

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

10 mai 2024

---

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

Adopté

**AMENDEMENT**

N° AC223

présenté par  
le Gouvernement

-----

**ARTICLE 5**

Rédiger ainsi cet article :

« I. – L'article 53 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 précitée est ainsi rédigé :

« *Art. 53.* – I. – Des conventions stratégiques pluriannuelles sont conclues entre l'État et chacune des deux sociétés France Médias et ARTE-France pour une durée de trois à cinq années civiles. Une nouvelle convention peut être conclue après la nomination d'un nouveau président.

« Ces conventions déterminent notamment, dans le respect des missions de service public définies à l'article 43-11, pour chaque société :

« 1° Les orientations stratégiques et les axes prioritaires de son développement ;

« 2° Le coût prévisionnel de ses activités pour chacune des années concernées et les indicateurs quantitatifs et qualitatifs d'exécution et de résultats qui sont retenus ;

« 3° Les prévisions pluriannuelles de ressources publiques devant lui être affectées ;

« 4° Le montant du produit attendu des recettes propres, en distinguant celles issues de la publicité et du parrainage ;

« 5° Les perspectives économiques pour les services qui donnent lieu au paiement d'un prix ;

« 6° Les axes d'amélioration de la gestion financière et des ressources humaines et, le cas échéant, les perspectives en matière de retour à l'équilibre financier ;

« 7° La convention stratégique pluriannuelle de la société France Médias distingue, au sein du montant du produit attendu des recettes propres, celles accordées par les établissements publics de l'État concourant à la mise en œuvre de la politique de développement.

---

« Avant leur signature, les conventions stratégiques pluriannuelles ainsi que les éventuels avenants à ces conventions sont transmis aux commissions permanentes compétentes de l'Assemblée nationale et du Sénat. Elles peuvent faire l'objet d'un débat au Parlement. Les commissions peuvent formuler un avis sur ces conventions stratégiques pluriannuelles ainsi que sur leurs éventuels avenants dans un délai de six semaines. Si le Parlement n'est pas en session, ce délai court à compter de l'ouverture de la session ordinaire ou extraordinaire suivante.

« Avant leur signature, la convention stratégique pluriannuelle de la société France Médias ainsi que les éventuels avenants à cette convention sont transmis à l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique qui formule un avis dans un délai de quatre semaines.

« II. – Le conseil d'administration de la société France Médias et le conseil de surveillance de la société ARTE-France approuvent leur convention stratégique pluriannuelle et délibèrent sur son exécution annuelle.

« Chaque année, avant l'examen du projet de loi de règlement, les sociétés France Médias et ARTE-France présentent aux commissions permanentes compétentes de l'Assemblée nationale et du Sénat un rapport sur l'exécution de leur convention stratégique pluriannuelle.

« III. – Les ressources publiques allouées aux organismes du secteur audiovisuel public en compensation des obligations de service public mises à leur charge n'excèdent pas le montant du coût d'exécution desdites obligations.

« IV. – La principale source de financement des organismes de l'audiovisuel public est constituée par une ressource publique de nature pérenne, suffisante, prévisible et prenant en compte l'inflation.

« V. – Sous réserve des contraintes liées au décalage horaire de leur reprise en outre-mer, les programmes des services nationaux de télévision de France Télévisions diffusés entre vingt heures et six heures, à l'exception de leurs programmes régionaux et locaux, ne comportent pas de messages publicitaires autres que ceux pour des biens ou des services présentés sous leur appellation générique. Le présent alinéa ne s'applique ni aux messages d'information sur les programmes des services de France Télévisions, ni aux campagnes d'intérêt général. Le temps maximal consacré à la diffusion de messages publicitaires s'apprécie par heure d'horloge donnée. Les programmes des services régionaux et locaux de télévision de France Télévisions diffusés sur le territoire d'un département ou d'une région d'outre-mer, d'une collectivité d'outre-mer ou de la Nouvelle-Calédonie ne comportent pas de messages publicitaires entre vingt heures et six heures autres que ceux pour des biens ou des services présentés sous leur appellation générique, sous réserve de l'existence sur le territoire de la collectivité concernée d'une offre de télévision privée à vocation locale diffusée par voie hertzienne terrestre en clair.

« Les programmes des services nationaux de télévision de France Télévisions destinés prioritairement aux enfants de moins de douze ans ne comportent pas de messages publicitaires autres que des messages génériques pour des biens ou des services relatifs à la santé et au développement des enfants ou des campagnes d'intérêt général. Cette restriction s'applique durant la diffusion de ces programmes ainsi que pendant un délai de quinze minutes avant et après cette diffusion. Elle s'applique également, d'une part, lorsque le programme est mis à disposition sur un service de médias audiovisuels à la demande ou un service de communication au public en ligne édité par France Télévisions et, d'autre part, à tous les messages diffusés sur tout ou partie des

---

services de médias audiovisuels à la demande et des services de communication au public en ligne édités par France Télévisions qui sont prioritairement destinés aux enfants de moins de douze ans. »

« II. – Au second alinéa de l'article 46 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 précitée, les mots : « du contrat d'objectifs et de moyens » sont remplacés par les mots : « de la convention stratégique pluriannuelle ».

« III. – L'article 56-1 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 précitée est ainsi modifié :

« 1° Au premier alinéa, après la référence : « article 44 », sont insérés les mots : « , au premier alinéa de l'article 44-1 lorsqu'elles ont une activité d'édition de services » ;

« 2° Aux deuxième alinéa, les mots : « le contrat d'objectifs et de moyens » sont remplacés par les mots : « la convention stratégique pluriannuelle » ;

« 3° Le troisième alinéa est ainsi modifié :

« a) Les mots : « ainsi que celui de l'Institut national de l'audiovisuel » sont supprimés ;

« b) les mots : « le contrat d'objectifs et de moyens » sont remplacés par les mots : « la convention stratégique pluriannuelle ».

« IV. – A la seconde phrase de l'article 81, les mots : « et les contrats d'objectifs et de moyens » sont remplacés par les mots : « , les cahiers des charges et les conventions stratégiques pluriannuelles ».

## **EXPOSÉ SOMMAIRE**

Le présent amendement a pour objet de :

- supprimer le mécanisme de répartition des ressources par France Médias entre ses filiales dans la mesure où l'existence de la holding est limitée à une année avant la fusion ;
- réintroduire l'avis de l'Arcom sur les conventions stratégiques pluriannuelles ;
- préciser que les bandes-annonces des programmes de France Télévisions n'entrent pas dans le champ de la prohibition de la diffusion de messages publicitaires après 20 heures (afin de tenir compte d'une jurisprudence récente de la CJUE qui qualifie les bandes-annonces des programmes de messages publicitaires).

L'amendement a également pour objet de supprimer le plafonnement en valeur des recettes publicitaires des entreprises de l'audiovisuel public. Un tel plafonnement conduirait à les empêcher de bénéficier des retombées financières de leurs succès d'audience. Il serait en pratique très difficile à gérer pour la régie publicitaire. Le régime de la publicité sur l'audiovisuel public est déjà très encadré et beaucoup plus contraignant que dans le secteur privé (plages horaires spécifiques, absence de coupure des œuvres, protection de la jeunesse, antennes radio sans publicité).