

ASSEMBLÉE NATIONALE

23 janvier 2007

**MODERNISATION DE LA DIFFUSION AUDIOVISUELLE
ET TÉLÉVISION DU FUTUR - (n° 3460)**

Commission	
Gouvernement	

AMENDEMENT

N° 3

présenté par
M. Paillé-----
ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE 16 QUINQUIES, insérer l'article suivant :**

Le VI de l'article 53 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication est complété par deux alinéas ainsi rédigés :

« Les émissions autres que les œuvres audiovisuelles de fiction, d'animation, de documentaire de création et de captation ou de récréation de spectacles vivants peuvent faire l'objet d'interruptions publicitaires sur les antennes des services de télévision visés au I de l'article 44.

« La possibilité ouverte à l'alinéa précédent est sans préjudice des interdictions ou limitations fixées par voie réglementaire concernant les journaux télévisés, les magazines d'actualité, les émissions religieuses et les émissions pour enfants. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

France Télévisions a engagé un plan quinquennal (2006 – 2010) de 100 millions d'euros supplémentaires par rapport à la période précédente en faveur de la création des œuvres audiovisuelles.

Cet objectif a été tenu en 2006, et a permis de porter l'effort total du groupe en faveur de la création à 365 millions d'euros, soit le montant symbolique d'un million d'euros par jour.

L'autorisation de la publicité dans les programmes de flux permettra pour le service public de dégager un supplément de ressources d'environ 20 millions d'euros chaque année, et de renforcer cet effort sans précédent en faveur de la création.

Cette autorisation est d'autant plus importante que le bénéfice de l'accès du secteur de la distribution à la publicité télévisée ira dans une très large mesure aux chaînes commerciales,

De ce fait, on peut s'attendre à une surenchère des chaînes commerciales sur les achats de programmes et à renchérissement général des coûts d'acquisitions. France Télévisions ne pourra maintenir ni même accroître son offre de programmes que si elle dispose des moyens financiers nécessaires.

L'autorisation de la publicité dans les programmes de flux permettra de compenser partiellement « l'effet d'aubaine » offert aux chaînes privées. Elle donnera à France Télévisions les moyens de proposer à tous les publics des programmes différents, et faisant largement appel à la création française. Ces programmes de création sont particulièrement coûteux - comparés à l'achat de programmes étrangers - mais ils correspondent à la volonté éditoriale nouvelle de France Télévisions et ils répondent aux attentes d'un large public, pour lequel une fiction française ambitieuse et le documentaire, en particulier, sont des genres distinctifs de la télévision publique.

Ce complément de ressources est d'autant plus important pour le service public que celui-ci devra faire face, dans les prochaines années, à des dépenses considérables liées au déploiement de la télévision numérique terrestre (financement de la diffusion de la TNT auprès de 95 % de la population, frais liés au transport sur le bouquet satellitaire gratuit des 24 programmes régionaux de France 3, frais liés à la recomposition du multiplexe R1, etc.).

La publicité continuerait naturellement d'être interdite au sein des œuvres audiovisuelles de patrimoine, comme au sein des œuvres cinématographiques (conformément à l'article 73 de la loi du 30 septembre 1986), et continuerait d'être interdite ou limitée, conformément à la réglementation actuelle, dans les journaux télévisés, les magazines d'actualité, les émissions religieuses et les émissions pour enfants.