

(Communiqué)

association des agences
conseil et création



Paris, le 14 octobre 2026

Sous embargo jusqu'au jeudi 15 octobre 08h00

Communication de l'État : les territoires d'Outre-mer réclament des garanties pour un égal accès aux campagnes nationales

À quelques mois de l'entrée en vigueur de la réforme de la communication de l'État, prévue en janvier 2027, Soufyaan Babaï (cofondateur de l'agence Les sales gosses), président du Club Outre-mer de l'AACC, Mario Lechat (groupe Cirano), président de la SPADOM (Syndicat des professionnels de l'audiovisuel d'Outre-mer) et 11 sénatrices et sénateurs demandent au gouvernement trois garanties pour assurer l'inclusion des territoires ultramarins dans les campagnes nationales. Dans une tribune collective, ils soutiennent les objectifs de sobriété, de lisibilité et d'efficacité de la réforme, mais alertent sur le risque d'une marginalisation des Outre-mer.

Un enjeu d'égalité pour 2,8 millions de Français

Les territoires ultramarins représentent près de 2,8 millions d'habitants, soit **4 % de la population française**, mais **leurs médias ne captent que 0,2% des dépenses publicitaires de l'État**, selon l'Observatoire de la publicité DOM 2025 (Média Conseil). Un déséquilibre qui se traduit par un accès limité aux campagnes nationales d'information, notamment sur les enjeux de santé, de prévention et d'accès aux droits. Alors que le budget national annoncé pour la communication de l'État s'établit à 700 millions d'euros, les signataires demandent qu'une **enveloppe minimale de 28 millions d'euros** soit consacrée aux Outre-mer. Cette mobilisation fait suite à un courrier adressé début septembre au Premier ministre par la sénatrice Audrey Bélim, l'AACC et le SPADOM, pour alerter sur les conséquences de la réforme dans les Outre-mer.

Trois garanties demandées au gouvernement

Pour assurer une communication publique réellement nationale, les signataires formulent trois demandes :

- **Un budget dédié et protégé d'au moins 28 millions d'euros pour les Outre-mer**, tenant compte du poids démographique et des spécificités de chaque territoire, avec une publication annuelle des dépenses engagées.
- **L'intégration obligatoire des médias ultramarins dans les campagnes nationales**, dès leur conception, avec des moyens adaptés à leur diffusion locale.
- **L'association des professionnels locaux de la communication** aux nouvelles structures de communication de l'État, afin de concevoir des messages adaptés aux réalités et aux publics de chaque territoire.

La tribune et la liste complète des signataires sont jointes à ce communiqué.

À PROPOS AACC

L'association des agences conseil et création est un syndicat professionnel créé en 1972. L'association représente et fédère les professionnels autour des enjeux majeurs que sont : la valeur de nos métiers, l'attractivité de nos agences et la responsabilité. L'adhésion à l'AACC astreint, entre autres obligations, au respect de règles professionnelles strictes qui font la valeur du label AACC.

CONTACT Annabelle ROUSSEAU - arousseau@aacc.fr