

ASSEMBLÉE NATIONALE

27 mars 2025

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

Adopté

AMENDEMENT

N ° CF1

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 Élisabeth 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 5

Supprimer cet article.

EXPOSÉ SOMMAIRE

Par cet amendement de suppression, le groupe LFI-NFP rappelle son opposition au projet de holding de l'audiovisuel public. Nous y sommes d'autant plus opposés que le remplacement des contrats d'objectifs et de moyens (COM) signés entre les différentes entités de l'audiovisuel public - France Télévisions, Radio France, France Médias Monde et l'INA par des conventions stratégiques pluriannuelles est insatisfaisant.

Tout d'abord, ces conventions stratégiques pluriannuelles sont des instruments indispensables à la mise en place de la holding et sont loin d'offrir la stabilité nécessaire pour permettre aux entités de l'audiovisuel public de se projeter sur le long-terme. Elles peuvent notamment devenir caduques et être renégociées en cas d'arrivée d'un nouveau PDG, ce qui pourrait engendrer une instabilité préjudiciable.

Par ailleurs, ces conventions stratégiques pluriannuelles semblent ne comporter avant tout que des éléments de gestion et de comptabilité. Ces éléments sont d'une part, loin d'être suffisants pour s'assurer que les futures entités de l'audiovisuel public auront les moyens de mener à bien leurs missions de service public (définies à l'article 43-11 de la loi du 30 septembre 1986) et d'autre part, semblent même être dictées par des impératifs peu avouables. C'est le cas du plafonnement des

recettes issues de la publicité et du parrainage, y compris digitales, aux sociétés France Télévisions, Radio France et France Médias Monde. Si nous sommes favorables à la réduction de la place de la publicité dans l'audiovisuel public, nos motivations sont radicalement différentes de celles des acteurs privés - qui ont poussé cet amendement : nous considérons que la publicité participe à l'entretien d'un modèle capitaliste dépassé et qu'elle est incompatible avec la mise en place d'une politique culturelle ambitieuse d'émancipation des citoyens, alors que pour les chaînes privées, il s'agit uniquement de protéger leur recettes publicitaires en réduisant le nombre d'acteurs présents sur ce marché. Notre vision de l'audiovisuel public est autre : nous considérons que ce dernier devrait avoir les moyens de ses ambitions de service public, sans avoir recours aux recettes issues de la publicité et du parrainage, ce qui nécessite que ce dernier bénéficie de ressources publiques suffisantes, dynamiques et pérennes.