

ASSEMBLÉE NATIONALE

28 mars 2025

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

N ° AC937

présenté par

Mme Calvez, Mme Melchior, Mme Brulebois, Mme Delpech, M. Fait, Mme Genetet,
M. Laussucq, M. Marion, M. Sorre, Mme Spillebout, Mme Thevenot, Mme Levasseur et
M. Masségli

ARTICLE 5

I. – À l'alinéa 10, substituer aux mots :

« un niveau maximal de recettes »

les mots :

« une durée maximale de diffusion annuelle des messages ».

II. – En conséquence, au même alinéa, substituer aux mots :

« défini en fonction des montants de ressources publiques qui leur sont attribués »

la phrase :

« Elle mentionne également l'objectif de réduction progressive de la place de la publicité et des parrainages dans la diffusion de l'offre de service public. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Les ressources propres représentent aujourd'hui une part non négligeable des ressources des sociétés de l'audiovisuel public.

Or diffuser de la publicité n'est pas dans le cœur des missions de l'audiovisuel. Le temps de diffusion et donc le temps des citoyens pourrait servir à autre chose. le temps d'attention est une denrée très sollicitée, le public pourrait voir l'absence de publicité comme un élément distinctif et bienvenu pour intensifier le plaisir d'écoute et de visionnage.

Par ailleurs, les ressources publicitaires sont la ressource unique des chaînes privées, or certains annonceurs confient aux médias publics ce qu'ils pourraient confier aux chaînes gratuites privées.

Donc au-delà de la distinction et de la qualité du service public, il s'agit également de limiter l'impact sur le marché publicitaire.

Si la limitation en recettes publicitaires ne paraît plus pertinente, menant souvent à une dévalorisation du prix des espaces de publicités lorsque les revenus totaux atteignent le plafond fixé, la détermination préalable d'une durée maximale de diffusion associée à un objectif de réduction publicitaire permettrait au contraire de valoriser le prix des espaces de publicité présents sur le service public, tout en limitant progressivement leur place dans la vie de ses usagers.

Cet amendement vise ainsi à garantir une transition au long terme vers un modèle économique moins dépendant des financements commerciaux, tout en assurant la pérennité des ressources des sociétés de l'audiovisuel public.