



Ministère de la culture

Direction générale des médias et des industries culturelles

**Consultation publique
sur les besoins d'adaptation de la réglementation au regard de l'étude du ministère
de la Culture et de l'Arcom sur l'évolution du marché de la communication et son
impact sur le financement des médias par la publicité**

Janvier 2024

La publicité constitue la principale source de financement des médias (écrits et audiovisuels) privés gratuits. Publicité et médias forment ainsi un cercle vertueux où les annonceurs, qui ont besoin de communiquer, achètent des espaces publicitaires, permettant aux médias de valoriser l'audience générée par la production et la diffusion d'information de qualité et de création culturelle.

Ce mode de financement est néanmoins fragilisé par l'avènement du numérique, qui a permis à de nouveaux acteurs, dont le modèle repose notamment sur la diffusion de contenus de tiers ou sur la fourniture de services numériques, de capter une partie des ressources publicitaires des médias, sans qu'ils ne contribuent au financement de l'information et de la création.

Afin de mieux appréhender ces enjeux, la DGMIC et l'ARCOM ont publié le 30 janvier 2024 une étude, réalisée par le cabinet PMP Strategy, sur l'évolution du marché de la communication et son impact sur le financement des médias (en particulier télévision, radio et presse) par la publicité.

L'étude est disponible sur le site www.culture.gouv.fr

Question n°1 : Quelles observations cette étude appelle-t-elle de votre part ?

Question n°2 : L'étude met en lumière un risque de diminution des recettes publicitaires des médias d'ici 2030. Selon-vous, quelles évolutions de la réglementation publicitaire, au niveau national et européen, pourrait-être envisagées afin de prévenir ce risque ?

Question n°3 : Dans quelle mesure pensez-vous que la mise en œuvre du DSA et du DMA au cours des prochaines années permettra de modifier les équilibres du marché publicitaire sur le numérique ?

Question n°4 : Plus largement, quelles évolutions de la régulation du secteur du média vous semblent souhaitables pour assurer la pérennité de leur modèle économique ?

Les réponses à la consultation devront être transmises au plus tard **le 25 mars 2024**, par voie postale ou par voie électronique à :

**Madame la Directrice générale des médias et des industries culturelles
Ministère de la culture**

Consultation publique sur les besoins d'adaptation de la réglementation au regard de l'étude du ministère de la Culture et de l'Arcom sur l'évolution du marché de la communication et son impact sur le financement des médias par la publicité

**182, rue Saint-Honoré
75033 Paris Cedex 01**

mél. : consultation-publicite-numerique-dgmic@culture.gouv.fr

Les réponses seront considérées comme publiques et pourront être mises en ligne sur le site de la Direction générale des médias et des industries culturelles à l'exception des éléments dont la confidentialité sera explicitement demandée. Les réponses peuvent utilement être appuyées par des documents ou études complémentaires qui resteront confidentiels.