

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

10 mai 2024

---

RELATIVE À LA RÉFORME DE L'AUDIOVISUEL PUBLIC ET À LA SOUVERAINETÉ  
AUDIOVISUELLE - (N° 1350)

Adopté

**AMENDEMENT**

N° AC131

présenté par

Mme Amiot, Mme Abomangoli, M. Alexandre, M. Amard, 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 Éliisa Martin, M. Martinet, M. Mathieu, M. Maudet, Mme Maximi, Mme Manon Meunier,  
M. Nilor, Mme Obono, Mme Oziol, Mme Panot, M. Pilato, M. Piquemal, M. Portes,  
M. Prud'homme, M. Quatennens, M. Ratenon, M. Rome, M. Ruffin, M. Saintoul, M. Sala,  
Mme Simonnet, Mme Soudais, Mme Stambach-Terreoir, Mme Taurinya, M. Tavel, Mme Trouvé,  
M. Vannier et M. Walter

-----

**ARTICLE 13 BIS**

Supprimer cet article.

**EXPOSÉ SOMMAIRE**

Par cet amendement, le groupe LFI-Nupes s'oppose à l'augmentation du nombre d'interruptions publicitaires à la télévision.

Tout d'abord, cet article n'est qu'un cadeau supplémentaire fait aux acteurs de l'audiovisuel privé : déjà présent dans les dispositions de l'article 10 du projet de loi relatif à la communication audiovisuelle porté par l'ex-ministre de la Culture Riester discuté en 2020 (pour lequel nous avons déjà déposé un amendement de suppression), l'adoption de cet article ne serait qu'un pas supplémentaire vers la dérégulation sauvage du secteur - dans un contexte où plusieurs décrets ont déjà été pris pour pérenniser l'autorisation de la publicité pour le cinéma à la télévision et pour lancer une expérimentation sur la publicité pour l'édition littéraire contre laquelle de nombreux professionnels du secteur comme le Syndicat national de l'édition se sont opposés.

Par ailleurs, le développement des interruptions publicitaires ne va que contribuer davantage au délaissement de la télévision en direct au profit des contenus délinéarisés. C'est ainsi une situation paradoxale : la télévision se plaint du carcan législatif qui l'empêcherait de mener la compétition de

façon équitable face aux acteurs du numérique, mais en fragilisant ce cadre législatif, elle encourage ses téléspectateurs à s'en détourner au profit du numérique... Selon un sondage OpinionWay de 2017, 75 % des Français déclarent ne pas être attentifs à la publicité à la télévision. 80 % des Français possédant un smartphone le regardent pendant la pause publicitaire et 71 % des Français qui ont une tablette la consultent...

Nous rappelons qu'à la France Insoumise, nous considérons que le développement de la publicité est incompatible avec le développement d'une politique culturelle ambitieuse et d'émancipation des citoyens, d'autant plus qu'elle participe à l'entretien d'une illusion de la durabilité du modèle capitaliste.