

# Audiovisuel public : les propositions du Rapport Gaultier/Bataillon

Le rapport de la *Mission d'information sur l'avenir de l'audiovisuel public* conduite pour la commission des Affaires Culturelles de l'Assemblée nationale par les députés Jean-Jacques Gaultier (comme président) et Quentin Bataillon (en tant que rapporteur) sera présenté ce mercredi 7 juin à midi. NPA Conseil a pu accéder au projet de rapport, et analyser les propositions qu'il décline sur 126 pages : rassemblement de l'audiovisuel public au sein de la holding imaginée dès 2019 par le projet de loi Riester ; suppression de toute publicité (y compris parrainage et publicité collective) entre 20 heures et 6 heures sur les antennes de France Télévisions comme sur ses plateformes numériques ; compensation de la disparition de la publicité par une fraction de la taxe sur les plateformes numériques (Google, Meta, Amazon...), s'ajoutant au maintien de l'affectation d'une fraction de la TVA à l'audiovisuel public.

Soulignant aussi que « dans un domaine essentiel pour notre démocratie et notre souveraineté culturelle, le Parlement n'a pas vocation à jouer le rôle ingrat du muet du sérail ou d'un quelconque sleeping partner », son président, à l'inverse, l'ambition de la Mission à « proposer et apporter une véritable valeur ajoutée pour l'audiovisuel public en matière de finances, de gouvernance, d'identité et de spécificité de ses missions ».



En vue de renforcer « l'identité de l'audiovisuel public » (« pour les Français interrogés (dans le cadre d'une étude Opinion Way), pour toutes les catégories de programmes proposés (séries, émissions de divertissement, information, sport) à l'exception des documentaires, les contenus du service public apparaissent relativement similaires à ceux des chaînes privées »), la Mission préconise « la poursuite d'une stratégie de marque plus forte pour ses différentes chaînes », « plus d'audace (...) pour proposer des contenus moins soumis à la pression immédiate de l'audience », et toujours plus « d'exigences de qualité et de pluralité des programmes ».

**Elle formule trois propositions plus structurantes :**

- « Une identité publique réaffirmée, à l'instar de nos voisins européens et dans l'esprit de la loi de 2009, sans publicité ni parrainage après 20 heures » : concrètement la « **fin effective de la présence d'annonceurs sur les antennes nationales et la plateforme de France Télévisions entre 20 heures et 6 heures, sur les antennes et plateformes de France télévisions, en l'étendant à la publicité numérique et aux parrainages** ».

La mission dénonçant notamment un « recours excessif au parrainage, qui concerne toutes les antennes, et un même constat lorsque l'on regarde des contenus sur la plateforme France.tv : même la diffusion de la télévision linéaire y est entrecoupée de publicités ».

S'agissant de Radio France, le plafonnement en vigueur à 42 M€ pour le total de la publicité commerciale et du parrainage est jugé « *adapté* » (après un réalisé 2022 à 41,3 M€ : 35,57 M€ de publicité commerciale et 5,73 M€ de parrainage).

- « *Une gouvernance réformée, plus cohérente et convergente, abandonnant une organisation en silos*», par la **mise en œuvre de la holding qui figurait dès 2019 dans le projet de loi préparé par le ministre de la Culture de l'époque Franck Riester**, et qui constitue l'un des éléments principaux de la Proposition de loi rédigée par Laurent Lafon et qui sera discutée par la commission Culture du Sénat le mercredi 7 au matin.

La holding vise à « *consolider les efforts de mutualisation et de plateformisation engagés par les différentes entités (de l'audiovisuel public, et à le doter) de tous les outils permettant un meilleur pilotage des projets stratégiques tout en garantissant une plus grande indépendance de la structure dans son ensemble* ».

- « ***Des finances confortées et assurées dans la durée par une prolongation de l'affectation d'une fraction des recettes de TVA, la création d'un prélèvement sur recettes de l'État pour ARTE-France et l'ajout d'une fraction des recettes de la taxe sur les services numériques***» (Google, Meta, Amazon, etc.) destinée à compenser à l'euro près la suppression de la publicité après 20 heures.

Les propositions de la Mission seront reprises dans une proposition de loi organique qui devrait être déposée par Jean-Jacques Gaultier et Quentin Bataillon.

Mais son président souligne aussi « *l'accord et la complémentarité de vues avec la proposition de loi sénatoriale (de) Laurent Lafon (qui) sont une véritable chance* ». Il apparaît donc plausible que les deux textes se rejoignent au gré des navettes.