



16ème législature

Question N° : 419	De Mme Sophie Mette (Démocrate (MoDem et Indépendants) - Gironde)	Question écrite
Ministère interrogé > Culture		Ministère attributaire > Culture
Rubrique > audiovisuel et communication	Tête d'analyse > Labellisation des médias audiovisuels locaux	Analyse > Labellisation des médias audiovisuels locaux.
Question publiée au JO le : 02/08/2022 Réponse publiée au JO le : 24/01/2023 page : 637		

Texte de la question

Mme Sophie Mette attire l'attention de Mme la ministre de la culture sur la labellisation des médias audiovisuels locaux. L'audiovisuel local est le média de confiance privilégié des Français. Il est essentiel d'assurer son avenir, de lui permettre d'innover pour répondre aux nouveaux modes d'information de demain, surtout s'il est tenu compte du contexte de transformation des usages dans l'accès à l'information. C'est jusqu'à la défiance démocratique qui est à craindre, notamment avec l'essor des *fake news*. Les Assises de l'audiovisuel local, lancées en novembre 2021, ont posé l'idée d'une labellisation de ces médias. Ce pourrait être un biais essentiel pour le maintien et le développement d'une offre d'information locale pluraliste et dynamique au cœur des territoires. Le SIRTI propose plusieurs critères, une labellisation qui serait décidée par une commission sur le modèle de la CPPAP et qui permettrait : l'accès à un fonds de soutien à la diffusion hertzienne, l'accès à une aide à l'innovation, la mise en place d'une fiscalité incitative ou encore une visibilité plus importante. Elle souhaite savoir ce que le Gouvernement répond à ces requêtes.

Texte de la réponse

Les médias locaux jouent un rôle essentiel en matière d'information, d'accès à la culture et de maintien du lien de proximité entre les citoyens. Les radios et les télévisions locales privées, dans un contexte de crise sanitaire qui a entraîné une baisse de leurs ressources publicitaires, ont bénéficié à titre exceptionnel de deux dispositifs de soutien en faveur des éditeurs audiovisuels, prévus par la loi du 30 juillet 2020 de finances rectificative pour 2020 : un crédit d'impôt de 15 % au profit des services de télévision, de radio et de médias audiovisuels à la demande pour leurs dépenses engagées dans la création en 2020, d'une part ; et une prise en charge exceptionnelle d'une partie des coûts de diffusion par voie hertzienne terrestre des radios privées (nationales et locales) et des télévisions locales, d'autre part. Ce second dispositif spécifique, largement utilisé, a permis de soutenir environ 200 radios et 30 télévisions locales. Compte-tenu de la reprise du marché publicitaire en 2021 et 2022, il n'a pas été envisagé de prolonger ces dispositifs exceptionnels. Au troisième trimestre 2022, le marché publicitaire de la télévision poursuivait ainsi sa croissance par rapport à 2019 et le marché radio retrouvait son niveau d'avant-crise (selon les derniers chiffres du baromètre unifié du marché publicitaire). Ces dispositifs n'auraient par ailleurs pas pu être prolongés pour des raisons juridiques, ayant été inscrits dans le cadre du régime d'encadrement temporaire pour le soutien aux entreprises alors autorisé par la Commission européenne, qui a pris fin dans le courant de l'année 2022. L'État soutient cependant massivement le développement de médias ancrés localement et le maintien du pluralisme au plan national et local, au travers de nombreux dispositifs d'aides : dans le champ de la presse écrite, les aides au pluralisme, à la modernisation et à la diffusion de la presse ont représenté un soutien financier de près de 400

millions d'euros pendant la période 2021-2022, dont près de 55 millions d'euros au titre du plan « France relance », avec un effort particulier en faveur de la presse locale au travers des aides au pluralisme des titres d'information politique et générale locaux, départementaux et régionaux, qu'ils soient quotidiens à faibles ressources de petites annonces (aide aux quotidiens régionaux, départementaux et locaux d'information politique et générale à faibles ressources de petites annonces – QFRPA, dotée de 1,4 million d'euros par an) ou de toute autre périodicité (aide « prêt participatif de relance » – PPR, dotée de 1,5 million d'euros par an), ainsi qu'au travers de l'accompagnement, sous la forme d'appels à projets annuels, de programmes d'incubation dédiés aux médias émergents ou fournisseurs de solutions consacrées aux médias, dont plusieurs sont établis en régions (PACA, Grand-Est, Sud-Ouest, Ile-de-France) ; dans le domaine radiophonique, le fonds de soutien à l'expression radiophonique locale, en augmentation constante depuis trois ans (34,8 millions d'euros en 2023) permet de soutenir les radios associatives, dont les ressources publicitaires sont limitées à 20 % de leur chiffre d'affaires ; enfin, un fonds dédié soutient depuis 2016 les médias d'information sociale de proximité ; sa dotation annuelle atteint 1,8 million d'euros depuis 2021 (contre les 1,5 million d'euros précédemment alloués). L'audiovisuel public a par ailleurs renforcé son offre de proximité à travers la progression du volume des programmes régionaux de France 3, le respect des engagements du pacte de visibilité pour les Outre-Mer et le renforcement des coopérations entre France 3 et France Bleu qui se traduit par le déploiement des matinales communes aux deux réseaux et le lancement de la plateforme numérique de proximité « ICI par France Bleu et France 3 ». Alors que les grands acteurs du numérique, en particulier Google et Facebook, captent une part croissante du marché publicitaire, les prochains États généraux du droit à l'information devraient constituer une opportunité d'échange avec l'ensemble du secteur sur le modèle économique des médias locaux et l'adaptation des dispositifs de soutien.