# ASSEMBLÉE NATIONALE

14ème législature

## radio

Question écrite n° 92316

### Texte de la question

M. Yves Jégo appelle l'attention de Mme la ministre de la culture et de la communication au sujet des problèmes qui pèsent désormais sur nos radios locales, régionales et thématiques indépendantes. En effet, le Gouvernement vient d'engager un processus modifiant les règles applicables à Radio France lui ouvrant le marché local et national de la publicité, jusqu'ici réservé aux radios privées. Ce changement aurait pour conséquence de priver ces radios de leur principale source de revenus. Par ailleurs, des règles de plus en plus contraignantes ont été adoptées en première lecture alors même que les plateformes de streaming en ligne en sont exemptées. Ces deux cas manifestes de concurrence déloyale vont fragiliser encore plus nos radios locales, mettre en péril des emplois et par effet de ricochet pénaliser les artistes francophones particulièrement soutenus par ces radios indépendantes. Aussi, il lui est demandé de bien vouloir détailler les mesures qu'elle entend prendre pour garantir la protection du pluralisme et de la diversité culturelle de l'offre radiophonique locale et régionale.

### 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. S'agissant des quotas de chansons francophones en radio, une première disposition a été adoptée à l'occasion du débat en première lecture à l'Assemblée nationale sur le projet de loi relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine, visant à limiter la concentration de la diffusion d'œuvres musicales d'expression française sur un

nombre réduit de titres. Deux dispositions complémentaires ont été introduites en seconde lecture visant à préserver et promouvoir la diversité du paysage radiophonique. La première instaure un nouveau régime dérogatoire pour les radios spécialisées dans la découverte musicale, caractérisées par une très grande diversité de programmation et répondant à des critères quantitatifs précis : diffuser au moins 1 000 titres différents par mois, dont une majorité de nouvelles productions, et ne pas diffuser un même titre plus de 100 fois dans le mois. La seconde complète le plafonnement des rotations en instaurant une incitation en faveur de la diversité musicale, reposant sur une modulation limitée des quotas pouvant aller jusqu'à 5 points, en contrepartie d'engagements précis, objectifs et vérifiables. La rédaction définitive de cette seconde mesure est issue de la concertation organisée par le ministère avec les représentants du secteur musical et des radios, afin de renforcer le caractère incitatif de cette mesure, et de mieux circonscrire le champ d'application de la modulation en réservant cette faculté aux seules radios musicales, en tenant compte de l'originalité de leur programmation. Ce dispositif, qui figure à l'article 35 de la loi relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine, se veut un point d'équilibre au service tant de la diversité musicale que de la francophonie. Ainsi encadrée, la modulation complète très utilement le dispositif de plafonnement des rotations, au service d'un objectif commun, celui de l'exposition de la création musicale francophone dans toute sa diversité. En outre, l'article 34 de la loi précitée demande au Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) de rendre compte, dans son rapport annuel, du respect par les services de radio des dispositions relatives aux quotas de chanson française, des mesures prises pour mettre fin aux manquements constatés et des raisons pour lesquelles de telles mesures n'auraient pas été prises. La transparence doit permettre d'apaiser les tensions entre la filière musicale et les radios.

## Données clés

**Auteur :** M. Yves Jégo
**Circonscription :** Seine-et-Marne (3e circonscription) - Union des démocrates et indépendants
**Type de question :** Question écrite
**Numéro de la question :** 92316
**Rubrique :** Audiovisuel et communication
**Ministère interrogé :** Culture et communication
**Ministère attributaire :** Culture et communication

## Date(s) clée(s)

**Question publiée au JO le :** 12 janvier 2016, page 249
**Réponse publiée au JO le :** 24 janvier 2017, page 570