

ASSEMBLÉE NATIONALE

8 avril 2025

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

N° AC1466

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. – A. – Des conventions stratégiques pluriannuelles sont conclues entre l'État et chacune des sociétés France Médias, France Médias Monde 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-directeur général ou d'un nouveau président.

« Ces conventions déterminent notamment, pour chacune de ces sociétés, ainsi que pour chacune des sociétés France Télévisions, Radio France, Institut national de l'audiovisuel et des sociétés mentionnées au premier alinéa de l'article 44-1 :

« 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 retenus ;

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

« 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.

« B. – Pour la société France Médias, la convention distingue, parmi les ressources :

« 1° La part maximale que celle-ci conserve pour mener ses missions propres ;

« 2° La part que celle-ci est chargée de répartir entre les sociétés France Télévisions, Radio France, Institut national de l'audiovisuel et les sociétés mentionnées à l'article 44-1, ainsi que la clef de cette répartition ;

« 3° La part que celle-ci consacre à la conduite de projets d'intérêt commun à tout ou partie de ses filiales.

« La convention détermine les montants minimaux d'investissements de la société France Télévisions dans la production d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles européennes et d'expression originale française, en pourcentage de ses recettes et en valeur absolue.

« C. – La convention stratégique pluriannuelle de la société France Médias Monde 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.

« II. – Les projets de conventions stratégiques pluriannuelles ainsi que les avenants à ces conventions sont transmis aux commissions permanentes compétentes de l'Assemblée nationale et du Sénat. Ils 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.

« Les projets de conventions stratégiques pluriannuelles des sociétés France Médias et France Médias Monde ainsi que les avenants à ces conventions sont transmis à l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique, qui formule un avis dans un délai de quatre semaines.

« III. – Les conseils d'administration des sociétés France Médias et France Médias Monde et le conseil de surveillance de la société ARTE-France approuvent leur convention stratégique pluriannuelle et délibèrent sur son exécution annuelle.

« Les conseils d'administration des sociétés France Télévisions, Radio France et Institut national de l'audiovisuel sont consultés, chacun en ce qui le concerne, sur le projet de convention stratégique pluriannuelle de la société France Médias, ainsi que sur l'exécution annuelle de la convention.

« Chaque année, avant l'examen du projet de loi relative aux résultats de la gestion et portant approbation des comptes de l'année, les sociétés France Médias, France Médias Monde 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.

« IV. – Chaque année, avant l'examen du projet de loi de finances, le Parlement est informé de la répartition indicative, élaborée à partir des propositions de la société France Médias, des ressources publiques mentionnées aux 1° à 3° du B du I.

« Lorsque les montants et leur répartition diffèrent de ceux prévus dans la convention mentionnée au I pour l'année, le Parlement est en outre informé de la justification des écarts constatés.

« 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.

« V. – À compter du 1^{er} janvier 2027, la société France Médias détermine les parts des ressources publiques dont elle est affectataire :

« 1° Qu'elle conserve pour mener ses missions propres ;

2° Qu'elle reverse respectivement aux sociétés France Télévisions, Radio France et Institut national de l'audiovisuel ainsi que, le cas échéant, aux sociétés mentionnées au premier alinéa de l'article 44-1, en veillant à ce que les montants ainsi reversés permettent de garantir l'exercice par chacune de ces sociétés de ses missions de service public ;

« 3° Qu'elle consacre à la conduite de projets d'intérêt commun à tout ou partie de ses filiales.

« En cas d'écart d'au moins 10 % entre les répartitions opérées en application du présent V et les répartitions mentionnées au 2° du B du I et au IV, la société informe sans délai les commissions permanentes compétentes de l'Assemblée nationale et du Sénat, qui peuvent procéder à l'audition de son président-directeur général.

« VI. – La principale source de financement des organismes de l'audiovisuel public est constituée par une ressource publique de nature suffisante, durable et prévisible.

« VII. – A. – 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.

« B. – 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 une période de quinze minutes avant et après cette diffusion. Elle s'applique également, d'une part, lorsque le programme est disponible 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 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, le mot : « président » sont remplacés par les mots : « président-directeur général » et 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 : « 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 et dernier alinéas les mots : « le contrat d'objectifs et de moyens » sont remplacés par les mots : « la convention stratégique pluriannuelle » ;

« 3° Au dernier alinéa, les mots : « ainsi que celui de l'Institut national de l'audiovisuel » sont supprimés.

« IV. – À 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 :

- tirer les conséquences rédactionnelles du retrait de France Médias Monde du périmètre de la holding France Médias ;
- réintroduire l'avis de l'Arcom sur les conventions stratégiques pluriannuelles de France Médias et de France Médias Monde ;
- renforcer l'information du Parlement en cas d'écart entre le budget prévisionnel et la répartition des ressources entre les filiales de la holding ;
- se conformer aux critères du règlement européen sur la liberté des médias du 11 avril 2024 s'agissant des caractéristiques du financement des organismes de l'audiovisuel public ;
- 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).