

ASSEMBLÉE NATIONALE

17 mai 2024

RÉFORME DE L'AUDIOVISUEL PUBLIC ET SOUVERAINETÉ AUDIOVISUELLE - (N° 2621)

Commission	
Gouvernement	

AMENDEMENT

N ° 55

présenté par
Mme Duby-Muller, Mme Bazin-Malgras et M. Bazin

ARTICLE 5

Après l'alinéa 9, insérer l'alinéa suivant :

« 7° Les recettes publicitaires, y compris digitales, de la société Radio France, et des activités radiophoniques et audio digitales de la société France médias à compter du 1^{er} janvier 2026, ne peuvent être supérieures à un montant maximal fixé par décret et inscrit dans son cahier des charges. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement vise à sécuriser le plafond publicitaire de Radio France en l'inscrivant dans la loi et en y intégrant l'ensemble des recettes publicitaires, y compris les recettes publicitaires digitales.

Ce plafond aujourd'hui de 42 millions d'euros, n'est actuellement fixé que dans le contrat d'objectifs et de moyens (COM) de Radio France, ce qui pose plusieurs problèmes de mise en œuvre : son périmètre n'est pas clarifié et il ne peut pas être contrôlé, ni sanctionné par l'Arcom.

Ainsi, ce plafond n'est pas parvenu à éviter une forte hausse de la pression publicitaire sur les antennes et les services digitaux de Radio France ces dernières années, comme l'a souligné le rapport d'information des députés Quentin Bataillon et Jean-Jacques Gaultier sur *l'avenir de l'audiovisuel public*.

Cette captation croissante du marché publicitaire radio et audio digital par un acteur public fragilise les radios privées qu'elles soient nationales ou locales, dont le modèle de financement repose uniquement sur la publicité, contrairement à Radio France qui bénéficie d'un financement public en hausse. Une meilleure maîtrise de la publicité sur Radio France permettrait d'améliorer le confort des auditeurs et de rétablir une forme d'équité vis-à-vis des radios privées, afin de mieux préserver le pluralisme du paysage radiophonique français.