

ASSEMBLÉE NATIONALE

26 juin 2025

RÉFORME DE L'AUDIOVISUEL PUBLIC ET SOUVERAINETÉ AUDIOVISUELLE - (N° 1591)

Commission	
Gouvernement	

AMENDEMENT

N ° 783

présenté par

M. Emmanuel Grégoire, Mme Céline Hervieu, Mme Hadizadeh, Mme Keloua Hachi, M. Courbon, Mme Herouin-Léautey, M. Proença, Mme Rouaux, M. Echaniz, Mme Allemand, M. Aviragnet, M. Baptiste, M. Barusseau, Mme Battistel, M. Baumel, Mme Bellay, M. Benbrahim, M. Bouloux, M. Philippe Brun, M. Califer, Mme Capdevielle, M. Christophle, M. David, M. Delaporte, M. Delautrette, Mme Diop, Mme Dombre Coste, M. Dufau, M. Eskenazi, M. Faure, M. Fégné, M. Garot, Mme Godard, M. Gokel, Mme Got, M. Guedj, M. Hablot, M. Hollande, Mme Jourdan, Mme Karamanli, M. Leseul, M. Lhardit, Mme Mercier, M. Naillet, M. Oberti, Mme Pantel, M. Pena, Mme Pic, Mme Pirès Beaune, M. Potier, M. Pribetich, Mme Rossi, M. Aurélien Rousseau, M. Roussel, Mme Runel, Mme Récalde, M. Saint-Pasteur, Mme Santiago, M. Saulignac, M. Simion, M. Sother, Mme Thiébault-Martinez, Mme Thomin, M. Vallaud, M. Vicot et M. William

ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE 3, insérer l'article suivant:**

Sous réserve de son traitement par les services de l'Assemblée nationale et de sa recevabilité

L'article 68 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication est ainsi rétabli :

« Art. 68. – Les associés, dirigeants ou actionnaires de sociétés prestataires dans le secteur de l'audiovisuel et de la production de programmes audiovisuels ne peuvent intégrer des postes de direction au sein des sociétés de programme mentionnées à l'article 44 de la présente loi.

« En outre, les sociétés prestataires dans le secteur de l'audiovisuel et de la production de programmes audiovisuels ne peuvent vendre des prestations ou des programmes aux sociétés de programme mentionnées à l'article 44 de la présente loi si un ou plusieurs des associés, dirigeants ou actionnaires desdites sociétés occupe un poste de direction au sein d'une des sociétés de programme mentionnées à l'article 44 de la présente loi. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Par cet amendement, le groupe Socialistes et apparentés souhaite prémunir les sociétés de l'audiovisuel public de stratégies de réseaux d'influence consistant à octroyer des contrats de prestation ou de production de programmes de manière préférentielle, au détriment de producteurs indépendants et de la santé financière des sociétés de l'audiovisuel public.

Il existe de nombreux exemples de personnes occupant des postes stratégiques, qui gèrent parfois des portefeuilles très importants au sein des sociétés de l'audiovisuel public, et qui sont ensuite embauchées par des entreprises de production, et notamment de groupes très puissants et en position dominante sur le marché de la production audiovisuelle, et vice-versa. Certains ancien-nes dirigeant-es de l'audiovisuel public, en quittant leurs postes, créent leurs propres entreprises et vendent par la suite leurs productions aux mêmes sociétés pour lesquelles ils travaillaient.

Dès lors, les contrats qui sont passés entre ces sociétés posent question, d'autant que la Cour des comptes pointait déjà en 2016 les dépenses trop importantes de sociétés de l'audiovisuel public, comme France Télévisions, dans la production externe, et qu'elle pourrait réaliser des économies significatives en négociant de manière rigoureuse des contrats avec les sociétés de production, insistant sur le fait que « France Télévisions se trouve dans une situation plus proche d'un guichet de subventions que d'une entreprise en négociation commerciale avec ses fournisseurs ».

Or, la recherche d'économies entreprise par les COM ne saurait se faire au détriment des personnels et devrait porter en priorité sur certains postes de dépenses dont, par exemple, la concentration des achats en matière de production. Ainsi, les trois premiers groupes de production extérieurs à France Télévisions (c'est-à-dire hors France.tv studio) ont cumulé, en 2023, un chiffre d'affaires de 231,3 millions d'euros. Si le groupe France Télévisions subit les effets de la concentration du secteur de la production, il est cependant de plus en plus dépendant d'un nombre réduit de producteurs avec lesquels il lui est plus difficile de négocier.

Par ailleurs, des organisations de producteurs indépendants dénoncent également une « stratégie de réseaux d'influence », s'apparentant au copinage, qui gangrène l'audiovisuel public et qui consiste en des ententes entre des personnes occupant des postes de direction au sein d'une société de l'audiovisuel public, maniant des enveloppes financières importantes, octroient des contrats juteux, de manière préférentielle, à certaines entreprises de production. Par la suite, après avoir quitté la société de l'audiovisuel public au sein de laquelle ils officiaient, ces mêmes personnes se retrouvent gratifiées d'un poste important dans ces entreprises privées auxquelles ils ont octroyé des contrats. Nous souhaitons donc prémunir l'audiovisuel public de ce problème éthique qui permet la concentration de la production audiovisuelle dans les mains de quelques grands groupes, qui s'enrichissent avec l'argent public, avec le concert de salarié-es haut placé-es de l'audiovisuel public.