

ASSEMBLÉE NATIONALE

20 juin 2014

AGRICULTURE, ALIMENTATION ET FORÊT - (N° 1892)

Non soutenu

AMENDEMENT

N° CE617

présenté par
le Gouvernement

ARTICLE 8 BIS

Supprimer cet article.

EXPOSÉ SOMMAIRE

Le premier alinéa de l'article 8bis crée des espaces d'information périodiques gratuits auprès des sociétés publiques de radio et de télévision au profit des campagnes d'information collectives et génériques sur les produits frais menées par les organisations professionnelles ou interprofessionnelles agricoles. Il crée ainsi une aide d'État au sens de l'article 107 du Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne.

Or, une telle mesure ne peut pas être adoptée sans avoir été préalablement notifiée à la Commission européenne.

Cet alinéa doit donc être supprimé, ainsi que, par voie de conséquence, l'alinéa 4.

L'alinéa 2 de l'article 8bis a pour objet de permettre aux organisations professionnelles ou interprofessionnelles de parrainer des programme radiophonique ou télévisuel.

Conformément à l'article de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication (loi Léotard), « Compte tenu des missions d'intérêt général des organismes du secteur public et des différentes catégories de services de communication audiovisuelle diffusés par voie hertzienne terrestre, des décrets en Conseil d'État fixent les principes généraux définissant les obligations concernant :

1° La publicité, le télé-achat et le parrainage (...) ».

Les dispositions relatives au parrainage, au titre de la loi Léotard, relève donc du domaine réglementaire, et non pas de la loi.

Il convient donc de supprimer l'alinéa 2 de l'article 8bis et, dès lors, l'alinéa 3 qui prévoit l'adoption des modalités d'application de ces dispositions par décret.

En tout état de cause, la directive 2010/13/UE du Parlement européen et du Conseil du 10 mars 2010 visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à la fourniture de services de médias audiovisuels (directive « Services de médias audiovisuels ») distingue clairement publicité et information.

Or, il est difficile de considérer que de les espaces prévus à l'article 8bis constituent de simples espaces d'informations ou des campagnes d'intérêt général. Il s'agit, en réalité, de campagnes publicitaires, qui doivent prendre place, par principe, dans des écrans publicitaires.