

14 octobre 2010

LOI DE FINANCES POUR 2011 - (N° 1127)
(Seconde partie)

Commission	
Gouvernement	

AMENDEMENT

N° II -

présenté par
Mme Muriel Marland- Militello

ARTICLE 48

État B**Mission « Médias, livre et industries culturelles »**

Modifier ainsi les autorisations d'engagement et les crédits de paiement :

(en euros)

Programmes	+	-
Presse, livre et industries culturelles	2 000 000	0
Contribution à l'audiovisuel et à la diversité radiophonique	0	2 000 000
Action audiovisuelle extérieure	0	0
TOTAUX	2 000 000	2 000 000
SOLDE	0	

EXPOSÉ SOMMAIRE

Le présent amendement propose de transférer deux millions d'euros du programme 313 en faveur du programme 180 pour abonder le financement de la sous-action 3 de l'action 4 dudit programme.

En effet, il s'agit d'inscrire deux millions d'euros supplémentaires au budget de la Haute autorité pour la diffusion des oeuvres et la protection des droits sur Internet (HADOPI) qui vient d'être mise en place cette année, portant ainsi son budget de 12 à 14 millions d'euros.

La lutte contre les atteintes aux droits de propriété intellectuelle sur Internet est une priorité que nous a fixée, à fort juste raison, le Président de la République. Pour atteindre cet objectif juste et légitime, en 2009 le Parlement a créé par la loi l'HADOPI. Afin que la volonté du législateur soit respectée, cette autorité administrative indépendante nouvelle doit avoir les moyens de mener ses actions de manière efficace dès ses débuts.

Ces deux millions d'euros supplémentaires devront être affectés à l'accélération du développement et de l'accessibilité d'une offre légale de qualité, fraîche et diverse, qui constitue la clé principale de la lutte contre le piratage des oeuvres culturelles.

Cette somme constituera un investissement essentiel en faveur de la démocratisation culturelle dans le respect des droits des créateurs.

Elle pourra être financée par une diminution de 1,5% des crédits actuellement prévus pour l'action 02 du programme 313 qui concerne le passage à la télévision tout numérique, crédits qui font plus que tripler par rapport à l'année précédente. Une très légère baisse par rapport à ce projet initial ne portera donc pas atteinte aux objectifs visés par cette action. La source d'économies pourra notamment être trouvée parmi les dépenses de communication, en particulier en capitalisant davantage sur les actions menées l'année précédente.



PROJET DE LOI DE FINANCES POUR 2011 (N°2824)

Amendement présenté par Madame Michèle Tabarot et MM. Michel Herbillon, Christian Kert et Franck Riester

Article 76

Rédiger ainsi cet article :

« Le premier alinéa du VI de l'article 53 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication est ainsi modifié :

1° La deuxième phrase est supprimée ;

2° Au début de la troisième phrase, le mot : « Elle » est remplacé par les mots : « Cette disposition » ;

3° Dans la dernière phrase, après le mot : « publicitaires », sont insérés les mots : « entre vingt heures et six heures ». »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Le présent amendement vise à maintenir la publicité en journée sur les antennes du groupe France Télévisions.

Le groupe de travail mis en place par la Commission des affaires culturelles et de l'éducation, coprésidé par Mme Michèle Tabarot et M. Jean-François Copé, a tiré un bilan très positif de la suppression de la publicité après 20 heures, tant pour France Télévisions, dont les finances ont été incontestablement améliorées dans un contexte de crise historique du marché publicitaire, que pour le téléspectateur, dont un sondage, commandé par le groupe de travail, montre qu'il plébiscite très largement la suppression après 20 heures, l'avancement des horaires des programmes en soirée mais aussi la programmation des chaînes de France Télévisions, jugée conforme à sa mission de service public par 75 % des personnes interrogées.

En revanche, le groupe préconise de ne pas supprimer la publicité en journée pour plusieurs raisons, au-delà de la plus évidente, qui est le coût d'une telle mesure, dans un contexte budgétaire particulièrement contraint, et ce d'autant que le manque à gagner de recettes publicitaires (supérieur à 320 millions d'euros) serait très supérieur aux prévisions, le groupe France Télévisions bénéficiant en journée de recettes publicitaires très supérieures aux prévisions (à hauteur de 145 millions d'euros en 2009).

Au regard de ce coût, le groupe de travail a mis en évidence que l'impact de la suppression en journée serait extrêmement modeste, voire nul, sur la programmation. Au surplus, l'enquête d'opinion montre très clairement que la publicité en journée ne gêne pas les téléspectateurs, qu'ils jugent très majoritairement (à 62 %) la situation actuelle (suppression

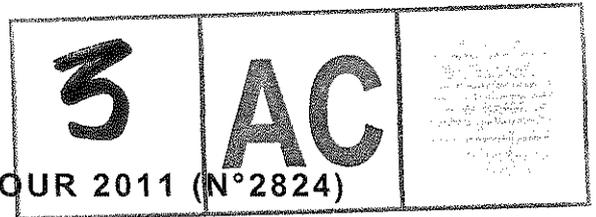
en soirée, maintien en journée) satisfaisante et que seuls 8 % d'entre eux jugent cette mesure prioritaire.

L'enjeu de la suppression de la publicité en journée pour le téléspectateur apparaît donc trop faible pour justifier une mesure dont le coût budgétaire est incompatible avec la situation des finances publiques et que le groupe de travail ne juge pas raisonnable de financer, ni aujourd'hui, ni dans deux ans, par la création de nouvelles taxes ou l'augmentation de la redevance.

Enfin, le maintien définitif de la publicité présente l'avantage évident d'offrir au groupe France Télévisions une visibilité à long terme sur son modèle économique et à sa régie publicitaire, des garanties sur son avenir.

Pour l'ensemble de ces raisons, qui dépassent largement la dégradation conjoncturelle de la situation des finances publiques, la publicité nous semble devoir être conservée en journée, sans que cela ne remette en cause ni la cohérence d'ensemble ni les objectifs premiers de la réforme, bien au contraire.

Pour l'outre-mer, un régime spécial avait été prévu par la loi du 5 mars 2009 : la publicité y est maintenue jusqu'à l'extinction de l'analogique et au plus tard le 30 novembre 2011, date à laquelle elle devait être totalement supprimée, comme en métropole. Par coordination avec la proposition de maintien de la publicité en journée, il est proposé de maintenir la publicité en journée en outre-mer à compter de l'extinction de la diffusion analogique.



PROJET DE LOI DE FINANCES POUR 2011 (N°2824)

Amendement présenté par Madame Martine Martinel, rapporteure pour avis, et M. Patrick Bloche, M. Michel Françaix et M. Marcel Rogemont

Article 76

Rédiger ainsi cet article :

« Le premier alinéa du VI de l'article 53 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication est ainsi modifié :

1° La deuxième phrase est supprimée ;

2° Au début de la troisième phrase, le mot : « Elle » est remplacé par les mots : « Cette disposition » ;

3° Dans la dernière phrase, après le mot : « publicitaires », sont insérés les mots : « entre vingt heures et six heures ». »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Le présent amendement vise à maintenir la publicité en journée sur les antennes du groupe France Télévisions.

Les travaux conduits par la rapporteure pour avis sur la réforme de France Télévisions confirment que la suppression de la publicité a été, à tous égards, une très mauvaise mesure, dont les effets sont, pour le téléspectateur, limités voire contre-productifs (augmentation de la publicité et du parrainage, dégradation de la programmation sur certaines tranches horaires), et dont le mode de financement, précaire et bancal, est largement remis en cause.

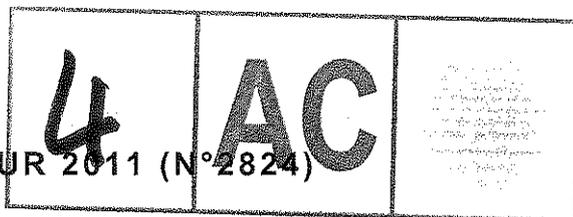
L'article 76 du présent projet de loi de finances propose de reporter la suppression de la publicité avant 20 heures au début de l'année 2014.

Ce moratoire constitue une solution hypocrite et irresponsable.

Hypocrite, parce qu'elle a pour seul objet de temporiser et de « sauver la face » en ne revenant pas sur le principe alors que personne n'ignore que le financement de cette mesure (plus de 300 millions d'euros, voire plus de 600 millions d'euros si la taxe « télécoms » devait être interdite) constitue une équation budgétaire d'autant plus insoluble que la majorité se refuse à augmenter la redevance, et qui ne le sera pas moins en 2014 ou en 2015...

Irresponsable, parce qu'elle maintient France Télévisions et sa régie dans une situation d'incertitude totale sur leur avenir et leur modèle économique.

Dans ces conditions, lorsqu'une réforme est mauvaise, il paraît plus sage de s'arrêter à mi-chemin que de s'obstiner à la mener à son terme.



Amendement présenté par Madame Martine Martinel, rapporteure pour avis, et M. Patrick Bloche, M. Michel Françaix et M. Marcel Rogemont

Après l'article 76, insérer l'article suivant :

Le 1° de l'article 1605 *bis* du code général des impôts est ainsi rédigé :

« 1° Une contribution à l'audiovisuel public est due pour chaque local meublé affecté à l'habitation pour lequel le redevable et ses enfants rattachés à son foyer fiscal en application du 3 de l'article 6 sont imposés à la taxe d'habitation, quel que soit le nombre d'appareils récepteurs de télévision ou dispositifs assimilés dont sont équipés le ou les locaux ; »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Le présent amendement vise à réintégrer les résidences secondaires dans le champ de la contribution à l'audiovisuel public (ex redevance). Antérieurement à la réforme de la redevance introduite par la loi de finances pour 2005, une redevance était en effet due par résidence secondaire, dès lors qu'un ou plusieurs récepteurs de télévision ou dispositifs assimilés y étaient détenus de façon permanente. En contradiction avec le principe d'un adossement de la redevance à la taxe d'habitation opéré par la loi de finances pour 2005, cette dernière a parallèlement mis en place une exonération pour les résidences secondaires.

La loi du 5 mars 2009 a depuis lors mis en place un mode de financement de France Télévisions précaire et bancal, qui est largement remis en cause et ne garantit pas son indépendance.

Les auteurs de l'amendement estiment que la redevance demeure le mode le plus naturel et légitime du financement de la télévision publique. C'est pourquoi ils proposent la réintégration des résidences secondaires dans son champ.

Outre qu'elle est conforme à l'esprit de la réforme tendant à adosser la contribution à l'audiovisuel public à la taxe d'habitation, cette mesure permettra de consolider le financement de l'audiovisuel public et de rendre plus juste cette contribution, qui est souvent accusée d'être un impôt « aveugle », touchant uniformément l'ensemble des contribuables, sans distinction de ressources.

Le gain résultant de l'extension de la contribution à l'audiovisuel public aux résidences secondaires pourrait se situer autour de 200 millions d'euros.