



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

télévision

Question écrite n° 14880

Texte de la question

M. Olivier Dussopt souhaite attirer Mme la ministre de la culture et de la communication sur les récentes propositions du Président de la République portant sur la suppression totale de la publicité sur les chaînes du service public de l'audiovisuel. Le coût de cette mesure s'élève à 800 millions d'euros de perte pour ces chaînes. Au-delà de la question de la présence d'espaces publicitaires sur le service public de l'audiovisuel, se pose la question de la pérennité du financement de ces chaînes. En effet, une taxation des agences de publicité, dont les contours restent à définir, a été proposée pour compenser cette perte. Pour autant, il semble incertain de garantir la redistribution intégrale de cette somme. Dès lors, des risques pèsent sur la capacité de financement des chaînes du service public dans des programmes diversifiés et de qualité. De plus, la suppression des espaces publicitaires sur les chaînes publiques semble réjouir les chaînes privées qui voient leurs actions augmenter dans des proportions importantes. L'inégalité entre les chaînes publiques et privées risque de s'accroître et ainsi dévaloriser un peu plus les programmes des chaînes du service public. Aussi il lui demande comment le Gouvernement entend garantir la pérennité du financement du service public de l'audiovisuel et ainsi offrir aux français qui contribuent au financement du service public par le biais de la redevance audiovisuelle des programmes diversifiés et de qualité.

Texte de la réponse

La commission pour la nouvelle télévision publique, composée d'élus et de professionnels, a rendu son rapport sur les nouveaux modes de financement de l'audiovisuel public au Président de la République le 25 juin 2008. Lors de la remise du rapport, le chef de l'État a annoncé des mesures importantes en faveur de la télévision publique. La première d'entre elles consiste à rompre avec la logique publicitaire et à diffuser davantage de programmes de qualité aux heures de grande écoute. Ainsi, les coupures publicitaires disparaîtront de la télévision publique à partir de 20 heures dès janvier prochain. Ce n'est qu'après le 1er décembre 2011 que la publicité quittera définitivement le petit écran sur les chaînes publiques. Pour compenser la perte de recettes publicitaires par les chaînes publiques, les opérateurs de téléphonie et d'Internet seront taxés à hauteur de 0,9 % de leur chiffre d'affaires. Par ailleurs, les recettes publicitaires de toutes les chaînes feront l'objet d'un prélèvement de l'ordre de 3 % pour un rendement global de l'ordre de 80 millions d'euros. Le produit de ces deux taxes sera ainsi affecté à l'audiovisuel public dans le but de renouveler en profondeur l'identité du service public audiovisuel, et de lui rendre sa vocation : « informer, cultiver, distraire ».

Données clés

Auteur : [M. Olivier Dussopt](#)

Circonscription : Ardèche (2^e circonscription) - Socialiste, radical, citoyen et divers gauche

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 14880

Rubrique : Audiovisuel et communication

Ministère interrogé : Culture et communication

Ministère attributaire : Culture et communication

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 22 janvier 2008, page 434

Réponse publiée le : 23 septembre 2008, page 8181