

ASSEMBLÉE NATIONALE

10 mai 2024

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

Tombé

AMENDEMENT

N° AC132

présenté par

M. Caron, 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. 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. 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-Terreiroir, Mme Taurinya, M. Tavel, Mme Trouvé,
M. Vannier et M. Walter

ARTICLE 13 BIS

Rédiger ainsi cet article :

« Le premier alinéa de l'article 73 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 précitée est ainsi modifié :

« 1° À la première phrase, les mots : « de deux interruptions publicitaires » sont remplacés par les mots : « d'une interruption publicitaire ».

« 2° La seconde phrase est supprimée

« 3° L'alinéa est complété par une phrase ainsi rédigée : « Par dérogation, sans préjudice des dispositions du code de la propriété intellectuelle, la diffusion par les services des sociétés mentionnées aux articles 44 et 45 d'une œuvre cinématographique ou audiovisuelle ne peut faire l'objet d'aucune interruption publicitaire. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Par cet amendement du groupe LFI-Nupes, nous souhaitons réduire la présence de la publicité à la télévision au nom de l'intérêt des téléspectateurs et du renforcement de l'attractivité de la télévision face à la concurrence numérique.

Tout d'abord, la baisse du nombre d'interruptions publicitaires permettrait d'améliorer le confort du téléspectateur lors du visionnage d'une œuvre audiovisuelle ou cinématographique. Par ailleurs, cela permettrait également de respecter le travail de création des oeuvres par les autrices et auteurs puisque ceux-ci n'ont jamais conçus leurs oeuvres dans l'optique qu'elles soient interrompues par des publicités dont de nombreux sondages démontrent qu'elles importunent plus le téléspectateur qu'autre chose : selon un sondage OpinionWay de 2017, 85 % des téléspectateurs changent de chaîne lorsqu'il y'a de la publicité.

Plus structurellement, la réduction du nombre de pauses publicitaires ne peut être qu'un facteur de renforcement de l'attractivité de la télévision face aux acteurs numériques. En effet, comme nous l'avons déjà rappelé, la hausse du nombre de pauses publicitaires à la télévision contribue en réalité à renforcer le phénomène de déport des téléspectateurs vers le visionnage de contenus délinéarisés en ligne, légaux ou illégaux, en raison notamment de la moindre présence d'interruptions publicitaires en ligne. L'augmentation du nombre d'interruption publicitaire contribuerait ainsi davantage au délaissement de la télévision.

La nécessité de lutter contre la présence de la publicité est d'autant plus importante pour nous qu'elle est incompatible avec la mise en place d'une politique culturelle ambitieuse visant à l'émancipation des citoyennes et citoyens : à ce titre, les chaînes du service public ont un rôle important à jouer en la matière. Par conséquent, notre amendement vise également à supprimer totalement pour les chaînes du service public la diffusion de publicités lors de la diffusion de ces œuvres audiovisuelles ou cinématographiques. Les pertes de recettes publicitaires consécutives à cette mesure devront faire l'objet d'une compensation constituée par une ressource publique pérenne, suffisante, prévisible et prenant en compte l'inflation.