

A S S E M B L É E N A T I O N A L E

X I I I ^e L É G I S L A T U R E

Compte rendu

Commission des affaires culturelles et de l'éducation

- Audition, ouverte à la presse, de M. Michel Boyon,
président du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA),
accompagné des membres du CSA..... 2
- Présences en réunion 20

Mardi

12 octobre 2010

Séance de 17 heures 30

Compte rendu n° 04

SESSION ORDINAIRE DE 2010-2011

**Présidence de
Mme Michèle Tabarot,
*présidente***



COMMISSION DES AFFAIRES CULTURELLES ET DE L'ÉDUCATION

Mardi 12 octobre 2010

La séance est ouverte à dix-sept heures trente.

(Présidence de Mme Michèle Tabarot, présidente de la Commission)



La Commission des affaires culturelles et de l'éducation entend M. Michel Boyon, président du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), accompagné des membres du CSA.

Mme la présidente Michèle Tabarot. Nous sommes heureux d'accueillir le président du Conseil supérieur de l'audiovisuel, M. Michel Boyon, ainsi que l'ensemble des membres du collège : M. Rachid Arhab, Mme Marie-Laure Denis, M. Emmanuel Gabla, Mme Sylvie Genevoix, Mme Christine Kelly, Mme Françoise Laborde, M. Alain Méar et Mme Michèle Reiser.

Les circonstances nous ont conduits à reporter la date de cette audition, initialement prévue au début du mois de septembre. Entre-temps, vous nous avez transmis votre rapport annuel, qui a été distribué aux membres de la Commission. Nous sommes donc en mesure de réaliser ensemble un tour d'horizon des travaux du Conseil et de faire le point sur les grands sujets concernant l'audiovisuel, tant public que privé.

De fait, depuis la rentrée, l'actualité est d'ores et déjà bien nourrie et nous serons heureux d'entendre vos appréciations.

Pour ma part, je souhaitais plus particulièrement vous interroger sur trois sujets.

Tout d'abord, l'avenir de la TNT payante : dans quelles conditions pensez-vous parvenir à la relancer ?

Ensuite, la situation des télévisions locales. Nous avons mené plusieurs auditions et tables rondes sur ce sujet difficile. Comment pouvez-vous contribuer à leur redonner des perspectives ?

Enfin, je suis tout particulièrement sensible à ce qui relève de la protection de l'enfance, notamment sur Internet. Quel peut être votre rôle dans ce domaine ?

Je propose, monsieur le président, que vous fassiez un bref exposé liminaire, après quoi mes collègues seront ravis de vous poser des questions.

M. Michel Boyon, président du Conseil supérieur de l'audiovisuel. Nous sommes très heureux de participer à cette rencontre, et afin de favoriser le dialogue entre les parlementaires et les membres du Conseil, je me contenterai de quelques réflexions sur la situation actuelle de l'audiovisuel français.

Sur le plan économique, la situation de ce secteur n'est pas complètement consolidée. Elle est même assez fragile, s'agissant des chaînes de télévision privée et des chaînes de radio. En revanche, elle est plus stable pour ce qui concerne les chaînes publiques,

en dépit des incertitudes pesant sur les ressources prévues au moment de la réforme de l'audiovisuel public.

Ces difficultés coïncident avec l'apparition de nouveaux usages de la télévision. Les audiences se fragmentent – le temps n'est plus où une chaîne pouvait à elle seule rassembler plus de 40 % de l'audience totale –, notamment parce que la télévision numérique terrestre a diversifié les opérateurs, ce qui était d'ailleurs son objectif. À ces incertitudes s'ajoutent les effets de la crise économique sur les ressources publicitaires.

Dans ce contexte, la position du Conseil supérieur de l'audiovisuel n'a pas changé. Depuis sa création en 1989, il a toujours porté une attention vigilante au service public audiovisuel, à la définition de ses missions et aux moyens mis à sa disposition. Dans le cadre de la réforme de 2009, nous avons notamment beaucoup insisté sur la clarification des missions de France Télévisions et la réaffirmation de l'identité des chaînes – des objectifs auxquels le nouveau président Rémy Pflimlin adhère totalement. Nous veillerons par ailleurs au respect de son cahier des charges par France Télévisions.

Pour ce qui concerne la télévision privée, nous avons conscience que nos groupes audiovisuels ne disposent pas de tous les moyens pour affronter durablement la compétition avec leurs équivalents étrangers. La dimension des deux principaux groupes français, TF1 et M6, est sensiblement inférieure à celle des groupes allemands, britanniques, italiens ou espagnols.

M. Didier Mathus. Toujours la même ritournelle !

M. Michel Boyon, président du Conseil supérieur de l'audiovisuel. Si des difficultés d'exploitation durables devaient conduire à les fragiliser, il pourrait en résulter des menaces pour notre exception culturelle. Or, si le cinéma français a la place qu'il a en Europe et dans le monde, c'est bien grâce aux mécanismes mis en place pour soutenir la création et la production. La production, en particulier, doit fournir des efforts particuliers, car la France est le seul pays européen où la fiction nationale est moins regardée que les fictions étrangères.

Une autre source d'incertitudes est le développement de modes de consommation de la télévision pouvant être moins respectueux du soutien à la création et à la production, tels que les services de télévision à la demande ou les téléviseurs connectés, sur lesquels le CSA mène une réflexion spécifique. Hier, lorsque des représentants de la société Youtube sont venus exposer leur situation et leurs projets devant le Conseil, je me suis demandé ce qui restera de la liberté de choix du téléspectateur lorsque la mécanique sera vraiment enclenchée.

La régulation du CSA a pris une dimension nouvelle depuis quelques années. À ses débuts, il avait pour rôle de rompre les liens entre le pouvoir politique et l'audiovisuel, essentiellement public à l'époque. Ensuite, il s'est vu donner des missions à caractère culturel, liées notamment à l'exception culturelle française. Puis les missions à caractère social se sont multipliées, touchant à la représentation de la diversité de la société française à la télévision, à la protection de l'enfance et de l'adolescence, à celle de la santé publique, à l'accessibilité des programmes aux personnes sourdes et malentendantes ou, aujourd'hui, aux personnes souffrant d'une déficience visuelle. Enfin, notre régulation a pris une dimension technologique et économique forte. Chaque fois que nous prenons une décision, nous sommes très attentifs aux conséquences qu'elle peut avoir sur le secteur économique. Cela vaut pour la radio comme pour la télévision. Télévision en trois dimensions, radio numérique, téléviseurs

connectés, télévision mobile... Sans cesse, de nouveaux modes de réception ou de diffusion et de nouveaux services apparaissent, qui répondent aux attentes du public.

Le CSA doit gérer tout cela. Pour l'instant, nous avons la faiblesse de considérer qu'il a, avec d'autres, fort bien conduit l'arrêt de la diffusion analogique de la télévision et le passage au tout numérique. Aujourd'hui, près de 20 % de nos compatriotes sont entièrement numérisés, que la réception passe par une antenne, par le satellite, l'ADSL ou le câble. Six régions françaises ont déjà basculé, et deux autres le feront la semaine prochaine. Les quelques incidents qui sont survenus étaient de faible ampleur et, à part dans un cas, le remède a été apporté rapidement. Le système fonctionne donc bien. Le groupement d'intérêt public créé il y a deux ans par le législateur, France télé numérique, travaille de manière remarquable. J'ajoute que l'engagement des élus est un facteur très important du succès du passage au tout numérique.

Il est vrai que seize autres régions doivent encore basculer, dont certaines sont beaucoup plus peuplées ou ont un relief plus accidenté, mais il n'y a pas lieu d'être inquiet à cet égard.

M. Christian Kert. Vous avez récemment prononcé un avis défavorable sur le projet de décret concernant les services de médias audiovisuels à la demande (SMAD). Une telle décision a peu de précédents. Était-elle vraiment justifiée ? Quelles en sont les raisons ?

Vous êtes garants de la diversité dans le paysage audiovisuel français. Quel bilan tirez-vous des lois votées en ce domaine et de leur application ?

Jusqu'où peut-on aller dans le parrainage sur les chaînes de télévision publique ?

Quatre chaînes sont plus particulièrement destinées aux femmes, et d'autres sont en projet. Est-ce que cela préfigure l'état futur de l'audiovisuel français, dans lequel les chaînes généralistes céderont le pas à une multitude de chaînes thématiques ?

Enfin, de grands efforts ont été consentis pour veiller aux publicités liées à la consommation. Pensez-vous que tout a été fait, ou bien reste-t-il fort à faire ?

M. Patrick Bloche. Vous avez parlé, monsieur Boyon, d'incertitudes et de difficultés pour le PAF. Nous partageons cet avis, et nous faisons porter au Président de la République la responsabilité principale d'avoir, par une mauvaise loi, perturbé durablement non seulement l'audiovisuel public – question de la pérennité du financement, perte de son indépendance politique après le changement du mode de désignation de son président –, mais également les acteurs privés.

En ce qui concerne le décret relatif aux SMAD, que vient d'évoquer M. Kert, le CSA n'a pas vraiment adopté la démarche d'un régulateur de contenu. Il a plutôt appelé à ne pas étouffer de nouvelles sources de revenus pour la création en imposant trop rapidement une redistribution.

Quoi qu'il en soit, contrairement à mon collègue, je ne m'étonne pas que le Conseil ait pu donner un avis négatif : c'est une preuve de son indépendance. Mais je me demande s'il ne marche pas sur les plates-bandes de l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (ARCEP), et si cet avis ne conduit pas à relancer le débat sur une éventuelle fusion entre les deux autorités.

Selon un communiqué du CSA, vous ne partagez pas l'avis d'un de nos collègues, qui a récemment qualifié TF1 de « chaîne à tradition délinquante ». Il semblerait qu'à vos yeux cette chaîne ne soit ni plus ni moins fautive que les autres. Mais TF1 n'abuse-t-elle pas de sa position – certes moins dominante qu'hier – et du fait que sa situation ne pourra pas être remise en cause avant 2018 au plus tôt, voire 2023, notamment en ce qui concerne le respect de la convention passée avec le CSA ? Ainsi, la chaîne ne respecte pas son obligation de diffuser 800 heures d'émissions et de magazines politiques, abuse des rediffusions, et ne propose ni émission politique à grande écoute, ni émission de plateau pour la jeunesse.

Nous sommes préoccupés par les mouvements de concentration en cours dans la TNT, avec le rachat de TMC, de NT1 et de Virgin 17, alors que le but de la télévision numérique était de favoriser la diversification des acteurs.

Le dossier de la radio numérique terrestre est en panne. Alors que le CSA avait fait montre d'un grand volontarisme lorsque TF1 s'était opposé au lancement de la TNT, quelle réponse apportez-vous à ceux qui attendent la délivrance d'autorisations de diffusion aux candidats retenus le 26 mai 2009 à Paris, Marseille et Nice ?

Enfin, le CSA est compétent pour réguler les programmes de télévision ou de radio diffusés par Internet, mais pas les sites eux-mêmes. Néanmoins, quelles sont pour vous les perspectives de régulation de la télévision connectée ? Comment pourrez-vous jouer votre rôle en matière de publicité clandestine ?

Mme Françoise Laborde, membre du CSA. Il est vrai que la TNT payante est dans une situation difficile. Elle a été trop mal distribuée, par des entreprises qui n'ont pas su trouver les moyens nécessaires. Or, quand on a fait le tour des vingt chaînes de la télévision gratuite, la TNT payante constitue la première marche vers la télévision payante.

Alors que la TNT payante doit être attractive et offrir des programmes riches, nous avons vu avec regret deux acteurs se retirer, Canal J et AB1. Nous avons donc lancé un appel d'offres pour la doter de nouveaux programmes. Toutefois, cette télévision ne peut être attractive qu'à trois conditions : la distribution doit être diversifiée, sans qu'un acteur s'arrogue une position dominante ; l'offre doit être suffisamment variée, et proposer aussi bien du sport que des programmes pour la jeunesse ; et les chaînes doivent être dotées d'une personnalité forte, à même de justifier l'achat du bouquet. Il y a de la place pour des marchés de niche : certaines chaînes, pour survivre, doivent avoir une personnalité forte, quitte à avoir des audiences très faibles. Ainsi, *Chasse et pêche* a peu de public mais un seuil de rentabilité très bas.

M. Michel Boyon, président du Conseil supérieur de l'audiovisuel. Le CSA a lancé un appel aux candidatures pour une chaîne de télévision payante sur la TNT. À lire les gazettes, il semble que des dossiers seront déposés – probablement juste avant la date d'expiration, le 15 octobre.

Mme Sylvie Genevoix, membre du CSA. En ce qui concerne les télévisions locales, elles sont sur le point de sortir d'une période de crise très difficile, due à la crise économique, ainsi qu'au retrait de certaines banques et de certains organismes de la presse quotidienne régionale. Ces événements ont beaucoup affecté les télévisions locales, mais ils les ont également conduites à se réorganiser, à devenir plus solidaires, et à trouver des solutions. Elles ont entièrement revu leur mode de financement : ne pouvant vivre de leurs seuls revenus publicitaires, la plupart d'entre elles adoptent un financement mixte, fondé sur les ressources

publicitaires et sur les subventions des collectivités locales. En général, ce mode de financement paraît équilibré.

La gestion des télévisions locales était également affectée par des coûts de diffusion exorbitants. Elles devaient notamment financer ce qu'elles appelaient « le trou du R1 ». Même si elles gagnent beaucoup à être diffusées par le multiplexe R1 – notamment en termes de diffusion et de qualité –, elles ne s'attendaient pas à devoir financer également les places non occupées sur leur ressource. Pour nombre d'entre elles, le coût du financement des « trous » était équivalent à celui de la ressource mise à leur disposition. Elles n'auront désormais plus cette obligation. En outre, elles sont de plus en plus nombreuses sur le R1 : 45 aujourd'hui, alors que nous continuons à lancer des appels à candidatures. Il en résultera une disparition des « trous » et une meilleure répartition des coûts de diffusion, qui seront réduits. Cette question est donc virtuellement réglée.

Par ailleurs, les télévisions locales s'organisent entre elles de manière active. S'il est vite apparu que la syndication de programmes à l'échelle nationale ne pouvait pas fonctionner – cela obligerait les chaînes à adopter des horaires identiques, et donc à perdre leur spécificité –, il n'en est pas de même à l'échelle régionale, où la syndication concerne non seulement les programmes, mais aussi les moyens techniques et humains. Par ailleurs, les télévisions locales pratiquent de plus en plus l'échange de programmes.

Un signe positif est que des groupes importants – comme le groupe Bolloré –, ainsi que des groupes de production locaux, s'intéressent désormais au monde des télévisions locales. Ils prennent peu à peu la place de partenaires moins qualifiés. Il est donc permis d'être optimiste en ce qui concerne l'avenir des télévisions locales.

M. Michel Boyon, président du Conseil supérieur de l'audiovisuel. Il existe une anomalie française dans ce domaine. Ainsi, et même si je n'en fais pas un modèle, l'Italie compte 600 télévisions locales, auxquelles la loi réserve d'ailleurs le tiers des fréquences. La situation française peut s'expliquer par le fait que notre pays a été un des derniers à sortir d'un système centralisé. Toutefois, de nombreux efforts ont été accomplis, et on peut espérer que les télévisions locales finiront par occuper la place qui leur revient dans un pays comme le nôtre.

Une des raisons de la faiblesse des ressources publicitaires des télévisions locales est l'encadrement très strict de la publicité pour la grande distribution, imposé dans l'intérêt de la presse écrite et de la radio. Une telle limitation n'existe pas à l'étranger, où le commerce de proximité fournit une part très importante des ressources des télévisions locales.

J'en viens à la question des SMAD. J'ai cru comprendre que M. Kert et M. Bloche étaient étonnés que le CSA donne un avis négatif sur un projet de décret.

M. Patrick Bloche. Je n'en suis pas étonné. C'est M. Kert, qui a trop l'habitude des avis positifs !

M. Michel Boyon, président du Conseil supérieur de l'audiovisuel. Il ne s'agit pas d'un caprice : nous avons estimé que le projet n'apportait pas les garanties que nous souhaitons, notamment dans l'intérêt de la production et de la création françaises.

M. Emmanuel Gabla, membre du CSA. Non seulement ce n'est pas un caprice, mais c'est un avis très constructif, assorti d'un certain nombre de propositions. Notre objectif

est que ces nouveaux services, lorsqu'ils auront atteint une masse critique suffisante, contribuent de manière efficace au financement de la création.

Vous avez évoqué les téléviseurs connectés. Demain, un certain nombre de contenus audiovisuels pourront être regardés sur un téléviseur alors qu'ils seront fournis à partir de sites situés à l'étranger, et donc soumis à des obligations différentes. Nous devons donc trouver un équilibre entre ce que nous imposons aux acteurs nationaux et ce qui se pratique à l'étranger, dans le but de garantir la diversité de contenus.

Notre avis sur le projet de décret comprend trois points importants. Tout d'abord, comme nous ne sommes pas très sûrs de ce que nous réserve l'avenir, il importe que l'ensemble du dispositif soit réexaminé au bout de dix-huit mois. Ensuite, nous suggérons une montée en charge progressive des obligations. La proposition du Gouvernement peut être acceptable à partir de 2015, mais dans l'immédiat, elle est excessive. Enfin, dans la mesure où nous estimons qu'une offre légale simple d'utilisation et comportant l'ensemble des titres serait la meilleure façon de lutter contre le téléchargement illégal, nous nous sommes opposés à l'idée d'imposer aux éditeurs de vidéo à la demande le préfinancement des œuvres. En effet, la contrepartie d'un préfinancement est très souvent l'exigence d'une exclusivité sur la distribution. Le risque est donc que les catalogues soient organisés « en silo », et que les consommateurs, faute de savoir où se trouve l'œuvre en question, ne se tournent vers l'offre illégale. Le projet de décret n'avait pas trouvé le bon équilibre, mais nous pensons que le Gouvernement saura s'inspirer des propositions très constructives du Conseil.

Mme Michèle Reiser, membre du CSA. En auditionnant les représentants de la profession, nous avons été surpris de constater que ce texte, annoncé comme équilibré, ne mettait personne d'accord. Or, nous sommes dans l'inconnu : nous ne savons pas encore quels seront les rapports des téléspectateurs avec ces nouveaux services. Nous ne pouvions donc donner un avis favorable à un projet de décret susceptible de compromettre leur installation. C'est la raison pour laquelle la clause de rendez-vous nous paraît essentielle : elle permettra, le cas échéant, de rectifier le tir. Nous devons donner à ces services la possibilité de se lancer et surtout éviter qu'ils s'installent à l'étranger, faute de quoi l'ensemble de la production et de la création françaises en pâtirait.

Il n'est pas facile de prononcer un tel avis, mais le Conseil était dans son rôle en le faisant. En l'état actuel des choses, certaines exigences nous semblaient en effet démesurées.

M. Michel Boyon, président du Conseil supérieur de l'audiovisuel. Une question concernait la diversité.

M. Rachid Arhab, membre du CSA. Le Parlement a été informé du travail effectué par le CSA sur la diversité, puisque nous remettons désormais un rapport annuel sur le sujet. Il montre que les efforts engagés depuis trois ans commencent à porter quelques fruits.

Nous avons vécu une longue période pendant laquelle les chaînes de télévision se limitaient à des déclarations d'intention. Très vite, nous nous sommes rendu compte que nous ne pourrions pas avancer sans quantifier la diversité. Comme vous le savez, notre Constitution nous interdit de comptabiliser les Français en fonction de leur origine. En revanche, on peut interroger les téléspectateurs sur leur perception. C'est donc ce que nous avons fait : nous n'avons pas mesuré la réalité de la diversité de la société française, mais son reflet par la télévision. Ce travail sociologique a été d'abord assez mal reçu par les chaînes, qui ne se reconnaissaient pas dans le miroir que nous leur tendions. Toutefois, la dernière année, et

notamment depuis que le Conseil a pris une délibération demandant aux chaînes des engagements forts, celles-ci ont pris conscience de la nécessité de présenter des résultats tangibles, aussi bien à l'antenne – c'est presque le plus facile – que dans l'arrière-boutique.

En allant chercher plus en amont – notamment dans les écoles de journalistes – les raisons de ce manque de diversité, le Conseil s'est aperçu que les jeunes Français d'origine diverse avaient peu d'appétence pour les métiers de l'audiovisuel. Faute de se retrouver sur les écrans de télévision, ils ne se dirigent pas spontanément vers ces métiers.

Pour évaluer les progrès réalisés, le Conseil a institué un baromètre de la diversité. La mesure est effectuée tous les six mois selon une méthode désormais connue et acceptée par tous. Jusqu'à présent, nous n'avons donné que des résultats globaux, afin d'éviter de faire de la politique en faveur de la diversité une forme de concours de beauté mettant les chaînes en compétition. Mais nous nous demandons si nous n'allons pas désormais présenter les chiffres par chaîne, car certaines ont mieux réagi que d'autres. Il existe même des chaînes « faussement diverses », celles qui diffusent en priorité des fictions nord-américaines, et dont la diversité a peu à voir avec la société de notre pays. Nous essayons d'améliorer les choses en travaillant sur la question de la création et de la fiction, pour amener les chaînes à penser les stéréotypes différemment. Cela nécessite beaucoup de temps, mais le chantier a bien avancé.

Un autre domaine dans lequel nous obtenons des résultats est celui de l'information. Mon ancien métier m'a permis de savoir qu'il était possible d'agir assez rapidement sur la représentation de la diversité dans les journaux télévisés : il suffit de ne pas toujours interroger les mêmes « témoins du quotidien » ou les mêmes experts.

J'ai le sentiment que nous avons beaucoup défriché en trois ans. D'une manière générale, les missions sociales auxquelles Michel Boyon a fait allusion ne sont pas les plus évidentes, mais celles sur lesquelles nous commençons à obtenir de vrais résultats concrets.

M. Alain Méar, membre du CSA. Le Conseil est très conscient de la mission que lui a confiée le législateur après la grande crise des banlieues de la fin de l'année 2005. Pour nous, la diversité est une source de richesse de notre République, et les chaînes doivent la refléter. Nous sommes animés par la volonté de faire vivre cette diversité dans tous ses états.

Le Conseil s'est donc doté de moyens et d'instruments de mesure – l'observatoire et le baromètre – et de méthodes de travail. Comme l'a dit Rachid Arhab, il ne s'agit pas d'organiser un concours de beauté, d'autant qu'une chaîne diffusant de nombreuses séries américaines éculées a plus de chances d'être vertueuse au regard de la diversité qu'une chaîne proposant de la fiction française. Nous avons donc indiqué, dans le cadre d'une stratégie concertée avec chacune des chaînes, les pistes à explorer pour améliorer la représentation de la société, qu'il s'agisse du recours aux experts extérieurs, du divertissement ou de la fiction.

M. Jacques Groperrin. On observe une augmentation significative du nombre de manquements à l'obligation de traiter l'information avec rigueur, notamment sous l'influence de l'Internet. Une réunion s'est tenue sur ce thème sous la responsabilité de Rachid Arhab et de Michèle Reiser. Où en êtes-vous sur ces questions relatives à la déontologie et à la « traçabilité » de l'information ?

De plus en plus de critiques s'élèvent au sujet de la télé-réalité. Quelle est la position du CSA sur ce sujet ? De même qu'il incite les chaînes à travailler sur la diversité, le Conseil

ne pourrait-il pas suggérer aux chaînes de proposer des fictions mettant en valeur l'apprentissage chez les jeunes ? Et une chaîne proposant exclusivement de la version originale permettrait aux collégiens de mieux lire le français et peut-être d'apprendre l'anglais.

Enfin – mais ce n'est pas de votre compétence –, les insultes proférées à l'encontre des journalistes me semblent poser un problème.

Mme Valérie Fourneyron. Je voudrais vous interroger au sujet des paris en ligne. Un article de *Libération* publié aujourd'hui montre que ce secteur souffre de conflits d'intérêt et de stratégies de lobbying à la limite de la déontologie. Conformément à l'article 7 de la loi sur les paris en ligne, le CSA a publié une délibération provisoire demandant aux acteurs concernés d'adopter une charte de bonne conduite sur le volume et la concentration des communications commerciales en faveur des opérateurs de paris en ligne. Je ne voudrais pas vous accuser d'angélisme, monsieur le président, mais quand on sait que de nombreuses chaînes sont liées à de tels opérateurs, on peut douter qu'elles soient enclines à se contrôler elles-mêmes.

En matière de lutte contre l'addiction, on observe une différence de traitement entre la publicité pour l'alcool et celle pour les jeux en ligne. Ces derniers provoquent pourtant l'addiction de 600 000 personnes. Le CSA envisage-t-il de durcir les termes de sa délibération de juillet dernier ?

Il en est de même pour la protection des mineurs. Mme Laborde avait envisagé de restreindre plus fortement les horaires auxquels la publicité pour les paris en ligne peut être diffusée. Or, à part peut-être sur *Gulli* ou *Disney*, il semble qu'il existe peu d'obstacles à la diffusion de publicités pour les jeux en ligne accessibles aux mineurs. Des mesures coercitives sont-elles envisagées, et si oui, lesquelles ?

Enfin, s'agissant de l'interdiction de diffuser des publicités s'appuyant sur des personnages populaires chez les jeunes, ne pensez-vous pas qu'un Chabal ou un Desailly ont cette caractéristique ? Quel message de prévention peut-on prévoir quand la première sollicitation à parier en ligne figure sur les maillots des joueurs ? Bref, quelles pistes pourriez-vous explorer afin que la révision de la charte provisoire soit l'occasion d'aller plus loin dans la prévention des risques en matière de santé publique et dans la protection des mineurs ?

M. Pierre-Christophe Baguet. Vous avez souligné, monsieur le président, la fragilité économique de l'audiovisuel français. Il convient de rappeler à nos collègues socialistes, et notamment à M. Montebourg, que nos deux grands groupes privés de télévision gratuite sont des nains par rapport à d'autres groupes audiovisuels en Europe et dans le monde. Nous avons donc intérêt à ce qu'ils se développent.

La télévision a un rôle essentiel à jouer en faveur de l'information politique et générale, qui sert notre démocratie. Or, on observe plusieurs évolutions en ce domaine : alors que M6 est passé à un journal télévisé quotidien, ce qui est plutôt positif, Canal + s'interroge sur le maintien de I-Télévision.

Par ailleurs, où en est le projet Orange sport ?

Comptez-vous poursuivre la recherche d'une fréquence maîtresse en matière de radio ? Dans certains coins de France, on continue à recevoir dix fois France Inter et jamais Europe 1 ni RTL.

Pouvez-vous également nous parler de la télévision mobile personnelle ?

Enfin, et comme pour les retraites, je serais très étonné que nos collègues socialistes reviennent sur la procédure de désignation du président de France Télévisions le jour où ils reviendront au pouvoir.

M. Pascal Deguilhem. Nous savions bien que la libération d'un marché de 3 milliards d'euros, celui des paris en ligne, allait attirer de nombreux acteurs des médias et du sport. Ce que nous avions prévu lors du débat parlementaire se confirme aujourd'hui, tant il existe une évidente proximité entre les propriétaires de clubs, les sociétés de paris en ligne et les télévisions et radios qui assurent les retransmissions des spectacles sportifs. Des risques pèsent donc sur les parieurs comme sur l'éthique du sport.

Ces relations de proximité sont assumées sans complexe. Nombre de médias ont fait le choix de charger une même personne de délivrer des pronostics et donner les cotes puis, quelques minutes plus tard, de commenter l'événement sportif. Pour que le CSA réagisse, faudra-t-il attendre que cette personne glisse dans son commentaire les pronostics délivrés peu avant ?

La manne que représentent les budgets publicitaires des sociétés de paris en ligne dans un marché déprimé se traduit aussi par des volumes de spots frisant l'indécence. Quant aux messages de prévention, ils restent très peu visibles.

Nous ne pensons pas que les recommandations du CSA suffisent à entraver la dérive du « sport-fric ». Quelles mesures coercitives envisagez-vous le cas échéant de mettre en œuvre ?

Mme Muriel Marland-Militello. Lors de la dernière conférence nationale de la vie associative, le 17 décembre 2009, vous aviez proposé, monsieur le président, de créer une commission de réflexion sur l'accès des associations aux médias audiovisuels publics. Cette commission existe désormais : elle devait procéder cet été aux auditions des représentants d'associations et de l'audiovisuel public, puis remettre à l'automne un rapport assorti de propositions et de recommandations. Qu'en est-il ?

Ma deuxième question concerne l'accessibilité des médias publics aux personnes souffrant d'un handicap. En particulier, où en sont les travaux concernant l'audio-description ? Quels sont les critères de choix des contenus concernés ?

Enfin, je profite de la présence de Christine Kelly pour la féliciter de son travail lié à la fondation K d'urgence.

M. Jean-Jacques Gaultier. J'ai bien noté l'optimisme de Sylvie Genevoix au sujet des télévisions locales. Des incertitudes tant financières que réglementaires continuent toutefois à peser sur elles – je pense notamment aux coûts de diffusion, et notamment au financement des canaux non utilisés. Qui paiera le « trou du R1 », sachant que le coût de diffusion d'un multiplexe national comme le GR1 est de l'ordre de 30 millions d'euros, et que le coût pour certaines chaînes locales atteint parfois 500 000 ou 600 000 euros ? Un

changement de multiplexe est-il envisagé ? Les chaînes locales sont attachées au R1, car elles bénéficient de la présence des chaînes publiques nationales.

M. Michel Herbillon. Quel jugement portez-vous sur les réformes conduites par l'ancien président de France Télévisions, comme la mise en place de l'entreprise unique ou les changements d'organisation ? Les engagements pris par le nouveau président, M. Pflimlin, qui souhaite des chaînes mieux identifiées dotées de lignes éditoriales spécifiques, vous paraissent-ils complémentaires avec cette réforme, ou représentent-ils au contraire une évolution différente ?

De même, quel est votre jugement sur l'évolution de la production audiovisuelle française, en quantité et en qualité ? On a le sentiment d'une explosion de la diffusion des séries, notamment américaines.

Les téléviseurs sont désormais reliés à Internet. Quel contrôle le CSA exerce-t-il sur les nouveaux modes de diffusion de la télévision ?

Enfin, nous nous interrogeons sur l'usage du parrainage à France Télévisions. Nous ne voudrions pas que les tunnels de publicité soient remplacés par des « tunnels de parrainage ». Êtes-vous favorables à une charte encadrant cette pratique, et si oui, quels devraient être les critères de son élaboration ?

M. Marcel Rogemont. Plusieurs chaînes de la TNT ont été rachetées. Cette situation vous inquiète-t-elle ? Même si la loi ne dit rien relativement à la possession du capital de grands médias audiovisuels par des entreprises qui vivent de la commande publique, le CSA a-t-il sur le sujet des idées qui pourraient guider le législateur ?

M. Baguet s'inquiète de la taille d'un groupe comme TF1 à l'échelle internationale. Faut-il en faire porter la responsabilité au législateur ou aux industriels eux-mêmes ?

Quelles initiatives avez-vous prises pour asseoir la diffusion des télévisions locales ? Et peut-on leur assurer un meilleur financement ?

Quant aux paris en ligne, ma conviction est qu'ils ne doivent pas relever d'une charte, mais d'une décision. Nous ne devons pas laisser certaines pratiques se mettre en place, parce que nous aurions du mal à revenir en arrière. Le simple fait qu'un expert puisse affirmer qu'il n'a jamais vu autant d'argent consacré à des actions de lobbying en faveur des paris en ligne ne laisse pas de nous interroger.

Une question a été posée sur la radio numérique terrestre. La RNT est en panne, mais la réponse l'était aussi.

Enfin, dans quelle mesure TF1 respecte-t-elle son cahier des charges ? Je pense notamment aux émissions politiques ou à celles destinées à la jeunesse.

M. Didier Mathus. On a vu avec quelle célérité le pouvoir avait légalisé les paris en ligne. Compte tenu des sommes en jeu et du rapprochement incestueux entre chaînes de télévision, clubs de football, opérateurs de paris, commentateurs ou pronostiqueurs, nous seront bientôt plus près du grand banditisme que de l'*entertainment*. C'est pourquoi j'espère une réaction assez ferme de la part du CSA. J'ai observé que vous étiez très vigilants en ce qui concerne l'application de la loi Évin aux deux projets de chaînes consacrées au vin. Or si je

vois peu d'addiction au Smith-Haut-Lafitte dans mes quartiers, l'effet destructeur des paris en ligne pour la jeunesse risque d'y être important.

Je vous ai déjà interpellé sur le rachat par le groupe Bolloré de la chaîne Virgin 17. Je constate que l'esprit de la loi sur la TNT, dont j'étais le rapporteur, est largement perverti. Dans un paysage audiovisuel unique au monde, caractérisé par la domination spectaculaire d'un groupe sur l'ensemble de l'audience, l'idée était de faire apparaître de nouveaux opérateurs. C'est ce qui s'est passé, mais depuis, le rachat des chaînes de Claude Berda par TF1 puis la prise de contrôle de Virgin 17 par Bolloré – sans parler de l'attribution de chaînes « bonus » en 2011 – vont plutôt dans le sens de la concentration, alors que la volonté du législateur, exprimée très clairement dans le préambule de la loi, était de favoriser la diversité et le pluralisme. Si l'on peut effectivement qualifier le groupe Bolloré de nouvel opérateur, il n'en est pas de même pour TF1 qui, après avoir essayé de combattre la TNT, tente aujourd'hui de combler son retard en rachetant des chaînes. Je trouve étrange que le CSA ait donné son aval à ces transactions.

Sur un tout autre sujet, le Conseil d'État, à la suite de démarches que nous avons entreprises, a contraint le CSA à modifier les règles du jeu en matière de mesure du pluralisme en prenant en compte le temps de parole du Président de la République. Mais le système est désormais fondé sur les déclarations des chaînes. Un an après, jugez-vous que ces nouvelles règles permettent de garantir le respect du pluralisme ?

Mme Jeanny Marc. Dès le mois prochain, l'outre-mer aura accès à la TNT, ce qui provoque passions, mais aussi inquiétudes. Pensez-vous que la télévision locale possède suffisamment de moyens pour remplir sa mission dans la diversité et le pluralisme ?

Mme Marie-Laure Denis, membre du CSA. Suite à la décision du Conseil d'État, le CSA a institué, depuis septembre 2009, la règle selon laquelle l'opposition parlementaire doit avoir au moins la moitié des temps cumulés du Gouvernement, de la majorité parlementaire et des temps non régaliens du Président de la République. Nous avons pu constater que les chaînes jouaient le jeu. Elles acceptent notamment de découper les propos du Président de la République selon qu'ils sont considérés comme régaliens ou relevant du débat politique national – en moyenne, les proportions respectives sont de 50 %. Cette méthode entraîne mécaniquement une augmentation du temps de parole de l'opposition parlementaire.

Nous sommes parfaitement transparents : avant même la décision du Conseil d'État, dès juillet 2007, nous avons décidé de publier sur le site du CSA les temps de parole du Président de la République. Aujourd'hui, et conformément à la loi, ces temps de parole sont transmis aux présidents des deux assemblées et aux présidents des groupes parlementaires. Je constate d'ailleurs que, depuis la mise en œuvre du nouveau dispositif, nous n'avons fait l'objet d'aucune critique de la part d'un parti politique.

En ce qui concerne plus particulièrement TF1, nous n'avons pas adressé de mise en demeure ou prononcé de sanction liée au respect du pluralisme politique. Au premier trimestre 2010, l'opposition parlementaire a bénéficié sur cette chaîne de 51,3 % des temps de parole cumulés du Gouvernement, de la majorité et du Président de la République pour ce qui relève de la politique nationale. Au deuxième trimestre, cette proportion était de 55,21 %.

Vous vous demandez si le mode déclaratif permet au CSA d'exercer un véritable contrôle. En fait, il s'agit encore d'un objectif pour le Conseil. Du fait de la pluralité des chaînes, il est de plus en plus difficile pour nous de comptabiliser l'intégralité des propos

politiques. Il est donc naturel que les opérateurs, avec lesquelles nous sommes en contact régulier, nous déclarent leurs chiffres – que nous contrôlons sans les en prévenir. Il est très rare que l'on observe des décalages, d'autant que sur les chaînes hertziennes, qui totalisent 70 % de l'audience, le contrôle est toujours effectué par le CSA. En outre, nous sommes encore plus vigilants en période électorale.

Mme Michèle Reiser, membre du CSA. Étant chargée de TF1 au sein du CSA, comme de toutes les chaînes privées nationales gratuites, je me sens personnellement interpellée, monsieur Bloche, par la violence de l'expression « tradition délinquante ».

M. Patrick Bloche. Ce n'était qu'une citation !

Mme Michèle Reiser, membre du CSA. On peut penser ce que l'on veut de la qualité de TF1, mais ce n'est pas une chaîne délinquante. Elle est plutôt vertueuse, s'agissant du respect de ses obligations. Et quand elle ne les respecte pas – en particulier sur le plan déontologique –, nous la sanctionnons.

Vous avez évoqué une obligation de diffuser un magazine d'actualité politique. En réalité, la convention signée par TF1 l'oblige à proposer 800 heures de magazines d'actualité, « notamment politique ». Or, la diffusion réelle va bien au-delà.

En ce qui concerne la jeunesse, la chaîne a une obligation de mille heures, qu'elle respecte également.

M. Rachid Arhab, membre du CSA. Une question a été posée sur le respect de la déontologie des contenus audiovisuels. En ce qui concerne TF1, depuis trois ans et demi, la chaîne n'a été ni plus ni moins sanctionnée que les autres. L'ensemble des mises en demeure, mises en garde et sanctions est consultable sur le site du Conseil supérieur de l'audiovisuel.

Depuis quelques années, le Conseil est particulièrement vigilant en matière de déontologie de l'information. Ainsi, il est intervenu à plusieurs reprises au sujet de l'intrusion de la rumeur venue d'Internet au sein des chaînes de télévision. Toutes chaînes confondues, nous avons constaté en 2009 une augmentation des manquements à la déontologie de l'information. En 2010, les chiffres sont plutôt à la baisse, en partie, sans doute, parce que nous avons entamé un vrai dialogue avec les chaînes sur ce sujet. Nous sommes en effet confrontés à un phénomène nouveau : l'irruption d'informations non contrôlées par les canaux de vérification habituels. Cela nécessite donc une véritable traçabilité de l'information et de l'image, et la mise en place de nouvelles pratiques. La télévision ne doit être ni « ringardisée » par le Net ni victime d'une vampirisation, car elle joue un rôle particulier dans le métier d'informer.

Nous prêtons donc une grande attention à la question de la déontologie, que TF1 soit ou non concernée. L'an dernier, deux procédures de sanction ont été lancées, ce qui n'est tout de même pas très fréquent. Mais il est vrai qu'avec l'apparition d'Internet, la déontologie en vigueur à l'époque où j'étais journaliste n'est plus tout à fait la même.

M. Michel Boyon, président du Conseil supérieur de l'audiovisuel. Plusieurs questions concernaient le parrainage et la publicité.

Mme Christine Kelly, membre du CSA. Le travail du CSA sur la publicité suit plusieurs axes : la lutte contre l'obésité, la question du volume sonore, le parrainage sur France Télévisions et le placement de produits.

Le rôle de la publicité dans l'augmentation de l'obésité a été ciblé à plusieurs reprises. Le Conseil s'est donc fait le garant d'une charte, signée par tous les acteurs de l'audiovisuel, et destinée à favoriser la production et la diffusion de programmes destinés à lutter contre l'obésité. C'est la première fois que l'on observe une telle mobilisation des chaînes pour modifier leur ligne éditoriale, qu'il s'agisse des programmes courts, du *prime time* ou des émissions pour la jeunesse. C'est une spécificité française, et le 25 octobre, le CSA fera d'ailleurs devant la Commission européenne un état des lieux sur la question. Nous sommes ravis des résultats, puisque parallèlement à cette action, la prévalence de l'obésité a diminué en France pour la première fois depuis plusieurs années.

La question du volume sonore des publicités n'a pas été évoquée, mais je sais que de nombreux parlementaires s'en préoccupent. Sachez que le CSA travaille d'arrache-pied sur le dossier, même s'il a été retardé par la difficulté de définir la notion de volume sonore. Une norme européenne a toutefois été fixée en ce qui concerne son intensité et sa densité. Nous espérons donc que les choses vont avancer l'année prochaine.

On réduit souvent la communication commerciale à la publicité. Celle-ci a été supprimée en soirée à France Télévisions, mais ce n'est pas le cas du parrainage. De même, le placement de produits a été autorisé par la loi du 5 mars 2009, même si le CSA se montre très vigilant à l'égard de cette nouvelle technique de communication. Elle n'est pas développée sur les programmes de flux, mais uniquement sur les fictions. Pour l'instant, il n'y a eu qu'un manquement grave à la délibération du Conseil.

Enfin, pour répondre à M. Grosperin, depuis le 11 février 2010, toutes les grandes chaînes sont entièrement sous-titrées en français. Le sous-titrage est d'abord destiné aux sourds, mais tout le monde peut en bénéficier, notamment pour apprendre le français.

M. Alain Méar, membre du CSA. Mme Marc s'est interrogée sur l'arrivée de la TNT en outre-mer. Le 30 novembre 2010, une partie des préconisations contenues dans un rapport du CSA sur l'introduction de la TNT outre-mer et son déploiement entreront en vigueur. Nous aurons ainsi une offre importante, variée et de qualité, qui comprendra des Télé pays, une ou deux télévisions locales, France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô, France 24 et Arte.

Pour rattraper le retard pris par la TNT en outre-mer, le choix a été effectué de la norme la plus moderne, le MPEG 4, et d'un processus progressif associant les télévisions locales. En effet, la TNT ne doit pas être un facteur de déstabilisation du paysage audiovisuel préexistant. Il existe deux catégories de télévision locale : les petites télévisions généralistes de proximité, pour qui l'arrivée de la TNT va se traduire par une économie de plusieurs centaines de milliers d'euros, et les chaînes d'ultra-proximité. Ces dernières avaient trouvé leur équilibre économique en passant des contrats d'objectifs et de moyens avec les collectivités locales et en assurant en contrepartie la captation des débats les plus intéressants du conseil général ou régional. Or, contrairement aux chaînes de la première catégorie, elles connaîtront une explosion de leurs coûts de diffusion : alors qu'elles pratiquaient l'autodiffusion, pour un coût de couverture de 20 000 euros, elles devront désormais déboursier environ 150 000 euros. Il faut donc les aider à accéder au numérique et à étendre leur couverture. Une réflexion est en cours pour instaurer un fonds provisoire d'aide au démarrage, sur le modèle du Fonds de soutien à l'expression radiophonique, qui aide les radios locales.

M. Michel Boyon, président du Conseil supérieur de l'audiovisuel. Nous en venons à la radio, puis aux paris en ligne.

M. Rachid Arhab. Je remercie les députés d'avoir posé des questions sur la radio, un média souvent oublié. La radio numérique terrestre n'est pas en panne, même si, dans ce domaine, on a voulu pousser le CSA dans une impasse. Lorsque nous avons pris en charge ce dossier il y a plus de trois ans, Alain Méar et moi, la numérisation de la radio analogique était absolument souhaitée par les plus gros opérateurs, tandis que les plus petits, au contraire, la craignaient. Or, ce front s'est renversé à l'occasion de la crise économique, qui a fortement secoué la radio l'an dernier. Aujourd'hui, les gros opérateurs réclament un moratoire de dix-huit mois sur la numérisation, alors que les petits et moyens opérateurs y sont plus favorables, pour en avoir compris les enjeux.

Un des enjeux est l'absence de places à distribuer en FM : nous en sommes à racler les fonds de tiroir pour attribuer des fréquences. L'enrichissement du paysage radiophonique passe donc obligatoirement par la numérisation. Je rappelle qu'un tiers de nos compatriotes reçoit moins de dix radios chez lui, alors que l'auditeur parisien en reçoit une cinquantaine, et l'habitant d'une grande ville, entre vingt et trente. Il existe donc une inégalité dans la réception de la radio qui ne peut pas être réparée par la modulation de fréquence.

C'est même un problème de liberté. La radio est considérée par les Français comme le média le plus crédible, loin devant la télévision, la presse écrite et Internet. Elle est écoutée en moyenne plus de trois heures par jour, chaque foyer possédant six postes de réception. C'est dire l'importance d'un secteur que l'on a tendance à sous-estimer. Or, si nous voulons que la radio ne meure pas avec ses auditeurs et intéresse à nouveau les jeunes, il faut mettre en place la radio numérique, qui présente l'avantage d'apporter de nouvelles fonctions, comparables à celles d'Internet, tout en garantissant l'anonymat de l'auditeur – à la différence de la web radio.

Une mission a été confiée par le Premier ministre à David Kessler sur la relance de la radio numérique terrestre. De son côté, le Conseil a la ferme intention de mettre tout le monde devant ses responsabilités. La loi nous oblige à numériser la radio ; depuis le mois de septembre, elle prévoit même qu'un certain nombre de postes vendus en France soient numérisés. Or, on n'en est pas là, et les fabricants, pourtant prêts à démarrer, sont dans une situation embarrassante. Bref, si panne il y a, elle n'est pas de notre fait. Nous attendons un signal fort de la part du politique : voulons-nous, oui ou non, la numérisation de la radio ?

Sur les trois zones ayant fait l'objet d'une présélection, le dilemme reste entier. Faut-il y aller sans ceux qui refusent la numérisation, au risque de mettre la radio numérique en péril, ou faut-il attendre que tout le monde soit prêt ? À titre personnel, je pense que le temps joue contre nous.

M. Pierre-Christophe Baguet. Bien sûr !

M. Alain Méar, membre du CSA. M. Baguet a insisté sur la notion de fréquence maîtresse, mais nous sommes au bout de l'exercice FM. Depuis 2006, le CSA a dégagé – souvent par le jeu de l'isofréquence – 1 300 fréquences supplémentaires, afin de développer de façon plus équitable la radio sur l'ensemble du territoire, de promouvoir des médias plus divers et de lutter contre l'uniformisation. Mais il faut en être conscient : notre paysage radiophonique est sans équivalent dans le monde, par sa densité – 7 500 fréquences – comme par la variété de ses opérateurs. Une telle situation est fragile.

Deux appels généraux à candidatures restent à effectuer avant la fin de l'année. Après quoi, sans une relève de la RNT, le paysage radiophonique sera figé pour quinze ans dans toutes ses inégalités territoriales.

M. Emmanuel Gabla, membre du CSA. En ce qui concerne les paris en ligne, le Conseil a pris, à titre exceptionnel, une délibération à durée de vie très courte. L'ensemble de la question sera donc réexaminé en janvier 2011, et vous verrez que nous tiendrons compte de la réalité.

Quand peut-on faire des communications commerciales en faveur des jeux en ligne ? Sur ce point, notre délibération se contente d'appliquer le texte que vous avez adopté. En effet, l'article 7 de la loi sur les jeux en ligne dispose que toute communication de cet ordre est interdite dans les programmes à destination des mineurs. Nous avons donc travaillé en collaboration avec les chaînes pour recenser les programmes concernés. Nous avons par ailleurs décidé d'interdire les communications commerciales trente minutes avant et trente minutes après la diffusion de ces programmes. Nous restons vigilants, et avons adressé des mises en demeure après la diffusion de publicités dans des programmes que nous estimions s'adresser spécifiquement aux mineurs. Toutefois, la loi ne nous donne pas la possibilité d'interdire les publicités à certaines heures dès lors que les programmes ne s'adressent pas aux mineurs.

En ce qui concerne le volume de ces communications commerciales, notre objectif était d'éviter une situation comparable à celle qui a suivi l'ouverture des services de renseignement téléphonique. À la radio et surtout à la télévision, nous avons alors connu une avalanche de spots. Nous avons donc incité les opérateurs à adopter une charte de bonne conduite destinée à encadrer ces volumes. Nous avons également demandé à nos services de surveiller les pratiques en ce domaine. Or, les relevés effectués pendant l'été ne révèlent pas l'existence de « tunnels de publicité » en faveur du secteur.

Alors qu'à la télévision, la loi prévoit clairement une séparation entre la publicité et le contenu du programme – grâce à un jingle, ou plutôt à une « virgule musicale » –, il n'en est pas de même à la radio, où il existe une porosité plus grande entre la publicité, l'annonce du parrain et le contenu lui-même. Il en résulte une dérive de certaines émissions sportives, et nous avons déjà mis en demeure certaines stations contre cette pratique s'apparentant à de la publicité clandestine.

Avec Rachid Arhab, nous avons par ailleurs entamé une réflexion avec les opérateurs de radio pour éviter tout mélange des genres entre commentaires sportifs et pronostics. Si les stations ne parviennent pas à adopter de grands principes déontologiques, le CSA prendra ses responsabilités et imposera, lors de sa nouvelle délibération, des mesures coercitives.

Mme Françoise Laborde, membre du CSA. Nous avons négocié avec les chaînes de télévision afin qu'elles définissent les programmes destinés aux mineurs, et non pas simplement les émissions pour la jeunesse. Quant aux radios, nous avons été agréablement surpris de constater qu'elles jouaient le jeu et maintenaient ces publicités hors des programmes pouvant être écoutés par des jeunes. Mais nous avons également été aidés par l'équipe de France de football, qui a fait en sorte de ruiner tout engouement pour ces paris...

Cela étant, nous sommes très attentifs pour ce qui concerne le poker, un jeu très addictif, très dangereux pour les adolescents, et qui peut conduire à des dérapages. En ce domaine, la vigilance du CSA est totale : par des écoutes aléatoires systématiques, nous nous

assurons qu'aucun appel à jouer au poker n'est lancé à des heures où les mineurs seraient concernés.

De toute façon, la délibération expire à la fin de l'année. Nous remettrons alors tout sur la table et corrigerons le texte si nécessaire.

Par ailleurs, monsieur Mathus, il est exact qu'une chaîne consacrée au vin est actuellement à l'étude.

M. Michel Boyon, président du Conseil supérieur de l'audiovisuel. Le « trou du R1 », à présent.

Mme Sylvie Genevoix, membre du CSA. Nous nous sommes aperçu que ce trou n'était pas aussi profond qu'il en avait l'air, que la clé de répartition était discutable et que les provisions demandées étaient trop importantes. France Télévisions s'est donc montrée compréhensive. À l'heure actuelle, les télévisions locales ne payent que la ressource qu'elles utilisent, ce qui représente un soulagement considérable.

M. Rogemont a demandé ce que le CSA avait fait pour les télévisions locales. Tout ce qu'il a pu ! Nous avons beaucoup allégé, dans la mesure où c'était possible, leurs obligations et leurs contraintes. Le président Boyon, de manière judicieuse, a suggéré de permettre l'accès des télévisions locales aux campagnes de la grande distribution. Une telle décision nous réjouirait, mais elle n'est pas de notre ressort.

Enfin, le CSA et la direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC) ont effectué une vaste étude sur le modèle économique des télévisions locales. Publiée dans quelques jours, elle contient des informations sur les télévisions locales au Royaume-Uni, en Espagne, au Canada, en Belgique et bien entendu en Italie. Tous les modèles ne sont évidemment pas transposables à la France, mais il sera possible d'y glaner quelques idées.

Mme Michèle Reiser, membre du CSA. En ce qui concerne l'accès des associations à l'audiovisuel public, nous avons créé la commission que le président avait appelée de ses vœux. Elle est composée de personnalités qualifiées et se réunit tous les vendredis. Elle auditionne des associations et des responsables de médias – dont le président de France Télévisions. Nous rendrons en novembre un rapport d'étape assorti de préconisations. Ces travaux sont absolument passionnants, mais il s'agit d'un vaste chantier.

Mme Muriel Marland-Militello. Qu'en est-il de l'accessibilité aux handicapés ?

Mme Christine Kelly, membre du CSA. En ce qui concerne les sourds, toutes les chaînes qui font plus de 2,5 % d'audience – TF1, France Télévisions, Canal plus, M6 – sous-titrent 100 % de leurs programmes. Pour les aveugles, et suite à la loi du 5 mars 2009, nous avons décidé d'imposer aux mêmes chaînes une part de programmes à audiodécrire : d'abord un programme par mois et par chaîne en 2011, puis un par semaine en 2013.

Mme Françoise Laborde, membre du CSA. Mme la présidente s'est demandé ce que faisait le CSA en matière de protection de l'enfance. En ce domaine, notre corpus de base est la classification effectuée de leur propre chef par les chaînes. Parfois, nous les rappelons à l'ordre – comme pour *Secret story*, sur TF1, que nous voulions voir déconseiller aux moins de dix ans. Nous réfléchissons par ailleurs à l'idée de laisser la signalétique en permanence à l'écran.

Nous allons également lancer une nouvelle campagne destinée à rappeler aux parents qu'ils doivent absolument accompagner leurs enfants lorsqu'ils regardent la télévision, et que celle-ci ne peut remplacer d'autres activités.

Nous faisons aussi en sorte que les programmes violents ou trop sexualisés – comme certaines vidéomusiques diffusées sur les chaînes musicales – soient plutôt diffusés le soir qu'en fin d'après-midi.

À notre grand regret, sur Internet, nos moyens d'action sont extrêmement limités. C'est un peu de la faute du législateur, qui ne nous a pas donné les moyens d'intervenir sur ce média. Toutefois, lorsque nous considérons qu'un programme diffusé sur Internet constitue une émission de télévision, nous intervenons. C'était le cas pour *Dilemme*, un programme initialement prévu pour Internet avant d'être diffusé sur M6, et qui contient des scènes où l'humiliation de la personne humaine le dispute à la grossièreté.

D'une manière générale, le groupe de travail sur la déontologie des contenus audiovisuels va lancer une réflexion sur la télé réalité, dans laquelle tout n'est pas à jeter ni malfaisant – *Un dîner presque parfait* n'est pas équivalent à *Secret story*, par exemple. Il convient de se demander comment faire en sorte que ces programmes, très regardés par les jeunes, soient un peu plus positifs. Les jeunes regardent beaucoup la télévision ; sans faire preuve d'angélisme, il faut donc leur renvoyer une image de la société qui ne soit pas simplement dégradante, violente ou désespérante.

M. Michel Boyon, président du Conseil supérieur de l'audiovisuel. De nombreuses questions ont été posées au sujet de France Télévisions. En 2008, le CSA a émis un certain nombre de recommandations concernant ses missions, l'identité de ses chaînes, la création et les rapports avec les producteurs. La plupart de ces propositions ont été retenues.

La réforme de 2009 se traduit par un desserrement de la contrainte publicitaire vespérale et nocturne pesant sur les programmes : les responsables ne sont plus obligés de choisir des émissions correspondant à des publics ciblés prioritairement par les annonceurs.

En ce qui concerne la présidence de Patrick de Carolis, j'observe simplement que ces dernières années, les programmes ont fait l'objet d'une évolution importante : leur dimension culturelle est plus marquée, les programmes de fiction présentent une originalité et une inventivité plus fortes. Mais la nouvelle organisation du groupe a eu pour conséquence de limiter l'autonomie des chaînes et de modifier les rapports entre France Télévisions et les producteurs. Une telle situation pouvait présenter des inconvénients. Lors de son audition devant le CSA puis devant votre Commission, Rémy Pflimlin a indiqué qu'il entendait redonner plus d'identité aux chaînes du groupe et une plus grande autonomie à ses dirigeants. Il a engagé un processus de réforme dans ce sens.

Autre point sur lequel le CSA avait appelé l'attention : France Télévisions n'est pas en avance pour ce qui est de l'utilisation du numérique et de la mise au point de nouveaux services. Le mouvement est désormais pris, mais le groupe doit avancer à marche forcée pour pouvoir occuper le rang qui est le sien en ce qui concerne le bon usage des technologies numériques au profit du plus grand nombre.

Plusieurs d'entre vous ont également abordé la question des concentrations. En ce domaine, il convient d'assumer les responsabilités et de faire preuve de réalisme. La situation de la télévision française en 2010 n'a rien à voir avec celle de 1986, quand la loi sur la liberté

de la communication a défini la manière dont le régulateur devait choisir les opérateurs, ni avec celle de 2000, lorsque la loi définissant les règles de la télévision numérique terrestre a été adoptée, ni enfin avec celle de 2003, lorsque le CSA a désigné les premières chaînes de la TNT. Les choses ont beaucoup changé depuis : comme nous l'avons déjà souligné, les chaînes sont plus nombreuses, ce qui entraîne une fragmentation des audiences. Par ailleurs, sur les dix-neuf chaînes gratuites de la TNT, sept sont publiques et douze privées, ce qui paraît un bon équilibre. Mais on ne peut pas multiplier le nombre de chaînes à l'infini, car nous n'aurons pas de quoi les financer. Dans la situation présente, seules certaines d'entre elles sont en mesure de fournir l'investissement nécessaire au service de la création française : les chaînes dites « historiques », qui financent 95 % de la fiction française. Quant aux nouveaux entrants, ils n'ont pas atteint la stature économique qui leur permettrait d'investir au même titre que les autres dans la création et dans la production.

Parallèlement, une concurrence se livre au travers d'Internet. Celui-ci n'est pas en soi une menace ; c'est la manière dont des services s'y développent et sont consommés par les utilisateurs qui en est une. Notre désir, au CSA, est bien sûr de satisfaire le plus grand nombre de Français, mais aussi de garantir la pérennité de l'exception culturelle française. Et pour cela, il faut des fonds. À cet égard, l'émission des opérateurs est la meilleure manière d'aller dans le mur. Il ne faut donc pas voir dans le regroupement de chaînes une évolution en soi menaçante. Chacun de nous souhaiterait qu'il existe cinquante chaînes de télévision gérées par des opérateurs différents, diffusant des émissions de la meilleure qualité, et faisant appel à de nombreux comédiens, réalisateurs et techniciens français. Mais il faut être réaliste et reconnaître que, la situation ayant changé, une restructuration de nos entreprises audiovisuelles s'impose.

Les producteurs commencent d'ailleurs à s'en rendre compte. S'ils ont accepté de négocier de nouveaux accords avec les chaînes, qui diminuent les obligations de ces dernières en faveur de l'investissement, c'est parce qu'ils ont pris conscience que le maintien d'exigences élevées conduirait dans le mur. De même, la position du CSA sur les SMAD n'est ni un caprice, ni un acte de rébellion. Elle se justifie par le fait que des contraintes trop rigoureuses conduiraient ces services à se délocaliser au Luxembourg ou dans l'île de Man – ce que ne pourra jamais faire TF1 –, et ce au détriment du soutien à la production. On a fait à plusieurs reprises allusion aux téléviseurs connectés, sur lesquels le CSA a conduit en septembre une réflexion à caractère prospectif. Ils représentent une menace, non seulement pour la liberté de choix du téléspectateur, mais aussi et surtout pour la production audiovisuelle française. Nous devons garder tout cela à l'esprit.

Mme la présidente Michèle Tabarot. Je vous remercie, mesdames et messieurs, pour ces échanges extrêmement intéressants.

La séance est levée à dix-neuf heures quarante-cinq.

Présences en réunion

Réunion du mardi 12 octobre 2010 à 17 h 30

Présents. - M. Pierre-Christophe Baguet, M. Patrick Bloche, M. Xavier Breton, M. Pascal Deguilhem, Mme Sophie Delong, M. David Douillet, Mme Martine Faure, Mme Valérie Fourneyron, M. Sauveur Gandolfi-Scheit, M. Jean-Jacques Gaultier, M. Jacques Gersperrin, M. Michel Herbillon, Mme Sandrine Hurel, M. Régis Juanico, M. Christian Kert, Mme Colette Langlade, Mme Jeanny Marc, Mme Muriel Marland-Militello, M. Gilbert Mathon, M. Frédéric Reiss, M. Franck Riester, M. Jean Roatta, M. Marcel Rogemont, Mme Michèle Tabarot

Excusés. - Mme Marie-Hélène Amiable, Mme Sylvia Bassot, Mme Marie-George Buffet, M. Gérard Gaudron, Mme Martine Martinel, M. Michel Ménard, M. Michel Pajon, M. Didier Robert, Mme Marie-Josée Roig, M. Daniel Spagnou

Assistait également à la réunion. - M. Didier Mathus