

ASSEMBLÉE NATIONALE

10 novembre 2008

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

Commission	
Gouvernement	

AMENDEMENT

N° 15

présenté par
M. Martin-Lalande

ARTICLE 18

I. – Après l’alinéa 3, insérer l’alinéa suivant :

« 2° *bis* Au deuxième alinéa du I, après la référence : « 43-11 » sont insérés les mots : « et avec un objectif de résultat d’exploitation au moins équilibré » ; »

II. – En conséquence, après l’alinéa 5, insérer les deux alinéas suivants :

« 3° *bis* Après le septième alinéa du I, il est inséré un alinéa ainsi rédigé :

« – les axes d’amélioration de la gestion, notamment en ce qui concerne la gestion de leurs ressources. » ; »

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 assuré et neutre en matière de politique éditoriale, il convient donc 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 la gestion, il est clair que le financement presque total de France Télévisions par la ressource publique implique que le groupe satisfasse aux conditions d'un équilibre financier. Si celui-ci ne devait pas être atteint, la charge due au déficit serait supportée par les contribuables, une hypothèse difficilement acceptable.

Le présent amendement vise donc à rendre obligatoire, dans le cadre des contrats d'objectifs et de moyens, la définition d'engagements en termes de gestion du groupe France Télévisions et plus largement de l'ensemble des sociétés et établissement public de l'audiovisuel public.