

ASSEMBLÉE NATIONALE

10 novembre 2010

LOI DE FINANCES POUR 2011 - (n° 2824)
(Seconde partie)

Commission	
Gouvernement	

AMENDEMENT

N° II - 409

présenté par
M. Yanno et M. Martin-Lalande

ARTICLE 76

Compléter cet article par l'alinéa suivant :

« II. – Après l'avant-dernière phrase du même alinéa, sont insérées quatre phrases ainsi rédigées : « À compter du 30 novembre 2011, les programmes des services régionaux et locaux de télévision de la société mentionnée au I de l'article 44 diffusés entre dix-neuf heures et six heures sur le territoire d'un département d'outre-mer, d'une collectivité d'outre-mer régie par l'article 74 de la Constitution et de Nouvelle-Calédonie ne comportent pas de messages publicitaires autres que ceux pour des biens ou services présentés sous leur appellation générique, sous réserve de l'existence sur le territoire de la collectivité en cause d'une offre de télévision privée diffusée par voie hertzienne terrestre en mode numérique en clair. Sous cette même réserve et à compter de la mise en œuvre de la disposition mentionnée à la deuxième phrase du présent alinéa, cette disposition s'applique également aux programmes des services régionaux et locaux de cette même société diffusés entre six heures et dix-neuf heures. Elle ne s'applique pas aux campagnes d'intérêt général. Le temps maximal consacré à la diffusion de messages publicitaires s'apprécie par heure d'horloge donnée. ». »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Le présent amendement a pour objet d'aligner la date de la suppression complète de la diffusion de messages publicitaires par le groupe France Télévisions en outre-mer sur celle de la suppression de la publicité en journée sur les services nationaux de France Télévisions.

Dans l'intervalle et pour tenir compte de l'extinction au 30 novembre 2011 de la diffusion terrestre analogique, le présent amendement procède à la suppression de la diffusion de ces messages en soirée, sous réserve de l'existence d'une offre de télévision alternative privée. La progressivité de ce dispositif et son application sous réserve de l'existence d'une offre privée locale

permet ainsi de préserver l'existence d'un marché publicitaire local et assure un transfert des recettes en cause au profit du développement des télévisions locales.