



ASSEMBLÉE NATIONALE

14ème législature

radio

Question écrite n° 91583

Texte de la question

Mme Valérie Fourneyron interroge Mme la ministre de la culture et de la communication sur l'impact éventuel de la modification des règles applicables à Radio France en matière d'accès à la publicité sur les radios locales et régionales indépendantes. Ces dernières sont écoutées chaque jour par plus de 8 millions de personnes et font du paysage radiophonique français l'un des plus divers et des plus riches en Europe. La modification des règles applicables à Radio France en matière d'accès à la publicité risque de modifier l'équilibre entre acteurs privés et publics de la radio et suscite, à ce titre, de fortes inquiétudes chez les entreprises radiophoniques locales et régionales indépendantes. Elles craignent que l'accès des annonceurs commerciaux locaux aux antennes de France Bleu, notamment, ne remette significativement en cause leurs ressources et leur modèle économique. Certains y voient même une forme de concurrence déloyale exercée par une société publique bénéficiant de dotations issues de la contribution à l'audiovisuel public. Elle souhaite donc savoir si elle a pris en compte cette réalité économique dans l'élaboration de ce processus de modification des règles applicables au service public radiophonique en matière de publicité, et quels sont les arguments susceptibles d'apaiser les craintes des entreprises radiophoniques locales et régionales indépendantes.

Texte de la réponse

La ministre de la culture et de la communication tient tout d'abord à rappeler son attachement au pluralisme et à la diversité culturelle, en particulier dans le domaine des médias de proximité, publics ou privés. Ces derniers constituent, aujourd'hui plus que jamais, des vecteurs de cohésion sociale et les relais indispensables au dynamisme de la vie citoyenne et démocratique. Le régime publicitaire et de parrainage de Radio France issu de son cahier des missions et des charges a été modifié par le décret no 2016-405 du 5 avril 2016. Cette réforme a pour objet de moderniser des règles élaborées en 1987. En supprimant le régime de « publicité collective et d'intérêt général », seul autorisé jusqu'à présent, elle ouvre les espaces publicitaires de Radio France à tous les annonceurs. Cette évolution fait cependant l'objet de plusieurs encadrements qui tendent tout à la fois à préserver le confort d'écoute des auditeurs, à maintenir les recettes publicitaires de Radio France et, ce faisant, à préserver les équilibres du secteur radiophonique. Il en résulte que la diffusion de messages publicitaires n'est pas autorisée sur les antennes de France Musique, de France Culture, de FIP et de Mouv. Demeure prohibée la diffusion de messages faisant l'objet d'une interdiction législative (notamment la publicité pour le tabac), pour l'alcool (plus de 1,2°), ainsi que pour les opérations de promotion se déroulant entièrement ou principalement sur tout ou partie du territoire national réalisées par le secteur de la distribution. En outre, le décret met en place un plafonnement strict de la durée de diffusion de messages publicitaires à la fois par jour, par tranche horaire et par séquence de messages publicitaires. Destinées à permettre le maintien du niveau actuel des ressources publicitaires, ces limites empêchent ainsi une trop forte concentration des messages publicitaires, particulièrement sur les tranches horaires les plus écoutées par les auditeurs. La part des recettes publicitaires provenant d'un même annonceur est limitée à 15 %. L'identification des messages publicitaires est renforcée par l'obligation d'insertion d'un indicatif sonore aisément identifiable par les auditeurs ou d'une annonce d'animation appropriée. Pour l'ensemble des services de la société, la prohibition des échanges de services à caractère

publicitaire est maintenue, sauf pour ceux qui sont relatifs à des événements culturels ou sportifs. Ces échanges sont alors exclus du temps maximal consacré à la diffusion de messages publicitaires. Les dispositions en matière de parrainage sont harmonisées avec celles applicables aux services radiophoniques des autres sociétés nationales de programme. Enfin, le décret du 5 avril 2016 prévoit qu'au terme de la première année d'application de ce nouveau régime l'évaluation de ses effets quant aux volumes horaires effectivement diffusés sur les antennes de Radio France est rendue publique, sur la base des observations consignées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel quant au respect par Radio France des obligations fixées par son cahier des charges.

Données clés

Auteur : [Mme Valérie Fourneyron](#)

Circonscription : Seine-Maritime (1^{re} circonscription) - Socialiste, écologiste et républicain

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 91583

Rubrique : Audiovisuel et communication

Ministère interrogé : Culture et communication

Ministère attributaire : Culture et communication

Date(s) clé(s)

Date de signalement : Question signalée au Gouvernement le 16 février 2016

Question publiée au JO le : [8 décembre 2015](#), page 9804

Réponse publiée au JO le : [3 mai 2016](#), page 3746