

ASSEMBLÉE NATIONALE

22 février 2020

SOUVERAINETÉ CULTURELLE À L'ÈRE NUMÉRIQUE - (N° 2488)

Tombé

AMENDEMENT

N° AC299

présenté par

Mme Frédérique Dumas, M. Castellani, M. Clément, M. Colombani, M. Charles de Courson,
Mme Dubié, M. El Guerrab, M. Favennec Becot, Mme Josso, M. Lassalle, M. Molac, M. Pancher,
Mme Pinel et M. Philippe Vigier

ARTICLE 59

Après l'alinéa 164, insérer l'alinéa suivant :

« Dans des conditions fixées par voie réglementaire, notamment par leurs cahiers des missions et des charges, les services édités par les sociétés nationales de programme et ARTE-France assurent la promotion de leurs propres programmes et services ainsi que de ceux édités par les autres sociétés. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

La loi de 1986, en son actuel article 48, confie aux cahiers des charges des sociétés de l'audiovisuel public le soin de définir les conditions dans lesquelles les sociétés et services mentionnés à l'article 44 assurent la promotion de leurs programmes.

Cette mesure, introduite en 2009 dans un contexte de création de l'entreprise commune France Télévisions, a permis de stimuler les réflexes de promotion mutuelle entre chaînes nouvellement rattachées à une entité commune et ainsi contribué à l'émergence d'un bouquet solidaire de chaînes.

En permettant également la promotion, à des fins informatives, des programmes proposés par les offres numériques (e.g. renvoi à la possibilité de retrouver un programme en télévision de rattrapage), cette disposition a également contribué à leur appropriation par les téléspectateurs et auditeurs du service public.

Alors que l'une des justifications avancées pour la création de la holding France Médias est l'accélération des coopérations entre les sociétés et la création d'un média global de service public, il est paradoxal que le projet de loi propose la suppression de cette disposition vertueuse.

Afin de créer un réflexe de promotion mutuelle entre programmes et services sur l'ensemble des supports de diffusion des sociétés de l'audiovisuel public, cet amendement rétablit, en l'étendant, la

possibilité de recourir à la promotion croisée pour l'ensemble des sociétés éditrices appartenant à France Médias, de même qu'Arte France.