

5 novembre 2008

Groupe SRC

Socialiste, Radical, Citoyen

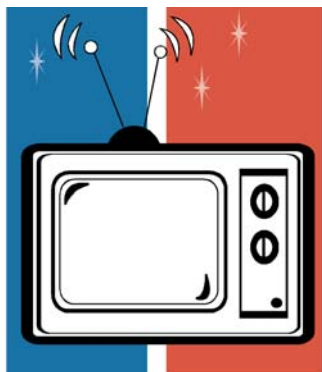


Spécial Audiovisuel

Projet de loi relatif au service public de l'audiovisuel

La disette !

Assemblée nationale - XIIIème législature



Disette pour les télévisions du service public audiovisuel mais profusion de cadeaux pour les télévisions privées

Comme les socialistes le redoutaient dès janvier dernier, l'audiovisuel public va être étranglé financièrement et mené d'une main de fer au détriment du pluralisme de l'information et de l'indépendance des rédactions. L'idée d'un audiovisuel public fort et moteur de la TNT n'est plus d'actualité.

La disparition progressive de la publicité sur les chaînes publiques sans compensation financière suffisante ne fera qu'accroître les difficultés du service public alors que la loi accroît parallèlement les moyens des chaînes privées. L'annonce de Nicolas Sarkozy en janvier 2008 a eu pour effet la perte de 160 millions d'€ de publicité que France Télévisions ne récupérera pas, désormais.

La transformation de la société France Télévisions en média global va rapidement fragiliser l'entreprise par un processus de fusion-absorption préjudiciable à l'identité et à la spécificité des chaînes.

Les modes de désignation et de révocation, par simple décret, des présidents de France Télévisions, de Radio France et de RFI, mettent en danger l'indépendance de l'audiovisuel public qui doit continuer à marquer sa différence par une information pluraliste et de qualité et des programmes de qualité.

Nicolas Sarkozy aura, en très peu de temps, mis à mal des années de législation visant à établir une autorité indépendante de l'audiovisuel, garante « *de l'égalité de traitement, de l'indépendance et de l'impartialité du secteur public de radio et de télévision* ».

Au nom de l'adaptation du paysage audiovisuel français à l'ère numérique, le gouvernement va modifier en profondeur les fondations législatives et réglementaires de l'audiovisuel. Le projet de loi se veut donc un « *paquet global de l'audiovisuel* ». Il a deux facettes habilement complémentaires :



⇒ **La mise au pas de l'audiovisuel public**

Avec d'une part, la nomination des présidents de ses sociétés par le Président de la République en lieu et place de l'autorité indépendante de régulation du PAF, le Conseil supérieur de l'audiovisuel et d'autre part, la diminution de ses ressources financières qui résulte de la suppression des recettes publicitaires pour FTV, d'une compensation insuffisante et non garantie par deux nouvelles taxes (3 % sur le chiffre d'affaires publicitaires de toutes les chaînes et 0,9 % sur les services fournis par les opérateurs de télécoms et les FAI) et d'une redevance audiovisuelle non revalorisée depuis 6 ans.

Il est clair que l'objectif de Nicolas Sarkozy n'est pas de trouver des solutions de financement pour l'avènement d'une télévision publique idéale, sans aucune publicité : « *Mon souhait est que les groupes d'audiovisuels privés soient puissants* ». Il cherche, sans complexe, à **faire place nette pour que les chaînes privées puissent accaparer les ressources publicitaires libérées par France Télévisions** pour devenir des groupes multimédias puissants dans le but apparent de rivaliser avec les groupes internationaux.

⇒ **Des cadeaux pour les télévisions privées et les amis du Président**

Avec le déplafonnement de la durée de la publicité pour les chaînes de télévision privées et l'allongement des écrans publicitaires, la libéralisation du placement de produit et surtout, la seconde coupure publicitaire pour toutes les chaînes privées, réclamée depuis tant d'années par TF1 et M6.

A noter que c'est le décret relatif à l'allongement de la durée de la publicité sur les chaînes privées transposant la directive européenne « Services Médias audiovisuels » (SMA) qui va permettre aux chaînes privées (surtout TF1 et M6) de déplafonner les temps de publicité de 6' à 9' par heure moyenne et de diffuser plus de publicité en autorisant **le passage de l'heure « glissante » à l'heure « d'horloge »**, plus avantageuse car permettant de présenter 18' de publicité en une heure.

Mais les cadeaux pour les groupes audiovisuels et industriels, dirigés par les amis du Président ne s'arrêteront pas là : **l'abaissement des seuils de concentration pour la télévision** mais aussi pour la radio et pour **la presse écrite, est programmée** (cela ne figure pas dans le projet de loi mais sera introduit par voie d'amendement) afin de **concentrer un peu plus le « quatrième pouvoir » et la manne publicitaire entre quelques mains amies...**

Les intentions du Président de la République et du gouvernement sont claires : libérer les gros opérateurs privés de toutes contraintes. C'est l'inverse de ce qu'il fait pour l'audiovisuel public.





I - La mise au pas de l'audiovisuel public

⇒ Nomination par le Président de la République des présidents de FTV, Radio France et de la holding « Audiovisuel Extérieur de la France » : une régression inadmissible

C'est donc désormais le pouvoir exécutif, plus exactement, le Président de la République lui-même, qui désignera les PDG des sociétés de l'audiovisuel public, en lieu et place de l'autorité indépendante de régulation du PAF à qui la loi avait confié cette mission depuis 1986.

La nomination interviendra après l'avis des commissions des affaires culturelles de chaque assemblée parlementaire. Mais cet avis, en application du deuxième alinéa de l'article 13 de la Constitution adoptée lors de la révision constitutionnelle de juillet 2008 et du projet de loi organique qui doit en découler, prévoit qu'il faut l'**addition des votes négatifs de chaque commission représentant au moins 3/5e des suffrages exprimés au sein des deux assemblées, pour repousser la nomination**. Cette condition n'apporte aucune garantie avec un Sénat durablement ancré à droite.

Dans son avis sur le projet de loi, le Conseil d'Etat a estimé simplement que « *les garanties proposées par le projet de loi [sur ce sujet] étaient suffisantes* ». La nomination de présidents de FTV, RF et AEF par le sommet de l'exécutif ne « *constituait pas une régression du point de vue juridique* ».

Une interrogation doit être soulevée alors que la loi constitutionnelle de modernisation des institutions de la Ve République a introduit une disposition concernant les médias (article 34 de la Constitution) rédigée ainsi : « *La loi fixe les règles concernant : les droits civiques et les garanties fondamentales accordées aux citoyens pour l'exercice des libertés publiques ; la liberté, le pluralisme et l'indépendance des médias (...)* ».

Quant au Conseil supérieur de l'audiovisuel, loin de remettre en cause ce mode de désignation, il croit être investi d'un **pouvoir de codécision au côté du Président de la République**, en s'appuyant sur le terme « *avis conforme* ». Cette expression, d'après lui, implique qu'en cas de désaccord, le Président de la République devrait se plier à l'avis du CSA et proposer un autre candidat. **Dans le contexte actuel d'omniprésidence, qui aurait la naïveté d'y croire ?** Même pas les sages eux-mêmes qui ont profité de leur avis pour peindre un tableau d'un futur président idéal d'une société de l'audiovisuel public ;

Enfin, il sera mis fin aux mandats des présidents de FTV, Radio France et AEF dans les mêmes conditions que leurs nominations : par décret présidentiel après avis du CSA.

Il est important de rappeler que le CSA s'est dit attentif à ce que **la révocation des dirigeants de FTV, RF et AEF, soit réservée au seul cas de « manquement grave » à leurs devoirs dans leurs fonctions.**



⇒ Transformation de France Télévisions en « média global » : une entreprise déstabilisée et fragilisée

« **Le PAF doit changer** » et le gouvernement s'y emploie au détriment de France Télévisions qui va devoir dégager 140 millions d'€ d'économies en interne et trouver 40 millions d'€ de recettes de diversifications supplémentaires en 2008. Les engagements de l'été du conseil d'administration de France Télévisions à « *différer et à réduire certaines dépenses* » ont renforcé l'inquiétude des personnels qui sentent **leur entreprise déstabilisée et fragilisée**. Ils craignent des fusions ou des disparitions de certaines sociétés au nom **des synergies et des rapprochements de la fusion-absorption** avec, à la clé, un plan social autour de 1 000 licenciements.

Le groupe France Télévisions (FTV) est réorganisé en « *entreprise unique* » : **fusion-absorption des chaînes éditrices France 2, France 3, France 4, France 5 et de la structure RFO (*)**, « *pour favoriser les économies d'échelle et la mutualisation d'un certain nombre de métiers* » comme le confirme l'exposé des motifs. Juridiquement, la société FTV sera désormais une **société nationale éditrice de programmes** proposant une offre de services de communication audiovisuelle variée en télévision et Internet...).

(*) L'offre RFO comprend 17 chaînes de télévision et 10 stations de radio sur plusieurs fuseaux horaires, plusieurs continents et des cultures diverses. Pour mémoire, l'intégration de RFO à TFV date de la loi du 9 juillet 2004 relative aux communications électroniques et aux services de communication audiovisuelle, dite « Paquet télécoms ».

⇒ Disparition de l'identité et de la spécificité des chaînes France 2, France 3, France 4, France 5 et de RFO dans la fusion-absorption

Après l'adoption de la loi, les chaînes du service public et du **réseau France Outre mer** n'auront plus, comme c'est le cas actuellement, de **fondement législatif**. En effet, l'actuel article 44 de la loi du 30 septembre 1986 décline toutes les sociétés de programmes de France Télévisions comme France 2, France 3, France 5, RFO. Leur identité et leur spécificité seront renvoyées au cahier des charges unique.

L'identité des chaînes (qui deviennent des marques) comme les nouveaux objectifs de FTV (nouveaux programmes, publicité, critères d'évaluation et engagements sur les missions de service public, relations avec les autres médias,...) seront déclinés par le biais du cahier des charges et chiffrés dans le Contrat d'objectifs et de moyens (COM) qui sont en cours de révision (plus d'économies pour rentrer dans l'enveloppe allouée ?).

Toutes ces dispositions n'étant pas dans la loi, on est dans la plus grande incertitude sur ce que négocie FTV avec sa tutelle. **Les priorités du cahier des charges seraient la culture et la création mais encore faut-il que FTV ait les moyens d'une politique ambitieuse dans l'intention.**



À noter que, dans son avis sur le projet de loi, le CSA a souhaité que le cahier des charges unique pour l'ensemble des chaînes garantisse trois éléments :

- ▶ **Le respect de l'identité des chaînes** (on connaît, par exemple, les tentatives de la droite de faire de France 3, soit une chaîne de rediffusion d'émissions phares avec un volet régional, soit un réseau de chaînes régionales (13 au lieu de sept) avec un décrochage national) et l'absence d'uniformisation de leurs lignes éditoriales (il est à craindre, en effet, que la pénurie de moyens financiers limite la diversification des programmes, la créativité, l'innovation, la prise de risque...);
- ▶ **La diversité des producteurs** (pour maintenir une production variée et indépendante);
- ▶ **Le pluralisme de l'information** (le CSA n'est pas le seul à craindre la synergie entre les rédactions qui risque d'aboutir à une rédaction unique fournissant la même expression à plusieurs chaînes).

Le risque d'aboutir à une rédaction unique fournissant la même expression.

Craindrait-il que la fusion-absorption des sociétés de France Télévisions transforme l'« entreprise unique », en petite société de télévision publique vertueuse, satellite des groupes industriels diversifiés dans les médias ?

⇒ Suppression de la publicité sur les chaînes nationales de France Télévisions à l'exception des programmes locaux

Le projet de loi **supprime la publicité de 20 heures à 6 heures du matin à compter du 5 janvier 2009, sur France 2, France 3, France 4 et France 5**, à l'exception des programmes locaux de France 3. La pertes de recettes pour FTV a été estimé à 450 millions d'€.

La suppression totale de la publicité est calquée sur les modalités de l'extinction définitive de la diffusion par voie hertzienne analogique prévue pour **fin 2011**.

La publicité devrait être également supprimée sur les antennes de RFO, contrairement aux engagements du Président de la République, à l'exception des territoires où il n'existe aucune chaîne privée : Nouvelle Calédonie, Mayotte, Wallis et Futuna et Saint-Pierre et Miquelon. Pour l'instant, la disposition a été retirée du projet de loi, à la demande du Conseil d'Etat pour des questions techniques et juridiques, la consultation de chacune des collectivités d'outre-mer n'ayant pu se faire dans les délais.

Cette suppression sur les antennes de RFO fait suite à la demande du ministre chargé de l'outre-mer, Yves Jégo. Elle sera réintroduite par voie d'amendement.



⇒ Un audiovisuel public sous-financé depuis de nombreuses années et asphyxié par la réforme de Nicolas Sarkozy

La compensation à l'euro près des recettes publicitaires supprimées et un financement pérenne qui sont les clés du maintien et du développement du service public audiovisuel, sont loin d'être assurés.

Une redevance audiovisuelle insuffisante

La redevance est la seule taxe affectée au financement de l'audiovisuel public.

Pour FTV, la redevance audiovisuelle représente un montant annuel de près de 2 milliards d'€ TTC, soit environ 2/3 des ressources de la holding.

A partir de 2009, son indexation sur l'inflation devrait rapporter **40 millions d'€ sur un total de 2 milliards d'€** (à partager entre les différents sociétés qui reçoivent une part de redevance). La redevance n'a pas été réévaluée depuis 2002 et l'indexation est insuffisante pour régler la question du **sous-financement chronique de l'audiovisuel public**. Il convient de rappeler que le montant de la redevance est moitié moindre qu'en Allemagne ou qu'en Grande-Bretagne.


Un montant non garanti en volume et dans le temps pour compenser les pertes de recettes publicitaires de FTV financé par deux nouvelles taxes

Pour compenser la perte des ressources publicitaires qui se font déjà sentir en 2008, le projet de loi crée **deux taxes pour compenser les pertes de recettes publicitaires de France Télévisions** plafonnées à **450 millions d'€ TTC** (somme d'ailleurs contestée par l'Association des chaînes privées (TF1, Canal+ et M6) qui estime la compensation à 250 millions d'€), mais sans que l'on connaisse les garanties à terme de la ressource :

▮ 3 % sur les recettes publicitaires de tous les éditeurs de services de télévision

Pour compenser une partie de la perte des recettes résultant de la suppression de la publicité sur les antennes nationales de FTV, entre 20 heures et 6 heures du matin (et RFO), il est institué **une taxe sur la publicité diffusée par les éditeurs de services de télévisions qui ont des recettes publicitaires supérieures à 11 millions d'€** (FTV compris !), c'est-à-dire sur le montant HT des sommes versées par les annonceurs pour la diffusion de leurs messages publicitaires, aux éditeurs ou à leurs régies. Le taux est fixé à 3 %.

À noter que les recettes issues des deux taxes créées ne sont pas affectées à FTV mais versées au budget général de l'Etat ce qui sera tout bénéfique pour ce dernier au-delà de la somme promise à FTV (450 millions TTC). Il faut croire que c'est du



domaine du possible puisque Frédéric Lefèbvre, porte-parole de l'UMP, a évoqué un « *fonds en faveur de la création* » qui serait financé par le surplus de ces taxes (il devrait déposer un amendement en ce sens). En tout état de cause, le surplus de ces taxes échapperait à FTV.

Alain Weill, PDG du groupe Nextradio (BFM TV), demande un traitement « *différencié* » pour les chaînes d'information. Il considère que « *la taxe de 3 % sera lourdement pénalisante* » pour ce type de chaînes et **demande que le seuil de déclenchement de la taxe soit fixé à 50 millions d'€ de chiffres d'affaires** et non à 11 millions d'€ comme le prévoit le projet de loi. Ceci écarterait de la taxe BFM TV (13 millions d'€), TMC du groupe TF1/AB et W9 du groupe M6 (entre 20 et 30 millions d'€) et i-télé du groupe Canal (supérieur à 30 millions d'€). **Une suggestion qui sortirait tous les « nouveaux entrants » de la TNT dont le chiffre d'affaires a été multiplié par deux en un an et viderait la cagnotte destinée à l'audiovisuel public.**

► 0,9 % sur le montant des abonnements et fourniture de services payés par les usagers aux opérateurs de télécommunications et aux FAI


Pour ne pas mettre trop à contribution les éditeurs privés de chaînes de télévision, le Président de la République et le gouvernement ont choisi de compenser une partie de la perte des recettes résultant de la suppression de la publicité sur les antennes de FTV, par **une nouvelle taxe due par les opérateurs de communications électroniques déclarés auprès de l'ARCEP** sur le montant des abonnements et autres sommes acquittées par les usagers en rémunération des services qu'ils fournissent. Le taux de la taxe est de 0,9 % (sur un chiffre d'affaires de **41 milliards d'€** environ) dont les encaissements annuels dépassent 5 millions d'€.

Les opérateurs français de télécommunications du fixe, du mobile et de l'Internet, qui sont tous réunis au sein de la Fédération Française des Télécoms (FFT), protestent vigoureusement contre la création de cette taxe sur le chiffre d'affaires.

Le Conseil d'Etat dans son avis sur le projet de loi, a estimé que **l'instauration de deux nouvelles taxes ne constituait pas une atteinte au principe juridique d'égalité devant les charges publiques**. Cette réponse à l'argument de la FFT qui, s'opposant à la taxation de opérateurs de télécoms, estime que « *si le produit de la taxe est versée au budget général, et non affectée à FTV, on voit mal ce qui permettrait d'assujettir arbitrairement certaines catégories d'entreprises à une taxe sur leur chiffre d'affaires qui serait purement discriminatoire* ».

Une telle taxe aura des répercussions sur le pouvoir d'achat des consommateurs.

Il est clair qu'une telle taxe aura des répercussions sur le pouvoir d'achat des consommateurs. **Elle sera aussi un frein pour la croissance de ce secteur**. De plus, elle pose des problèmes de compatibilité avec le droit communautaire.



Sur la taxation de l'accès à Internet, Viviane Reding, commissaire européenne à l'information, s'est exprimée en jugeant cette taxe « *contre logique* » et précisant qu'« on ne peut pas travailler à résoudre le problème du haut débit en France et en même temps, ajouter encore une taxe supplémentaire ».

Le compte n'y est pas !

En effet, la « *compensation à l'euro près* » annoncée par le gouvernement n'est plus à l'ordre du jour. Il est clair que la garantie d'un montant par l'Etat (comme c'est le cas pour la redevance audiovisuelle) n'est pas inscrite dans le projet de loi. **On peut craindre qu'il manque au minimum une centaine de millions d'€.**

Le budget publicitaire de FTV était de 850 millions d'€ en 2007. Théoriquement, la perte des recettes de la soirée due à la suppression de la publicité serait compensée à hauteur de 450 millions d'€ TTC. **Reste donc à trouver pour FTV, 350 millions d'€ de recettes** sur la journée pour retrouver un budget de fonctionnement équivalent.

On sait déjà que **FTV aurait perdu 160 millions de recettes publicitaires en 2008**, à la suite de l'annonce de Nicolas Sarkozy, en janvier dernier.

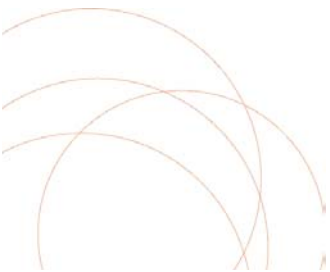
On sait également que le groupe **FTV prévoit 140 millions d'€ d'économies** dues aux rapprochements, synergies et fusions des services du fait de l'organisation en « *entreprise unique* », mais cette somme serait réservée au développement de l'entreprise.

Il manque aussi dans les prévisions de la tutelle, le coût des programmes pour remplir les horaires libérés par la publicité et conduisant à un début de soirée (« *prime time* ») vers 20 h 35. 70 à 100 millions d'€ de plus ne seraient pas superflus.

Comment dans ce cas, mettre en oeuvre les objectifs ambitieux du cahier des charges pour les programmes dont le coût s'élevait à 1,8 milliard d'€ en 2007 ?

Après un contexte publicitaire plutôt morose en 2008, TF1 a décidé de baisser les tarifs de ses écrans publicitaires à partir de janvier 2009, de - 4,8 % sur l'ensemble de la journée et de - 15,7 % en matinée. **Ce dumping commercial va conduire la concurrence à s'aligner, a fortiori France Télévisions** qui devrait baisser ses tarifs d'au moins 10 % en journée.

Avec toutes ces incertitudes, comment FTV fera-t-elle pour atteindre ses objectifs de recettes publicitaires en 2009 et dans les prochaines années ?



⇒ Fusion-absorption de Radio France Internationale au sein de la holding « Audiovisuel extérieur de la France » et ouverture du capital de AEF à des capitaux privés

La loi du 30 septembre 1986 est réécrite pour substituer à la société Radio France Internationale (RFI) la holding « **Audiovisuel extérieur de la France** » qui **devient une société nationale de programmes** « *visant à contribuer à la diffusion et à la promotion de la culture française et francophone, ainsi qu'à la présence de la vision de la France dans le monde, notamment par la fourniture d'une offre d'informations relatives à l'actualité française, francophone et internationale* ».

RFI n'existera plus comme société publique. Les personnels s'inquiètent.

Le capital d'AEF restera « majoritairement et directement » détenu par l'Etat ce qui permettra son **ouverture à des capitaux privés**.

RFI n'existera plus comme société publique. Son identité, son indépendance éditoriale, son cahier des charges, ses emplois sont menacés. A juste titre les personnels s'inquiètent car de fait, ils vont sortir du champ d'application de la convention collective de l'audiovisuel public.

En matière de financement, du fait de la réforme de l'audiovisuel extérieur, les dotations publiques ne sont plus attribuées société par société, à l'exception de la contribution au financement de Médi 1. Elles sont regroupées dans une enveloppe globale qui fera l'objet d'une répartition, par la holding « Audiovisuel Extérieur de la France », entre les différentes entreprises.

Les personnels craignent 300 à 400 suppressions de postes sur un total d'un millier. On sait déjà que des antennes vont disparaître ainsi que plusieurs rédactions de langues jugées « *trop confidentielles* ». Le 24 octobre dernier, la direction de la holding a confirmé ces craintes en annonçant la fermeture de six rédactions (allemand, albanais, polonais, serbo-croate, turc et laotien) tandis que trois autres seraient cantonnées à Internet (persan, chinois et russe) et s'éteindront sur les ondes. La plupart des filiales de RFI à l'étranger devraient également fermer.

La plupart des filiales de RFI à l'étranger devraient fermer.

Depuis la création de France 24, pour RFI c'était « Chronique d'une mort annoncée » !



II - De nouveaux cadeaux pour les télévisions privées et les groupes médias et industriels, des amis du Président, estimés à 1 milliard d'€

⇒ Seconde coupure publicitaire pour les chaînes privées

Enfin, c'est fait. TF1 et M6 auront mis de nombreuses années avant d'obtenir satisfaction sur ce point.

En plus de l'élargissement du champ du parrainage à toutes les émissions télévisées alors qu'actuellement, il est réservé pour des émissions à vocation éducative, culturelle ou sociale, le projet de loi autorise **une seconde coupure publicitaire dans les films et les œuvres audiovisuelles diffusées sur toutes les chaînes privées** (une interruption par tranche de 30').


Il restreint la portée de l'interdiction publicitaire d'une œuvre cinématographique aux seuls services de télévision de cinéma (et non plus aux chaînes payantes comme c'était le cas). Ainsi, Canal+ pourra faire des coupures publicitaires pendant la diffusion des films et œuvres audiovisuelles sauf sur ses chaînes cinéma. **Les cadeaux ne doivent oublier personne...**

Bien entendu, les chaînes du service public continueront à ne faire aucune coupure publicitaire durant la diffusion de films, de téléfilms ou fictions.

Le CSA dans son avis sur le projet de loi, s'est dit favorable à cette disposition mais « *souhaite que les pouvoirs publics veillent à ce que l'ensemble des éditeurs privés dispose, dans des proportions équitables, de ces ressources publicitaires nouvelles* ».

⇒ Déplafonnement de la durée de la publicité pour les chaînes de télévision privées

La précédente disposition s'ajoute à celles du décret relatif à l'allongement de la durée de la publicité sur les chaînes privées transposant la directive européenne « Services Médias audiovisuels » (SMA) qui permettra aux chaînes privées (surtout TF1 et M6) de déplafonner les temps de publicité de 6 à 9' par heure moyenne et de diffuser plus de publicité en autorisant le passage de l'heure « *glissante* » à l'heure « *d'horloge* » (permet des tunnels de publicité durant les heures pleines, en jouant sur la fin d'une heure (9' de pub) et le début d'une autre (9' de pub), soit jusqu'à 18' de pub consécutives !).



Ce projet d'assouplissement de la réglementation publicitaire soulève de vives inquiétudes chez les opérateurs de télévision de la TNT, du câble et du satellite qui estiment que cela profitera essentiellement à TF1 et M6, accentuant encore plus la concentration du marché publicitaire dans leurs mains.

Un projet qui soulève de vives inquiétudes chez les opérateurs de télévision.

Alain Weill, PDG du groupe Nextradio (BFM TV), demande un traitement « différencié » et réclame **12' de publicité par heure** pour les chaînes d'information qui se justifierait par « *une durée d'écoute et une audience plus faibles que les télévisions généralistes* ».


⇒ Placement de produit

Pour mémoire, la directive 2007/65/CE pose le principe d'une interdiction de la technique dite du « *placement de produit* » consistant à inclure un produit, un service, ou leur marque, ou à y faire référence, en l'insérant dans un programme, moyennant paiement ou autre contrepartie. Néanmoins, **elle ouvre toutefois aux Etats membres, sous certaines conditions, la possibilité d'y recourir**. La France ne se prive pas de cette possibilité qui ouvre **une nouvelle brèche libérale en matière de publicité**.

⇒ France 24 : une mine de cadeaux pour TF1

Dès 2008, le Président de la République s'attaque à l'ensemble du dispositif de l'audiovisuel extérieur de la France qui comprend deux chaînes de télévision (France 24, TV5 Monde), une radio (RFI et ses filiales) ainsi qu'une entreprise de coopération internationale en matière de télévision (CFI).

Née en 2003 dans la confusion, France 24, qualifiée de « **mécano abracadabrant** » par Nicolas Sarkozy, n'a commencé à émettre qu'en décembre 2006 ! Le gouvernement Raffarin avait choisi, contre l'avis de la mission d'information parlementaire, un montage très favorable à TF1 au détriment du service public et avait imposé une alliance « *à parité* » entre TF1 et France Télévisions pour créer cette Chaîne d'Information Internationale **financée exclusivement par l'argent public**. Placée sous la tutelle du Premier ministre, elle est financée par une dotation budgétaire dans le cadre d'une subvention pluriannuelle prévue jusqu'en 2010.



Ce mode de financement pour le moins inédit, n'empêche pas **TF 1**, en 2008, au moment du rachat de ses parts de capital par l'Etat pour constituer la holding « Audiovisuel extérieur de la France », de réclamer 45 millions d'€, alors qu'en 2006, la chaîne n'avait déboursé que la modique somme de 17 500 € ! Plutôt que de recevoir un chèque pour les 50 % du capital, TF1 pourrait se voir proposer **un capital de 2,5 millions d'€ et un contrat à long terme pour la fournitures d'images, à raison de 1,5 million d'€ par an**. Une solution qui pourrait s'avérer très lucrative pour TF 1 dans la mesure où les images qu'elle fournit à France 24 ne lui coûtent quasiment rien, celles-ci ayant été déjà produites et payées pour la plupart d'entre elles ! Elle impactera d'autant les ressources budgétaires allouées à France 24.



III - Un fourre-tout législatif

⇒ Habilitation du gouvernement à prendre par ordonnances un certain nombre de dispositions de nature législative afin de moderniser le droit du cinéma

En procédant par ordonnance (au nombre de deux), le gouvernement fait l'impasse sur le débat parlementaire, passe en force et verrouille toute possibilité d'amender une réforme qui touche le cinéma et le monde de la création.

⇒ Transfert aux Comités techniques radiophoniques (CTR) des compétences du CSA en matière de reconduction des autorisations des radios locales ou d'autorisations temporaires

Cet article est pour le moins surprenant car d'une part, il est le seul dans ce texte qui traite des radios locales, mais aussi, parce qu'il **organise l'abandon d'une prérogative du CSA aux CTR** qui consiste à statuer sur la reconduction des autorisations d'émettre des radios locales. De plus, les dispositions de cet article n'ont rien de transitoires. C'est un autre « *cavalier* » législatif qui fait aussi de ce projet de loi un texte fourre-tout !

Ces « *cavaliers* » n'ont pas leur place dans un projet de loi dont les objets sont l'audiovisuel public et la transposition de la Directive « Services médias audiovisuels ». □



Spécial Audiovisuel 2009
5 novembre 2008

Groupe Socialiste de l'Assemblée nationale
126 rue de l'Université
75007 - PARIS

Rédaction : Catherine DEBUIRE
Maquette - réalisation-conception : Martine TARTARE
Reprographie : Assemblée nationale
