

ASSEMBLÉE NATIONALE

27 mars 2025

RÉFORME DE L'AUDIOVISUEL PUBLIC ET SOUVERAINETÉ AUDIOVISUELLE - (N° 118)

Non soutenu

N° AC115

AMENDEMENT

présenté par

M. Saintoul, Mme Abomangoli, M. Alexandre, M. Amard, Mme Amiot, Mme Amrani, M. Arenas, M. Arnault, Mme Belouassa-Cherifi, M. Bernalicis, M. Bex, M. Bilongo, M. Bompard, M. Boumertit, M. Boyard, M. Cadalen, M. Caron, M. Carrière, Mme Cathala, M. Cernon, Mme Chikirou, M. Clouet, M. Coquerel, M. Coulomme, M. Delogu, M. Diouara, Mme Dufour, Mme Erodi, Mme Feld, M. Fernandes, Mme Ferrer, M. Gaillard, Mme Guetté, M. Guiraud, Mme Hamdane, Mme Hignet, M. Kerbrat, M. Lachaud, M. Lahmar, M. Laisney, M. Le Coq, M. Le Gall, Mme Leboucher, M. Legavre, Mme Legrain, Mme Lejeune, Mme Lepvraud, M. Léaument, Mme Élisa Martin, M. Maudet, Mme Maximi, Mme Mesmeur, Mme Manon Meunier, M. Nilor, Mme Nosbé, Mme Obono, Mme Oziol, Mme Panot, M. Pilato, M. Piquemal, M. Portes, M. Prud'homme, M. Ratenon, M. Saint-Martin, Mme Soudais, Mme Stambach-Terrenoir, M. Taché, Mme Taurinya, M. Tavel, Mme Trouvé et M. Vannier

ARTICLE 13 BIS

Supprimer cet article.

EXPOSÉ SOMMAIRE

Par cet amendement, le groupe LFI-NFP 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 avions 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 délaissé 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.