



ASSEMBLÉE NATIONALE

14ème législature

radio

Question écrite n° 91794

Texte de la question

Mme Laure de La Raudière interroge Mme la ministre de la culture et de la communication sur les difficultés rencontrées par les radios locales en raison de nouvelles mesures en matière de publicité et de diffusion. En effet, aujourd'hui, les antennes de France Bleu ne peuvent diffuser d'annonces commerciales. Cette mesure permet de maintien d'un tissu de petites radios locales, qui se rémunèrent grâce à la publicité. Or le Gouvernement vient d'engager un processus de modification des règles applicables à Radio France en matière d'accès à la publicité, en particulier à France Bleu dans son accès à la publicité locale. Alors même que France Bleu vient d'être condamné pour des manquements à l'égard de son cahier des missions et des charges, il apparaît comme moralement inacceptable et juridiquement contestable de venir régulariser un comportement illégal, alors même que les radios locales ont subi un préjudice de ce fait, et ce depuis des années. Aussi, elle souhaiterait connaître la position du Gouvernement sur ce sujet.

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. Pour autant, cette modification s'inscrit dans le respect des équilibres du marché publicitaire national et des marchés publicitaires locaux, sur lesquels repose l'économie des radios régionales ou locales. L'objectif du Gouvernement n'est pas de permettre à Radio France d'accroître ses recettes publicitaires, mais de les stabiliser à leur niveau actuel et d'en sécuriser les bases juridiques. L'ouverture à tous les annonceurs a donc pour contrepartie 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. Ce plafonnement s'applique aux antennes nationales et à chacune des quarante-quatre antennes locales de France Bleu. Ces limites empêchent ainsi une trop forte concentration des messages publicitaires, particulièrement sur les tranches horaires les plus écoutées par les auditeurs. Afin de protéger l'équilibre des ressources des radios locales, le Gouvernement a également décidé de maintenir l'interdiction faite à Radio France de diffuser des messages pour les opérations de promotion dans le secteur de la distribution. La part des recettes publicitaires provenant d'un même annonceur est par ailleurs limitée à 15 %. Enfin, le contrat d'objectifs et de moyens 2015-2019 de Radio France, signé le 20 avril 2016, plafonne le niveau de ressources publicitaires de la société à 42 M€ par an.

Données clés

Auteur : [Mme Laure de La Raudière](#)

Circonscription : Eure-et-Loir (3^e circonscription) - Les Républicains

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 91794

Rubrique : Audiovisuel et communication

Ministère interrogé : Culture et communication

Ministère attributaire : Culture et communication

Date(s) clé(s)

Question publiée au JO le : [15 décembre 2015](#), page 50

Réponse publiée au JO le : [30 août 2016](#), page 7712