Limiter la concentration des médias

La proposition en clair

Fixer un plafond commun de concentration des médias : les groupes déjà au-dessus devront céder des actifs, comme ceux qui voudraient dépasser ce plafond demain.

Pourquoi agir ?

Une démocratie ne fonctionne que si chacun peut accéder à des informations diverses et fiables. Pour voter, débattre ou contrôler les décisions publiques, il faut pouvoir comparer plusieurs enquêtes, plusieurs analyses et plusieurs points de vue. Elle protège aussi les citoyens.

Quand un même propriétaire contrôle plusieurs journaux, radios ou chaînes, il peut décider des budgets et nommer les dirigeants. Les journalistes ne reçoivent pas nécessairement des ordres, mais leur liberté de travailler doit pouvoir être vérifiée.

Aujourd'hui, on peut regarder une chaîne, lire son site et retrouver ses vidéos sur un réseau social. Compter seulement les journaux ou les chaînes d'un groupe ne dit donc pas combien de personnes il touche réellement.

Les médias doivent financer leurs journalistes, leurs enquêtes et leurs équipements. Des rapprochements économiques peuvent aider des entreprises fragilisées à survivre. Une politique de pluralisme doit tenir compte de cette réalité et ne pas empêcher mécaniquement toute acquisition ou coopération utile.

Situation actuelle

La loi du 30 septembre 1986 encadre déjà certains cumuls de médias et les autorisations audiovisuelles. Toutefois, les plafonds historiques reflètent imparfaitement la circulation de l'information entre télévision, radio, presse, sites et plateformes numériques.

L'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (Arcom) veille notamment au pluralisme audiovisuel. L'Autorité de la concurrence examine les rapprochements économiques : ce sont deux contrôles complémentaires, qui ne mesurent pas nécessairement la même chose.

En février 2026, des députés ont travaillé sur la proposition de loi n° 2216. Leur idée : regarder l'influence totale d'un même propriétaire dans la télévision, la radio, la presse et le numérique, plutôt que traiter chaque support séparément.

Mesures proposées

S'appuyer sur les travaux parlementaires français de 2026 (proposition de loi n° 2216 et rapport n° 2429) pour créer un plafond d'influence plurimédias. Concrètement, on mesure le poids d'un même propriétaire dans la télévision, la radio, la presse et l'information en ligne, tous supports confondus.

Identifier les propriétaires réels, y compris via des sociétés indirectes. Publier un registre contrôlable et compter ensemble les médias placés sous une même influence. Vérifier l'indépendance éditoriale : sujets, nominations et pressions des actionnaires.

Calibrer le plafond avec les données Arcom, Médiamétrie, ACPM et Reuters : comparer 15 %, 20 %, 25 % et 30 %, sans double compte. Le seuil définitif sera voté après étude d'impact. Le niveau de 20 % reste une hypothèse, pas une règle déjà applicable.

Une fois le plafond légal fixé, il s'imposera à tous, anciens et nouveaux groupes. Ceux qui le dépassent déjà devront céder des titres ou participations pour revenir sous la limite, dans un délai transitoire maximal de trois ans. Une charte ne remplacera pas la cession.

Interdire toute acquisition nouvelle qui ferait franchir ou aggraver le plafond, sauf cession préalable. Exclure les ventes à une société sœur ou à un prête-nom.

L’Arcom contrôlera les plans de cession, avec recours devant le juge. En cas de refus, la loi prévoira mise en demeure, astreinte financière et cession judiciaire en dernier recours. Sanctionner aussi les fausses déclarations et contournements selon des plafonds fixés par la loi.

Calendrier de mise en œuvre

Année n, mois 1 à 3 : réunir Arcom, Autorité de la concurrence, juristes, journalistes et chercheurs. Examiner les travaux parlementaires de 2026 et les exigences européennes. Définir clairement le plafond de propriété, son mode de calcul, les garanties de recours et les compétences de chaque autorité.

Année n, mois 3 à 6 : dresser la carte des propriétaires directs et indirects. Recenser chaînes, radios, journaux, sites et médias locaux ; identifier les participations croisées et les directions éditoriales communes. Publier une méthode vérifiable.

Année n, mois 6 à 9 : comparer les seuils de 15 %, 20 %, 25 % et 30 % avec les audiences françaises disponibles. Simuler les effets sur les groupes existants et les acquisitions passées, en distinguant portée et influence.

Coûts et financement

La réforme exige des moyens publics pour mesurer l’influence, vérifier les propriétaires et surveiller les cessions. Les budgets existants de l’Arcom et de l’Autorité de la concurrence couvrent déjà certaines missions : les montants suivants représentent uniquement des besoins supplémentaires hypothétiques, non des crédits votés.

Hypothèse commune : 110 000 € par agent et par an, charges et environnement de travail compris. Scénario léger : 10 agents (1,10 M€), plus 0,70 M€ de données et d’études, soit 1,80 M€ par an ; investissement initial de 0,80 M€.

Scénario central : 20 agents (2,20 M€), plus 1,50 M€ pour mesurer les audiences, tenir le registre des propriétaires et contrôler les opérations : 3,70 M€ par an. Prévoir également 1,50 M€ d’investissement initial pour les outils numériques et les procédures.

Scénario renforcé : 35 agents (3,85 M€), plus 3,00 M€ de données, d’expertises et de fonctionnement : 6,85 M€ par an, avec 3,00 M€ d’investissement initial. Ce scénario couvre davantage de contrôles locaux.

Le scénario central représente 20 M€ pour cinq années pleines au régime cible, investissement initial compris, hors inflation. La gestion des cessions peut créer des besoins temporaires supplémentaires : expertise financière, contentieux, vérification des acquéreurs. Une étude d’impact devra les chiffrer séparément.

Source : page KAIROS « proposition-38.html » transmise le 29 octobre 2026. Cette fiche résume les éléments publiés ; consulter la page pour le texte complet.