Le Conseil d’Etat formule des propositions en vue de favoriser l’accès aux programmes audiovisuels sportifs

À l’aune de la préparation des Jeux olympiques de 2024, le Conseil d’État, dans son étude annuelle « Le sport, quelle politique publique ? », formule 21 propositions pour élaborer une politique publique du sport plus volontaire et ambitieuse, autour de trois leviers prioritaires : rassembler les acteurs publics et associatifs, démocratiser l’accès au sport et réguler son économie. A ce titre et sur ce dernier volet, le Conseil d’Etat rappelle que la diffusion des événements sportifs constitue un élément central du financement du sport et un enjeu crucial pour le secteur de l’audiovisuel. Il recommande à ce titre d’assurer l’accessibilité des programmes audiovisuels sportifs.

Or, l’accès du plus grand nombre à la retransmission des principaux événements sportifs et à la diversité des disciplines sportives suppose que le service public de l’audiovisuel dispose de moyens suffisants pour acquérir des droits, et que la puissance publique assure une régulation afin que les chaînes payantes ne soient pas seules en mesure de diffuser de tels programmes. A cette fin, il est jugé souhaitable d’autoriser, par dérogation, la publicité sur les chaînes publiques après 20 heures lors de la diffusion d’événements sportifs en intégralité, pour financer l’achat de droits de retransmission de compétitions sportives (proposition 19 du rapport qui en compte 21). En outre, la liste des événements d’importance majeure définie par décret doit être complétée, pour assurer une plus grande visibilité du sport féminin et des épreuves paralympiques. Les compétences du CSA doivent en outre être renforcées pour garantir l’accès du public à ces événements.

La préservation des ressources financières générées par le spectacle sportif requiert également des outils de lutte contre le piratage (proposition 20), recommande le Conseil d’Etat. Cette lutte ne peut être efficace que si les organisateurs de compétitions sont dotés de droits voisins du droit d’auteur spécifiques, et si des dispositifs de régulation adaptés aux particularités du spectacle sportif sont mis en place.

Ces préconisations seront-elles reprises dans le projet de loi de réforme de l’audiovisuel, qui devrait être présenté fin novembre en Conseil des ministres ? Rien n’est moins sûr. « Nous voulons maintenir l'équilibre qui a été obtenu aujourd'hui en matière de publicité dans l'audiovisuel public, tant à la radio qu'à la télévision, donc nous ne voulons pas ouvrir la publicité après 20h à la télévision publique », a déclaré M. Riester sur RTL. «Pour le sport, il y a des dispositifs de parrainage qui permettent de valoriser le sport à la télé après 20h sur les chaînes publiques, sans tomber dans de la publicité. On ne veut pas rentrer dans la publicité», a rappelé le ministre. Par ailleurs, la future loi prévoit notamment la création d'«écrans partagés» pour diffuser des publicités sans pour autant interrompre la retransmission d'événements sportifs.