

ASSEMBLÉE NATIONALE

28 octobre 2022

PLF POUR 2023 - (N° 273)

Commission	
Gouvernement	

AMENDEMENT

N ° II-2782

présenté par

M. Ratenon, Mme Abomangoli, M. Alexandre, M. Amard, Mme Amiot, Mme Amrani, M. Arenas, Mme Autain, M. Bernalicis, M. Bex, M. Bilongo, M. Bompard, M. Boumertit, M. Boyard, M. Caron, M. Carrière, M. Chauche, Mme Chikirou, M. Clouet, M. Coquerel, M. Corbière, M. Coulomme, Mme Couturier, M. Davi, M. Delogu, Mme Dufour, Mme Erodi, Mme Etienne, M. Fernandes, Mme Ferrer, Mme Fiat, M. Gaillard, Mme Garrido, Mme Guetté, M. Guiraud, Mme Hignet, Mme Keke, M. Kerbrat, M. Lachaud, M. Laisney, M. Le Gall, Mme Leboucher, Mme Leduc, M. Legavre, Mme Legrain, Mme Lepvraud, M. Léaument, Mme Pascale Martin, Mme Élisabeth Martin, M. Martinet, M. Mathieu, M. Maudet, Mme Maximi, Mme Manon Meunier, M. Nilor, Mme Obono, Mme Oziol, Mme Panot, M. Piquemal, M. Portes, M. Prud'homme, M. Quatennens, M. Rome, M. Ruffin, M. Saintoul, M. Sala, Mme Simonnet, Mme Soudais, Mme Stambach-Terreiro, Mme Taurine, Mme Taurinya, M. Tavel, Mme Trouvé, M. Vannier et M. Walter

ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE 44, insérer l'article suivant:****Mission « Médias, livre et industries culturelles »**

Dans un délai de six mois après la promulgation de cette loi, le Gouvernement remet au Parlement un rapport faisant état des dépenses et des besoins d'investissements à destination des médias dans les territoires d'Outre-mer. Ce rapport comprend également des pistes de réflexion pour une meilleure représentation de ces territoires dans l'audiovisuel public français.

EXPOSÉ SOMMAIRE

Par cet amendement, nous demandons la remise d'un rapport sur les dépenses et les besoins d'investissements à destination des médias dans les territoires d'Outre-mer.

Le bleu budgétaire de la mission Médias, Livres et Industries culturelles indique une aide de 2 millions d'euros pour les titres ultramarins. Cela ne suffira pas. Pourtant, le recours et l'accès à

l'information dans les territoires ultramarins sont primordiaux. En 2019, 84% de la population regardait la télévision dans les départements d'Outre-mer.

Les dernières années et crises ont malheureusement laissé leurs traces sur l'espace médiatique d'Outre-mer. En 2020, la crise sanitaire a eu un impact retentissant sur le financement des petits médias locaux, qui dépendent notamment des annonceurs publicitaires. Une étude de Media Conseil Antilles-Guyane-Réunion estimait « *à la fin du mois de mai 2020, une perte cumulée de plus de 20 millions d'euros du marché publicitaire en Outre-mer* ». Par manque d'investissements des pouvoirs publics, la publicité reste une dernière source de financement pour les médias les plus fragiles, aujourd'hui menacés de disparition et de « *réductions d'effectifs drastiques dans les rédactions et les régies médias* ». Ces investissements publicitaires ne garantissent aucunement l'indépendance et la survie des médias.

Il faut ajouter à cela une croissance fourbe de la concentration et des monopoles. Face à une concurrence des mastodontes comme les Gafam, la situation économique des petits médias, notamment des radios, des chaînes de télévision et de la presse écrite est de plus en plus critique en Outre-mer. En Guyane, l'un des seuls titres presse du département-région, France-Guyane n'existe plus que sous forme digitale depuis 2020. Comment tolérer que certains de nos concitoyens n'aient pas accès à la presse papier sur le territoire français ?

L'élargissement de la TNT inquiète également les médias locaux, et interroge sur les méthodes pour une co-existence qui n'aurait pas d'effets dominos catastrophiques pour les territoires (décroissance du pluralisme, du débat démocratique, de la représentation de proximité, etc.).

L'avarice des milliardaires menacent également la pluralité médiatique ultramarine : en avril 2020, le groupe de Xavier Niel rachète France-Antilles pour 3,5 millions d'euros. Un rapport sur l'état et la répartition des investissements à destination de la presse, la radiophonie et la télévision permettrait de mieux appréhender les besoins, menant de manière *sine qua non* à de vraies ambitions budgétaires pour aider ces territoires.

Par ailleurs, la question de leur représentation dans l'audiovisuel public se pose, davantage encore depuis la suppression de France Ô que le « pacte de visibilité » ne parvient à remplacer. En 2022, un rapport de l'Arcom sur la visibilité de l'outre-mer explique que la faible présence des Ultramarins à l'écran est en baisse de 7 points, passant de 10% à 3% en 2021, toutes chaînes confondues.

Nous demandons, par conséquent, une meilleure représentation des territoires d'Outre-mer dans l'audiovisuel public français.