

ASSEMBLÉE NATIONALE
17 octobre 2023

PLF POUR 2024 - (N° 1680)

Commission	
Gouvernement	

AMENDEMENT N° II-117

présenté par

Mme Taillé-Polian, Mme Arrighi, M. Ben Cheikh, Mme Sas, M. Raux, Mme Pasquini, M. Bayou, Mme Belluco, Mme Chatelain, M. Fournier, Mme Garin, M. Iordanoff, M. Julien-Lafferrière, Mme Laernoës, M. Lucas, M. Peytavie, Mme Pochon, Mme Regol, Mme Rousseau, Mme Sebaihi, M. Taché et M. Thierry

ARTICLE ADDITIONNEL

APRÈS L'ARTICLE 54, insérer l'article suivant:

Mission « Médias, livre et industries culturelles »

I. – Après l'article 2 *bis* de la loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse, il est inséré un article 2 *ter* ainsi rédigé :

« Art. 2 *ter*. – Le bénéfice de tout ou partie des aides publiques directes et indirectes dont bénéficie une entreprise éditrice de publications présentant un caractère d'information politique et générale est conditionné à la publication visible et facilement accessible du nom et des liens d'intérêts des sociétés actionnaires à plus de 5 %, des dirigeantes de celles-ci ainsi que des personnes physiques qui les contrôlent.

« Un décret en Conseil d'État fixe les modalités d'application du présent article. »

II. – Le I du présent article entre en vigueur le 30 juin 2024.

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement travaillé avec Un Bout des Médias vise à conditionner les aides publiques directes et indirectes aux entreprises de presse d'information politique et générale à une exigence de transparence sur l'identité des actionnaires qui en possèdent les titres.

Le baromètre 2023 Kantar de la confiance des Français dans les médias dresse un constat de méfiance des français à l'égard de la majorité des médias d'information. 54% d'entre eux pensent

qu'il est nécessaire de se méfier des informations qu'ils délivrent sur les grands sujets d'actualité. La principale cause de cette défiance pour les français relève des doutes sur l'impartialité et l'indépendance des journalistes. Seul un quart des Français estime que les journalistes sont indépendants aux pressions de l'argent (26%) ou à celles du pouvoir (24%). 45% déplorent la mainmise de grands groupes industriels.

Dans le vaste chantier de la confiance à renouer entre les français et leurs médias, l'une des premières pierres à poser serait de garantir la transparence actionnariale des médias, afin de savoir "d'où chacun parle". L'étude du Laboratoire interdisciplinaire d'évaluation des politiques publiques (LIEPP) et de Reporters sans Frontières (RSF) de 2017 coordonnée par Julia Cagé sur l'actionnariat dans les médias a montré la très grande complexité et le manque de transparence de l'actionnariat des médias. Les auteurs ont révélé l'impossibilité d'identifier un tiers des actionnaires présents dans la structure des médias étudiés...

Les auteurs de cet amendement considèrent incompatible l'obtention d'aides publiques directes et indirectes par des médias qui ne feraient pas une totale transparence sur les actionnaires qui les possèdent.