

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

10 novembre 2008

---

**NOUVEAU SERVICE PUBLIC DE LA TÉLÉVISION - (n° 1209)**

Commission	
Gouvernement	

**AMENDEMENT**

N° 4

présenté par  
M. Martin-Lalande

-----  
**ARTICLE 18**

Après l'alinéa 3, insérer l'alinéa suivant :

« 2° *bis* Au troisième alinéa du I, après le mot : « titre » sont insérés les mots : « de contenus éditoriaux conformes aux valeurs et aux missions du service public audiovisuel, » ; »

**EXPOSÉ SOMMAIRE**

La disparition progressive de la publicité sur les chaînes de l'audiovisuel public constitue une formidable opportunité pour le groupe France Télévisions, opportunité qui peut à la fois accroître sa solidité budgétaire et renforcer son identité de service public. En effet, celui-ci va se trouver libéré d'une contrainte particulièrement forte qui était en outre susceptible de peser sur ses choix éditoriaux : la recherche d'annonceurs. À l'heure où le marché publicitaire télévisuel est en décroissance, le financement du groupe *via* les crédits budgétaires sécurise les recettes de France Télévisions et lui offre une visibilité financière propre à lui permettre de développer une stratégie ambitieuse.

En contrepartie d'un financement garanti par l'État et neutre en matière de politique éditoriale, il convient que les engagements pris par France Télévisions dans le cadre des contrats d'objectifs et de moyens soient plus précisément fixés tant en termes de contenus éditoriaux qu'en termes de gestion.

Concernant l'offre éditoriale, le groupe doit agir de façon à ce que ses programmes soient le reflet des valeurs et des missions du service public audiovisuel, avec un effort particulier mené dans les domaines de la culture, de la diversité, de la création.

Le présent amendement vise donc à imposer que soient précisés, dans le cadre des contrats d'objectifs et de moyens, les engagements en termes de contenus éditoriaux du groupe France Télévisions et plus largement de l'ensemble des sociétés et établissement public de l'audiovisuel public.