



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

télévision

Question écrite n° 15238

Texte de la question

M. Franck Reynier interroge Mme la ministre de la culture et de la communication sur un éventuel abandon de la publicité sur les chaînes télévisées du service public. Le Gouvernement s'apprête à mettre un terme à la présence de spots publicitaires sur les chaînes télévisées du groupe France Télévisions. Compte tenu de la concurrence accrue avec les chaînes privées, ce choix risque de bouleverser non seulement l'équilibre économique des chaînes du groupe France Télévisions, mais aussi les limites de leur périmètre. C'est pourquoi il lui demande de bien vouloir lui indiquer la stratégie que vont suivre les chaînes télévisées du service public, ainsi que les modalités prévues pour compenser l'abandon de la publicité sur ces chaînes.

Texte de la réponse

La commission pour la nouvelle télévision publique, composée d'élus et de professionnels, a rendu son rapport sur les nouveaux modes de financement de l'audiovisuel public au Président de la République le 25 juin 2008. Lors de la remise du rapport, le chef de l'État a annoncé des mesures importantes en faveur de la télévision publique. La première d'entre elles consiste à rompre avec la logique publicitaire et à diffuser davantage de programmes de qualité aux heures de grande écoute. Ainsi, les coupures publicitaires disparaîtront de la télévision publique à partir de 20 heures dès janvier prochain. Ce n'est qu'après le 1er décembre 2011 que la publicité quittera définitivement le petit écran sur les chaînes publiques. Pour compenser la perte de recettes publicitaires par les chaînes publiques, les opérateurs de téléphonie et d'Internet seront taxés à hauteur de 0,9 % de leur chiffre d'affaires. Par ailleurs, les recettes publicitaires de toutes les chaînes feront l'objet d'un prélèvement de l'ordre de 3 % pour un rendement global de l'ordre de 80 millions d'euros. Le produit de ces deux taxes sera ainsi affecté à l'audiovisuel public dans le but de renouveler en profondeur l'identité du service public audiovisuel, et de lui rendre sa vocation : « informer, cultiver, distraire ».

Données clés

Auteur : [M. Franck Reynier](#)

Circonscription : Drôme (2^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 15238

Rubrique : Audiovisuel et communication

Ministère interrogé : Culture et communication

Ministère attributaire : Culture et communication

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 29 janvier 2008, page 662

Réponse publiée le : 23 septembre 2008, page 8181