



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

Radio France

Question écrite n° 13967

Texte de la question

M. Michel Liebgott interroge Mme la ministre de la culture et de la communication sur le groupe Radio France. Le PDG de Radio France, M. Cluzel, a annoncé son intention, en accord semble-t-il avec le ministère de la culture et de la communication, d'élargir les pages publicitaires à tous les annonceurs dans le but d'augmenter un chiffre d'affaires publicité qui s'établit à 8 % du chiffre d'affaires total. Pour l'heure et en vertu de ses impératifs de service public fondés sur la recherche de la qualité des émissions, la publicité est limitée à trente minutes avec obligation que les annonceurs soient publics, mutualistes ou en charge de la défense de l'intérêt général. Déroger à cette règle comporte le risque d'une grave dérive de l'esprit et de la pratique de Radio France, dont les auditeurs, exigeants et satisfaits de ne pas être envahis par la publicité, risquent de se réduire drastiquement au profit d'une presse écrite que le citoyen peut mieux maîtriser dans ses choix. Ainsi la perte d'audience prévisible en raison d'un quasi-alignement sur les radios privées, aura-t-elle pour conséquence d'aboutir à un effet contraire à ce qui est recherché, à savoir l'amélioration des comptes de Radio France, sans oublier que le pactole publicitaire que se partagent les autres médias n'est pas extensible à l'infini et dépend largement de la conjoncture économique. Un accord en ce sens serait d'ores et déjà en cours de discussion et/ou de conclusion entre votre département ministériel et Radio France. Au-delà de ces considérations, il en va également ici de la diffusion de la langue et de la culture françaises à l'étranger, dont Radio France est l'un des vecteurs majeurs. Il lui demande donc de renoncer à ce projet, de préserver le groupe Radio France d'une marchandisation néfaste et de pérenniser ses spécificités reconnues de tous, alliant qualité et confort d'écoute grâce à la limitation du temps d'antenne consacré à la publicité.

Texte de la réponse

Radio France peut aujourd'hui diffuser des messages de publicité collective et d'intérêt général. Envisagée à la fin de l'année 2007, la réforme tendant à introduire partiellement de la publicité de marques sur les antennes du service public radiophonique a été suspendue à la suite de l'annonce le 8 janvier 2008 par le Président de la République de la suppression de la publicité sur les antennes de France Télévisions. Il est apparu nécessaire d'attendre la remise du rapport de la commission pour la nouvelle télévision publique présidée par Jean-François Copé le 25 juin 2008 puis l'adoption de la loi relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision qui en a découlé pour déterminer, en cohérence avec le nouveau régime applicable à France Télévisions, s'il y avait lieu de modifier ou pas ce dispositif. À ce stade, aucune évolution du régime publicitaire de Radio France n'est envisagée à court terme.

Données clés

Auteur : [M. Michel Liebgott](#)

Circonscription : Moselle (10^e circonscription) - Socialiste, radical, citoyen et divers gauche

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 13967

Rubrique : Audiovisuel et communication

Ministère interrogé : Culture et communication
Ministère attributaire : Culture et communication

Date(s) clé(e)s

Question publiée le : 1er janvier 2008, page 17

Réponse publiée le : 5 mai 2009, page 4239