

ASSEMBLÉE NATIONALE

13 décembre 2022

RELATIVE À LA PROPOSITION DE LÉGISLATION EUROPÉENNE SUR LA LIBERTÉ DES MÉDIAS - (N° 601)

Adopté

AMENDEMENT

N° AC40

présenté par
M. Pellerin, rapporteur

ARTICLE UNIQUE

Après l'alinéa 34, insérer l'alinéa suivant :

« Accueille avec satisfaction les dispositions de l'article 23 relatives à la mesure de l'audience et appelle à leur renforcement s'agissant des plateformes numériques, en confiant la production des méthodologies de mesure de l'audience sur les plateformes à des tiers indépendants, de façon à garantir la qualité et la fiabilité des données, ou à défaut d'imposer aux plateformes la certification obligatoire de leurs méthodes par un organisme d'audit, sur le modèle français, ».

EXPOSÉ SOMMAIRE

La mesure de l'audience s'est complexifiée du fait de la numérisation de l'offre et de la consommation des contenus médiatiques. Elle est notamment rendue difficile par l'accès aux données des plateformes.

Un récent rapport de l'inspection générale des finances (IGF) et de l'inspection générale des affaires culturelles (IGAC) relève que « *la prise en compte incomplète de l'audience sur les plateformes numériques constitue une limite méthodologique* ». Les auteurs notent que le recours croissant aux réseaux sociaux rend nécessaire de mesurer l'audience numérique des médias « *y compris en dehors de leur propre environnement numérique (site internet et application), en intégrant celui des distributeurs de leurs contenus* ». Ils jugent que les modalités d'accès aux données ne peuvent assurer leur « *fiabilité totale* » et que les données communiquées sont difficilement exploitables par les éditeurs, du fait de leur caractère agrégé et anonymisé.

Par ailleurs, certaines plateformes refusent purement et simplement de communiquer leurs données d'audience et ne rendent pas publique leur méthodologie de mesure de l'audience, comme l'a relevé au cours de son audition M. Yannick Carriou, président directeur général de Médiamétrie. L'entrée en vigueur du règlement sur les marchés numériques (DMA) devrait faciliter l'accès aux données des plateformes numériques, le paragraphe 8 de l'article 6 ayant prévu une obligation de transparence des contrôleurs d'accès vis-à-vis des éditeurs et des annonceurs.

Le rapporteur juge donc nécessaire une meilleure prise en compte du numérique par l'article 23 de la proposition de règlement.

Lors de la consultation publique de janvier, la Commission européenne avait souligné l'impact essentiel de la mesure de l'audience pour les recettes publicitaires des médias et s'était interrogée sur les pistes d'intervention possibles pour conduire une action commune au sein de l'Union. Parmi ces pistes figurait l'institution d'un forum d'échange sur les meilleures pratiques de mesure de l'audience, l'introduction de principes de transparence et d'objectivité de la mesure de l'audience, l'établissement d'un système d'audit indépendant des mesures de l'audience à l'échelle de l'Union, l'introduction de standards européens de mesure de l'audience et la supervision des méthodologies de mesure de l'audience par un organisme indépendant.

Les méthodes de mesure de l'audience des plateformes numériques doivent pouvoir être contrôlées et comparées. Une option possible serait de confier la production des méthodologies de mesure de l'audience sur les plateformes à des tiers indépendants, de façon à garantir la qualité et la fiabilité des données. À défaut, pourrait être envisagée la certification obligatoire de leurs méthodes par un organisme d'audit, sur le modèle français.