

ASSEMBLÉE NATIONALE

25 février 2020

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

Rejeté

AMENDEMENT

N ° AC546

présenté par

Mme Ressiguier, Mme Autain, M. Bernalicis, M. Coquerel, M. Corbière, Mme Fiat, M. Lachaud,
M. Larive, M. Mélenchon, Mme Obono, Mme Panot, M. Prud'homme, M. Quatennens,
M. Ratenon, Mme Rubin, M. Ruffin et Mme Taurine

ARTICLE 9

Supprimer cet article.

EXPOSÉ SOMMAIRE

Par cet amendement, nous nous opposons à l'autorisation donnée aux services de médias audiovisuels de diffuser des contenus de publicité et de téléachat sur écran partagé lors des retransmissions des manifestations sportives. Cet article 9 crée une nouvelle forme de publicité jusque-là interdite en France, alors que la publicité s'impose déjà massivement dans l'espace public et dans les médias audiovisuels. Elle empiète chaque jour un petit peu plus sur la vie quotidienne et l'imaginaire social des Français.es. Jeux sponsorisés, "sponsoring", "naming", publicité après les hymnes nationaux et bientôt pendant l'arbitrage vidéo... la fuite en avant que constitue l'adaptation du cadre législatif aux nouvelles techniques de diffusion de la publicité s'inscrit dans un contexte plus général d'une aggravation du phénomène d'"agression publicitaire" dénoncé par de nombreuses associations. A l'heure où les médias audiovisuels représentent une part importante des "loisirs" et de l'espace public des Français-e-s, la suppression de cet article ne vise pas à lutter contre la publicité en tant que telle, car le temps de publicité n'est pas augmenté en lui-même. Elle vise à garantir une limitation à la pollution et à l'ultra-marchandisation de l'audiovisuel et du sport. Les spectateurs ont le droit de suivre une manifestation sportive en plein écran sans être soumis à des injonctions d'achat et de consommation.