre de complément, sur leurs services de communication au public en ligne, relatifs aux réductions de prix sur les produits alimentaires, dans des conditions déterminées par l’Autorité en concertation avec le ministre chargé de la consommation, et permettant d’assurer un niveau d’information du public au moins équivalent tout en garantissant une meilleure sensibilisation. Ces conditions peuvent notamment prévoir le renvoi vers des dispositifs d’information aisément accessibles sur les services de communication au public en ligne des annonceurs concernés. L’Autorité veille au respect par les services de radio des conditions ainsi déterminées et évalue régulièrement leur pertinence au regard des exigences d’information et de sensibilisation. » ;

㉖ 2° *(nouveau)* À l’avant-dernier alinéa, le mot : « troisième » est remplacé par le mot : « quatrième ».

Article 1er *bis (nouveau)*

Sous réserve des engagements internationaux de la France et sans préjudice des articles L. 121-1 à L. 121-7 du code de la consommation, les services de radio qui souscrivent et respectent des engagements de diffusion de campagnes d'intérêt général ou de programmes de sensibilisation compatibles avec leur format, sur leurs antennes ou, à titre de complément, sur leurs services de communication au public en ligne, peuvent déroger aux informations rendues obligatoires dans les publicités radiophoniques par les textes pris pour l'application du code de la consommation, du code de commerce, du code de l'environnement, du code des assurances, du code de la sécurité intérieure, du code monétaire et financier et du code des postes et des communications électroniques, dans des conditions déterminées par l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique en concertation avec les autorités compétentes pour leur application. Ces conditions peuvent notamment porter sur le déploiement de dispositifs d'information sur les services de communication au public en ligne des annonceurs concernés. L'Autorité veille au respect par les services de radio des conditions ainsi déterminées et évalue régulièrement leur pertinence au regard des exigences d'information et de sensibilisation.

Article 2

① L'article 19 de la loi n° 2007-309 du 5 mars 2007 relative à la modernisation de la diffusion audiovisuelle et à la télévision du futur est ainsi modifié :

② 1° Après le IV, il est inséré un IV *bis* ainsi rédigé :

③ « IV *bis*. – Dans un délai de deux ans à compter de la promulgation de la loi n° du relative à la modernisation de la radio, les équipements de radio vendus par les industriels aux distributeurs d'équipements électroniques grand public sur le territoire national permettent la réception des services de radio numérique terrestre.

④ « Dans un délai de trois ans à compter de la promulgation de la loi n° du précitée, les récepteurs de radio vendus aux consommateurs sur le territoire national permettent la réception des services de radio numérique terrestre. » ;

⑤ 2° Le premier alinéa du V est ainsi rédigé :

⑥ « V. – Les véhicules automobiles neufs à moteur conçus et construits pour le transport de personnes ou de marchandises ayant au moins quatre roues ainsi que les quadricycles à moteur, mis sur le marché à des fins de vente ou de location, sont équipés de terminaux de réception de services de radio permettant la réception de services de radio par voie hertzienne terrestre en mode analogique en modulation de fréquence et en mode numérique autorisés en application des articles 26, 29 et 29-1 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication. En tenant compte des capacités de personnalisation par les utilisateurs, les interfaces embarquées de commande du système audio de ces véhicules comportent, sur leur écran d'accueil, une commande aisément identifiable donnant directement accès à la réception de la radio hertzienne terrestre analogique et numérique. Ces interfaces permettent à l'utilisateur de personnaliser librement et facilement, à tout moment, l'accès aux différents services de radio. Les mises à jour des logiciels préservent l'ensemble de ces fonctionnalités. » ;

⑦ 3° *(nouveau)* Le deuxième alinéa du même V est complété par une phrase ainsi rédigée : « Les caractéristiques de l'écran d'affichage alphanumérique sont définies par décret. »

Article 3

① L’article 42-3 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication est complété par un alinéa ainsi rédigé :

② « Dans le respect des impératifs et des critères mentionnés à l’article 29, en particulier l’intérêt du public et la sauvegarde du pluralisme des courants d’expression socio-culturels, l’Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique peut, par une décision motivée, agréer une modification de l’allotissement sur lequel un éditeur de service de radio a été autorisé à exploiter une ressource radioélectrique en mode numérique, lorsque cette modification permet au titulaire de l’autorisation d’exploiter une ressource disponible sur un ou plusieurs allotissements compris au sein de l’allotissement sur lequel il a initialement été autorisé. Préalablement à sa décision, l’Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique procède à une consultation publique. La modification n’est pas ouverte aux services autorisés sur une zone correspondant à l’ensemble du territoire hexagonal. L’agrément ne peut être délivré si un service de radio préalablement autorisé en mode analogique et reçu dans la même zone géographique est susceptible d’être autorisé en priorité sur le fondement du II de l’article 29-1. »

Délibéré en séance publique, à Paris, le 13 octobre 2026.

Le Président,

Signé : Gérard LARCHER