



N° 2066

---

# ASSEMBLÉE NATIONALE

CONSTITUTION DU 4 OCTOBRE 1958

TREIZIÈME LÉGISLATURE

---

---

Enregistré à la Présidence de l'Assemblée nationale le 10 novembre 2009.

## RAPPORT

FAIT

AU NOM DE LA COMMISSION DES AFFAIRES CULTURELLES ET DE L'ÉDUCATION SUR LA PROPOSITION DE LOI de M. Jean-Marc AYRAULT et plusieurs de ses collègues *visant à réguler la concentration dans le secteur des médias* (n° 1958)

PAR M. PATRICK BLOCHE,

Député.

---



## SOMMAIRE

	Pages
<b>INTRODUCTION</b> .....	5
<b>I.- LA LIBERTÉ DE COMMUNICATION, UN DROIT EFFECTIF</b> .....	7
A. UN PLURALISME ÉQUILIBRÉ DE L'EXPRESSION POLITIQUE .....	7
1. Le principe de référence .....	7
2. Le décompte du temps de parole du Président de la République .....	8
B. UNE EXIGENCE DE TRANSPARENCE .....	9
1. Les règles communes .....	9
<i>a) L'interdiction de recourir à des prête-noms</i> .....	9
<i>b) Le caractère nominatif des actions</i> .....	10
<i>c) La publicité des cessions d'actions</i> .....	10
2. Les règles applicables aux entreprises de presse .....	10
C. DES SEUILS DE CONCENTRATION PROPRES À CHAQUE SECTEUR .....	11
1. La défense du pluralisme de la presse .....	11
2. Le dispositif anti-concentration des entreprises du secteur audiovisuel privé .....	12
<i>a) Les principales limitations à la participation au capital des sociétés de                 télévision</i> .....	12
<i>b) Les principales limitations à la concentration monomédia des sociétés de                 diffusion</i> .....	12
3. Les principales limites posées à la concentration plurimédia .....	13
<b>II.- L'INDÉPENDANCE DES MÉDIAS, UNE GARANTIE MENACÉE</b> .....	15
A. UNE DOMINATION DU MARCHÉ DES MÉDIAS PAR DE GRANDS GROUPES INDUSTRIELS LIÉS À L'ÉTAT .....	15
1. Une quasi absence de grands groupes de communication .....	15
2. Une mainmise de groupes industriels aux intérêts divers .....	16
B. UN POUVOIR EXÉCUTIF OMNIPOTENT DANS LES MÉDIAS .....	18
1. Le réseau .....	19
2. Les échanges de services .....	19
<b>III.- LA NÉCESSAIRE INTERVENTION DU LÉGISLATEUR</b> .....	23

<b>TRAVAUX DE LA COMMISSION</b> .....	25
<b>I.- DISCUSSION GÉNÉRALE</b> .....	25
<b>II.- EXAMEN DES ARTICLES</b> .....	29
<i>Article 1<sup>er</sup></i> : <b>Régulation de la concentration dans le secteur de la communication audiovisuelle</b> .....	29
<i>Article 2</i> : <b>Régulation de la concentration dans le secteur de la presse</b> .....	30
<b>TABLEAU COMPARATIF</b> .....	31
<b>ANNEXES</b> .....	37
<b>ANNEXE 1</b> : LISTE DES PERSONNES AUDITIONNÉES PAR LE RAPPORTEUR.....	37
<b>ANNEXE 2</b> : TABLEAU DES PRINCIPAUX GROUPES INDÉPENDANTS DE MÉDIAS PRÉSENTS SUR LE MARCHÉ FRANÇAIS.....	39
<b>ANNEXE 3</b> : TABLEAU DES PRINCIPAUX GROUPES DE MÉDIAS PRÉSENTS SUR LE MARCHÉ FRANÇAIS ET DÉTENUS OU CONTRÔLÉS PAR DES GROUPES FINANCIERS OU INDUSTRIELS .....	45
<b>ANNEXE 4</b> : LISTE DES INVITÉS ÉTABLIE PAR MME CÉCILIA SARKOZY POUR LA RÉCEPTION ORGANISÉE AU FOUQUET'S APRÈS L'ANNONCE DES RÉSULTATS DE L'ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE DU 6 MAI 2007 .....	51

## INTRODUCTION

Constituant l'un des piliers fondamentaux de nos systèmes démocratiques, « *la libre communication des pensées et des opinions* » définie comme « *un des droits les plus précieux de l'homme* » par l'article 11 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen est consacrée par de nombreux textes internationaux :

– l'article 19 de la Déclaration universelle des droits de l'homme du 10 décembre 1948 affirme le droit à la liberté d'opinion et d'expression de tout individu, « *ce qui implique le droit de ne pas être inquiété pour ses opinions* » et celui de « *chercher, de recevoir et de répandre, sans considérations de frontières, les informations et les idées par quelque moyen d'expression que ce soit* ». En 1966, ce droit a été codifié dans le droit international public par le Pacte international des droits civils et politiques ;

– l'article 10 de la Convention de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales du 4 novembre 1950 garantit à toute personne « *la liberté d'opinion et la liberté de recevoir ou de communiquer des informations ou des idées sans qu'il puisse y avoir ingérence d'autorités publiques et sans considération de frontière* » ;

– l'article 11 de la Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne du 7 décembre 2000 consacre « *la liberté d'opinion et la liberté de recevoir ou de communiquer des informations ou des idées sans qu'il puisse y avoir ingérence d'autorités publiques et sans considération de frontières* » ainsi que « *la liberté des médias et leur pluralisme* ».

C'est en effet par le support de la presse, des moyens de communication audiovisuelle et d'Internet que s'exerce la liberté de communication dont l'établissement en France s'est fait progressivement : depuis la loi fondatrice du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse – autorisant toute personne à fonder librement un journal à condition d'en faire la déclaration préalable au procureur de la République – aux lois n° 82-652 du 29 juillet 1982 sur la communication audiovisuelle, n° 84-937 du 23 octobre 1984 visant à limiter la concentration et à assurer la transparence financière et le pluralisme des entreprises de presse, n° 86-897 du 1<sup>er</sup> août 1986 portant réforme du régime juridique de la presse et n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de la communication <sup>(1)</sup>.

Mais en droit interne, la protection décisive de la liberté de la presse et de la liberté de la radio et de la télévision a été l'œuvre du Conseil constitutionnel qui considère la liberté de communication d'autant plus précieuse que « *son exercice est l'une des garanties essentielles du respect des autres droits et libertés de la souveraineté nationale* » ; le Conseil pose donc comme condition de son caractère effectif la nécessité du pluralisme des supports que ces derniers soient des

---

(1) Loi dont les dispositions ont été modifiées à 60 reprises depuis son adoption alors que durant cette même période, la loi du 1<sup>er</sup> août 1986 portant réforme du régime juridique de la presse n'a été amendée que 9 fois.

quotidiens d'information politique et générale (décision n° 84-181 du 11 octobre 1984), des moyens de communication audiovisuelle (décision n° 86-217 du 18 septembre 1986) ou des services de communication au public en ligne (décision n° 2009-580 du 10 juin 2009).

Ainsi, tant les lecteurs que les auditeurs et les téléspectateurs doivent pouvoir disposer d'un nombre suffisant de publications et de programmes « *de tendances et de caractères différents* » afin d'être à même « *d'exercer leur libre choix sans que ni les intérêts privés ni les pouvoirs publics puissent y substituer leurs propres décisions, ni qu'on puisse en faire les objets d'un marché* ».

Si les lois précitées du 1<sup>er</sup> août 1986 et du 30 septembre 1986 autorisent une diversité certaine des publications et des programmes radiotélévisés en assurant un respect du pluralisme politique dans l'audiovisuel, une transparence des organes de presse et des entreprises de radiotélévision et une limitation véritable des opérations de concentration des entreprises de communication écrite et audiovisuelle (I), elle ne permet pas toutefois d'assurer à nos concitoyens que la « *libre communication des pensées et des opinions* » soit totale ou exempte de risques d'asservissement à des intérêts privés. En effet, il est connu et établi que, dans notre pays, de nombreuses entreprises éditant des titres de presse d'information politique et générale ou des services privés de radio ou de télévision à forte audience sont économiquement contrôlées par des groupes dont une part significative des revenus est générée par des contrats avec des partenaires publics : État, collectivités locales, entreprises publiques... Ces relations économiques sont porteuses de menaces sur l'indépendance des médias puisque contrairement aux décisions précitées du Conseil constitutionnel, elles permettent à des intérêts privés de s'exprimer de façon plus ou moins directe et non contradictoire (II). Cette situation ne saurait perdurer à l'avenir et il appartient au législateur de compléter l'actuel régime juridique applicable aux médias afin de garantir leur liberté, leur pluralisme et leur indépendance et afin de les préserver des tentations et des pressions des puissances de l'argent (III).

## **I.- LA LIBERTÉ DE COMMUNICATION, UN DROIT EFFECTIF**

Afin de permettre à chacun de nos concitoyens non seulement de communiquer ses propres opinions mais aussi de recevoir celles des autres, les lois des 1<sup>er</sup> août et 30 septembre 1986 tendent à soustraire les journaux, les magazines et les émissions diffusées par la radio et la télévision, des risques d'une domination d'intérêts occultes ou d'une pensée autoritaire unique en imposant aux médias audiovisuels la recherche d'un équilibre et d'une diversité des points de vue et des opinions (A) et aux entreprises de presse et aux entreprises de radio et de télévision des obligations de transparence (B) et de maintien du pluralisme (C).

### **A. UN PLURALISME ÉQUILIBRÉ DE L'EXPRESSION POLITIQUE**

Les médias occupent une place décisive dans l'équilibre démocratique de nos sociétés dans la mesure où, autorisant l'expression des divers courants de pensées et d'opinions, ils éclairent leurs publics sur les différents choix proposés par ces courants et leur permettent par conséquent, de participer aux différentes consultations électorales en toute connaissance de cause.

Les organes de presse peuvent clairement privilégier un courant de pensée par rapport à un autre parce que leurs choix sont clairement identifiés par les lecteurs lesquels le sanctionnent immédiatement par l'achat ou non de leur publication à la différence des organes audiovisuels.

Dès lors, afin de veiller au respect d'un nécessaire « *caractère pluraliste de l'expression des courants de pensée et d'opinion* » dont il est responsable, le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) s'est appuyé sur une mesure quantitative de l'équilibre des temps de parole accordés par les différents opérateurs de radio et de télévision aux représentants des divers courants politiques existants.

#### **1. Le principe de référence**

Afin de respecter un équilibre entre les différents courants de pensée et d'opinion en présence, les exploitants de services de communication audiovisuelle autorisés doivent leur assurer des conditions de programmation comparables et diviser les temps d'intervention de chacun d'entre eux en trois tiers égaux : celui des membres du gouvernement, celui des personnalités appartenant à la majorité parlementaire et celui des personnalités de l'opposition parlementaire. En outre, les exploitants se doivent d'assurer un temps d'intervention équitable aux personnalités appartenant à des formations politiques non représentées au Parlement.

À ce critère quantitatif des trois tiers, le CSA ajoute pour l'évaluation du pluralisme dans les journaux télévisés diffusés sur les chaînes nationales hertziennes, divers indicateurs : la totalité du temps consacré au sujet par l'antenne,

le temps pendant lequel une personnalité s'exprime pour chaque sujet retenu et l'audience des programmes au cours desquels sont décomptés les temps de parole.

Le principe de référence est apprécié chaque semestre pour les magazines d'information et les autres émissions des services de télévision et chaque mois pour les journaux télévisés<sup>(1)</sup> mais l'évaluation du respect du pluralisme porte à la fois sur les résultats d'un mois et sur ceux d'un trimestre glissant afin de permettre une atténuation des événements de l'actualité sur un mois donné.

Un bilan annuel récapitule les résultats de chaque trimestre glissant.

## **2. Le décompte du temps de parole du Président de la République**

Le principe de référence n'a toutefois jamais permis une égalité de traitement de l'expression politique des groupes n'appartenant pas à la majorité présidentielle puisque le temps de parole du Président de la République et celui de ses collaborateurs n'a pendant longtemps jamais été décompté pour l'application du principe de référence. Le CSA refusait en effet de donner suite à toute demande relative à ce sujet, se prévalant d'une décision du 13 mai 2005 du Conseil d'État portant sur le référendum européen de 2005, selon laquelle le Président de la République « *ne s'exprime pas au nom d'un parti ou d'un groupement politique* »<sup>(2)</sup> compte tenu de « *la place qui, conformément à la tradition républicaine, est celle du chef de l'État dans l'organisation constitutionnelle des pouvoirs publics* ».

Toutefois, le rôle du Président de la République ayant évolué dans sa nature et l'importance de ses interventions télévisées et de celles de ses conseillers ayant récemment atteint des proportions inégalées, cette « *anomalie* » de l'absence d'une prise en compte du temps de parole de la Présidence de la République a été relevée par le Comité de réflexion et de proposition sur la modernisation et le rééquilibrage des institutions de la V<sup>e</sup> République présidé par M. Édouard Balladur, après avoir été contestée à de multiples reprises, notamment par les parlementaires socialistes, radicaux, citoyens et de la gauche démocrate et républicaine.

Craignant par ailleurs que l'hypermédiatisation du chef de l'État ne s'accompagnât « *d'un renforcement de ses pouvoirs, compte tenu de la rédaction du projet de loi constitutionnelle de modernisation des institutions de la V<sup>e</sup> République* » et constatant que « *ses prises de position répétées, ainsi que celles de ses proches collaborateurs, rompent l'équilibre des expressions politiques* »<sup>(3)</sup>, les membres du groupe socialiste, radical, citoyen et divers gauche ont déposé le 6 mai 2008 une proposition de loi relative au respect du pluralisme dans les médias

---

(1) Le Conseil supérieur de l'audiovisuel communique chaque mois aux présidents de chaque assemblée et aux responsables des différents partis politiques représentés au Parlement le relevé des temps d'intervention des personnalités politiques.

(2) Décision n° 279259 du Conseil d'État du 13 mai 2005.

(3) Cf. le rapport n° 885 déposé le 13 mai 2008 par M. Patrick Bloche.

audiovisuels et prenant en compte le temps de parole du Président de la République (n° 852). Ce texte a été rejeté par l'Assemblée nationale au cours de sa séance du 22 mai 2008.

Mais, saisi dès l'automne 2007 par MM. François Hollande et Didier Mathus d'une demande d'annulation de la décision du 3 octobre 2007 par laquelle le CSA avait rejeté leur demande de prendre en compte les interventions du Président de la République et de ses collaborateurs dans son évaluation du respect du pluralisme politique dans les médias, le Conseil d'État<sup>(1)</sup> a décidé, le 8 avril 2009, que ce rejet constituait une décision « *entachée d'erreur de droit* ». Il a en effet considéré que, si le temps de parole du Président de la République dans les médias audiovisuels n'a pas à être pris en compte lorsqu'il s'exprime en tant que Chef de l'État, ses interventions et celles de ses collaborateurs ne peuvent néanmoins « *être regardées comme étrangères, par principe et sans aucune distinction selon leur contenu et leur contexte, au débat politique national et, par conséquent, à l'appréciation de l'équilibre à rechercher entre les courants d'opinion politique* ».

Dès lors, dans son appréciation du respect du pluralisme politique par les médias audiovisuels, le Conseil supérieur de l'audiovisuel se doit désormais de prendre en compte ces interventions, sauf à « *méconnaître les normes de valeur constitutionnelle qui s'imposent à lui et la mission que lui a confiée le législateur* ».

## **B. UNE EXIGENCE DE TRANSPARENCE**

Afin de permettre au public de connaître l'identité de ceux qui l'informent et de ceux qui assurent le financement de cette information – et qui sont donc susceptibles d'influer sur son contenu –, la loi définit très précisément diverses interdictions et obligations applicables à toutes les entreprises de médias ou spécifiques à certains d'entre eux.

### **1. Les règles communes**

#### ***a) L'interdiction de recourir à des prête-noms***

Cette interdiction est édictée à l'encontre ;

– des entreprises éditrices – personnes physiques ou morales ou groupements de droit éditant en tant que propriétaire ou locataire-gérant une publication de presse – lorsqu'elles souhaitent acquérir ou prendre en location-gérance un fonds de commerce ou un titre de presse ;

– des personnes physiques ou morales, candidates à la délivrance d'une autorisation relative à un service de communication audiovisuelle ;

---

(1) Décision n° 311136.

– des entreprises éditrices qui souhaitent souscrire des actions ou des parts d'un fonds de commerce ou d'un titre de presse.

En toute hypothèse, la violation de l'interdiction du recours à un prête-nom est sanctionnée par une peine d'un an de prison et/ou d'une amende de 30 000 euros.

### ***b) Le caractère nominatif des actions***

La règle relative au caractère nominatif des actions des entreprises éditrices de presse et des sociétés constituées en vue de l'exploitation de médias audiovisuels est destinée à assurer la transparence du financement de ces organismes.

La violation de cette règle par les dirigeants de droit ou de fait de ces sociétés est punie de 6 000 euros d'amende.

### ***c) La publicité des cessions d'actions***

Lorsqu'elle permet de donner à un actionnaire un seuil important du capital d'un média, une cession d'actions doit faire l'objet d'une publicité.

Lorsque la cession ou la promesse de cession a pour objet les droits sociaux d'une entreprise éditrice de presse et qu'elle a pour effet de donner à un cessionnaire au moins un tiers du capital social ou des droits de vote, elle doit être portée à la connaissance des lecteurs de la publication, dans le délai d'un mois à compter de la date à laquelle l'entreprise en acquiert elle-même la connaissance, ou lors de la prochaine parution de la publication. Tout manquement à cette obligation est puni d'une peine d'amende de 6 000 euros adressée aux dirigeants de l'entreprise éditrice.

Dans un même souci de transparence, une personne physique ou morale qui viendrait à détenir toute fraction supérieure ou égale à 10 % du capital ou des droits de vote aux assemblées générales d'une société titulaire d'une autorisation relative à un service de communication audiovisuelle est tenue d'en informer le Conseil supérieur de l'audiovisuel dans le délai d'un mois à compter du franchissement de ces seuils, sous peine d'une amende de 18 000 euros.

## **2. Les règles applicables aux entreprises de presse**

Toute publication de presse doit nommer un directeur à l'encontre duquel pourront être intentées toutes les actions en responsabilités civile ou pénale mettant en cause l'entreprise. Afin d'éviter qu'un « homme de paille » ne remplisse ce rôle et ne permette aux véritables propriétaires d'un quotidien ou d'un magazine de rester dans l'ombre, le directeur de publication est obligatoirement le propriétaire, locataire gérant ou actionnaire majoritaire de la personne morale éditrice ou son représentant légal. Lorsque ce directeur de publication jouit d'une immunité parlementaire, l'entreprise de presse doit

nommer un codirecteur qui assumera les responsabilités civiles et pénales en lieu et place du directeur de publication.

Par ailleurs, sous peine d'une amende de 6 000 euros à l'encontre des dirigeants de l'entreprise éditrice :

– chaque numéro d'une publication doit porter à la connaissance de ses lecteurs les noms du directeur de publication et du responsable de la rédaction ainsi que les noms et prénoms du propriétaire ou du principal copropriétaire de l'entreprise éditrice ou, s'il s'agit d'une personne morale, sa dénomination ou sa raison sociale, son siège social, sa forme et le nom de son représentant légal et de ses trois principaux associés ;

– tout transfert ou promesse de transfert de la propriété ou de l'exploitation d'un titre de presse doit être porté à la connaissance des lecteurs de cette publication par l'entreprise éditrice cédante dans le délai d'un mois à compter de la date à laquelle elle en acquiert elle-même la connaissance ou lors de la prochaine parution de la publication.

### **C. DES SEUILS DE CONCENTRATION PROPRES À CHAQUE SECTEUR**

L'instauration de dispositifs de contrôle des concentrations dans les médias peut faire l'objet de discussions assez vives sur l'équilibre qui doit exister, entre la nécessaire préservation des courants de pensée et d'opinion – que la législation a pour objet de préserver – et la liberté d'entreprendre des entreprises du secteur des médias, dans un système d'économie de marché. Il appartient donc au législateur de trouver le point d'équilibre délicat entre ces deux libertés, ainsi que le Conseil Constitutionnel le rappelle régulièrement.

Outre sa soumission au droit commun du contrôle des concentrations défini dans le titre III du livre IV du code du commerce, le marché des médias est ainsi soumis à des limitations légales spécifiques en ce domaine <sup>(1)</sup>.

#### **1. La défense du pluralisme de la presse**

Contrairement aux règles de transparence – *cf. supra* –, le champ d'application de la protection du pluralisme est réservé à la seule presse quotidienne d'information politique et générale et exclut les publications ayant une périodicité différente.

Le dispositif en vigueur se traduit par l'interdiction pour une personne physique ou morale ou pour un groupe de ces mêmes personnes de contrôler directement ou indirectement plus de 30 % de l'ensemble de la presse quotidienne d'information politique et générale, qu'elle soit nationale, régionale ou locale.

---

(1) Définies par les lois n° 86-897 du 1<sup>er</sup> août 1986 portant réforme du régime juridique de la presse et n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de la communication.

L'interdiction s'applique à toutes les formes de prise de contrôle – acquisition, prise de contrôle ou prise en location-gérance – mais pas à la création de nouvelles publications ni au développement de la diffusion de titres existants. Sa violation est sanctionnée par la nullité des opérations et/ou par une peine d'un an de prison et une amende de 30 000 euros.

## **2. Le dispositif anti-concentration des entreprises du secteur audiovisuel privé**

Chargé de délivrer les autorisations d'usage des bandes de fréquences ou des fréquences assignées à des usages de radiodiffusion ainsi que les autorisations nécessaires à l'exploitation des services privés de radio et de télévision, le Conseil supérieur de l'audiovisuel dispose de pouvoirs d'enquête assez étendus<sup>(1)</sup> pour déterminer si ses projets d'autorisation n'attendent pas au respect du principe de pluralisme et pour prendre toute mesure utile en la matière dans les conventions qu'il conclut avec les services de radio et de télévision sur l'ensemble des supports de diffusion.

La défense du pluralisme des médias audiovisuels est assurée par des limitations tenant à la part du capital qu'une personne peut détenir dans certains services ainsi qu'au cumul d'autorisations pour un même média ou entre médias différents. Ce dispositif concerne, à titre principal, la diffusion des services de radio et de télévision par voie hertzienne terrestre.

### ***a) Les principales limitations à la participation au capital des sociétés de télévision***

Dans les sociétés titulaires d'une autorisation relative à un service de télévision diffusé par voie hertzienne terrestre, une même personne physique ou morale ne peut détenir :

– plus de 49 % du capital ou des droits de vote d'une société nationale lorsque l'audience moyenne annuelle de cette dernière dépasse 8 % de l'audience totale des services de télévision ;

– plus de deux participations à 15 % du capital de services de télévision nationale, ou plus de trois participations à 5 % de ce capital ;

### ***b) Les principales limitations à la concentration monomédia des sociétés de diffusion***

Sont interdits :

– la détention, par une entreprise titulaire d'une autorisation relative à un service de radio diffusé en mode analogique au plan national, d'une ou plusieurs autres autorisations qui auraient pour effet de lui donner une audience de plus de 150 millions d'habitants ;

---

(1) Article 19 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de la communication.

- la détention de plus d'une télévision nationale analogique terrestre ;
- la détention de plus de sept autorisations de télévision nationale numérique, lorsque ces services sont édités par des sociétés distinctes ;
- le cumul d'autorisation pour un service national de télévision et pour un service local de télévision ;
- la détention de deux services de télévisions locales dans une même zone ;
- le cumul d'autorisations de services de télévision locale permettant une desserte totale supérieure à 12 millions d'habitants.

### **3. Les principales limites posées à la concentration plurimédia**

Le dispositif anti-concentration multimédia vise à restreindre les possibilités pour une personne d'être en position de force sur plusieurs secteurs de la communication (services de radio ou de télévision et édition de quotidiens d'information politique et générale) aussi bien au plan national que régional ou local, selon la règle dite des « deux situations sur trois ».

Au terme de ces dispositions, aucun opérateur de services diffusés par voie hertzienne terrestre en mode numérique ou analogique ne peut se trouver dans plus de deux des trois situations au plan national :

- être titulaire d'une ou de plusieurs autorisations relatives à des services de télévision diffusés par voie hertzienne terrestre permettant la desserte de zones dont la population recensée atteint 4 millions d'habitants ;
- être titulaire d'une ou de plusieurs autorisations relatives à des services de radiodiffusion sonore permettant la desserte de zones dont la population recensée atteint trente millions d'habitants ;
- éditer ou contrôler une ou plusieurs publications quotidiennes imprimées d'information politique et générale représentant plus de 20 % de la diffusion totale, sur le territoire national, des publications quotidiennes imprimées de même nature, appréciée sur les douze derniers mois connus précédant la date à laquelle la demande d'autorisation a été présentée.

Ces mêmes règles s'appliquent au niveau local pour les opérateurs de services diffusés par voie hertzienne terrestre en mode analogique, alors que lorsqu'ils sont diffusés en mode numérique, les trois situations locales prises en compte sont les suivantes :

- éditer un ou plusieurs services de télévision hertzienne numérique, à caractère national ou non, reçus dans la zone considérée ;
- éditer une ou plusieurs stations de radio dont l'audience potentielle cumulée, sur cette zone, dépasse 10 % du total des audiences potentielles cumulées ;

– éditer un ou plusieurs quotidiens d’information politique et générale diffusés dans cette zone.

Le respect de ces différents principes est contrôlé par le Conseil supérieur de l’audiovisuel (CSA) qui est doté, à cet effet de pouvoirs non négligeables. Ainsi, l’article 19 de la loi du 30 septembre 1986, précise la nature des informations que l’autorité de régulation est habilitée à solliciter sans que puisse lui être opposé le secret des affaires tant auprès des administrations concernées que des opérateurs (éditeurs et distributeurs de services audiovisuels et actionnaires des sociétés éditant ou distribuant des services d’information). En outre, toutes les informations sur les marchés publics et délégations de service public pour l’attribution desquels ces personnes ou une société qu’elles contrôlent ont présenté une offre, doivent être fournies au CSA sur sa demande.

Toutefois, ces règles sont insuffisantes à réellement garantir l’indépendance des médias.

## II.- L'INDÉPENDANCE DES MÉDIAS, UNE GARANTIE MENACÉE

Il est connu et établi que, dans notre pays, une grande part des entreprises éditant des titres de presse d'information politique et générale ou des services de radio ou de télévision à forte audience sont économiquement contrôlées par des groupes dont une part significative des revenus est générée par des contrats avec la puissance publique (A). Or, les menaces que cette spécificité française fait peser sur les principes de pluralité et d'indépendance des médias, se sont aujourd'hui potentiellement aggravées en raison des liens particuliers qu'entretient le pouvoir exécutif avec les médias (B).

### A. UNE DOMINATION DU MARCHÉ DES MÉDIAS PAR DE GRANDS GROUPES INDUSTRIELS LIÉS À L'ÉTAT

En France, l'existence d'un grand nombre de titres de la presse écrite, de chaînes de télévision et de services de radio ne doit pas masquer l'apparition de phénomènes inquiétants liés au petit nombre des groupes centrés sur le seul métier de la communication et à la prise de contrôle de nombreux médias par de grands groupes industriels ou financiers.

#### 1. Une quasi absence de grands groupes de communication

À l'exception du groupe allemand Bertelsmann dont les activités lui permettent d'être présent dans les secteurs de la presse écrite (*Capital, Gala, Voici, Femme actuelle, Moto Journal, VSD...*), de la radio (*RTL, Fun Radio*) et de la télévision tant hertzienne (*M6, W9, Paris Première...*) que câblée ou satellitaire (*Fun TV, Série Club, Téva...*), les principaux groupes se sont spécialisés dans la gestion d'un seul type de médias ainsi que le montre le tableau des principaux groupes indépendants de médias présents sur le marché français, annexé ci après.

Ces groupes qui constituent la norme du paysage médiatique de l'ensemble des pays de l'Union européenne (l'Italie mise à part), sont de taille moyenne voire modeste par comparaison avec leurs homologues européens. Ils connaissent aujourd'hui certaines mutations qui risquent d'affaiblir quelque peu l'indépendance qu'ils garantissent à leurs médias :

– soulignant la fragilité financière actuelle du journal *Le Monde* ainsi que les rumeurs relatives à un retrait de la famille Amaury de la gestion du *Parisien*, M. Jean-Marie Charon<sup>(1)</sup>, sociologue au Centre d'études des mouvements sociaux, s'est interrogé sur les possibles détenteurs de capitaux capables d'investir dans ces deux quotidiens et sur une éventuelle augmentation de la participation du groupe Lagardère dans ces journaux, ce qui multiplierait ainsi de façon conséquente son pouvoir, déjà important, d'influence ;

---

(1) Lors de son audition par le rapporteur, le 4 novembre 2009.

– après avoir revendu la propriété du *Journal de l'île de La Réunion* ainsi que ses services locaux de télévision *Cap 24* et *Citizen TV* en début d'année 2009, le groupe Hersant, extrêmement endetté, conclut des partenariats avec des municipalités par l'intermédiaire des groupes « *La Provence* » et « *Nice-Matin* ». Aux termes de ces accords, une municipalité s'engage à acquérir un certain nombre d'exemplaires du journal qui vante les activités de sa ville, à rémunérer la publication d'un cahier spécial rédigé par ses soins mais ne portant pas la mention obligatoire « *Publicité* » ou achète une édition spéciale vantant les grands projets menés par l'équipe municipale en place<sup>(1)</sup>. De tels accords posent bien évidemment les problèmes de l'indépendance éditoriale de leurs rédactions et du manque de transparence de l'information à l'égard de leurs lecteurs ;

– consulté par l'Autorité de la concurrence sur le rachat par la chaîne de télévision *TF1* (détenue par le groupe Bouygues) des deux chaînes gratuites de la télévision numérique terrestre, *TMC* et *NT1*, le Conseil supérieur de l'audiovisuel a donné un avis favorable qui, s'il est suivi, entraînera de nouveau sa saisine au titre de son contrôle des concentrations des médias audiovisuels<sup>(2)</sup>.

Ainsi, alors qu'il existe un cadre légal et réglementaire tendant à réguler la concentration dans le secteur des médias, ce cadre n'est pas en mesure d'assurer une protection efficace de nombreux titres de presse et services de radio et de télévision à la recherche de financements complémentaires. Il est, en outre, proprement insuffisant à les préserver des prises de contrôle total ou partiel de groupes industriels dont une part significative des revenus provient de contrats qui les lient à la puissance publique : État, collectivités locales, entreprises ou établissements publics.

## **2. Une mainmise de groupes industriels aux intérêts divers**

À compter des années 1980, de grands groupes industriels ont diversifié leurs activités en prenant des participations au capital des sociétés de presse et de radio télévision. Présents dans les secteurs de l'adduction d'eau, des bâtiments et travaux publics, de l'armement ou de l'aviation civile ou militaire, ces groupes sont étroitement dépendants des contrats qu'ils passent avec la puissance publique pour la réussite de leurs affaires. Or, grâce à leur capacité d'intervention dans les médias qu'ils possèdent, ils ont la possibilité d'exercer à tout moment d'amicales pressions sur un pouvoir politique toujours soucieux de l'image qu'il véhicule au travers des divers articles de leurs publications ou des émissions télévisées des chaînes qu'ils détiennent.

Cette situation, totalement inexistante dans les autres pays européens à l'exception de l'Italie berlusconienne, a été vivement dénoncée :

---

(1) Cf. « Le groupe Hersant lance la presse de proximité politique » - *Le Canard enchaîné* du 21 octobre 2009.

(2) *Audition par le rapporteur de MM. Emmanuel Gabla, conseiller du Conseil supérieur de l'audiovisuel et Olivier Japiot, directeur général, le 5 novembre 2009.*

– à de multiples reprises par les représentants des partis de l’opposition de gauche, tant par leurs questions au gouvernement que par leurs interventions inlassablement répétées afin que naisse enfin une salutaire prise de conscience ;

– par les divers soutiens de la candidature de François Bayrou aux dernières élections présidentielles, lequel sur son site de campagne proposait « *une loi interdisant aux grands groupes qui vivent des commandes de l’État d’acquérir des entreprises de médias* » ;

– par les journalistes eux-mêmes qui lors d’une réunion au Théâtre de la Colline à Paris, le 24 novembre 2008, ont lancé un Appel qui comporte notamment « *le refus impératif du mélange des intérêts industriels et médiatiques, afin de garantir que les opérateurs économiques n’aient pas d’autre objectif que l’information* ».

Quels sont donc les principaux groupes industriels ou financiers français qui détiennent ou contrôlent des médias ? À l’examen du tableau des principaux groupes de médias présents sur le marché français et détenus ou contrôlés par des groupes financiers ou industriels, annexé ci-après, on peut notamment constater :

– que le groupe Arnault, présidé par M. Bernard Arnault et constitué des groupes de l’industrie du luxe Christian Dior et LVMH, est propriétaire des journaux *Investir* et *Les Échos*, ainsi que de la société *Radio Classique*. Bernard Arnault, son président, est également membre du conseil de surveillance de la société de télévision *M6* (RTL Group) ;

– que le groupe Bolloré, présidé par M. Vincent Bolloré et concentré sur des activités liées aux films plastiques ainsi qu’au transport, à la gestion des ports et à la logistique en Afrique, se constitue progressivement un pôle communication comprenant notamment Euromédia Group (Société française de production), l’agence Havas, les éditions de presse *Direct Matin Plus*, *Direct Soir*, *Direct Nantes Plus*, *Direct Toulouse Plus* et *Direct Nice Plus* et la chaîne de télévision câblée *Direct 8* ;

– que le groupe Bouygues, présidé par M. Martin Bouygues, outre ses activités de BTP, de maintenance des équipements routiers et de télécommunications, détient le groupe TF1 (Revue *Métro France*, chaînes de télévision *TF1*, *LCL*, *Eurosport*, *Histoire*, *TV Breizh*...) ;

– que le groupe Dassault, présidé par M. Serge Dassault, a investi dans l’aéronautique civile et militaire et l’électronique de défense (Thalès). Il contrôle en outre les sociétés Artcurial (ventes aux enchères) et Socpresse (Groupe Figaro) et participe au capital de *Valeurs actuelles* ;

– que le groupe Lagardère présidé par M. Arnaud Lagardère, est centré sur des activités d’aéronautique (espace et défense). Il a constitué un empire médiatique par sa détention de sociétés de presse (Disney Hachette Presse et Hachette Filipacchi distribution : *Auto Moto*, *Elle*, *Journal du dimanche*, *Paris-Match*...), de sociétés de télévision (*Canal J*, *Virgin*, *MCM*...) et de radios (*Europe 1*, *RFM*...) et par sa participation aux groupes de presse Le Monde (17 %), Marie-Claire et Philippe Amaury (*Le Parisien*, *L’Équipe*...). Enfin, il détient 20 % du capital du

groupe Canal plus France (avec Vivendi – 65 % des parts –, TF1 – 9,9 % – et M6 - 5,1 %) ;

– que le groupe Pinault, présidé par M. François Pinault et organisé autour de son industrie de luxe (Gucci et Puma) et de ses activités de distribution (FNAC, Conforama...) gère le magazine *Le Point*.

Par ailleurs, il est intéressant de relever deux des constats établis par Mme Marie-Anne Kraft dans son article « *Contre la concentration des médias et pour un nouveau modèle* »<sup>(1)</sup> :

– ces divers groupes sont eux-mêmes liés entre eux. Certains administrateurs du groupe Lagardère le sont également du groupe Bouygues. Arnaud Lagardère est administrateur de LVMH (groupe Arnault lequel est actionnaire de Bouygues)... ;

– les résultats 2007 et 2008 des sociétés de médias que détiennent ou contrôlent les grands groupes Bolloré, Bouygues, Dassault et Lagardère sont soit déficitaires soit moins rentables que ceux de leurs autres sociétés ; cela implique à l'évidence que « *le retour sur investissement dans ces activités de communication est obtenu ailleurs, dans d'autres branches d'activités qui, elles, sont rentables* ».

Que leurs investissements dans les médias expriment le besoin de leurs dirigeants de posséder, pour une question de prestige, une « danseuse »<sup>(2)</sup> ou qu'ils répondent à la nécessité de détenir un vecteur d'influence, la plupart des groupes industriels et financiers manquent souvent de vision à long terme et n'investissent pas toujours au mieux des intérêts des médias, voire les vendent brutalement lorsque leur cœur de métier est atteint par des difficultés économiques.

De ce fait, les relations économiques, nées de la passation de marchés publics, entre décideurs publics et décideurs privés impliqués dans le secteur des médias ont pour conséquence de faire peser des doutes sur le degré réel de liberté et d'indépendance de leurs titres de presse ou de leurs chaînes de radio et de télévision vis-à-vis du pouvoir politique. Ce phénomène est particulièrement aggravé lorsque le pouvoir exécutif en place ne manque pas lui-même d'exercer des pressions sur ces décideurs privés.

## **B. UN POUVOIR EXÉCUTIF OMNIPOTENT DANS LES MÉDIAS**

Le lien très particulier qu'entretient de longue date Nicolas Sarkozy avec les médias a fait l'objet d'un nombre impressionnant d'articles de presse ou de chapitres de livres consacrés à son parcours politique<sup>(3)</sup>. De fait, depuis son élection à la Présidence de la République, ce dernier continue d'entretenir avec de

---

(1) *Association des lecteurs de Médiapart* – 8 février 2009.

(2) Cf. l'article d'A. Scalbert : « Qui contrôle les médias en Europe ? » - Rue 89 – 5 novembre 2009.

(3) À titre d'exemples, peuvent être cités les livres « Sarkozy connection » d'H. Chevillon (*Hachette Littératures*- 2007) ou « Canal Sarkozy » de R. Saint-Cricq et F. Gerschel (*Flammarion Enquête* – 2009) et les articles « Sarkozy tient-il les médias » de R. Revel (*L'Express* – 30 mai 2007), « La haute main de Sarkozy sur les médias » de R. Garrigos, C. Mallaval et I. Roberts (*Libération* 28 avril 2007).

nombreux patrons du monde des affaires et du monde des médias des rapports très étroits.

### **1. Le réseau**

Si l'on ne peut reprocher à Nicolas Sarkozy une amitié établie de longue date avec Martin Bouygues, ni d'avoir pour amis d'autres grandes figures du monde des affaires, détenteurs de groupes de médias, on ne peut s'empêcher de s'interroger sur les liens que peut entretenir le plus haut représentant du pouvoir exécutif français avec ses quatre plus proches amis : Martin Bouygues, témoin de son deuxième mariage et parrain de son plus jeune fils ; Arnaud Lagardère, qui, en avril 2005, présentait le président de l'UMP comme son « frère » aux cadres dirigeants de son groupe ; Bernard Arnault, témoin lui aussi de son deuxième mariage et Vincent Bolloré qui, au lendemain de l'élection présidentielle, a offert au Président et à sa famille une semaine de vacances sur son yacht.

Par ailleurs, depuis le lancement en 1986 de son association « Neuilly-communication » qui lui a permis de rencontrer régulièrement les personnalités des médias et de la publicité implantées à Neuilly – dont il était alors le maire – tels Nicolas de Tavernost, PDG de *M6* ou Gérard de Roquemaurel, PDG de Hachette Filipacchi Médias, Nicolas Sarkozy a pu compléter son réseau personnel de relations lors de son passage au ministère de la communication dans le gouvernement Balladur (1994).

Ce réseau est plus que jamais actif et nombre de ses membres figuraient d'ailleurs au sein de la liste des invités à la réception organisée au Fouquet's au soir de l'élection présidentielle du 6 mai 2007 (cf. annexe ci-après). Nul besoin de fait pour Nicolas Sarkozy de rappeler aux journalistes qui l'interviewent les liens qu'il entretient avec leurs patrons tant ceux-ci sont connus et affichés.

### **2. Les échanges de services**

Les échos des interventions directes de Nicolas Sarkozy dans la gestion des médias parviennent principalement au public en deux séries de circonstances : la défense de ses intérêts privés et les nominations de ses proches.

Ainsi, après la publication par *Paris-Match* d'une photo qui n'avait pas plu à l'Élysée, Arnaud Lagardère limogera Alain Genestar, patron de l'hebdomadaire, un an plus tard. Dans les mêmes circonstances, la révélation par le *Journal du Dimanche* du non accomplissement de son devoir électoral par Cécilia Sarkozy lors du second tour de l'élection présidentielle, aboutira au licenciement ultérieur de Jacques Espérandieu, le directeur de la publication. Enfin, il conviendra de suivre attentivement les suites de l'écho publié par *Le Canard enchaîné*, le 28 octobre 2009, relatif à un président de la République n'ayant pas apprécié la récente série des sketches des *Guignols de l'info* de *Canal plus* qui s'en prenaient à son fils, désireux de prendre la présidence de l'Établissement public d'aménagement de La Défense (EPAD). Cette vigilance paraît d'autant plus

nécessaire que les vidéos desdits sketches ont été retirées des sites de partage « *You Tube* » et *Dailymotion* », à la demande de *Canal plus*.

Par ailleurs, le Président de la République sait aussi remercier ses proches ou ses amis par des nominations dont il ne pourra ultérieurement que se louer.

Ainsi, conseiller technique de Nicolas Sarkozy au ministère de l'Intérieur, son collaborateur au ministère de l'Économie et à la présidence de l'UMP puis directeur adjoint de sa campagne présidentielle, Laurent Solly a vu sa longue fidélité récompensée par le Chef de l'État qui n'a pas eu de difficulté à convaincre son ami Martin Bouygues de l'aider à intégrer *TF1* en 2007. Il pourrait d'ailleurs devenir prochainement co-directeur de la chaîne.

S'il sait faire état de ses souhaits, de ses attentes, le Président de la République sait aussi entendre ce dont ses amis ont besoin pour diriger au mieux leurs sociétés. Comment, en effet, ne pas souligner la troublante coïncidence existant entre la présentation d'un Livre blanc de *TF1* fin 2007<sup>(1)</sup> s'inquiétant de la baisse de ses recettes publicitaires et l'annonce présidentielle, faite tout à trac,<sup>(2)</sup> par le Président de la République lors de la présentation de ses vœux à la presse du 8 janvier 2008 d'une suppression de la publicité sur les chaînes de télévision publique sous prétexte qu'elles ne devaient plus être soumises au diktat de l'audimat. La suppression des ressources publicitaires de France Télévisions devait ainsi automatiquement accroître celles des chaînes historiques privées, et tout particulièrement *TF1* et *M6*.

Comment ne pas remarquer la même coïncidence entre ce « Livre blanc » et la réforme de l'audiovisuel présentée par le gouvernement à l'automne 2008 ? Aux propositions de *TF1* – déplafonnement quotidien des 144 minutes de publicité afin de s'aligner sur le plafond européen de 12 minutes en moyenne par heure, passage de l'heure glissante à l'heure d'horloge, autorisation d'une seconde coupure publicitaire dans les œuvres, libéralisation totale de l'accès du secteur de la distribution à la publicité et allègement des règles de parrainage – répondent symétriquement les dispositions de la loi du 5 mars 2009 : déplafonnement de la publicité sur les chaînes privées en la portant de six à neuf minutes en moyenne par heure, passage de l'heure glissante à l'heure d'horloge et autorisation d'une seconde coupure publicitaire dans les films et téléfilms.

Comment ne pas s'interroger encore sur les motifs sous-tendant la déclaration du président Sarkozy<sup>(3)</sup> relative à son scepticisme et sa réserve sur l'opportunité de l'existence d'un quatrième opérateur de téléphonie mobile, alors que le propriétaire de Bouygues Télécom souhaitait précisément bloquer l'arrivée d'un nouveau concurrent sur le marché ?

---

(1) *Publié sous forme d'extraits non officiels par Têlerama, le 11 décembre 2008.*

(2) *Mme Christine Albanel, ministre de la culture et de la communication et les dirigeants de l'audiovisuel public n'avaient été ni prévenus ni consultés.*

(3) *Le 16 septembre 2009, devant les députés UMP qu'il recevait à l'Élysée.*

Enfin, il convient d'évoquer le « cas particulier des études et sondages » commandés par l'Élysée sur lequel la Cour des comptes s'est interrogée, dans son rapport du 15 juillet 2009, soulignant au passage le caractère « *exorbitant* » de la convention signée avec Patrick Buisson, conseiller opinion de Nicolas Sarkozy <sup>(1)</sup>. Auditionné le 13 octobre dernier par la commission des finances, le directeur du cabinet de la Présidence de la République, Christian Frémont, a reconnu des « *anomalies* » et le « *manque de transparence de ce système* ». Rappelons qu'en 2008, le budget « enquêtes d'opinion » de l'Élysée s'est élevé à 3,281 millions d'euros et que la Présidence de la République a commandé pas moins de 165 sondages sur l'année, soit plus de trois par semaine. Certains de ces sondages, parmi les plus favorables pour le pouvoir exécutif, ont été publiés dans des médias détenus par des personnalités proches de Nicolas Sarkozy, contribuant ainsi à une entreprise de « fabrication de l'opinion ». C'est pourquoi le groupe socialiste, radical, citoyen, a demandé que toute la lumière puisse être faite sur les sondages de l'Élysée, leur financement et leur utilisation dans les médias par la création d'une commission d'enquête.

Une illustration de cette confusion des genres a été récemment donnée lors du débat sur le projet de loi dit Hadopi lorsqu'un cadre dirigeant de *TF1*, Jérôme Bourreau-Guggenheim, a eu le malheur d'exprimer un avis critique sur cette loi en envoyant un mail considéré comme une correspondance privée à sa députée, en l'occurrence Françoise de Panafieu. Celle-ci ayant transmis « pour information » ce mail au cabinet de la ministre de la Culture et de la Communication, celui-ci s'est empressé de la faire suivre à la direction de *TF1* avec un commentaire acerbe, ce qui a conduit au licenciement de Monsieur Bourreau-Guggenheim.

En tout état de cause, ces multiples interventions croisées entre le politique et le monde des affaires ainsi que la dépendance dans laquelle le pouvoir exécutif tient l'audiovisuel public depuis que l'adoption de la loi de 2009 l'a mis sous une double tutelle politique (nomination de son président par le Chef de l'État) et budgétaire (suppression d'une partie de ses ressources publicitaires, compensée par une dotation de l'État), ne sauraient contribuer positivement à l'image de la France dans le monde.

Elles pourraient avoir pour conséquence la poursuite de la chute de la France dans le classement mondial de la liberté de la presse établi par Reporters sans frontières où elle a successivement perdu quatre places en 2008 et huit places en 2009. Passé de la 11<sup>e</sup> place en 2002 à la 43<sup>e</sup> (sur 175 pays – à titre de comparaison, l'Italie se situe à la 49<sup>e</sup> place), notre pays est notamment sanctionné pour la multiplication des perquisitions des locaux des médias et celle des gardes à vue ou des mises en examen des journalistes – telle la plainte déposée par *France 3* contre Pierre Haski, directeur du site d'information *Rue 89* pour avoir

---

(1) Son cabinet, *Publifact*, a perçu en effet 1,473 million d'euros en 2008 dont 1,1 million facturés pour des sondages commandés à *OpinionWay* par son biais, alors que selon l'institut, Patrick Buisson avait acheté ces études 190 000 euros.

diffusé des propos tenus hors antenne par Nicolas Sarkozy <sup>(1)</sup> et pour le manque de garanties concernant la protection du secret des sources.

Il est donc de temps de revenir à des bases plus saines pour l'organisation et la gestion des médias et c'est ce but que poursuit le groupe socialiste, radical, citoyen et divers gauche en ayant inscrit cette proposition de loi à l'ordre du jour de l'Assemblée nationale.

---

(1) Article d'A. Scalbert : « Les images de Sarkozy en « off » avant son interview sur France 3 » - Rue 89 - 30 juin 2008.

### III.- LA NÉCESSAIRE INTERVENTION DU LÉGISLATEUR

La présente proposition de loi, s'interrogeant sur le lien existant dans notre pays entre des grands groupes industriels et financiers qui possèdent des groupes de communication et l'État qui leur passe des commandes, vise à prévenir les dangers ci-dessus exposés d'une ingérence des pouvoirs publics dans le secteur des médias et réciproquement. Ces relations économiques entre décideurs publics, quels qu'ils soient, et décideurs privés possédant des intérêts importants à la fois dans des marchés publics, quelle que soit leur nature (au sens du code des marchés publics ou sous d'autres formes de contrats administratifs, telles que délégations de service public ou partenariats public-privé), et dans le secteur des médias, font nécessairement naître des doutes sur le degré réel de liberté et d'indépendance de ces derniers.

De ce fait, la proposition de loi visant à « réguler la concentration dans les médias », a pour objectif de renforcer le pluralisme et l'indépendance des médias en fixant de nouvelles conditions applicables à la délivrance des autorisations relatives aux services de radio et de télévision, en créant de nouvelles incompatibilités pour la détention de titres de presse afin d'interdire à tout acteur privé entretenant des relations économiques significatives avec la puissance publique de pouvoir éditer, de manière directe ou indirecte, un service de radio ou de télévision ou un titre de presse d'information politique et générale quelle que soit sa périodicité.

Pour ce faire, le dispositif proposé complète les dispositions de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication (article 1<sup>er</sup>) et celles de la loi n° 86-897 du 1<sup>er</sup> août 1986 portant réforme du régime juridique de la presse, (article 2). Tant pour le secteur de l'audiovisuel que pour celui de la presse, le texte propose d'interdire la gestion des médias aux sociétés :

– jouissant, sous forme de garanties d'intérêts, de subventions ou, sous forme équivalente, d'avantages assurés par l'État ou par une collectivité publique à l'exception des cas où ces avantages découlent de l'application d'une législation générale ou d'une réglementation générale ;

– ayant une activité significativement assurée par l'exécution de travaux, la prestation de fournitures ou de services pour le compte ou sous le contrôle de l'État, d'une collectivité ou d'un établissement public ou d'une entreprise nationale ou d'un État étranger ;

– dont le capital est constitué par une participation de plus d'un pour cent de sociétés visées aux deux alinéas précédents.

Par ailleurs, l'acquisition, la prise de contrôle ou la prise en location-gérance d'une personne titulaire d'une autorisation relative à un service de radio ou de télévision par les sociétés précitées sont interdites.

Facilement lisible par l'opinion publique et relativement simple à mettre en œuvre, ce dispositif est le mieux à même de réconcilier les Français avec leurs médias : faisant disparaître le soupçon de soumission des rédactions aux desiderata d'actionnaires aux intérêts économiques puissants, il ouvre, de surcroît, à de véritables entreprises de médias la possibilité d'investir dans le secteur sans être concurrencées par des conglomérats industriels cherchant uniquement à contrôler des vecteurs d'information au service de leur propre communication.

Si la proposition de loi ne concerne qu'un nombre limité de médias puisqu'en application du principe de la non rétroactivité des lois tendant à organiser une liberté publique<sup>(1)</sup>, ses dispositions ne seraient pas applicables aux situations existantes, elle permet d'engager une dynamique dans le secteur concerné et de mieux veiller aux conditions dans lesquelles s'accompliront les acquisitions ou les prises de contrôle postérieures à sa promulgation.

---

(1) Dans sa décision n° 84-181 DC du 11 octobre 1984, le Conseil constitutionnel a en effet considéré que le législateur « ne peut, s'agissant de situations existantes intéressant une liberté publique, les remettre en cause que dans deux hypothèses : celle où ces situations auraient été illégalement acquises ; celle où leur remise en cause serait réellement nécessaire pour assurer la réalisation de l'objectif constitutionnel poursuivi ».

## TRAVAUX DE LA COMMISSION

### I.- DISCUSSION GÉNÉRALE

*La commission des affaires culturelles et de l'éducation examine la présente proposition de loi au cours de sa séance du 10 novembre 2009.*

Un débat suit l'exposé du rapporteur.

**M. Christian Kert.** Je me demande si M. Bloche se complaît dans l'angélisme ou s'il s'amuse à jouer à contre-emploi. Il semble ignorer que les récents États généraux de la presse ont conclu qu'une transparence accrue sur l'actionnariat des entreprises de presse était souhaitable, mais que le dispositif anti-concentration n'appelait pas de modification substantielle par voie législative.

Ce n'est pas parce que cette proposition de loi est propulsée au carburant du socialisme que je la combats. En 2000, alors que Mme Catherine Trautmann était ministre de la culture et de la communication et que notre excellent collègue Didier Mathus était rapporteur, une suggestion de même nature avait été jugée excessive. Que dire aujourd'hui, alors que des progrès considérables ont été accomplis dans le numérique terrestre, que nous avons assisté à l'arrivée des chaînes gratuites sur la télévision numérique terrestre (TNT) et que nous disposons de plusieurs chaînes d'information continue ?

Le dispositif anti-concentration français est déjà l'un des plus contraignants au monde : outre les limitations à la participation au capital des sociétés de télévisions nationales rappelées par le rapporteur, notre législation prévoit également des limites au cumul d'autorisations de télévisions et de radios, la séparation des activités de production et de diffusion – imposée par les décrets Tasca, le contrôle des autorités de régulation et de concurrence sur toutes les opérations de concentration. N'est-ce pas suffisant ?

La loi précise également que doivent être fournies au CSA, à sa demande, toutes les informations sur les marchés publics et délégations de service public pour l'attribution desquels des personnes détenant directement ou indirectement un service de télévision ou de radio dont les programmes contribuent à l'information politique et générale ont présenté des offres. En outre, chargé d'assurer le respect du principe du pluralisme, le CSA se montre particulièrement rigoureux dans l'exercice de cette mission, au travers des recommandations qu'il adresse aux chaînes de télévision et de radio.

De fait, c'est moins sur les dangers de la concentration que sur la capacité de nos médias à faire face aux évolutions technologiques qu'il convient de s'interroger. À cet égard, la concurrence des grands groupes internationaux, qui se rient des frontières nationales, représente une menace. Pour affronter cette concurrence, alors que la plupart des pays ont multiplié la concentration de leurs

médias, la meilleure solution pour la France est-elle vraiment de choisir l'éparpillement de ses groupes ? En outre, si ce texte était adopté, il risquerait d'être invalidé par la Cour de justice des Communautés européennes, qui a affirmé dans une jurisprudence récente qu'une telle interdiction de principe est contraire au droit communautaire.

Enfin, l'adoption de ces dispositions serait dangereuse sur le plan économique car elles contraindraient nombre d'actionnaires de sociétés de médias à rétrocéder leur part de capital en raison de leurs liens avec la commande publique. N'oublions pas que les marchés publics représentent 120 milliards d'euros par an, concernent tous les secteurs de l'économie et sont assurés par nombre de sociétés dont une grande partie détiennent ou participent au capital des sociétés de presse, de radio et de télévision. L'application de la nouvelle réglementation envisagée les contraindrait dès lors à revendre leurs parts de capital de nos médias nationaux et cette rétrocession se ferait *de facto* au bénéfice de groupes ou de fonds de pension étrangers.

Monsieur Bloche, en prétendant garantir le pluralisme et l'indépendance, normalement assurés par les rédactions, vous risquez de provoquer à terme la disparition de titres déjà en proie à des difficultés conjoncturelles. En affichant la carte de la modernité, vous dévoilez en fait celle du conservatisme. Et en affirmant défendre les libertés, vous ne proposez que la contrainte.

Pour notre part, nous souhaitons des groupes de médias forts et plus libres, capables de s'adapter aux mutations technologiques et de résister à la concurrence étrangère, ne nous laissant pas isolés dans le concert européen. Ce n'est pas le moment de présenter cette proposition, qui risque de fragiliser encore davantage ce secteur.

**M. Marcel Rogemont.** Est-ce à dire, Monsieur Kert, que ce moment viendra ? Peut-on espérer que votre réflexion évolue ?

Lors de l'examen du projet de loi sur l'audiovisuel en 2000, c'est vrai, des dispositions comparables avaient été un moment évoquées. Mais convenons que depuis, le monde des médias a évolué et que le phénomène de leur concentration s'est amplifié, comme le montre très bien le rapport de M. Bloche.

Par ailleurs, il convient bien sûr de sauvegarder l'indépendance des rédactions, mais force est de constater, à cet égard, que certains chefs d'entreprises, détenteurs de médias, ont contrevenu par leur attitude à la culture même du secteur des médias.

**M. Jacques Gersperrin.** Ayant acheté *Libération*, pour la première fois en trois ans, j'ai pu constater que chaque page ou presque de ce quotidien contenait une attaque en règle contre le Président de la République. C'est bien la démonstration qu'aucune collusion n'existe entre Nicolas Sarkozy et Edouard de Rothschild...

J'ai plutôt l'impression que cette proposition de loi est le produit de ce que l'on pourrait appeler une « fixette » contre le Président de la République et sa politique. Elle offense également la neutralité et l'intelligence des rédacteurs en chef, par ailleurs bien défendus par leurs syndicats.

**M. le rapporteur.** Monsieur Groperrin, il suffit de lire *Libération* pour être convaincu que le Parti socialiste peut y être lui aussi critiqué.

Non, il ne s'agit pas de notre part d'une charge contre le Président de la République ; et les partis de gauche ne sont pas les seuls à soutenir le raisonnement que je vous ai présenté : François Bayrou a mené une partie de sa campagne présidentielle sur le thème de cette proposition de loi.

Le carburant de ce texte, monsieur Kert, c'est plutôt la démocratie. Incontestablement, la pratique du pouvoir qui est celle de M. Sarkozy conduit à une sensibilisation plus forte à certaines thématiques. Ainsi, le temps de parole du Président de la République, à la suite de la décision du Conseil d'État du 8 avril 2009 et de celle du Conseil supérieur de l'audiovisuel qui a suivi, n'est plus comptabilisé de la même manière que pour les prédécesseurs de M. Sarkozy, tout simplement parce que le mode de gouvernance de ce dernier l'amène à être plus présent dans les médias. Je n'ai pas voulu établir un rapport anecdotique, mais tout le monde sait que M. Sarkozy a une certaine propension à donner son avis que ce soit sur le choix des journalistes, notamment lorsqu'ils sont chargés de présenter les journaux télévisés de 20 heures, ou même sur les grilles de programme – notamment sur la place qu'y occupent les émissions politiques.

Nous n'avons pas déposé une proposition de loi de circonstance, visant un homme en particulier ; nous nous intéressons aux relations existant entre le pouvoir exécutif et certains médias. Ce n'est pas un hasard si nous avons déposé parallèlement une demande de commission d'enquête sur le fait que l'Élysée commande et finance sur son budget des sondages dont bénéficie, ensuite, une certaine partie de la presse écrite et audiovisuelle.

Vous avez évoqué le débat sur la loi de 2000, qui nous occupait depuis 1998. Certes à l'époque, nous n'avions pas retenu le dispositif que nous proposons aujourd'hui ; nous avons été amenés à une « revoiture » des dispositifs anti-concentration et nous avons posé les bases de la télévision numérique terrestre (TNT), mais en ce temps de cohabitation, notre attention se concentrait surtout sur un média audiovisuel à très forte audience, *TF1*. Depuis, le paysage audiovisuel a évolué, et il ne s'agit pas ici de revoir les seuils de concentration. Je ne sais pas, d'ailleurs, s'il faudra les revoir car le développement des chaînes de la TNT et la concurrence d'Internet conduisent à une décroissance de l'audience des chaînes historiques.

Vous avez évoqué aussi les États généraux de la presse. Pour ma part, je vous renvoie à la réunion qui s'est tenue au Théâtre de la Colline le 24 novembre 2008 : les journalistes y avaient appelé au « *refus impératif du mélange des*

*intérêts industriels et médiatiques, afin de garantir que les opérateurs économiques n'aient pas d'autre objectif que l'information* ». Quand les médias sont détenus par des grands groupes industriels et financiers, l'information risque d'être censurée lorsqu'elle va à l'encontre des intérêts de ces groupes. Cette proposition de loi est un peu le corollaire de la décision prise au printemps dernier sur le temps de parole du Président de la République.

Quant à la décision de la Cour de justice des Communautés européennes, qui portait sur des dispositions votées en Grèce pour assurer l'indépendance du secteur des médias par rapport à celui des travaux publics, elle fait état d'une méconnaissance du principe de proportionnalité. La présente proposition de loi, qui vise avant tout à clarifier les liens entre le pouvoir politique et les médias, ne me paraît pas concernée par cette jurisprudence.

Enfin, sur le plan économique, je ne crois pas que les dispositions que nous proposons fragiliseraient le secteur des médias, tout simplement parce que, en vertu d'un principe constitutionnel, cette loi, si par bonheur elle était votée, n'aurait pas un caractère rétroactif. Elle n'aurait donc pas pour effet d'obliger les grands groupes à se dessaisir des médias qu'ils possèdent, pas plus que de permettre aux groupes étrangers de s'en emparer avec voracité.

## II.- EXAMEN DES ARTICLES

### *Article 1<sup>er</sup>*

#### **Régulation de la concentration dans le secteur de la communication audiovisuelle**

L'article 1er de la présente proposition de loi tend à insérer un article 41-1 A dans la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 afin de « prévenir les atteintes au pluralisme » aux termes de son premier alinéa.

**Ses quatre premiers alinéas** fixent de nouvelles conditions à la délivrance d'autorisations d'émettre un service de radio ou de télévision en interdisant cette délivrance :

– 1° aux sociétés, entreprises ou établissements bénéficiant d'un soutien financier de l'État ou d'une collectivité publique (**deuxième alinéa de l'article 41-1**) ce qui exclut les radios et télévisions associatives. Ce soutien financier peut prendre la forme de garanties d'intérêts, de subventions ou d'avantages, sauf dans l'hypothèse où ces avantages ne « *découlent de l'application automatique d'une législation générale ou d'une réglementation générale* » ;

– 2° aux mêmes personnes morales précitées « *dont l'activité est significativement assurée* » par des commandes publiques : exécution de travaux, prestation de fournitures ou de services « *pour le compte ou sous le contrôle de l'État, d'une collectivité ou d'un établissement public ou d'une entreprise nationale ou d'un État étranger* » (**troisième alinéa de l'article 41-1 A**) ;

– 3° aux sociétés, entreprises ou établissements « *dont plus d'un pour cent du capital est constitué par des participations de sociétés visées au 1° et 2°* » de l'article, à savoir celles dont le chiffre d'affaires est significativement lié à la commande publique et celles qui sont soutenues financièrement par une personne publique (**quatrième alinéa de l'article 41-1 A**).

Par ailleurs, les **deux derniers alinéas de l'article 41-1 A** proscrivent aux sociétés mentionnées au 1°, 2° et 3° de l'article d'acquiescer ou de prendre en location gérance un service de radio ou de télévision. En outre, ces dispositions leur interdisent de prendre le contrôle d'un service de radio ou de télévision que cette prise de contrôle « *s'apprécie au regard des critères figurant à l'article L. 233-3 du code de commerce ou s'entend de toute situation dans laquelle une personne physique ou morale ou un groupement de personnes physiques ou morales aurait placé un service de radio ou de télévision sous son autorité ou sa dépendance* ».

\*

*La Commission rejette l'article 1<sup>er</sup>.*

## *Article 2*

### **Régulation de la concentration dans le secteur de la presse**

**L'article 2** de la présente proposition de loi vise introduit dans la loi n° 86-897 du 1<sup>er</sup> août 1986 portant réforme du régime juridique de la presse un nouvel article 11-1 visant à interdire l'acquisition, la prise location gérance ou la prise de contrôle d'un titre de presse d'information politique et générale quelle qu'en soit la périodicité (**premier alinéa de l'article 11-1**) aux mêmes personnes morales que celles définies à l'article 1er à savoir :

– 1° les sociétés, entreprises ou établissements bénéficiant d'un soutien financier de l'État ou d'une collectivité publique (**deuxième alinéa de l'article 11-1**) sous forme de garanties d'intérêts, de subventions ou d'avantages, à l'exception de ceux qui « *découlent de l'application automatique d'une législation générale ou d'une réglementation générale* » ;

– 2° les sociétés, entreprises ou établissements exerçant une activité significativement alimentée par la commande publique (**troisième alinéa de l'article 11-1**) ;

– 3° les sociétés, entreprises ou établissements « *dont plus d'un pour cent du capital est constitué par des participations de sociétés entreprises ou établissements visées au 1° et 2°* » (**quatrième alinéa de l'article 11-1**).

**Le cinquième et dernier alinéa de l'article 11-1** précise que la prise de contrôle mentionnée au premier alinéa s'apprécie « *au regard des critères figurant à l'article L. 233-3 du code de commerce ou s'entend « de toute situation dans laquelle une personne physique ou morale ou un groupement de personnes physiques ou morales aurait placé un service de radio ou de télévision sous son autorité ou sa dépendance* ».

\*

*La Commission rejette l'article 2.*

*La Commission rejette l'ensemble de la proposition de loi n° 1958. En conséquence, aux termes de l'article 42 de la Constitution, la discussion en séance publique aura lieu sur le texte initial de cette proposition de loi.*

## TABLEAU COMPARATIF

Dispositions en vigueur	Texte de la proposition de loi	Propositions de la commission
<p><b>Loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication</b></p>	<p><b>Proposition de loi visant à réguler la concentration dans le secteur des médias</b> CHAPITRE I<sup>ER</sup></p> <p><b>De la régulation de la concentration dans le secteur de la communication audiovisuelle</b></p> <p>Article premier</p>	
<p><i>Art. 41.</i> – Une même personne physique ou morale ne peut, sur le fondement d'autorisations relatives à l'usage de fréquences dont elle est titulaire pour la diffusion d'un ou de plusieurs services de radio par voie hertzienne terrestre en mode analogique, ou par le moyen d'un programme qu'elle fournit à d'autres titulaires d'autorisation par voie hertzienne terrestre en mode analogique, disposer en droit ou en fait de plusieurs réseaux que dans la mesure où la somme des populations recensées dans les zones desservies par ces différents réseaux n'excède pas 150 millions d'habitants.</p>		
<p>Nul ne peut être titulaire de deux autorisations relatives chacune à un service national de télévision diffusé par voie hertzienne terrestre. Cette disposition ne s'applique pas aux services diffusés en télévision mobile personnelle.</p>		
<p>Nul ne peut être simultanément titulaire d'une autorisation relative à un service national de télévision diffusé par voie hertzienne terrestre dont l'audience dépasse le seuil mentionné au I de l'article 39 et d'une autorisation relative à un service de même nature en mode analogique autre que national. Une même personne peut toutefois être simultanément titulaire d'une autorisation relative à un service national de télévision diffusé par voie hertzienne terrestre et de plusieurs autorisations relatives à des services de même nature desservant chacun une zone géographique différente située</p>		

**Dispositions en vigueur**

—  
dans un département d'outre-mer ou dans une collectivité d'outre-mer ou en Nouvelle-Calédonie.

Toutefois, une même personne peut être titulaire, directement ou indirectement, d'un nombre maximal de sept autorisations relatives chacune à un service ou programme national de télévision autre que la télévision mobile personnelle diffusé par voie hertzienne terrestre en mode numérique lorsque ces services ou programmes sont édités par des sociétés distinctes ou lorsqu'ils sont autorisés dans les conditions prévues au deuxième alinéa du III de l'article 30-1, dans sa rédaction antérieure à l'entrée en vigueur de la loi n° 2007-309 du 5 mars 2007 relative à la modernisation de la diffusion audiovisuelle et à la télévision du futur, ou au dernier alinéa du III de l'article 30-1.

Une personne ne peut être titulaire de plus de deux autorisations relatives chacune à un service de télévision diffusé en mode analogique exclusivement sur des fréquences affectées à la radio et à la télévision par satellite.

Une personne titulaire d'une ou de plusieurs autorisations relatives chacune à un service de télévision diffusé par voie hertzienne terrestre en mode analogique autre que national ne peut devenir titulaire d'une nouvelle autorisation relative à un service de même nature autre que national si cette autorisation devait avoir pour effet de porter à plus de douze millions d'habitants la population recensée des zones desservies par l'ensemble des services de même nature pour lesquels elle serait titulaire d'autorisations.

Une personne titulaire d'une ou de plusieurs autorisations relatives chacune à un service de télévision diffusé par voie hertzienne terrestre en mode numérique autre que national ne peut devenir titulaire d'une nouvelle autorisation relative à un service de même nature autre que national si cette autorisation devait avoir pour effet de porter à plus de douze millions d'habitants la population recensée des zones desservies par l'ensemble des services de même nature pour lesquels elle serait titulaire d'autorisations.

Une personne titulaire d'une

**Texte de la proposition de loi**

**Propositions de la commission**

Dispositions en vigueur	Texte de la proposition de loi	Propositions de la commission
<p>autorisation pour l'exploitation d'un service de télévision par voie hertzienne terrestre en mode analogique dans une zone déterminée ne peut devenir titulaire d'une nouvelle autorisation relative à un service de même nature diffusé en totalité dans la même zone en mode analogique.</p>	<p>Après l'article 41 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, il est inséré un article 41-1 A ainsi rédigé :</p> <p>« Art. 41-1 A. – Afin de prévenir les atteintes au pluralisme, aucune autorisation relative à un service de radio ou de télévision ne peut être délivrée à une personne appartenant à l'une des catégories suivantes :</p> <p>« 1° les sociétés, entreprises ou établissements jouissant, sous forme de garanties d'intérêts, de subventions ou, sous forme équivalente, d'avantages assurés par l'État ou par une collectivité publique sauf dans le cas où ces avantages découlent de l'application automatique d'une législation générale ou d'une réglementation générale ;</p> <p>« 2° les sociétés ou entreprises dont l'activité est significativement assurée par l'exécution de travaux, la</p>	<p>Une personne titulaire d'une autorisation pour l'exploitation d'un service de télévision par voie hertzienne terrestre en mode numérique dans une zone déterminée ne peut devenir titulaire d'une nouvelle autorisation relative à un service de même nature diffusé en totalité dans la même zone en mode numérique.</p> <p>Nul ne peut être titulaire d'une ou plusieurs autorisations relatives chacune à un service de radio dont l'audience potentielle cumulée terrestre dépasse 20 % des audiences potentielles cumulées de l'ensemble des services de radio, publics ou autorisés, diffusés par voie hertzienne terrestre.</p> <p>Nul ne peut être titulaire d'une ou plusieurs autorisations relatives chacune à un service diffusé en télévision mobile personnelle si l'audience potentielle cumulée terrestre de ce ou ces services dépasse 20 % des audiences potentielles cumulées terrestres de l'ensemble des services de télévision, publics ou autorisés, diffusés en télévision mobile personnelle.</p>

**Dispositions en vigueur**

**Texte de la proposition de loi**

**Propositions de la commission**

**Code de commerce**

*Art. L. 233-3. – I. - Une société est considérée, pour l'application des sections 2 et 4 du présent chapitre, comme en contrôlant une autre :*

1° Lorsqu'elle détient directement ou indirectement une fraction du capital lui conférant la majorité des droits de vote dans les assemblées générales de cette société ;

2° Lorsqu'elle dispose seule de la majorité des droits de vote dans cette société en vertu d'un accord conclu avec d'autres associés ou actionnaires et qui n'est pas contraire à l'intérêt de la société ;

3° Lorsqu'elle détermine en fait, par les droits de vote dont elle dispose, les décisions dans les assemblées générales de cette société ;

4° Lorsqu'elle est associée ou actionnaire de cette société et dispose du pouvoir de nommer ou de révoquer la majorité des membres des organes d'administration, de direction ou de surveillance de cette société.

II. - Elle est présumée exercer ce contrôle lorsqu'elle dispose directement ou indirectement, d'une fraction des droits de vote supérieure à 40 % et qu'aucun autre associé ou actionnaire ne détient directement ou indirectement une fraction supérieure à la sienne.

III. - Pour l'application des mêmes sections du présent chapitre, deux ou plusieurs personnes agissant de concert sont considérées comme en

prestation de fournitures ou de services pour le compte ou sous le contrôle de l'État, d'une collectivité ou d'un établissement public ou d'une entreprise nationale ou d'un État étranger ;

« 3° les sociétés dont plus d'un pour cent du capital est constitué par des participations de sociétés, entreprises ou établissements visés aux 1° et 2° ci-dessus.

« De même, est interdite, à peine de nullité, l'acquisition, la prise de contrôle ou la prise en location-gérance d'une personne titulaire d'une autorisation relative à un service de radio ou de télévision par les sociétés, entreprises ou établissements visés aux 1°, 2° et 3° ci-dessus.

« La prise de contrôle mentionnée à l'alinéa précédent s'apprécie au regard des critères figurant à l'article L. 233-3 du code de commerce ou s'entend de toute situation dans laquelle une personne physique ou morale ou un groupement de personnes physiques ou morales aurait placé un service de radio ou de télévision sous son autorité ou sa dépendance. »

**Dispositions en vigueur**

contrôlant conjointement une autre lorsqu'elles déterminent en fait les décisions prises en assemblée générale.

**Loi n° 86-897 du 1<sup>er</sup> août 1986  
portant réforme du régime juridique  
de la presse**

Art. 11. – Est interdite, à peine de nullité, l'acquisition, la prise de contrôle ou la prise en location-gérance d'une publication quotidienne imprimée d'information politique et générale lorsque cette opération a pour effet de permettre à une personne physique ou morale ou à un groupement de personnes physiques ou morales de posséder, de contrôler, directement ou indirectement, ou d'éditer en location-gérance des publications quotidiennes imprimées d'information politique et générale dont le total de la diffusion excède 30 % de la diffusion sur le territoire national de toutes les publications quotidiennes imprimées de même nature. Cette diffusion est appréciée sur les douze derniers mois connus précédant la date d'acquisition, de prise de contrôle ou de prise en location-gérance.

Le contrôle mentionné à l'alinéa précédent s'apprécie au regard des critères figurant à l'article L. 233-3 du code de commerce ou s'entend de toute situation dans laquelle une personne physique ou morale ou un groupement de personnes physiques ou morales aurait placé une publication sous son autorité ou sa dépendance.

**Texte de la proposition de loi**

CHAPITRE II

**De la régulation de la concentration  
dans le secteur de la presse**

Article 2

Après l'article 11 de la loi n° 86-897 du 1<sup>er</sup> août 1986 portant réforme du régime juridique de la presse, il est inséré un article 11-1 ainsi rédigé :

« Art. 11-1. – Est interdite, à peine de nullité, l'acquisition, la prise de contrôle ou la prise en location-gérance d'une publication imprimée d'information politique et générale par toute personne appartenant à l'une des catégories suivantes :

« 1° les sociétés, entreprises ou établissements jouissant, sous forme de garanties d'intérêts, de subventions ou, sous forme équivalente, d'avantages assurés par l'État ou par une collectivité publique sauf dans le cas où ces avantages découlent de l'application automatique d'une législation générale

**Propositions de la commission**

**Dispositions en vigueur**

---

**Texte de la proposition de loi**

---

**Propositions de la commission**

---

ou d'une réglementation générale ;

« 2° les sociétés ou entreprises dont l'activité est significativement assurée par l'exécution de travaux, la prestation de fournitures ou de services pour le compte ou sous le contrôle de l'État, d'une collectivité ou d'un établissement public ou d'une entreprise nationale ou d'un État étranger ;

« 3° les sociétés dont plus d'un pour cent du capital est constitué par des participations de sociétés, entreprises ou établissements visés aux 1° et 2° ci-dessus.

« La prise de contrôle mentionnée à l'alinéa précédent s'apprécie au regard des critères figurant à l'article L. 233-3 du code de commerce ou s'entend de toute situation dans laquelle une personne physique ou morale ou un groupement de personnes physiques ou morales aurait placé une publication sous son autorité ou sa dépendance. »

## **ANNEXES**

### **ANNEXE 1**

#### **LISTE DES PERSONNES AUDITIONNÉES PAR LE RAPPORTEUR**

*(par ordre chronologique)*

- **Direction du développement des médias du ministère de la culture** – **Mme Laurence Franceschini**, directrice, **Mme Sylvie Clément-Cuzin**, sous-directrice de la presse écrite, et **M. Sébastien Croix**, chef du bureau du régime juridique de l’audiovisuel
- **Centre d’études des mouvements sociaux** – **M. Jean-Marie Charon**, sociologue
- **Conseil supérieur de l’audiovisuel** – **M. Emmanuel Gabla**, conseiller, et **M. Olivier Japiot**, directeur général



**ANNEXE 2 : TABLEAU DES PRINCIPAUX GROUPES INDÉPENDANTS DE MÉDIAS PRÉSENTS SUR LE MARCHÉ FRANÇAIS**

GROUPES	PRESSE ÉCRITE				TÉLÉVISION				RADIO
	Édition presse quotidienne	Édition presse magazine et autres	Distribution	Édition hertzien analog.	Édition hertzien num. (TNT)	Édition câble ou satellite	Distribution		
<p><b>Bertelsmann</b>                      – Contrôlé par Bertelsmann Foundation: 57,60 %                      – Famille Mohr : 17,30 %</p>		<p><b>Prisma Presse :</b>  <i>Capital ; Gala ; Femmes ; Femme actuelle ; Voci ; Prima cuisine gourmande ; Management ; Geo ; Cuisine actuelle ; Guide cuisine ; Femme actuelle jeux ; Prima maison ; Prima ; Ty grandes chaînes ; Télé 2 semaines ; Geo histoire ; Ça m'intéresse ; Télé loisirs</i></p> <p><b>Motor presse :</b>  <i>Occasions mag ; Moto Journal ; Moto conso ; Camping car magazine ; Camping car ; Hôteleur de plein air ; OT-Officiel des terrains de camping ; Camping et caravaning ; Guide officiel des campings ; Jogging international ; Enduro magazine ; Automobile magazine ; Cafe racer ; Golf magazine ; Golf européen ; Lacs et rivières ; Bateaux ; Officiel du cycle de la moto et du quad ; Evasion ; Cycle ; Quelle voiture ?</i></p> <p><b>SPMS :</b>  <i>Top 5 cars magazine</i></p> <p><b>NG France :</b>  <i>National Geographic</i></p> <p><b>VSD :</b>  <i>VSD</i></p>	<p>Eurooutage                      Data Marketing                      et Logistique                      Services</p>	<p>M6 via RTL group                      48,55 %</p>				<p>RTL                      RTL 2                      Fun Radio</p> <p>À noter, ces radios sont contrôlées via RTL Group détenu par Bertelsmann à 90,13 %</p>	
<p><b>Métropole Télévision</b>                      – Contrôlé par RTL Group (Bertelsmann): 48,55 %                      – Swilux S.A. : 7,10 %</p>		<p><b>M6 Éditions :</b>  <i>dîner presque parfait ; hit girl ; Jan 2</i></p> <p><b>M6 Interactives :</b></p>		<p>M6</p>	<p>– W9                      – Paris Première (payant)                      – TF6 (payant et</p>	<p>Best of Shopping                      – Fun TV                      – M6 Boutique la chaîne                      – M6 Music Hits</p>	<p>CanalSat                      (5,1 %)</p>		

GROUPES	PRESSE ÉCRITE			TÉLÉVISION				RADIO	
	Édition presse quotidienne	Édition presse magazine et autres	Distribution	Édition hertzien analog.	Édition hertzien num. (TNT)	Édition câble ou satellite	Distribution		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Métropole TV 0,24 %</li> <li>- Salariés (Fonds Commun Placement) : 0,10 %</li> <li>- Public : 43,91 %</li> </ul> <p><b>Participation État français</b> via BNP Paribas</p>		<i>M6 GAME PSX; M6 GAME PC</i>			co contrôlé avec TF1)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- M6 Music Black</li> <li>- M6 Music Rock</li> <li>- Téva</li> <li>- Série Club co-contrôlé avec TF1</li> </ul>			
<p><b>AB Groupe</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Contrôlé par <u>Port Noir Investment Sarl</u> (Luxembourg) 66,5 %</li> <li>- TF1 : 33,50 %</li> </ul>					NT1 TMC co-contrôlé avec TF1	<ul style="list-style-type: none"> <li>ABI, AB Moteurs, Action, Animaux, Chasse et Pêche, Cine Box, Cine FX, Encyclopédia, Escapes, Fit TV, Mangas, Toute l'histoire, XXL</li> </ul>	Bis Tv		
<p><b>NRJ group</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Contrôlé par <u>M. Jean-Paul Bauderoux</u> : 72,84 %</li> <li>- NRJ Group : 5,01 %</li> <li>- Tocqueville Finance SA : 4,78 %</li> <li>- Autres Administrateurs et Dirigeants : 3,88 %</li> <li>- N.R.J. : 0,01 %</li> <li>- Public : 13,48 %</li> </ul>					NRJ12		<ul style="list-style-type: none"> <li>NRJ Hits</li> <li>7L</li> <li>Montpellier</li> <li>NRJ Paris</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>NRJ</li> <li>Nostalgie</li> <li>Chérie FM</li> <li>Rire et chansons</li> </ul>	
<p><b>Next Radio TV</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Contrôlé par <u>WMC</u>: 36,26 % (détenu à 100 % par M. Alain WEILL via la société News Participations)</li> <li>- Alpha Radio BV 21,99 %</li> <li>- Financière de l'Échiquier : 7,43 %</li> <li>- Sycomore Asset Management : 4,98 %</li> <li>- Principauté de Monaco : 1,45 %</li> </ul>									<ul style="list-style-type: none"> <li>RMC</li> <li>BFM</li> </ul>

GROUPES	PRESSE ÉCRITE				TÉLÉVISION				RADIO
	Édition presse quotidienne	Édition presse magazine et autres	Distribution	Édition hertzien analog.	Édition hertzien num. (TNT)	Édition câble ou satellite	Distribution		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Salariés et Dirigeants : 1,33 %</li> <li>- Financière Pinault : 1,25 %</li> <li>- M. Marc Laufer : 1,04 %</li> <li>- Tribune Desfossés 0,99 %</li> <li>- NextRadioTV : 0,91 %</li> <li>- Fonds commun de placement des salariés : 0,27 %</li> <li>- Public : 26,1 %</li> </ul>									
<p><b>Éditions Philippe Amaury</b> <b>Part. Lagardère 25 %</b></p>	<p><i>Le Parisien Aujourd'hui France</i> <i>L'Équipe</i> <i>L'Écho Républicain</i></p>	<p><i>Sport et style; France football; vélo magazine; L'équipe magazine</i></p>	<p>Société de Distribution et de Vente du Parisien</p>						
<p><b>Le Monde Partenaires et Associés</b> Participation de l'État via GDF-Suez et BNP-Paribas</p>	<p><b>Société Editrice du Monde :</b> <i>Le Monde magazine</i> <b>Courrier international ;</b> <i>Le Monde de l'éducation ; La Lettre de l'éducation ; Le Monde diplomatique ;</i> <i>Manière de voir ; Ulysse</i> <b>Télérama SA :</b> <i>Télérama</i> <b>Maiesherbes Publications :</b> <i>La Vie ; Le Monde des religions ;</i> <i>Prier : Les Clés de la foi ; Ecritures.</i> <b>SPER :</b> <i>Danser ; Top Famille Magazine</i></p>								
<p><b>SIPA</b> <b>(Groupe Ouest France)</b></p>	<p><b>Société Ouest-France :</b> <i>Ouest France</i> <b>20 Minutes France (25 %) :</b> <i>20 Minutes</i></p>	<p><b>PubliHebdo :</b> <i>La Chronique Républicaine, Le Courrier Indépendant, L'Écho de l'Armor et de l'Argoat, La Gazette du Centre Morbihan, Le Petit Bleu, Le Pays Malouin, Le Penthièvre, Le Trégor, Le Ploërmelais, Pontivy Journal, La Presse</i></p>	<p>Adrexo (284 dépôts en France)</p>						

GROUPES	PRESSE ÉCRITE				TÉLÉVISION				RADIO
	Édition presse quotidienne	Édition presse magazine et autres	Distribution	Édition hertzien num. (TNT)	Édition hertzien analog.	Édition câble ou satellite	Distribution		
	<p><b>Autres filiales :</b>  <i>Presse de la Manche</i>  <i>Le Maine Libre</i>  <i>Courrier de l'Ouest</i>  <i>Presse-Océan</i></p>	<p><i>d'Armor</i>, <i>Le Journal de Viré</i>, <i>Le Courrier de Mantas</i>, <i>Le Courrier des Yvelines</i>, <i>La Gazette du Val-d'Oise</i>, <i>La République de Seine-et-Marne</i>, <i>La Dépêche du Pays de Bray</i>, <i>L'Action Républicaine</i>, <i>La Marne L'Echo-Le Régional</i>, <i>Le Bulletin (Darnetal)</i>, <i>Les Informations Dieppoises</i>, <i>L'Informateur</i>, <i>Eclairer Brayon</i>, <i>Le Réveil de Neufchâtel</i>, <i>Le Démocrate vernonnais</i>, <i>Eure Infos</i>, <i>L'Éveil de Pont-Audemer</i>, <i>L'Éveil normand</i>, <i>La Dépêche</i>, <i>Le Courrier de l'Eure</i>, <i>Le Journal d'Elbeuf</i>, <i>L'Impartial</i>, <i>L'Éveil de Lisieux-Côte</i>, <i>Liberté - Le Bonhomme libre</i>, <i>Les Nouvelles de Falaise</i>, <i>La Voix - Le Bocage</i>, <i>La Renaissance du Bessin</i>, <i>Le Pays d'Avge</i>, <i>La Gazette de la Manche</i>, <i>Le Journal de l'Orne</i>, <i>L'Orne-Hebdo</i>, <i>Le Perche</i>, <i>Le Réveil normand</i>, <i>Le Publicateur libre</i>, <i>L'Orne Combattante</i>, <i>Les Alpes Mancelles</i>, <i>L'Hebdo de Sèvre &amp; Maine</i>, <i>Les Nouvelles</i>, <i>Le Pays Yonnais</i>, <i>Les Sables Vendée-Journal</i>, <i>L'Éclairer</i>, <i>Le Courrier vendéen</i>, <i>L'Echo sarthois</i>, <i>L'Écho de la Presqu'île</i>, <i>L'Éclairer</i>, <i>Le Journal d'Abbeville</i>.</p> <p><b>Spir Communication :</b>  <i>Top annonces (177 éditions locales)</i>                      Logie Immo (53 éditions locales)</p>							
<p><b>Groupe Hersant Média (Famille Hersant)</b></p>	<p><b>France Région Participations :</b>  <i>Est éclair</i>  <i>l'Union</i>  <i>Havre libre</i>  <i>Havre presse</i>  <i>Progrès de F2camp</i>  <i>Normandie dimanche</i>  <i>Havre dimanche</i>  <i>Libération</i></p>	<p><b>Comareg :</b>                      - Paru Vendu (280 éditions).                      - 260 journaux locaux gratuits d'annonces.                      Regroupe les ex-A tout et les ex-Bonjour suite au rachat de la Comareg (Communication pour les marchés régionaux)                      - 50,5 % du capital du Journal des Plages, hebdomadaire gratuit estival</p>	<p>Mediapost</p>						

GROUPES	PRESSE ÉCRITE			TÉLÉVISION			RADIO
	Édition presse quotidienne	Édition presse magazine et autres	Distribution	Édition hertzien analog.	Édition hertzien num. (TNT)	Édition câble ou satellite	
	<i>champagne</i> <i>L'Aisne Nouvelle</i> <b>La Provence :</b> <i>La Provence</i> <i>Paris Normandie</i>  <b>Nice-Matin :</b> <i>Corse matin</i> <i>Nice-matin</i> <i>Var-matin</i> <b>France-Antilles</b> <b>(100%) :</b> <i>France Antilles</i> <i>Martinique</i> <i>France Guyane</i> <i>France Antilles</i> <i>Guadeloupe</i> <i>Journal de l'île de la Réunion</i> <b>Société du journal l'Est Républicain</b> <b>(27%) :</b> <i>Est Républicain</i> <b>Filiales</b> <b>Républicain : Est</b> <i>Dernières Nouvelles d'Alsace</i> <i>Vosges Matin</i> <b>EBRA (51 %) :</b> <i>Dauphiné Libéré</i> <i>Le Progrès</i> <i>Journal de la Haute Marne</i> <i>Bien Public</i> <i>Dauphiné Libéré</i> <i>Journal de Saône et Loire</i>						



**ANNEXE 3 : TABLEAU DES PRINCIPAUX GROUPES DE MÉDIAS PRÉSENTS SUR LE MARCHÉ FRANÇAIS ET DÉTENUS OU CONTRÔLÉS PAR DES GROUPES FINANCIERS OU INDUSTRIELS**

GROUPES	PRESSE ÉCRITE			TÉLÉVISION			RADIO	
	Édition presse quotidienne	Édition presse magazine et autres	Distribution	Édition hertzien analog.	Édition hertzien num. (TNT)	Édition câble ou satellite		Distribution
<p><b>TF1</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Contrôlé par Bouygues : 42,93 %</li> <li>- Harris Associates LP (USA) : 10,03 %</li> <li>- Société Générale Asset Management : 5,09 %</li> <li>- Personnel de la Société : 4,30 %</li> <li>- Morgan Stanley &amp; Co. Incorporated (USA) : 2,29 %</li> <li>- Télévision Française 1 : 0,01 %</li> <li>- Public : 35,35 %</li> <li>- Participation de l'État français via la Société générale</li> </ul>	Métro France (34 %)	Ushuaia magazine		TF1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- TMC (contrôle conjoint avec AB group)</li> <li>- LCI (payant)</li> <li>- Eurosport (payant)</li> <li>- TF6 (payant et co contrôlé avec M6)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Eurosport 2</li> <li>- Histoire</li> <li>- Odyssée,</li> <li>- TV Breizh</li> <li>- Ushuaia TV</li> <li>- Série club (co contrôlé avec M6)</li> </ul>	CanalSat (9,9 %)	LCI Radio
<p><b>Lagardère Active (43 sociétés éditrices de presse et périodiques)</b></p> <p>Contrôlé à 100 % par Hachette S.A.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Version Femina (50 %)</li> <li>- Top Famille Santé (50 %)</li> <li>- Psychologies Magazine (49 %)</li> </ul> <p><b>Hachette Filipacchi Presse :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Photo ; Elle ; Journal du dimanche ; France dimanche ; Parents</li> <li>Télé 7 jours ; Télé 7 jeux ; Elle</li> </ul>	NMPP (49 % via hachette)		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gulli (détenue à 66 %, 34 % sont détenus par France Télévisions)</li> <li>- Virgin 17 (détenue à 100 %)</li> </ul> <p>À noter : ces chaînes sont contrôlées via Lagardère Active Broadcast</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Canal J</li> <li>- Filles TV,</li> <li>- MCM</li> <li>- MCM Top</li> <li>- MCM Pop</li> <li>- Mezzo</li> <li>- Tiji</li> </ul>	CanalSat (20 % via Lagardère holding)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Europe 1</li> <li>- Virgin radio</li> <li>- RFM</li> <li>- Europe 1 sport (en Ile-de-France)</li> </ul> <p>À noter : ces radios sont contrôlés via Lagardère Active Broadcast</p>

GROUPES	PRESSE ÉCRITE		TÉLÉVISION				RADIO
	Édition presse quotidienne	Édition presse magazine et autres	Distribution	Édition hertzien analog.	Édition hertzien num. (TNT)	Édition câble ou satellite	
		<p>décoration ; Ici Paris ; Première ; Pris match ; Pariscope ; Jeune et jolie ; Elle à table ; Elle à paris ; Mon jardin ; Ma maison ; Acton ; Auto moto ; Campagne</p> <p>décoration ; Journal de la maison ; Mon jardin et ma maison ; Public ; Driven ; Chine plus</p> <p><b>Disney Hachette</b></p> <p><b>Presse :</b>                      Winnie jeux ; Monde de cars ; Pay/house disney ; Picsou magazine ; Mickey parade géant ; Disney princesse ; Super picsou géant ; Mickey jeux ; Witch mag ; High school musical ; Winnie ; Journal de mickey ; Bambi</p> <p><b>Groupe Marie-Claire (42 %)</b>                      Cf. <i>infra</i></p> <p><b>Éditions Philippe Amaury (25 %)</b>                      Cf. <i>infra</i></p>					

GROUPES	PRESSE ÉCRITE			TÉLÉVISION			RADIO
	Édition presse quotidienne	Édition presse magazine et autres	Distribution	Édition hertzien num. (TNT)	Édition câble ou satellite	Distribution	
<p><b>Canal +</b></p> <p>— Contrôlé par Canal + France 48,48 % (1)</p> <p>— La Compagnie Financière Edmond de Rothschild Banque : 4,93 %</p> <p>— Sociétés(s) du Groupe Axa : 4,73 %</p> <p>— DNCA Finance : 4,31 %</p> <p>— State Street Bank : 3,65 %</p> <p>— Sociétés(s) du Groupe Crédit Industriel et Commercial : 3,34 %</p> <p>— Pathé : 2,18 %</p> <p>— Crédit Suisse Securities (Europe) Ltd : 2,14 %</p> <p>— Crédit Suisse First Boston : 1,34 %</p> <p>— CNP Assurances : 0,98 %</p> <p>— Financière de l'Échiquier : 0,93 %</p> <p>— Société Hospitalière d'Assurances Mutuelles : 0,77 %</p> <p>— Exane : 0,75 %</p> <p>— Canal + : 0,02 %</p> <p>— Public : 21,45 %</p>			Canal + (payant)	Canal+ Cinéma (payant) Canal+ Sport (payant) TPS Star (payant) l' Télé Planète (payant)	Ciné Cinéma Premier, CC Culte, CC Émotion, CC Frisson, CC Famiz, CC Auteur, Canal+ CC Star, Comédie 1, Cuisine TV, Jimmy, Planète, Planète Junior, Planète Justice, Planète No Limit, Planète Thalassa, Seasons, Sport+, Ciné+, Kiosque, Infosport, Multivision, Piwi, Télétoon, TPS Star	CanalSat (65 %)	
<p><b>Orbus</b></p> <p>— Contrôlé par Axa Private Equity Fund : 80 %</p> <p>— M. Pierre Bellanger : 20 %</p>							Skyrock

(1) Canal + France est détenue par le Groupe Canal+ (65 %) (détenu à 100 % par Vivendi), Lagardère Holding TV (20 %), TF1 (9,9 %) et M6 Numérique 5,1 %.

GROUPES	PRESSE ÉCRITE			TÉLÉVISION			RADIO
	Édition presse quotidienne	Édition presse magazine et autres	Distribution	Édition hertzien analog.	Édition hertzien num. (TNT)	Édition câble ou satellite	
<p><b>Marie Claire</b>  <b>Part. Lagardère 42 %</b></p>		<p>Art et décoration ;  Maison et travaux ;  100 idées déco ; 100 idées jardin ; Marie Claire ; Health &amp; beauty ; Marie Claire idées ; Cuisine et vins de France ; Marie Claire maison ; Cosmopolitain, Avantages, Famili</p> <p><b>Revue du vin de France :</b>  Revue du vin de France ; Carnets de dégustation de la revue du vin de France</p>					
<p><b>Crédit Mutuel Centre Est Europe</b></p>	<p>L'Alsace-Le pays (80 %)  Le Républicain Lorrain</p> <p><b>BFCM :</b>  Est Républicain (19 %)  Dernières Nouvelles d'Alsace  Vosges Matin</p> <p><b>EBRA (49 %) :</b>  Dauphiné Libéré  Le Progrès  Journal de la Haute Mame  Bien Public  Dauphiné Libéré</p>	<p>La Presse de Gray, La Presse de Vesoul, La Tribune de Montélimar  Lyon Plus  TOP EST (Verdun, Epinal, Saint-Dié, Neufchâteau, Remiremont, Chaumont, Saint-Dizier, Vesoul, Morteau)</p>	<p>L'Alsacienne de Portage-DNA  Distri Pub</p>				

GROUPES	PRESSE ÉCRITE			TÉLÉVISION			RADIO
	Édition presse quotidienne	Édition presse magazine et autres	Distribution	Édition hertzien num. (TNT)	Édition câble ou satellite	Distribution	
	Journal de Saône et Loire						
<p><b>Bolloré</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Contrôlé par Financière de l'Odéa 67,03 %</li> <li>— Société Industrielle et Financière de l'Arros 4,03 %</li> <li>— Nord Sumatra Investissements 3,81 %</li> <li>— Alliamz Vie : 3,01 %</li> <li>— Imperial Méditerranéen : 2,96 %</li> <li>— Compagnie du Cambodge : 2,59 %</li> <li>— M Vincent. Bolloré : 0,45 %</li> <li>— Public : 16,12 %</li> </ul>	<p><b>Matin Plus (70 %) :</b> Direct Matin Plus</p> <p><b>Bolloré Médias Investissement :</b> Direct Nantes Plus Direct Toulouse Plus Direct Nice Plus Direct Soir</p>				Direct 8		
<p><b>Socpresse</b></p>	<p><b>Groupe Figaro :</b> Le Figaro</p>	<p><b>Groupe Figaro :</b> Le Figaro magazine Le Figaro Madame TV Magazine Version Femina (50%)</p>					



**ANNEXE 4 :**  
**LISTE DES INVITÉS ÉTABLIE PAR MME CÉCILIA SARKOZY POUR LA**  
**RÉCEPTION ORGANISÉE AU FOUQUET'S APRÈS L'ANNONCE DES**  
**RÉSULTATS DE L'ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE DU 6 MAI 2007 <sup>(1)</sup>**

- Mme Mathilde Agostellini, responsable de la communication de Prada-France ;
- M. Robert Agostinelli, fondateur du fonds d'investissement Rhône Capital, membre du *Council on Foreign office* ;
- Mme Christine Albanel, ex-directrice du château de Versailles, future ministre ;
- Bernard Arnault, président de LVMH, numéro un du luxe français, première fortune de France ;
- M. Arthur, producteur et animateur de télévision ;
- M. Patrick Balkany, député-maire de Levallois-Perret ;
- Mme Isabelle Balkany, premier adjoint de son mari, vice-présidente du Conseil général des Hauts-de-Seine ;
- M. Nicolas Baverez, essayiste, chroniqueur au Point ;
- Nicolas Bazire, secrétaire général de LVMH ;
- M. Antoine Bernheim, banquier d'affaires, président de la compagnie d'assurances Generali ;
- M. Nicolas Beytout, directeur de la rédaction du Figaro ;
- M. Basile Boli, ancien joueur de l'OM, héros de la finale de coupe d'Europe des Clubs champions 1993 ;
- M. Vincent Bolloré, PDG d'Havas, sixième groupe de communication mondial ;
- Mme Zofia Borucka, top model, femme de Jean Reno ;
- M. Martin Bouygues, PDG de Bouygues, premier actionnaire de TF1 ;
- Mme Conrada de La Brosse, dirigeante de la maison de l'Esprit de Château ;
- M. François de La Brosse, publicitaire ;
- M. Denis Charvet, ex-rugbyman du Racing, actionnaire de casinos ;
- Mme Marie-Anne Chazel, comédienne ;
- M. Christian Clavier, acteur de cinéma ;
- M. Stéphane Courbit, ex-président d'Endeniol France ;
- Mme Agnès Cromback, présidente de Tiffany France ;
- M. Bruno Cromback, joaillier, président-directeur général d'Augis 1S80 ;
- M. Jean-Claude Darmon, ex-président de *Sportfwe*, ancien grand argentier du football français ;
- M. Serge Dassault, président-directeur général de Dassault et du journal le Figaro ;
- Mme Rachida Dati, future ministre ;
- M. Jean-Claude Decaux, PDG de JCDecaux, leader mondial de mobilier urbain ;
- M. Paul Desmarais Sr. milliardaire canadien, PDG de Power Corporation, actionnaire de plusieurs groupes français.

---

(1) In « La nuit du Fouquet's » d'Ariane Chemin et Judith Perrignon – Fayard (2007)