



N° 3364

---

# ASSEMBLÉE NATIONALE

CONSTITUTION DU 4 OCTOBRE 1958

DOUZIÈME LÉGISLATURE

---

---

Enregistré à la Présidence de l'Assemblée nationale le 12 octobre 2006.

## AVIS

PRÉSENTÉ

AU NOM DE LA COMMISSION DES AFFAIRES CULTURELLES, FAMILIALES ET  
SOCIALES SUR LE PROJET DE **loi de finances pour 2007** (n° 3341)

TOME V

MÉDIAS

PAR MME CHANTAL BOURRAGUÉ,

Députée.

---

---

Voir le numéro : 3363 (annexe n° 19).



## SOMMAIRE

	Pages
<b>INTRODUCTION</b> .....	5
<b>I.- LES CRÉDITS DE L'AUDIOVISUEL PUBLIC</b> .....	7
A. UN BUDGET EN HAUSSE DE PLUS DE 3 %.....	7
1. Une croissance des ressources publiques plus modérée que celle des ressources propres : + 2,6 %.....	7
2. Une hausse importante des ressources propres : + 5,4 % .....	8
B. CONTRATS D'OBJECTIFS ET DE MOYENS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE .....	9
1. Une première génération de contrats d'objectifs et de moyens prometteuse.....	9
a) <i>France Télévisions</i> .....	9
b) <i>L'Institut national de l'audiovisuel</i> .....	11
c) <i>Arte</i> .....	11
2. Une deuxième génération en cours de signature.....	11
a) <i>La poursuite des efforts de numérisation de l'INA</i> .....	12
b) <i>Des négociations en cours pour France Télévisions et Arte</i> .....	12
c) <i>Une extension de cet outil aux radios publiques</i> .....	12
3. Les indicateurs de performance : l'indispensable articulation avec les objectifs des contrats d'objectifs et de moyens.....	13
<b>II.- LES AIDES À LA PRESSE : UN NIVEAU TOUJOURS ÉLEVÉ</b> .....	15
A. LES AIDES DIRECTES .....	15
B. L'IMPORTANCE TOUJOURS MARQUÉE DES AIDES INDIRECTES .....	17
C. L'AGENCE FRANCE PRESSE .....	18
<b>III.- FRANCE 3 EN RÉGIONS : CONSERVER UN OUTIL PERFORMANT D'AMÉNAGEMENT AUDIOVISUEL DU TERRITOIRE</b> .....	19
A. UNE CHAÎNE À VOCATION RÉGIONALE DEPUIS SA CRÉATION .....	19
1. Historique .....	19
2. Une chaîne au plus près des territoires.....	20
a) <i>Une programmation régionale croissante</i> .....	20

<i>b) Le soutien à l'expression des langues régionales</i> .....	21
<i>c) De nombreux partenariats avec les collectivités locales</i> .....	22
3. Un budget important, lié à cette forte présence territoriale .....	23
B. UNE VOCATION RÉGIONALE AUJOURD'HUI RÉAFFIRMÉE .....	24
1. Des programmes régionaux plus nombreux et mieux valorisés .....	25
2. Une meilleure coordination entre antennes régionales et entre chaînes du groupe France Télévisions .....	26
C. LES DÉFIS DE DEMAIN .....	27
1. La filière production de France 3 .....	27
2. Quelle politique rédactionnelle à l'heure de l'information instantanée ? .....	28
3. Une meilleure visibilité des antennes régionales grâce aux nouveaux réseaux et services de télécommunication ? .....	29
<i>a) L'intérêt de sites Internet performants pour les antennes régionales</i> .....	29
<i>b) Le développement des partenariats avec les opérateurs ADSL</i> .....	30
4. Le coût budgétaire des évolutions technologiques .....	31
<i>a) Des outils numériques aujourd'hui opérationnels</i> .....	31
<i>b) La haute définition (HD) : une approche pragmatique en l'absence de capacités d'investissement suffisantes</i> .....	32
5. La mobilisation des personnels : le défi des ressources humaines .....	32
<i>a) Les négociations sur les conventions collectives et la question du point d'indice : remotiver les personnels</i> .....	32
<i>b) La nécessaire optimisation des relations entre les rédactions du groupe</i> .....	33
<b>TRAVAUX DE LA COMMISSION</b> .....	35
<b>I. AUDITION DU MINISTRE</b> .....	35
<b>II. EXAMEN DES CRÉDITS</b> .....	61
<i>Article additionnel après l'article 63 : Exonération du paiement de la redevance pour les centres de formation des apprentis (CFA)</i> .....	61
<i>Après l'article 63</i> .....	61
<b>ANNEXES</b> .....	63
<b>ANNEXE 1 : LISTE DES PERSONNES AUDITIONNÉES</b> .....	63
<b>ANNEXE 2 : LES ANTENNES RÉGIONALES</b> .....	65

## INTRODUCTION

La présentation du budget de l'audiovisuel public selon la nomenclature de la loi organique relative aux lois de finances (LOLF) est depuis deux ans plus éclatée que précédemment dans la mesure où elle repose sur plusieurs programmes appartenant à des missions différentes.

La mission interministérielle « Médias » compte cette année trois programmes. Le programme « Presse » regroupe les aides à la presse ainsi que les abonnements à l'Agence France Presse. Le programme « Chaîne française d'information internationale » est consacré à cette nouvelle entité, aujourd'hui dénommée France 24. Le programme « Audiovisuel extérieur », qui finance trois organismes audiovisuels extérieurs confiés au ministère des affaires étrangères, Radio France Internationale (RFI), TV5 Monde et Canal France International (CFI), auparavant au sein de la mission « Action extérieure de l'Etat », est transféré en 2007 dans la mission interministérielle « Médias », l'action audiovisuelle extérieure de la France étant, par nature, interministérielle.

### ***La chaîne française d'information internationale : France 24***

*La chaîne française d'information internationale, France 24, est une société anonyme à directoire et conseil de surveillance détenue à parité entre TF1 et France Télévisions. Le pacte d'actionnaires entre France Télévisions et TF1, les statuts de la société et la convention de subvention entre l'État et la chaîne ont été signés le 29 novembre 2005.*

*France 24 devrait commencer à émettre dans les premiers jours de décembre. La société diffusera deux programmes principaux : un programme principal en français, diffusé prioritairement en Europe (dont la France) et dans les pays du Maghreb et en Afrique ; un second programme, composé dans un premier temps de 75 % de programmes en anglais et de 25% de programmes en français, diffusé prioritairement en Europe (dont la France), en Afrique et au Proche et Moyen Orient. Par ailleurs, des décrochages en arabe sur le Proche et Moyen Orient interviendront dans le courant de l'année 2007. D'autres décrochages (en espagnol par exemple) et l'extension de la diffusion en Asie, en Amérique latine et en Amérique du Nord pourront être envisagés dans les années à venir.*

*Ayant considéré que cette chaîne participera au rayonnement international de la France, l'État a décidé de contribuer à son financement, en contrepartie de la mission d'intérêt général qu'elle exercera. Le financement de la société sera donc principalement assuré par une subvention accordée par l'État. Le budget sera de 86 millions d'euros, financé à hauteur de 70 millions d'euros par les crédits ouverts en loi de finances initiale 2007 et de 16 millions d'euros par ceux ouverts en loi de finances initiale 2006, non utilisés par la chaîne.*

Par ailleurs, le compte de concours financier sur les avances à l'audiovisuel public correspondait en 2006 à une mission uni-programme « Avances à l'audiovisuel public » présentant l'emploi de la redevance. Le

Conseil constitutionnel ayant jugé qu'une « *mission ne saurait comporter un programme unique* », la mission est cette année découpée en trois programmes retraçant chacun un des grands métiers de l'audiovisuel public : « *Télévisions* », « *Radio* » et « *Patrimoine audiovisuel* ».

Enfin, l'article de répartition de la redevance est maintenu dans la seconde partie de la loi de finances (article 63 du présent projet de loi).

Le budget de l'audiovisuel public s'élèvera à 3 706,92 millions d'euros en 2007, soit une hausse de 3,1 % par rapport à la loi de finances initiale pour 2006, ce qui représente 112,1 millions d'euros de moyens supplémentaires pour l'ensemble des organismes.

La part de financement public – c'est-à-dire la redevance et les dotations budgétaires – augmentera de 67,48 millions d'euros (soit + 2,41 %), pour atteindre 2 861,45 millions d'euros. Les ressources propres du service public observeront quant à elles une hausse de 46,02 millions d'euros (+ 5,4 %) pour atteindre 904,32 millions d'euros.

La part de financement public se maintient donc à près de 74 % (73,73 % contre 74,12 % en 2006).

Les aides à la presse et la dotation à l'AFP s'élèveront à 274 millions soit une légère baisse par rapport à 2006 (- 1,67 %) mais les crédits avaient fortement augmenté entre 2005 et 2006.

S'agissant des radios, le montant prévisionnel du produit de la taxe alimentant le fonds de soutien à l'expression radiophonique (FSER) est fixé à 24,1 millions d'euros dans le projet de loi de finances pour 2007 contre 23,75 millions d'euros en 2006 (+1,45 %).

Après avoir présenté et commenté le budget de l'audiovisuel public et des aides à la presse pour 2007, la rapporteure pour avis s'attachera, comme il est d'usage dans les avis budgétaires de la commission des affaires culturelles, familiales et sociales, à examiner un aspect de la politique publique dont ce budget est l'illustration. Son choix s'est porté cette année sur le rôle de France 3 en région.

L'article 49 de la loi organique n° 2001-692 du 1<sup>er</sup> août 2001 relative aux lois de finances fixe comme date butoir, pour le retour des réponses aux questionnaires budgétaires, le 10 octobre 2006.

La rapporteure a demandé que les réponses lui parviennent le 15 septembre 2006. A cette date, 17 réponses lui étaient parvenues, soit **5,84 %**. A la date butoir, ce pourcentage était de **74,57 %**.

## I.- LES CRÉDITS DE L'AUDIOVISUEL PUBLIC

### *Budget de l'audiovisuel public*

	LFI 2006 en M€	PLF 2007 en M€	2007/2006 en %
- Encaissements redevance TTC nets	2 280,50	2 281,36	+ 0,4
- Crédits budgétaires : remboursements des dégrèvements TTC	440,00	509,00	+ 15,7
Subvention ministère affaires étrangères versée à RFI	71,90	69,63	- 3,2
<b>TOTAL RESSOURCES PUBLIQUES (HT) (TVA 2,1 %)</b>	<b>2 664,5</b>	<b>2 733,00</b>	<b>+ 2,6</b>
<b>Ressources propres HT</b>	<b>858,3</b>	<b>904,32</b>	<b>+ 5,4</b>
<b>TOTAL HT</b>	<b>3 594,8</b>	<b>3 706,9</b>	<b>+ 3,1</b>

Source : ministère de la culture et de la communication.

### A. UN BUDGET EN HAUSSE DE PLUS DE 3 %

En 2007, le service public de l'audiovisuel bénéficiera d'un budget en hausse de 112,1 millions d'euros. Il s'établit à 3 706,92 millions d'euros, ce qui représente une progression de 3,1 %, alors que les dépenses globales de l'Etat ne progresseront en 2007 que de 0,8%.

Cette augmentation se décompose en une part de recettes publiques (+ 68,5 millions d'euros, soit + 2,6 %) et en une part de recettes propres, notamment de publicité et de parrainage (+ 46,02 millions d'euros, soit + 5,4 %).

#### 1. Une croissance des ressources publiques plus modérée que celle des ressources propres : + 2,6 %

Les ressources publiques représenteront toujours en 2007 près des trois quarts du budget des organismes de l'audiovisuel (73,73 %). Cette part de financement est extrêmement variable selon les organismes, notamment en raison de leur inégale capacité à engranger des ressources propres.

#### *Répartition prévisionnelle de la redevance en 2007*

(en millions d'euros)

Organismes	LFI 2006	PLF 2007	Évolution 2007/2006	Répartition 2007
France Télévisions	1 833,68	1 879,52	+ 4,03 %	68,77 %
Arte France	204,20	209,92	+ 2,5 %	7,68 %
Radio France	495,09	508,2	+ 2,8 %	18,60 %
RFI	55,86	56,53	+ 2,65 %	2,07 %
INA	75,75	78,80	+ 1,2 %	2,88 %
<b>Total</b>	<b>2 664,58</b>	<b>2 732,97</b>	<b>+ 2,57 %</b>	<b>100,00 %</b>

Source : article 95 du projet de loi de finances pour 2007 et ministère de la culture et de la communication.

En 2007, les tarifs de la redevance audiovisuelle seront maintenus au niveau de 2005 puisqu'ils s'établiront à 116 euros pour la métropole et 74 euros pour les départements d'outre-mer. Malgré cette stabilisation des taux, le montant de redevance à répartir augmentera de 69,8 millions d'euros hors taxe (soit + 2,6 %) grâce à la réforme de la perception de la taxe, désormais alignée sur le mode de recouvrement de la taxe d'habitation.

Dans ce contexte de stagnation de la valeur nominale de la redevance, les personnels de l'audiovisuel public sont soumis à des tensions importantes. A l'heure où les téléspectateurs attendent beaucoup de leur télévision et de leur radio publiques, on ne peut que saluer leur professionnalisme et les efforts fournis.

**Ressources disponibles sur le compte de concours financier  
« avances à l'audiovisuel public »**

*(en millions d'euros)*

	LFI 2004	LFI 2005	LFI 2006	PLF 2007
Encaissements bruts	2 191,75	2 266,82	2 304,54	2 305,36
Frais de gestion et de trésorerie	- 73,54	- 65	- 24	- 24
<b>Encaissements nets</b>	<b>2 118,21</b>	<b>2 201,82</b>	<b>2 280,54</b>	<b>2 281,36</b>
Excédents années antérieures	32,44	0	0	0
Remboursements dégrèvements	428,12	440	440	509
Total TTC disponible	2 578,77	2 641,82	2 720,54	2 790,36
<b>Total HT disponible</b>	<b>2 525,73</b>	<b>2 587,48</b>	<b>2 664,58</b>	<b>2 732,97</b>

Source : ministère de la culture et de la communication.

Depuis la loi n° 2000-719 du 1<sup>er</sup> août 2000 modifiant la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, le montant des exonérations de redevance (désormais dégrèvements) accordées pour des motifs sociaux doit être intégralement compensé par l'Etat. Le montant prévu pour 2007 est le plus élevé que pour 2006 puisqu'il s'établit à 509 millions d'euros, mais cela reste inférieur au montant total des dégrèvements octroyés, puisqu'ils s'élevaient à 589,13 millions d'euros en 2005.

Enfin, la subvention du ministère des affaires étrangères au budget de Radio France Internationale (RFI) est en baisse de 3,2 % par rapport à 2006, à 69,63 millions d'euros, ce qui est regrettable compte tenu de la qualité de cet instrument de rayonnement international.

**2. Une hausse importante des ressources propres : + 5,4 %**

Les objectifs de ressources propres (recettes commerciales, produits financiers et services rendus aux administrations) assignés aux sociétés de l'audiovisuel public sont en hausse de 5,4 % par rapport à 2006, à 904,32 millions d'euros hors taxes.

Les objectifs de recettes de publicité et de parrainage sont variables selon les organismes, comme l'indique le tableau ci-après.

**Publicité et parrainage : objectifs PLF 2007**

(en millions d'euros)

	Prévisions 2006	Objectifs 2007	2007/2006
France 2	438,7	460,9	+ 5,06 %
France 3	279,3	298,1	+ 6,73 %
France 4	3,4	4,3	+ 26,47 %
France 5	36,6	38,6	+ 5,46 %
RFO	23,9	24,8	+ 3,77 %
Radio France	43,8	45,1	+ 2,97 %

\* Chiffre d'affaires publicitaire en brut des commissions de régie.

Source : ministère de la culture et de la communication.

**B. CONTRATS D'OBJECTIFS ET DE MOYENS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE**

Les organismes du secteur public de l'audiovisuel assument des charges de service public qui les distinguent du secteur privé. Les outils qui permettent d'évaluer leur activité se perfectionnent et se diversifient. Aux anciens cahiers des charges se sont ajoutés les contrats d'objectifs et de moyens dont la seconde génération est en cours de signature.

Parallèlement, la loi organique relative aux lois de finances (LOLF) améliore la mesure de la performance grâce aux objectifs et indicateurs du programme « *avances aux organismes de l'audiovisuel public* » qui complètent le dispositif. De fait, les priorités assignées aux organismes sont nombreuses ce qui pose à la fois la question de leur hiérarchisation et de leur articulation avec les objectifs des contrats d'objectifs et de moyens.

**1. Une première génération de contrats d'objectifs et de moyens prometteuse**

Le rôle des organismes publics, et notamment des chaînes de télévision, plus particulièrement dans les domaines de la culture, de l'éducation et de l'information, est très spécifique. Les contrats d'objectifs et de moyens en sont le témoin.

**a) France Télévisions**

Le premier contrat d'objectifs et de moyens (COM) de France Télévisions a été signé en décembre 2001, pour la période 2001-2005. Il était articulé autour de quatre objectifs principaux :

- déployer une offre de programmes de service public élargie sur la télévision numérique de terre (TNT), dans la perspective d'un démarrage de celle-ci en 2003 ;

- assurer la diversité et la spécificité des programmes des chaînes du groupe ;

- placer le téléspectateur au cœur de la stratégie du groupe ;

- optimiser la gestion du groupe : le groupe s'est notamment engagé à mettre en œuvre un plan d'économie de 170 millions d'euros sur la durée du contrat (hors numérique hertzien).

Le décalage du calendrier de démarrage de la télévision numérique terrestre (TNT) a, de fait, rendu caduque la partie du COM relative au déploiement d'une offre en numérique hertzien, tandis que le gouvernement, à partir de 2002, a privilégié le recentrage des objectifs du groupe France Télévisions sur l'amélioration des programmes des chaînes existantes.

Malgré tout, s'agissant du premier objectif, ce COM a notamment permis l'accroissement des efforts des chaînes en matière de création (documentaires, fictions). Ainsi, en 2005, l'investissement du groupe dans la création d'œuvres audiovisuelles se situe au-delà des objectifs fixés à chacune des chaînes : France 2 y a investi 19,11 % de son chiffre d'affaires (pour 18,5 % prévus dans le COM), France 3 19,93 % (pour 19 %) et France 5 28 % (pour 16 % prévus au COM). On ne peut que se féliciter du dynamisme de France 5 qui est devenu, en cinq ans, une chaîne à la programmation innovante et appréciée par un nombre croissant de Français.

S'agissant du deuxième objectif, une charte de l'antenne a été mise en place et un effort important a été fait pour mieux prendre en compte les téléspectateurs grâce au développement de la médiation et à l'ouverture d'un service des relations avec les téléspectateurs.

La mise en œuvre du troisième objectif a permis d'assainir la situation financière de l'entreprise et, grâce au suivi d'un plan d'économie rigoureux, de consacrer aux programmes la plus grande part de l'augmentation des recettes.

Ce contrat a aussi été l'occasion de préciser le cadre de développement des activités de diversification. France Télévisions a ainsi restructuré ses participations dans le secteur des chaînes thématiques. Parallèlement, l'amélioration des services Internet a permis un réel succès d'audience, positionnant le groupe à la deuxième place dans la catégorie médias.

### ***b) L'Institut national de l'audiovisuel***

Le premier contrat d'objectifs et de moyens (COM) de l'Institut national de l'audiovisuel (INA) a été signé avec l'État le 27 avril 2000, pour la période 2000 à 2003.

Il s'articulait autour des axes suivants : organiser la convergence des autres activités vers la mission patrimoniale et le numérique ; rationaliser la gestion et stabiliser la masse salariale et les effectifs, conditions indispensables au retour à l'équilibre économique.

Son bilan est des plus positifs puisque, entre 2000 et 2003, 150 000 heures de télévision et plus de 38 000 heures de radio ont été sauvegardées et conservées sur supports numériques. Les objectifs du COM dans ce domaine ont été dépassés de près de 20 000 heures. En ce qui concerne le dépôt légal des chaînes de télévision et de la radio, la captation concernait, à l'issue du contrat, 40 chaînes de télévision et 17 radios.

Le rapport d'audit réalisé par Véritas Consulting permet de constater que près de 80 % des indicateurs ont été respectés. L'Institut a donc globalement rempli les objectifs qui lui étaient assignés.

### ***c) Arte***

Signé en mars 2002 pour la période 2002-2005, le contrat d'objectifs et de moyens (COM) d'Arte avait pour principaux axes : le soutien à la production et à la création, l'enrichissement de la grille de programmes en journée comme en soirée, ainsi que des objectifs relatifs à la gestion de la société.

Concernant le premier axe, Arte a dépassé les objectifs qui lui avaient été fixés. Ainsi, l'indicateur relatif aux dépenses en faveur de la production (à savoir affecter plus de 75 % des dépenses du plan de production et d'achats de programmes à la production) est en effet resté supérieur aux objectifs et en constante évolution sur l'ensemble de la période du contrat. Il a atteint 81,9 % en 2004 et 83,6 % en 2005. Quant au volume de production, qui devait être supérieur ou égal à 500 heures, il a atteint 556 heures en 2004 et 619 heures en 2005.

L'objectif d'enrichissement progressif de la grille de programmes a été poursuivi, mais dans une moindre mesure par rapport aux objectifs du contrat, en raison du décalage du démarrage de la TNT.

Enfin, les indicateurs de gestion ont été respectés, à l'exception de l'objectif de ressources propres pour les années 2003 et 2004.

## **2. Une deuxième génération en cours de signature**

Si le contrat d'objectifs et de moyens (COM) de l'INA pour la période 2005-2009 a été approuvé par le conseil d'administration du 20 octobre 2005 et

signé le 17 novembre 2005, France Télévisions et Arte sont encore en cours de négociation. Parallèlement, l'intérêt de cet outil de gestion et de développement concerté des organismes de l'audiovisuel public est pleinement reconnu, puisque deux autres institutions sont en cours de négociation ou de signature de leur premier contrat : Radio France et RFI.

***a) La poursuite des efforts de numérisation de l'INA***

Dans le prolongement du premier contrat, et fort des résultats acquis, le deuxième contrat développe trois axes : la sauvegarde du patrimoine audiovisuel et l'enrichissement des collections ; l'exploitation des fonds ; l'accroissement de l'efficacité et la qualité de la gestion. Dans ce cadre, le plan de sauvegarde et de numérisation (PSN) des fonds menacés de dégradation physico-chimique entrera dans une phase d'accélération. Cela devrait permettre la sauvegarde intégrale des collections à l'horizon de 2015 (soit 820 500 heures de programme audiovisuels enregistrés sur des supports analogiques périssables), ainsi que leur conservation pérenne.

***b) Des négociations en cours pour France Télévisions et Arte***

Le deuxième contrat d'objectifs et de moyens entre France Télévisions et l'État est actuellement en cours de négociation pour la période 2007-2011.

L'objectif est de permettre l'approbation du projet de contrat par le conseil d'administration de France Télévisions en décembre 2006, en vue de la consultation du comité d'entreprise par le groupe et du Parlement par le gouvernement début 2007.

Le contrat d'objectifs et de moyens d'Arte France étant venu à échéance en décembre 2005, un nouveau contrat entre l'État et Arte couvrant la période de 2006-2010 est désormais en cours de préparation. Parmi les grands axes stratégiques du prochain contrat pourraient figurer, d'une part, le renforcement de la politique de la chaîne en faveur de la création d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques et, d'autre part, son rôle moteur dans la généralisation de la diffusion numérique sur le territoire et l'introduction de la haute définition (HD). L'objectif du gouvernement est de pouvoir présenter un document finalisé avant la fin de l'année.

***c) Une extension de cet outil aux radios publiques***

Un projet de contrat d'objectifs et de moyens a été approuvé par le conseil d'administration de Radio France le 12 juillet dernier. À travers ce contrat négocié pour la période 2006-2009, Radio France et l'État affirment leur souhait, dans un contexte de concurrence accrue et d'évolution rapide du paysage radiophonique, de préciser et conforter les sept radios et les formations musicales de Radio France dans leurs missions de service public, tout en permettant à la société de réaliser de nouveaux développements.

S'agissant de RFI, l'assainissement de la situation financière de la société a constitué un préalable à l'engagement d'une réflexion approfondie sur ses grands axes de développement stratégiques. Un projet de contrat est en cours de préparation. Ces discussions doivent être l'occasion pour la société et ses ministères de tutelle d'aborder l'ensemble des questions stratégiques de RFI, telles que les publics auxquels la société doit s'adresser, les zones d'actions dans lesquelles elle doit diffuser ses programmes, les langues, les supports de diffusion, *etc.* Elles doivent ainsi permettre de préciser et recentrer les missions de la société. Ainsi, selon les informations fournies à la rapporteure par le gouvernement, parmi les grands axes du contrat pourraient figurer la définition de zones prioritaires de diffusion sur lesquelles RFI devra concentrer ses efforts, une réorganisation de son dispositif en langues étrangères avec notamment le développement de son offre sur Internet, l'harmonisation de la ligne éditoriale de ses antennes, sa coordination avec les autres acteurs de l'audiovisuel extérieur ou encore la modernisation de sa gestion.

### **3. Les indicateurs de performance : l'indispensable articulation avec les objectifs des contrats d'objectifs et de moyens**

Le programme « *Télévision* » est composé de trois objectifs et de neuf indicateurs de performance. Le programme « *Radio* » comprend trois objectifs et neuf indicateurs de performance. Le programme « *Patrimoine audiovisuel* » a quant à lui deux objectifs, auxquels sont associés six indicateurs.

Dans le cadre de la négociation des prochains contrats d'objectifs et de moyens, il conviendra de s'assurer que les objectifs assignés aux organismes dans les contrats soient cohérents avec les objectifs et indicateurs de performance de la loi de finances.

Par ailleurs, on ne peut que regretter que certains indicateurs ne soient que partiellement complétés. Ainsi, l'indicateur 1.3 (part des programmes de France Télévisions et d'Arte France adaptés au public sourd et malentendant) est très lacunaire s'agissant de France Télévisions : seules les prévisions sont indiquées pour 2005 et 2006, sans que la prévision pour 2007 ne soit complétée ! A l'inverse, les objectifs d'Arte France sont clairement indiqués, avec un objectif de 75 % des programmes adaptés en 2007, contre une réalisation de 38 % en 2005.



## **II.- LES AIDES À LA PRESSE : UN NIVEAU TOUJOURS ÉLEVÉ**

La traditionnelle répartition des aides à la presse en aides directes et indirectes n'a pas été affectée par l'entrée en vigueur de la nouvelle loi organique relative aux lois de finances. L'ensemble des aides directes à la presse est regroupé avec les abonnements à l'Agence France Presse dans le programme « *Presse* » de la mission « Médias » qui englobe aussi l'ancien compte d'affectation spéciale réservé au fonds d'aide à la modernisation et à la distribution alimenté par la taxe sur le hors médias.

Les lois de finances pour 2005 et 2006 avaient consacré à la presse des moyens exceptionnels par leur ampleur, avec une progression de près de 30 % à périmètre constant par rapport à 2004 ; on ne peut que se réjouir de la pérennisation de cet effort en 2007. A 274 millions d'euros, le budget des aides à la presse pour 2007 est certes en légère diminution par rapport à 2006 (- 1,67 %) mais reste à un niveau très élevé, niveau atteint dès 2005, année de création de trois nouveaux dispositifs d'aide directe (modernisation sociale de la presse quotidienne d'information politique et générale, modernisation de réseau des diffuseurs de presse, développement des services en ligne).

Pour la troisième année consécutive, l'accent est mis en 2007 sur le soutien aux initiatives structurantes ou innovantes du secteur, avec pour objectif de créer ou de conforter, sur le long terme, les conditions du développement de la presse écrite et de son indépendance économique. Dans un contexte marqué par l'essor accéléré des nouvelles technologies de l'information et l'avènement d'une double culture de l'immédiateté et de la gratuité, l'action des pouvoirs publics vise prioritairement à accompagner les mutations profondes que connaît la presse et à l'épauler face aux défis qu'elle doit relever pour assurer son avenir : maîtriser ses coûts de fabrication, optimiser ses conditions de distribution et de diffusion, s'adapter aux attentes évolutives du lectorat, conforter son autonomie financière et sa capacité d'investir pour garantir son indépendance.

Par ailleurs, en accord avec les exigences de transparence et d'efficacité posées par la LOLF, l'effort de rénovation des aides à la presse engagé en 2004 se poursuit, répondant au triple souci de simplifier les procédures, de recentrer le soutien public sur le « cœur de cible » que constitue la presse quotidienne d'information politique et générale et de privilégier davantage les aides aux projets.

### **A. LES AIDES DIRECTES**

Les aides directes s'élèvent à 274 millions d'euros en 2007, en baisse de 1,67 % par rapport à 2006.

*Evolution des aides directes à la presse*

(en millions d'euros)

	<b>LFI 2006</b>	<b>PLF 2007</b>	<b>Variation</b>
<b>Abonnements de l'Etat à l'AFP</b>	<b>107,8</b>	<b>109,41</b>	<b>+ 1,49 %</b>
<b>Aides à la presse</b>	<b>170,85</b>	<b>164,59</b>	<b>- 3,66 %</b>
<b>Aides à la diffusion</b>	<b>92,1</b>	<b>95,97</b>	<b>+ 4,2 %</b>
Aide au transport postal de la presse d'information politique et générale	71,48	76	+ 6,32 %
Réductions du tarif SNCF	7,3	7,3	0 %
Aide impression décentralisée	0,35	0,2	- 42,86 %
Aide à la distribution et à la promotion de la presse française à l'étranger	3,3	2,8	- 15,15 %
Aide à la presse hebdomadaire régionale (PHR)	1,42	1,42	0 %
Aide au portage	8,25	8,25	0 %
<b>Aides au pluralisme</b>	<b>8,55</b>	<b>8,55</b>	<b>0 %</b>
Aide aux quotidiens nationaux d'information politique et générale à faibles ressources publicitaires	7,15	7,15	0 %
Aide aux quotidiens régionaux, départementaux et locaux d'information politique et générale à faibles ressources de petites annonces	1,4	1,4	0 %
<b>Aides à la modernisation</b>	<b>70,19</b>	<b>60,06</b>	<b>- 14,43 %</b>
Aide à la modernisation sociale de la presse quotidienne d'information politique et générale	31	22,56	- 27,23 %
Aide à la modernisation de la distribution de la presse quotidienne nationale	8	8	0 %
Aide à la modernisation des diffuseurs de presse	3,66	2	- 45,35 %
Aide au développement des services en ligne des entreprises de presse	0,79	0,5	- 36,71 %
Aide à la modernisation de la presse quotidienne et assimilée d'information politique et générale	26,74	27	+ 0,97 %
<b>TOTAL</b>	<b>278,65</b>	<b>274</b>	<b>- 1,67 %</b>

La baisse s'explique principalement par trois raisons :

– l'aide à la distribution et à la promotion de la presse française à l'étranger, non exclusivement destinée aux titres d'information politique et générale, a été ajustée pour tenir compte des exigences de retenue qu'impose le contexte budgétaire actuel ;

– s'agissant de l'aide à la modernisation des diffuseurs, de l'aide à la modernisation sociale de la presse quotidienne d'information politique et générale

et de l'aide au développement des services en ligne, le niveau de consommation des crédits en 2006 et les projections qu'on peut en faire pour l'année prochaine ont motivé un ajustement ;

– s'agissant de l'aide à l'impression décentralisée des quotidiens, la réforme engagée en 2005 a permis de recentrer le dispositif sur les quotidiens d'information politique et générale. Compte tenu de cette cible plus restreinte, cette dotation est donc en baisse.

## B. L'IMPORTANCE TOUJOURS MARQUÉE DES AIDES INDIRECTES

Le taux de TVA super réduit (2,10 %) réservé depuis 1977 aux quotidiens a été étendu à tous les périodiques à compter de 1989. Par ailleurs, le régime spécial des provisions pour investissements permet aux entreprises de presse d'affecter en franchise d'impôt une partie de leurs bénéfices à des investissements.

### *Montant des aides indirectes à la presse*

(en millions d'euros)

Nature de l'aide	2005	2006	2007
Moins-values de recettes du Trésor public en raison d'allègements et de régimes fiscaux particuliers aux entreprises de presse :			
- <i>taux de TVA*super réduit</i>	200	205	210
- <i>régime spécial des provisions pour investissements (article 39 bis A du code général des impôts)*</i>	0,5	0,5	0,5
- <i>exonération de la taxe professionnelle**</i>	193,5	197	
<b>Total des aides fiscales indirectes</b>	<b>394</b>	<b>402</b>	
Aide budgétaire indirecte : subvention de l'Etat à la Poste pour la distribution de la presse dans les zones peu denses ***	176	170,5	161

\* *Source : tome II « Evaluation des voies et moyens », PLF 2007.*

\*\* *Coût supporté par les collectivités locales. Ce chiffrage ne tient pas compte de la taxe d'habitation acquittée par les entreprises de presse sur les locaux exonérés de taxe professionnelle.*

\*\*\* *gérée par le ministère de l'industrie*

Cette année, grâce à l'engagement personnel et à l'arbitrage du Premier ministre, le gouvernement a arrêté des mesures fiscales structurantes en faveur de la presse. Puisque l'une des difficultés chroniques des entreprises de presse dans notre pays réside dans la faiblesse de leurs fonds propres, qui obère leur capacité d'investissement, le dispositif spécifique de provision pour investissements des entreprises de presse (article 39 bis A du code général des impôts), qui venait à échéance à la fin de l'année, sera prorogé jusqu'en 2010 et adapté pour mieux répondre aux besoins des entreprises.

La prorogation de ce mécanisme jusqu'en 2010 sera accompagnée de deux aménagements significatifs :

– la réduction du champ des bénéficiaires à la seule presse d'information politique et générale, initialement prévue par le gouvernement, a fait l'objet d'un

amendement en commission des finances. L'ensemble des quotidiens devrait donc bénéficier de la disposition ;

– l'extension du périmètre des investissements éligibles à la prise de participation dans d'autres entreprises de presse ou des entreprises intervenant dans la chaîne de fabrication ou de distribution de la presse.

Par ailleurs, un nouveau mécanisme de réduction de l'impôt sur les sociétés pour les entreprises entrant dans le capital des entreprises de presse éditant des publications d'information politique et générale a également été adopté par amendement. La réduction d'impôt sera égale à 25 % du montant des sommes versées au titre des souscriptions en numéraire au capital de ces sociétés entre le 1<sup>er</sup> janvier 2007 et le 31 décembre 2009.

Enfin, la rapporteure espère que le dossier de la TVA sur la presse en ligne avancera rapidement au niveau européen. En effet, aujourd'hui, seules les publications imprimées sur support papier peuvent bénéficier du taux de TVA « super réduit » à 2,10 %. Or il est aberrant que la même publication soit assujettie à des régimes de TVA différents selon qu'elle est imprimée (2,10 %) ou accessible en ligne (19,6 %), l'édition électronique étant aujourd'hui indissociable de l'édition papier.

### **C. L'AGENCE FRANCE PRESSE**

Avec Associated Press et Reuters, l'Agence France Presse fait partie des trois premières agences de presse mondiales. Elle joue un rôle de premier plan dans l'information internationale et est reconnue comme un outil d'un grand professionnalisme par de nombreux médias mondiaux qui sont ses clients.

Malgré son dynamisme et le renforcement de ses positions commerciales sur plusieurs marchés, la situation économique de l'AFP reste fragile. Ainsi, en 2005, le résultat net de l'AFP s'est élevé à - 3,1 millions d'euros, pour un objectif de Com à - 0,2 million d'euros. L'Etat a pourtant décidé d'accompagner l'AFP, en s'engageant sur l'évolution de ses abonnements pour cinq ans, dans le cadre d'un contrat d'objectifs et de moyens signé le 20 novembre 2003.

Conformément aux engagements pris, les crédits prévus au projet de loi de finances 2007 pour les abonnements de l'Etat à l'AFP s'établissent à 109,41 millions d'euros, soit une progression de 1,5 % par rapport à 2006.

En contrepartie, l'Agence s'est engagée à parvenir à l'équilibre financier en 2007, grâce au développement de ses recettes commerciales et à la maîtrise de ses charges.

### **III.- FRANCE 3 EN RÉGIONS : CONSERVER UN OUTIL PERFORMANT D'AMÉNAGEMENT AUDIOVISUEL DU TERRITOIRE**

Comme le rappelait à la rapporteure M. Patrick de Carolis, président-directeur général de France Télévisions, France 3, chaîne de la proximité et de la médiation, veut s'affirmer comme le reflet d'une France riche de sa diversité et développant un point de vue humain sur le monde. La rapporteure estime que la chaîne doit continuer à être à l'écoute des téléspectateurs en région en privilégiant l'information régionale, les programmes de proximité, mais également les productions régionales à vocation nationale, afin que les régions françaises soient plus visibles au sein de l'audiovisuel public.

En 2005, la diffusion sur les réseaux des 13 antennes régionales a représenté un volume global de 14 133 heures, réparties en 6 528 heures d'information (journaux régionaux et éditions locales) et 7 605 heures de programmes (incluant les magazines des rédactions, le sport et la météo).

#### **A. UNE CHAÎNE À VOCATION RÉGIONALE DEPUIS SA CRÉATION**

##### **1. Historique**

La troisième chaîne de l'ORTF (Couleur 3) émet pour la première fois le 31 décembre 1972, en faisant largement appel aux stations régionales de l'ORTF. Elle ne diffuse alors que trois heures de programmes par jour, captées par 26 % de la population principalement concentrée dans le Nord et la région parisienne<sup>(1)</sup>. À la fin de la décennie 70, l'ensemble du territoire est couvert.

Le 7 août 1974, la loi de réforme de l'audiovisuel entraîne l'éclatement de l'ORTF et crée la Société nationale de programme de télévision France Régions 3 (FR3). FR3 est chargée de gérer et développer les centres régionaux de radio et télévision. Le 22 mars 1976, les programmes régionaux deviennent quotidiens à la télévision (« *Les jeux de vingt heures* » est le premier programme où les régions sont successivement à l'antenne nationale à l'occasion d'un duplex).

En 1983, pour la première fois, les stations régionales de la chaîne diffusent quotidiennement trois heures de leurs propres programmes avant 20 heures. Le nouveau rendez-vous d'information locale et nationale 19/20 commence en mai 1986.

En août 1989, Antenne 2 et FR3 sont réunis sous une présidence commune pour devenir, en 1992, France 2 et France 3 et former le groupe France Télévisions.

---

(1) Source : CSA

## 2. Une chaîne au plus près des territoires

France 3 est une chaîne généraliste à vocation nationale et régionale. L'article 44 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication dispose en effet que France 3 est chargée de concevoir et programmer des émissions de télévision à caractère national, régional et local ; les diffuser sur tout ou partie du territoire métropolitain ; proposer une information de proximité et rendre compte des événements régionaux et locaux.

Cette vocation régionale et locale est réaffirmée dans son cahier des missions et des charges. Comme le rappelle le 3) du préambule, « *elle assure en particulier une information de proximité et rend compte des événements régionaux et locaux* »<sup>(1)</sup>.

La chaîne dispose, depuis 1983, de 13 stations régionales qui diffusent quotidiennement, en décrochage de l'antenne nationale, des programmes propres : journaux, magazines d'information et émissions en langues régionales ; 25 bureaux régionaux d'information (BRI), rattachés aux différentes stations, assurent la production et la diffusion de l'information. Depuis 1990, France 3 a développé une politique d'information de proximité lui permettant de proposer, en plus des éditions régionales, des éditions locales dans des villes moyennes en collaboration avec les collectivités ou la presse locale.

De par ses stations régionales bien implantées sur le territoire, France 3 est la chaîne française la mieux diffusée par le réseau hertzien analogique terrestre. En TNT, elle pourra compter sur un réseau de 115 émetteurs, soit 80 % des foyers<sup>(2)</sup>.

### ***a) Une programmation régionale croissante***

Selon le CSA<sup>(3)</sup>, « *la dimension régionale constitue toujours une des préoccupations principales de la chaîne qui, en développant les émissions régionales et de proximité, a su faire de cette mission définie dans le préambule de son cahier des missions et des charges, une réelle spécificité et un atout de sa programmation* ».

Elle répond ainsi à l'article 24 de son cahier des charges, qui dispose que « *la société s'attache à développer l'information régionale et locale et à accroître le nombre d'éditions de proximité. Elle s'efforce d'augmenter les prises d'antenne par les directions régionales et d'utiliser une part croissante des programmes régionaux dans le programme national* ».

En 2004, la chaîne a poursuivi cet objectif, puisque 13 598 heures de programmes régionaux ont été diffusées (+ 12,2 % par rapport à 2003). La

---

(1) Approuvé par décret n° 94-813 du 16 septembre 1994. Dernière modification : décret n° 2006-645 du 1<sup>er</sup> juin 2006.

(2) Source : [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)

(3) Bilan de la société nationale de programme France 3 : année 2004.

contribution des antennes régionales à l'antenne nationale a également progressé en 2004, représentant 211 heures de diffusion régulière de magazines ou de documentaires comme *Côté maison*, *J'ai pas sommeil*, *La Ruée vers l'air*, *Côtés jardins*, *Chroniques d'ici* et *La Case de l'oncle doc*.

Plus largement, le développement des stations locales sur les cinq dernières années est analysable à travers l'évolution de trois indicateurs :

- la progression du volume de l'information de proximité et des programmes régionaux produits, qui traduit le développement de l'activité de télévision régionale au sein de la chaîne ;

- l'évolution du coût des grilles régionales, qui agrège l'ensemble des charges de la chaîne affectables à ces programmes ;

- la progression du volume de télévision régionale diffusée.

### *Activité régionale de France 3*

	2002	2003	2004	2005	Prévision 2006	Ratio 2006/2002
Heures produites de télévision régionale	9 611 h	9 530 h	9 554 h	10 167 h	10 350 h	+ 7,7 %
Coût des grilles régionales	294,6 M€	306,5 M€	326,8 M€	340,4 M€	339,0 M€	+ 15,1 %
Heures diffusées de télévision régionale	10 811 h	11 919 h	13 597 h	14 133 h	12 950 h	+ 19,8 %

Source : France Télévisions

L'évolution du coût des grilles régionales de 15,1 % (pour une progression de production de 7,7 %) traduit notamment le poids de l'évolution de la masse salariale, qui représente plus des deux tiers du coût des grilles régionales, et la meilleure qualité des programmes aujourd'hui produits.

L'inflexion intervenue en 2006 dans le développement de l'offre régionale diffusée traduit les décisions prises en matière d'harmonisation de l'offre au sein du groupe France Télévisions et le recentrage de l'offre régionale sur les créneaux de diffusion et sur des programmes de qualité, mieux à même de rencontrer leur public.

### *b) Le soutien à l'expression des langues régionales*

L'article 16 du cahier des charges de France 3 dispose que la chaîne doit contribuer « à l'expression des principales langues régionales parlées sur le territoire métropolitain ». Certaines stations régionales de France 3 diffusent ainsi des émissions en langues régionales : en provençal sur France 3 Méditerranée, en

breton sur France 3 Ouest, en alsacien, voire en allemand avec sous-titrage sur France 3 Alsace.

En 2004, selon le CSA, un total de 317 heures a été diffusé à ce titre, en légère hausse (+ 7 heures) par rapport à l'année précédente. Cette progression générale ne reflète pas des évolutions contrastées selon les langues :

*Nombre d'heures de programmes en langue régionale*

	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<i>Variation</i>
Breton	59	60	+ 1,69 %
Alsacien	74	80	+ 8,11 %
Corse	110	100	- 9,09 %
Provençal	31	30	- 3,22 %
Basque	8	20	+ 150 %
Catalan et Occitan	28	27	- 3,57 %
<b>TOTAL</b>	<b>310</b>	<b>317</b>	<b>+ 2,26 %</b>

Source : CSA – bilan 2004 de la société nationale de programme France 3

*c) De nombreux partenariats avec les collectivités locales*

France 3 poursuit depuis de nombreuses années une politique de partenariats avec les collectivités locales et territoriales ainsi qu'avec les grands acteurs économiques régionaux, notamment à travers le parrainage de la diffusion d'évènements régionaux ou de collections d'émissions régionales.

• *Un soutien à la production et à l'ouverture de nouveaux bureaux*

Le montant des aides accordées par les collectivités locales est variable d'une année sur l'autre. Il s'élève à un peu plus de 2 millions d'euros pour 2006.

Il s'agit principalement de subventions pour la création de nouveaux bureaux, appelés « locales » dans des villes moyennes. Les dernières locales créées par France 3 l'ont été en 2003. Il s'agissait de « Pau sud Aquitaine » en mars 2003, de « Périgords » à Périgueux, en mai 2003 et de « Toulouse » en décembre 2003. Le conseil général des Pyrénées-Atlantiques, ainsi que la ville de Pau, ont accordé une aide à la création de la locale de Pau. Celle de Périgueux a, quant à elle, bénéficié d'une aide du conseil général de Dordogne.

Les collectivités financent également par le biais de subventions la réalisation de documentaires sur leurs territoires, mais ces subventions sont la plupart du temps directement versé aux producteurs, et leur montant n'est donc pas évalué par France 3 <sup>(1)</sup>.

---

(1) Voir en annexe la liste des partenariats développés entre chaque antenne et les collectivités.

### *La retransmission des débats des assemblées locales*

L'article 14 de son cahier des charges dispose que France 3 « peut diffuser, sous le contrôle des bureaux des assemblées régionales, départementales et locales, les principaux débats de ces assemblées ».

En 2004, comme en 2005, selon les informations fournies par France 3 au CSA, les sessions des assemblées régionales, départementales et locales ont donné lieu à une couverture régulière dans les différentes éditions d'informations régionales de France 3. Par ailleurs, les retransmissions des débats qui revêtent un caractère exceptionnel sont négociées avec les responsables concernés en fonction de leur intérêt ou de leur importance.

Ainsi, par exemple, en 2004, trois émissions *Questions d'actualité au Conseil régional* ont été diffusées en région Rhône-Alpes. D'une durée de 90 minutes, ces émissions ont fait l'objet de décrochages exceptionnels.

### **3. Un budget important, lié à cette forte présence territoriale**

Le budget de France 3 reflète l'importance de sa présence territoriale, même si la chaîne connaîtra toujours des tensions et des débats sur le bon équilibre des moyens entre l'antenne nationale et les antennes régionales. Il convient de ne pas oublier que les antennes régionales sont la raison d'être de France 3.

#### ***Décomposition du chiffre d'affaires de France 3***

(en millions d'euros)

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Chiffre d'affaires (produits d'exploitation)	839,50	864,70	904,00	972,80	1 036,33	1 070,44	1 096,20	1 135,70
Produit de la redevance	506,36	507,91	554,89	628,39	723,22	741,90	756,20	780,40
Recette de publicité et de parrainage *	– 248,93	283,77 262,11	272,08 253,95	264,91 244,63	250,96 228,79	268,63 –	276,9 –	288,8 –
Produit des ventes et des prestations de service	84,23	94,62	95,13	99,76	100,87	59,9	63,0	66,5
Part des ressources publiques dans les ressources d'exploitation de France 3	nd	nd	61,4 %	64,6 %	69,7 %	69,3 %	69,0%	68,70 %

\* Deux séries statistiques des résultats publicitaires ont été publiées dans les documents budgétaires du ministère de l'économie ; la rupture de série ne permet pas d'avoir une continuité de 1997 à 2004.

Source : rapport d'information n° 2917 déposé par la commission des affaires culturelles, familiales et sociales sur les missions du service public de l'audiovisuel et l'offre de programmes, présenté par M. Dominique Richard, 1<sup>er</sup> mars 2006

De même, on sait que France Télévisions investit beaucoup de ses moyens dans l'information : plus de 500 millions d'euros chaque année, soit près du tiers de son coût de grille, et le tiers de ses salariés permanents. C'est France 3 qui absorbe une grande partie de ces coûts, étant donné son implantation territoriale

particulièrement dense. Ainsi, en 2004, France 3 comptait 1 521 journalistes en contrat à durée indéterminée sur un total de 2 411 à France Télévisions (soit plus de 63 % des effectifs de journalistes), contre, par exemple, 404 à France 2. Fin 2005, ils étaient 1 623. La croissance des effectifs régionaux est en grande partie liée à la création de nouvelles antennes locales dans les villes moyennes de province. Ces charges de personnel croissantes expliquent que les antennes régionales souhaiteraient des moyens complémentaires hors budget de personnel, afin de mieux innover dans leurs programmes. Ainsi, à France 3 Aquitaine, le budget de diffusion est passé de 19,8 millions d'euros à 19,99 millions d'euros, soit une marge de manœuvre de 110 000 euros...

Les budgets des antennes régionales sont effectivement assez stables depuis quelques années, la moindre décision d'augmentation ayant de lourdes conséquences budgétaires puisque 13 antennes sont concernées, et oscillent entre 22 millions d'euros pour France 3 Alsace et 40 millions d'euros pour France 3 Rhône-Alpes-Auvergne. Ces importantes variations budgétaires s'expliquent principalement par le nombre de bureaux régionaux d'information des antennes. Ainsi France 3 Alsace ne dispose que d'un BRI alors que France 3 Rhône-Alpes-Auvergne en a trois<sup>(1)</sup>. Mais les budgets sont également établis en fonction des objectifs de programme et des audiences de chaque antenne. Il conviendrait de mieux prendre en compte ce deuxième aspect, afin de davantage responsabiliser les antennes et de renforcer la qualité des émissions produites.

Les budgets publicitaires des antennes régionales viennent uniquement du parrainage publicitaire, et dans une très faible mesure, puisque selon les informations fournies à la rapporteure par la direction de France 3 Aquitaine, 20 % seulement de ces recettes sont reversés aux antennes, le reste retournant dans le budget publicitaire national. Il en est de même pour les recettes publicitaires générées par les sites internet régionaux. Il conviendrait de réfléchir à un système plus décentralisé car, à l'heure actuelle, les seules recettes extérieures abondant intégralement le budget des antennes régionales sont liées aux partenariats développés avec les collectivités, qui ont, de ce fait, connu une croissance considérable au cours des dernières années. Or une implication financière trop importante des pouvoirs locaux n'est pas souhaitable si l'on veut préserver l'impartialité des antennes régionales.

## **B. UNE VOCATION RÉGIONALE AUJOURD'HUI RÉAFFIRMÉE**

La politique de régionalisation accrue de France 3 s'inscrit dans le cadre du « virage éditorial » mis en œuvre au sein du groupe France Télévisions par le nouveau président-directeur général, M. Patrick de Carolis, afin que les programmes des chaînes se complètent et s'harmonisent, au lieu de se faire concurrence comme par le passé.

---

(1) Voir tableau en annexe pour l'ensemble des antennes régionales.

Cette politique semble payer puisque, comme l'a rappelé Mme Geneviève Giard, directrice générale de France 3, devant la commission le 19 septembre dernier, sur les 37 premières semaines de l'année 2006, France 3 est la seule chaîne du paysage audiovisuel français à avoir vu son audience progresser. La chaîne se porte bien, à la différence de l'année dernière, où les recettes publicitaires étaient en berne.

### **1. Des programmes régionaux plus nombreux et mieux valorisés**

Lors de la rentrée 2006, cette vocation est réaffirmée, puisque France 3 a changé 20 % de sa grille, en prenant des risques assumés afin d'augmenter la diffusion et la production des programmes régionaux :

– une émission du matin, *C'est mieux ensemble*, destinée à conquérir de nouveaux publics (4 millions de téléspectateurs disponibles). Il y a quatre éditions de cette émission par semaine, soit trois heures de programmes régionaux supplémentaires par semaine. Cette émission citoyenne de service, positive, conviviale, incarne la proximité géographique et éditoriale, dispense des informations pratiques et valorise les initiatives locales et régionales (par exemple, les stages de secourisme proposés aux non-voyants en Côte d'Or, les actions de bénévolat du club de football de Novéant, en Moselle, l'opération « l'aile aux enfants » en faveur des enfants malades en Isère, etc.). Lors de sa première semaine de diffusion, elle a obtenu de très bons résultats d'audience (à 9,8 % de parts d'audience). Elle se maintient correctement puisqu'elle rassemble, sur les cinq premières semaines de diffusion, 230 000 spectateurs et 8,3 % de parts d'audience (11,6 % sur les publics de 50 ans et plus). Les audiences sont particulièrement positives sur quelques régions avec une part d'audience comprise entre 13 et 16 % dans le Limousin-Poitou-Charentes, en Lorraine-Champagne-Ardenne et dans la région Sud.

– Est également programmé un nouveau rendez-vous politique le samedi à 11 heures 30, *La voix est libre*. La chaîne a, là encore, non pas un, mais 24 débats politiques, à la même heure, sur toutes les antennes régionales de France 3. France 3 valorise ainsi la place centrale des régions dans le débat citoyen à travers ce magazine hebdomadaire. Du 9 septembre au 14 octobre, l'émission a réuni 600 000 téléspectateurs et enregistré 11,3 % de part d'audience en moyenne. Sur la saison 2005/2006, les programmes régionaux proposés sur la case réalisaient la même audience. Comme pour les autres magazines politiques, on note une performance bien plus importante sur les publics plus âgés (24,3 % de part d'audience sur les individus de 60 ans ou plus) et en particulier les hommes (23,6 % sur les hommes de plus de 50 ans).

– Autre élément important des grands rendez-vous de la rentrée, les antennes régionales sont directement associées au nouveau magazine culturel quotidien du soir, *Ce soir ou jamais*, dans lequel leurs contributions viennent illustrer la vitalité de la vie culturelle en région. Une fois par mois, un magazine

culturel spécifiquement régional propose des rendez-vous culturels dans chaque région.

## **2. Une meilleure coordination entre antennes régionales et entre chaînes du groupe France Télévisions**

La politique de développement des échanges interrégionaux a été lancée il y a plusieurs années déjà pour enrichir l'offre des programmes en régions tout en améliorant la qualité des émissions proposées.

Un fonds d'intervention des programmes régionaux, géré par la direction des programmes régionaux, joue un rôle d'incitation à l'innovation et à la création d'émissions interrégionales. Il assure le financement de pilotes et accorde des aides à la production de magazines et documentaires en favorisant, en priorité, les projets coproduits par plusieurs régions. Ainsi, la production de documentaires est coordonnée entre les antennes régionales et l'unité de programmes documentaires, notamment dans le cadre de collections.

En 2005 la totalité des flux (exportation et importation) de programmes interrégionaux a atteint un volume de 659 heures dont 84 heures pour le programme national. Les échanges de documentaires produits en régions ont également été importants puisque, pour 246 heures produites, 640 ont été diffusées.

### *Les principales émissions échangées en 2005*

- « *Grandeur nature* » (magazine de découverte naturaliste) de France 3 Bourgogne Franche Comté ;
- « *La route de l'eau* » (magazine de l'eau douce, cours d'eau, lacs, étangs, marais...) de France 3 Aquitaine ;
- « *Chroniques d'en haut* » (magazine des pays de montagne) de France 3 Rhône-Alpes Auvergne ;
- « *La Belle bleue* » (magazine de la méditerranée) de France 3 Méditerranée.

Seul un renforcement de la qualité des émissions produites en région permettra un développement conséquent des échanges interrégionaux et des échanges entre les régions et le national ou les autres chaînes du groupe. Il convient par ailleurs d'accélérer cette dernière tendance, afin de rentabiliser au mieux les programmes produits en région et de leur donner une visibilité nationale. De nombreux programmes peuvent parfaitement trouver leur place sur France 4 ou France 5 par exemple. M. Dominique Richard ne disait d'ailleurs pas autre chose dans son rapport d'information <sup>(1)</sup>, puisqu'il soulignait que France

---

(1) Rapport d'information n° 2917 déposé par la commission des affaires culturelles, familiales et sociales sur les missions du service public de l'audiovisuel et l'offre de programmes, présenté par M. Dominique Richard, 1<sup>er</sup> mars 2006.

Télévisions devrait « *veiller à une meilleure présence à l'antenne nationale de l'actualité des régions, de leurs réalisations économiques, culturelles, touristiques et patrimoniales* ».

Aujourd'hui, certains programmes produits par les régions sont déjà repris par des chaînes du groupe. C'est le cas, par exemple, de France 4 qui diffuse l'émission mensuelle *3<sup>ème</sup> rappel* produite par France 3 Paris-Ile-de-France-Centre. Il faut également noter que certains documentaires créés à l'initiative de régions ont été coproduits avec France 5 et diffusés sur les deux réseaux.

Par ailleurs, France 4 et certaines antennes régionales de France 3 mettent également en commun des moyens afin d'assurer des retransmissions ou des captations, comme le Festival des Vieilles Charrues, par exemple. Enfin, dans un autre cadre, la chaîne « Planète Thalassa » diffuse l'hebdomadaire *Littoral* produit par France 3 Ouest.

Il convient de développer ces coproductions et ces échanges.

## **C. LES DÉFIS DE DEMAIN**

Si la plupart des acteurs du secteur s'accorde à reconnaître le dynamisme et la qualité croissante des programmes diffusés par France 3, la chaîne a encore de nombreux défis à relever pour tenir pleinement sa place au sein du groupe France Télévisions.

### **1. La filière production de France 3**

Cette filière est répartie en six unités régionales de productions (URP) implantées dans huit capitales régionales. Elle est issue du démantèlement de l'ORTF en 1974. Elle participe à la production de fictions, magazines, documentaires, aujourd'hui principalement pour France 3. Elle est par ailleurs utilisée pour tous les grands événements sportifs achetés par France Télévisions, comme le Tour de France ou Roland-Garros. Elle emploie 471 personnes sur les 5 000 salariés permanents que compte France 3.

En 2005, la filière de production, dont les résultats financiers apparaissent dans les comptes de France 3, affichait un déficit de 1,6 million d'euros pour un chiffre d'affaires de 84 millions d'euros. Début 2006, alors qu'un rapport de l'Inspection générale des finances (IGF) recommandait « la cession » de la filière de production, M. de Carolis a préféré engager une rationalisation de cette filière, afin de rétablir son équilibre financier et d'élargir le périmètre de ses clients. En effet, l'argument selon lequel les charges de la filière sont disproportionnées, en comparaison des charges des producteurs indépendants, n'est pas totalement recevable car il est difficile de comparer les coûts de ces structures de petite taille avec ceux de la filière production de France 3, qui applique strictement la convention collective, a une structure de l'emploi permanente et contribue par son implantation régionale à l'aménagement audiovisuel du territoire.

Dans le cadre de la négociation du prochain contrat d'objectifs et de moyens, le succès de ce chantier est fondamental : France Télévisions prouvera ainsi qu'il est possible de réformer et d'améliorer la productivité des outils à sa disposition, à périmètre budgétaire constant. Elle sera alors en meilleure position vis-à-vis de sa tutelle.

Selon les informations fournies à la rapporteure par France Télévisions, le chantier de repositionnement de la Filière Production de France 3 vise à en faire un véritable moteur de production pour l'ensemble du groupe France Télévisions. La direction de France 3 devrait présenter son projet début novembre.

## **2. Quelle politique rédactionnelle à l'heure de l'information instantanée ?**

La représentation nationale connaît l'exigence des téléspectateurs en matière d'information. Les débats se focalisent souvent sur l'objectivité, le respect des personnes, la prise en compte des éléments de « la France qui gagne », à côté de l'événementiel, par les journaux télévisés. Ces éléments doivent faire partie des objectifs du service public.

Face aux questions sur l'objectivité des informations dans une période qui s'annonce très tendue sur le plan politique, la rapporteure a eu l'occasion de débattre avec les responsables de l'information de la chaîne et tient à souligner leur souci exprimé du respect des personnes et de l'objectivité.

Comme l'a rappelé M. Paul Nahon, directeur de la rédaction de France 3, la qualité des journaux de France 3 s'est améliorée au cours des dernières années et l'audience suit, puisque l'ensemble des journaux réalise une audience un tiers supérieure à celle de France 2. Cette audience se maintient par ailleurs à un bon niveau.

A la mi-journée, France 3 expose l'information régionale et nationale sur le « 12/13 », sept jours sur sept, tout au long de l'année. Selon les informations communiquées à la rapporteure, le « Midi Pile », rendez-vous de l'offre d'information régionale, réunit 1,8 millions de téléspectateurs (soit 23,9 % de parts d'audience) alors que l'édition d'information nationale de 12 h 30 réunit 2,5 millions de téléspectateurs (pour 21 % de parts d'audience).

Sur la tranche « 19/20 », l'audience se maintient favorablement : 23,5 % de parts d'audience dès 18 h 40 ; 27,5% de parts d'audience dès 19 h 00 ; 26,3 % de parts d'audience dès 19 h 30.

Diffusé à 23 h 00 précises depuis lundi 25 septembre 2006, le « Soir 3 » a réuni sur ces quatre premières semaines 1,3 million de téléspectateurs pour 12,5 % de part d'audience (du lundi au jeudi). Par rapport au premier semestre 2006, ce score est stable en nombre de téléspectateurs mais en progression de 1 point en part d'audience.

La présence de France 3 en région est un atout, puisque les rédactions sont présentes au plus près du terrain. Dans la perspective des échéances électorales de 2007 et de 2008, le réseau d'information local et régional de France 3 constitue d'ailleurs un atout majeur, puisqu'il permet la réalisation de reportages d'actualité sur l'ensemble du territoire, mais surtout l'accueil des intervenants de la vie civile et politique locale en duplex à tout moment.

La numérisation et les avancées technologiques ont par ailleurs permis que l'ensemble des reportages soit rapidement disponible pour toutes les rédactions et pour la rédaction nationale. Mais cet atout doit être bien maîtrisé car l'afflux immédiat d'images et d'informations en tout genre constitue également un danger lorsque le journaliste oublie de prendre ses distances avec l'image et la diffuse sans analyse préalable. La rédaction de France 3, sous l'impulsion de M. Nahon, tente d'échapper à ce défaut en refusant de diffuser des images avant de s'être assurée de leur origine et, dans la mesure du possible, de la véracité de leur contenu. Il convient effectivement que l'audiovisuel public soit exemplaire dans ce domaine et s'interroge également sur la diffusion d'images violentes, dont l'intérêt est parfois discutable.

Par ailleurs, M. Nahon estime que les jeunes journalistes sont certes mieux formés que par le passé, mais qu'ils devront demain faire face à de lourdes responsabilités déontologiques, avec l'afflux constant d'informations, notamment celles diffusées par Internet, dont la véracité n'est pas toujours évidente à démontrer.

Enfin, la baisse des budgets d'information implique également l'achat, et non plus la production directe, d'images venant illustrer les journaux télévisés. Dans ce cadre encore, la vérification de la source est délicate. Le développement de synergies, notamment technologiques (achat de faisceaux, interconnexions des réseaux informatiques, *etc.*) entre les rédactions de l'audiovisuel public est donc fondamental<sup>(1)</sup>.

### **3. Une meilleure visibilité des antennes régionales grâce aux nouveaux réseaux et services de télécommunication ?**

Afin d'assurer une meilleure visibilité des antennes régionales, il convient de favoriser leur accès par l'intermédiaire de différents canaux, en simultané et à différents moments. Dans ce cadre, les possibilités offertes par les nouveaux réseaux et services de télécommunications doivent être mieux exploitées, alors même que les premiers résultats sont prometteurs.

#### ***a) L'intérêt de sites Internet performants pour les antennes régionales***

À partir de 2000, la création des 13 sites Internet régionaux de France 3 a permis d'offrir un prolongement naturel et une visibilité accrue aux antennes

---

(1) Ce point est développé ci-après.

régionales de la chaîne. Le développement de l'ADSL et des réseaux haut débit propulse à présent les sites Internet au rang d'antennes régionales à part entière puisque les informations et programmes régionaux sont accessibles en permanence et de tous lieux pour tous les internautes/télespectateurs. Ainsi, plus de 120 éditions régionales et locales d'information en vidéo sont renouvelées et offertes à la consultation chaque jour sur le web, sur une profondeur de 5 à 7 jours. La plupart des émissions régionales sont également en ligne. Selon les informations communiquées à la rapporteure par France Télévisions, elles le seront toutes d'ici à la fin de l'année.

Les sites Internet permettent aux rédactions régionales d'assurer une information de proximité en continu, hors des décrochages hertziens classiques. Ils constituent un lieu de dialogue incontournable avec le public, tant pour lui offrir des informations complémentaires que pour lui permettre de participer aux émissions de manière interactive. Ils permettent de toucher un public moins « télédépendant » (en matière d'horaires), souvent plus jeune ou encore expatrié.

L'audience des 13 sites Internet régionaux est en forte croissance puisque 51 millions de pages avaient été vues en 2005 et que l'on atteint 55 millions à la mi septembre 2006, soit une progression de 7,84 % sur neuf mois et demi. A la fin de l'année 2006, les performances des sites régionaux devraient donc être exceptionnelles. Pour l'ensemble des régions, la moyenne de visiteurs uniques s'établit à 400 000 chaque mois.

#### ***b) Le développement des partenariats avec les opérateurs ADSL***

Les partenariats développés avec les opérateurs ADSL permettent également la consultation du flux direct des émissions proposées par chacune des régions. Free est le premier opérateur à avoir signé un contrat avec France Télévisions en ce sens et 21 décrochages régionaux sont donc aujourd'hui disponibles en simultané sur la « Freebox ». Dans le cadre de cet accord, Free prend à sa charge l'ensemble des coûts liés à la distribution de ces chaînes (récupération des signaux, encodage, remontée, distribution sur le réseau) et a signé des accords avec les sociétés de gestion collective de droits d'auteur et avec les sociétés de gestion des droits des producteurs. Selon les informations fournies à la rapporteure par France Télévisions, des contrats devraient être signés en ce sens avec les autres opérateurs ADSL rapidement.

En effet, dans le cadre de ce type de contrat, le groupe impose simplement le respect de l'article 34-2 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 modifiée qui prévoit « *la mise à disposition gratuite des services des sociétés de France Télévisions tels que diffusés par voie hertzienne terrestre* ». Considérant que la programmation de France 3 diffusée par voie hertzienne (analogique ou numérique) comprend des décrochages régionaux et locaux qui font partie intégrante de son service et répondent à la mission de service public particulière assignée par le législateur à cette société, la société tient à ce que les distributeurs

ADSL reprenne ces signaux régionaux. Pourtant, Free est à ce jour le seul à les reprendre dans leur intégralité, ce qui est regrettable.

Cette élargissement de l'offre régionale de France 3 est importante puisqu'elle permet par exemple de diffuser (en exclusivité de fait) « *A chaque région son Match* » en proposant, en direct et simultanément, l'ensemble des matchs de la Coupe de la Ligue joués dans les régions.

#### **4. Le coût budgétaire des évolutions technologiques**

Si France Télévisions a été, l'an passé, le premier groupe audiovisuel au monde à diffuser des programmes haute définition en Mpeg 4 sur les réseaux ADSL, ces évolutions technologiques coûtent cher. Or l'implantation territoriale de France 3 multiplie les difficultés budgétaires par 13 ! Dans un cadre financier aujourd'hui très contraint, la chaîne réalise des investissements pragmatiques et progressifs, afin de passer au tout numérique et en haute définition.

##### ***a) Des outils numériques aujourd'hui opérationnels***

La mise en oeuvre dès 2003 d'outils numérisés de fabrication des éditions (outils de montage virtuels, mixage, mise en réseau de la fabrication, diffusion sur serveur) assure la plus grande réactivité possible aux besoins éditoriaux. A ce jour, la totalité des centres France 3 disposent d'outils de montage virtuels et sont dotés de dispositifs de mixage numérique, les deux tiers des centres ont mis en place une solution de fabrication en réseau. L'ensemble de ce plan de modernisation, en cours de réalisation, sera achevé en 2007.

Les régies de production sont renouvelées depuis 1995 avec des mélangeurs vidéo numériques et, depuis 2004, avec des consoles audio numériques. Cette numérisation permet la meilleure qualité vidéo possible. Les régies sont renouvelées tous les douze ans en moyenne ; trois régies restent à numériser, l'ensemble des 24 régies régionales de France 3 sera numérique en 2008.

Les 13 régions de France 3 ont été dotées, entre 2004 et 2006, de cars régies mobiles entièrement numériques, d'une capacité de 5 caméras, destinés à des captations de proximité. La vidéo mobile de France 3 a remplacé ses deux cars lourds en 2004, avec des outils entièrement numériques également.

Cette numérisation de l'ensemble de l'outil de production de France 3 est le fruit d'une dynamique initiée depuis de nombreuses années. Depuis 1999, l'outil de communication « Spider » permet des échanges numériques de sujets entre les différentes antennes de la chaîne. Il sera en 2007 porté sur le réseau d'entreprise France 3, permettant ainsi une efficacité accrue et des économies de fonctionnement.

***b) La haute définition (HD) : une approche pragmatique en l'absence de capacités d'investissement suffisantes***

En l'absence d'aide spécifique, France 3 aborde la haute définition avec modestie et pragmatisme en privilégiant l'évolution des outils de sa filière production. C'est en effet une nécessité économique pour cette filière, afin de pouvoir continuer d'agir en acteur significatif du secteur. Selon les informations fournies par France 3 à la rapporteure, les cars « d'entrée de gamme » (6 caméras en base, 10 caméras au maximum) sont en cours de renouvellement : la livraison du premier est prévue pour Roland-Garros 2007<sup>(1)</sup>, le second début 2008. Les cars « lourds » seront mis aux normes HD progressivement, le premier d'entre eux devant également être prêt pour Roland-Garros 2007. Les deux cars « intermédiaires » seront remplacés par la suite.

On évalue le montant de tels investissements à 3,9 millions d'euros pour l'équipement d'un car d'entrée de gamme et à 3 millions d'euros pour l'adaptation HD d'un car lourd existant, soit, pour le plan d'équipement énoncé, un emploi d'investissement de 13,8 millions d'euros (2007 - 2009).

Dans le cadre du budget d'investissement aujourd'hui contraint, les outils de montage et de mixage seront progressivement rendus compatibles HD, France 3 ne disposant pas de capacité d'investissement spécifique pour le passage en HD de toutes ses installations. Par contre, la production en haute définition des éditions régionales n'apparaît pas envisageable avant un certain temps.

**5. La mobilisation des personnels : le défi des ressources humaines**

Lors de la préparation de son avis, la rapporteure a eu l'occasion de s'entretenir avec toutes les catégories de personnels de France 3. Tous s'accordent à reconnaître que deux points sont fondamentaux pour dynamiser et optimiser la gestion des ressources humaines de la chaîne.

***a) Les négociations sur les conventions collectives et la question du point d'indice : remotiver les personnels***

Depuis l'avenant du 23 juin 1998 portant révision de la convention collective de la communication et de la production audiovisuelle, il est possible d'engager à tout moment sa révision ou sa modification. Celle-ci ne s'appliquant ni à France 5 et ni aux autres filiales du groupe, les organisations syndicales refusent pour le moment de s'asseoir autour d'une table. Selon les informations fournies à la rapporteure par France Télévisions, le groupe pourrait à terme proposer la négociation d'un socle conventionnel commun à l'ensemble du groupe. Il permettrait de pallier aux difficultés induites par certaines disparités en attendant une re-négociation ou une dénonciation des conventions collectives de l'audiovisuel public. Toutefois, les chances de voir aboutir une telle démarche

---

(1) Roland-Garros a déjà été diffusé en HD en 2006, mais uniquement sur certains canaux (notamment ADSL).

sont très largement conditionnées par l'important travail préparatoire à mener, un climat social serein et par un soutien des pouvoirs publics, notamment au niveau financier.

Par ailleurs, en termes de politique salariale, la stagnation de la valeur du point d'indice depuis neuf ans est une source grave de démobilisation des personnels. L'ensemble des personnes auditionnées par la rapporteure s'accorde à le reconnaître, tant au niveau des syndicats salariés que de la direction.

C'est en effet est un élément important (même si ce n'est pas le seul) de la politique salariale de la convention collective de la communication et de la production audiovisuelle, ainsi que de l'avenant audiovisuel public de la convention collective nationale des journalistes. L'Etat actionnaire signifie chaque année à l'association des employeurs du secteur public de l'audiovisuel dans quelle mesure la valeur du point d'indice peut évoluer dans les sociétés de l'audiovisuel public, déterminant ainsi les augmentations générales de salaires.

En 1998, L'Etat a indiqué que, considérant que les négociations qui allaient s'ouvrir dans les entreprises concernant le passage de 39 heures à 35 heures se feraient à salaire égal, la valeur du point d'indice ne progresserait pas jusqu'à la mise en oeuvre de la loi (soit durant 3 exercices). Depuis cette date, chaque année, l'Etat a indiqué aux entreprises, dans sa lettre de cadrage d'évolution de la masse salariale, qu'elles n'étaient pas autorisées à faire progresser la valeur du point d'indice. Cette valeur est donc « bloquée » depuis la date de sa dernière augmentation, soit en juillet 1997.

Les sociétés de l'audiovisuel public ont, cependant, été autorisées depuis 2005 à procéder, par la négociation interne et dans le respect du cadrage salarial, à des augmentations générales de salaire par un autre moyen. France 3, comme d'autres sociétés du secteur, a mis en oeuvre une mesure générale représentant une progression de 0,7 % de sa masse salariale pour l'année 2005. En outre, la rémunération moyenne des personnels de la société a pu évoluer grâce à d'autres types de mesures, catégorielles ou individuelles.

Il reste que ce blocage est problématique puisque les marges de manœuvres des gestionnaires du personnel de France 3 sont extrêmement limitées depuis neuf ans... Dans le cadre de la renégociation de la convention collective ou, plus rapidement, du contrat d'objectifs et de moyens, il conviendrait de revenir sur ce sujet.

#### ***b) La nécessaire optimisation des relations entre les rédactions du groupe***

Dans un cadre budgétaire très contraint, il a été un temps envisager de fusionner les rédactions de France 2 et de France 3. Le président-directeur général de France Télévisions s'étant fermement positionné contre toute fusion des rédactions du groupe, un travail a été mené au sein des deux rédactions nationales de France 2 et France 3, pour actualiser leur schéma de fonctionnement. Cette

optique nous semble préférable à la fusion, chaque rédaction ayant des spécificités qu'il convient de conserver.

En 2005, ce travail a permis de réduire les coûts liés à certains postes, tout en optimisant les relations inter-rédactions. Les premières réalisations sont intéressantes :

- finalisation définitive du service commun des « Voyages Officiels », en partenariat avec TF1 ;

- rationalisation des méthodes de travail, optimisation des coûts et appel à contribution pour frais techniques des chaînes extérieures et agences de presse, utilisatrices de ces images ;

- pour la première fois, achèvement d'une négociation groupée entre toutes les chaînes du groupe avec les grandes agences de presse : AFP en premier lieu, Reuters et APTV ensuite. Premiers contacts pour le démarrage, en 2006, de négociations groupées avec Météo France et avec l'Institut national de l'audiovisuel (INA) ;

- rapprochement des logiciels d'exploitation des rédactions (logiciels conducteurs, dépêches, archives, météo, etc.) ;

- mise en commun de moyens de tournage ou de post-production à l'occasion des grands événements sportifs (notamment les jeux olympiques de Turin en février 2006) et d'événements d'actualité (tsunami, conventions politiques).

On ne peut que se féliciter de ces évolutions. Il convient de poursuivre dans cette voie.

\*

Pour conclure, la rapporteure estime qu'il faudra également à l'avenir prendre en compte le développement de chaînes locales privées qui émettent 24 heures sur 24, mais proposent beaucoup de rediffusions, leur production quotidienne étant très limitée. Malgré tout, comme a pu le constater le CSA dans une étude réalisée en janvier 2005, ces chaînes répondent à leur mission d'information et « *participent activement à l'animation et au développement de la vie économique, culturelle et politique locale, qu'il s'agisse de leur production propre, de l'information locale, de leurs magazines économiques, éducatifs, culturels ou politiques. Elles créent des emplois et collaborent avec des sociétés de production locale* ». Elles sont donc un complément utile à la présence de France 3 en région et doivent constituer un « aiguillon » pour le service public.

## TRAVAUX DE LA COMMISSION

### I. AUDITION DU MINISTRE

La commission des affaires culturelles, familiales et sociales a entendu, en commission élargie à l'ensemble des députés, M. Renaud Donnedieu de Vabres, ministre de la culture et de la communication, sur les crédits pour 2007 de la mission « Médias », au cours de la séance du jeudi 2 novembre 2006 à 9 h 30.

**M. Pierre Méhaignerie, président de la commission des finances** – Je tiens à saluer ceux de nos collègues qui ont pu être présents en ce jour un peu spécial, juste après la Toussaint. Nous allons aborder, en commission élargie, l'examen des crédits de la mission Médias, du compte spécial Avances à l'audiovisuel public et de l'article 63 rattaché.

Je suis heureux de coprésider cette réunion avec Hervé de Charette et Dominique Richard.

La commission élargie est destinée à favoriser la souplesse et le dynamisme des débats. Je souhaite donc que chacun s'astreigne à des interventions courtes, plutôt sous forme de questions, afin d'éviter les travers habituels des discussions générales en séance publique, qui se limitent souvent à des monologues successifs.

Une fois le Gouvernement parti, nous en viendrons aux amendements, en commençant par la commission des affaires culturelles, si elle le souhaite.

**M. Renaud Donnedieu de Vabres, ministre de la culture et de la communication** – Je suis très heureux de vous présenter aujourd'hui ce troisième projet de budget, le dernier de cette législature. Je me félicite qu'il soit examiné en commission élargie, car cette formule laisse plus de temps pour que s'engage un débat approfondi entre le Gouvernement et la représentation nationale. Dans le palmarès que ne manquera pas d'établir le président Pierre Méhaignerie, j'espère que j'obtiendrai, sinon la palme d'or, du moins un satisfecit pour la conduite de nos débats et le respect de la diversité du Parlement...

Sans revenir sur les excellents rapports de Patrice Martin-Lalande et de Chantal Bourragué, je me contenterai de replacer cet exercice 2007 dans une perspective pluriannuelle. Je n'ai pas besoin de vous rappeler la place éminente et croissante que tient ce secteur dans la vie quotidienne de nos concitoyens !

Ce projet de budget traduit une politique identique à celle que je mène dans tous les domaines dont j'ai la charge : une politique en faveur de la diversité culturelle, de la création, de l'emploi, de la multiplication des offres de programme et de la défense du pluralisme. Le domaine des médias connaît des mutations rapides, parfois brutales, liées aux extraordinaires progrès technologiques qui ont transformé profondément les usages. Nous devons non

seulement les comprendre et les analyser, mais surtout les anticiper et les accompagner. Ce secteur n'avait jamais connu tant de mutations profondes et concrètes, qui impliquent autant de réformes et de modernisation de la part des pouvoirs publics.

Premier exemple : l'essor de l'internet, désormais présent dans la vie quotidienne et professionnelle des Français, dans plus d'un foyer sur deux, et majoritairement à haut débit. Ceux d'entre vous qui ont voté la loi sur le droit d'auteur et les droits voisins dans la société de l'information peuvent être fiers d'avoir adapté notre législation pour protéger et garantir les droits des créateurs, tout en permettant le développement d'une offre légale nouvelle. Les décrets d'application, en cours de rédaction, font l'objet d'un travail interministériel intense. Notre objectif est qu'ils soient publiés entre la fin du mois de novembre et le début de l'année 2007 – je pense notamment au décret portant création de l'Autorité de régulation des mesures techniques, qui devrait permettre l'installation de cette Autorité au tout début de l'année 2007.

Deuxième exemple, qui vient tout naturellement à l'esprit : celui de la télévision. Jamais depuis vingt ans, le paysage audiovisuel français n'avait connu de tels bouleversements. Le lancement réussi de la télévision numérique terrestre a triplé le nombre de chaînes gratuites – elles sont passées de six à dix-huit ! Ce n'est pas le fruit d'une génération spontanée, ni du seul progrès technique, mais le résultat d'une volonté politique forte, en particulier des choix budgétaires qu'il vous revient de décider. Jamais une majorité n'avait autorisé la création d'autant de chaînes ! Le téléspectateur en a bénéficié grâce à une offre élargie, de même que le monde de la création et les entreprises de production, porteuses d'emplois et facteur essentiel dans l'attractivité de notre pays.

Ces résultats, Monsieur le président de la commission des finances, n'ont pas pour corollaire une explosion sans contrôle des deniers publics. Mon propos n'est pas d'affirmer que mon budget est bon parce qu'il augmente ! Toutes les augmentations de ressources que je sou mets à votre approbation et à votre contrôle sont, en effet, fléchées et clairement identifiées.

Par exemple, je tiens autant que vous à la démarche contractuelle : les contrats d'objectifs et de moyens n'enlèvent rien à votre contrôle annuel ; ils permettent, au contraire, au législateur et aux entreprises publiques de l'audiovisuel, de définir une stratégie sur plusieurs années.

À cela s'ajoute le fléchage des dépenses supplémentaires : l'augmentation de 20 millions d'euros que vous avez votée en loi de finances rectificative a ainsi été directement affectée aux programmes d'Arte et de France Télévisions, et leur a permis de passer à la TNT dans de bonnes conditions. Je partage avec vous, Monsieur le président de la commission des finances, cette exigence que toute demande de financement supplémentaire corresponde à une priorité clairement identifiée et productive.

Sous l'impulsion du Président de la République, les choix budgétaires de la majorité ont également abouti à la création de la chaîne française d'information internationale, France 24, qui commencera à émettre dès les premiers jours de décembre. Elle offrira au monde un regard français sur une actualité internationale de plus en plus suivie par nos concitoyens.

Grâce à l'implication des services de l'État et, aux travaux de votre mission d'évaluation et de contrôle, nous avons enfin réformé la redevance audiovisuelle en rationalisant son mode de recouvrement. Un bilan est en cours au sein du ministère de l'économie et des finances. La progression des ressources disponibles a donné aux organismes de l'audiovisuel public les moyens de participer pleinement aux mutations technologiques en cours tout en renforçant la spécificité et la richesse de leurs programmes. Les priorités fixées au secteur audiovisuel public pour 2007 sont, en effet, le développement d'une offre de qualité en télévision numérique terrestre et en haute définition, mais aussi la sauvegarde du patrimoine.

La progression de la dotation publique de France Télévisions sera assortie de plusieurs priorités. France Télévisions devra tout d'abord renforcer la grille des chaînes de la télévision numérique terrestre, France 4, France 5 et France Ô dont le Président de la République a annoncé la diffusion sur la TNT en Île-de-France. J'ajoute que le multiplexe public pourrait également diffuser en province les chaînes locales analogiques ainsi que certains décrochages de France 3, encore mal diffusés sur la TNT – il est grand temps que ce transfert se réalise !

Deuxième priorité : l'accélération du déploiement de la TNT sur notre territoire. France Télévisions devrait se montrer exemplaire en respectant à la lettre le calendrier défini par le CSA, qui a prévu une couverture de 85 % de la population, à partir de 110 sites, d'ici à la fin 2007. Mais le groupe devra également poursuivre son déploiement au-delà de ces sites afin de compléter sa couverture, dans la perspective de l'extinction de la diffusion analogique prévue pour la fin 2011 dans le projet de loi relatif à la modernisation de la diffusion audiovisuelle et à la télévision du futur, projet qui vous sera bientôt soumis.

Troisième priorité : le développement des programmes en haute définition. France Télévisions, qui a déjà diffusé des programmes sous cette forme, continuera à diffuser un maximum de programmes haute définition dans le cadre expérimental actuel, puis dans le cadre d'autres préemptions que le Gouvernement réalisera pour les chaînes de service public. Comme vous le savez, Monsieur Descamps, j'ai pu assister à la diffusion expérimentale en haute définition de Paris Tours, une sorte de répétition générale du Tour de France ! Le service public ne sera pas le laissé pour compte des évolutions technologiques.

N'oublions pas non plus le sous-titrage des programmes pour les personnes sourdes et malentendantes : la loi du 11 février 2005 a en effet posé le principe général de l'adaptation de la totalité des programmes télévisés à l'exception des messages publicitaires. Pour toutes les chaînes publiques, cette

adaptation doit avoir lieu dans un délai maximum de cinq ans après la publication de la loi. France Télévisions devra ainsi réaliser le sous-titrage de l'ensemble des programmes régionaux de France 3.

Quant à l'augmentation des dotations d'Arte France, elle permettra à cette société de jouer un rôle moteur dans les nouvelles technologies de la diffusion et de poursuivre ses efforts en faveur de la création.

2007 sera également l'occasion de concrétiser les orientations définies par le contrat d'objectifs et de moyens de Radio France, qui a été approuvé par le conseil d'administration du 12 juillet dernier et qui est en cours d'examen par les commissions compétentes du Parlement. Je ferai le plus grand cas de vos remarques et je salue cette procédure qui vous associe davantage à l'élaboration des contrats d'objectifs et de moyens.

Grâce à votre vote, nous donnerons à Radio France la possibilité de réaliser de nouveaux développements, comme l'extension de la diffusion FM, le déploiement de la radio numérique ou le développement de chaînes thématiques dérivées de nouveaux services, tout en confortant la mission de service public de ses sept chaînes et de ses formations musicales.

L'action en faveur du patrimoine est également une priorité de la politique culturelle du Gouvernement. Dans cette nouvelle ère numérique, cette priorité vaut aussi pour l'audiovisuel : comme les précédents, ce budget vise à renforcer l'effort de sauvegarde et de mise en valeur de notre patrimoine audiovisuel, mission confiée à l'Institut national de l'audiovisuel.

Le contrat d'objectifs et de moyens de l'INA, signé fin 2005, garantira l'accélération du plan de sauvegarde et de numérisation afin que l'ensemble des fonds audiovisuels soient numérisés en 2015 ; par cohérence, le budget de l'audiovisuel public pour 2007 permettra de sauvegarder plus de 40 % du stock d'archives menacées.

Radio France internationale, grande et belle maison, poursuit sa modernisation en renégociant le contrat qui la lie à TDF, et doit développer son offre sur Internet. Le contrat d'objectifs et de moyens doit être l'occasion de déterminer une stratégie éditoriale adaptée au monde moderne, de trouver des synergies avec France 24, à l'instar de la BBC World, et de garantir les moyens financiers appropriés – pour 2007, la part de financement de RFI issue de la redevance progresse de 1,2 %.

Les radios associatives, seuls médias de proximité, s'adressent en priorité à des populations isolées : leur rôle social est donc primordial. Un décret publié le 25 août dernier améliore le fonctionnement du fonds de soutien à l'expression radiophonique : le soutien public à près de 600 radios associatives est ainsi définitivement garanti.

La politique de l'audiovisuel est aussi au service de l'emploi. Les mesures de crédit d'impôt et l'intensification du partenariat entre l'État et les régions – selon le principe « 1 euro de l'État pour 2 euros des régions » – donnent un fort effet de levier aux actions de l'État. La relocalisation des tournages en France a augmenté de 35 % l'an dernier : les résultats des mesures que vous avez votées ne se sont pas faits attendre !

La diffusion de la presse écrite, pilier de notre démocratie, est confortée cette année par l'augmentation de plus de 22 % des moyens qui lui étaient consacrés il y a seulement deux ans. La faiblesse des fonds propres obère la capacité d'investissement de la presse écrite. Le présent projet de loi de finances tend donc à proroger jusqu'en 2010 le dispositif spécifique de provisions pour investissements dit du « 39 bis » et a étendu le périmètre des investissements éligibles à la prise de participation dans d'autres entreprises de presse ou dans des entreprises intervenant dans la chaîne de fabrication. Par ailleurs, les entreprises investissant dans des publications d'informations politiques et générales pourront, avant la fin de l'année, bénéficier d'une réduction de l'impôt sur les sociétés égale à 25 % du montant des sommes versées au titre des souscriptions en numéraires au capital de ces publications. Ces mesures renforcent l'attractivité de la presse quotidienne, qui est parfois confrontée à des difficultés – je pense bien sûr à *Libération*.

Fidèle à son engagement en faveur du pluralisme, l'État accompagne la presse dans l'univers numérique. M. Marc Tessier me rendra en janvier les conclusions de la mission prospective qu'il mène sur ce sujet et je réunirai alors l'ensemble des représentants de la presse écrite. Le Gouvernement s'attache par ailleurs à convaincre nos partenaires européens qu'il faut appliquer à la presse en ligne le taux réduit de TVA dont bénéficie la presse papier – ce thème est à l'ordre du jour du prochain conseil Ecofin.

Les aides à la presse écrite doivent être consacrées en priorité à son indépendance économique. En 2007, 60 millions seront donc dédiés au maintien du pluralisme et du débat démocratique et 22,5 millions seront mobilisés pour moderniser la fabrication de la presse.

Comme les précédents, ce budget est marqué par une importante progression des aides à la presse, par la rénovation des dispositifs de modernisation et le renforcement des fonds propres des entreprises. Il illustre l'engagement fort de l'État pour préparer l'avenir d'un secteur dans lequel notre pays dispose de très nombreux atouts.

**M. Hervé de Charette, vice-président de la commission des affaires étrangères** – Cette mission englobe trois programmes sous la responsabilité de ministres différents, mais coordonnés par le ministre de la culture : n'y a-t-il pas un problème de structure ?

**M. le Ministre** – J'ai une vocation interministérielle !

**M. Hervé de Charette, *vice-président de la commission*** – D'autre part, la commission des affaires étrangères trouve logique que le programme 115 concernant l'audiovisuel extérieur soit intégré avec le programme 116 au sein de la mission « action extérieure de l'État » comme c'était le cas l'an dernier. Pourquoi en a-t-il été détaché ?

**M. Dominique Richard, *secrétaire de la commission des affaires culturelles*** – 2007 est une année charnière pour le paysage audiovisuel français. Nous ne pouvons que nous réjouir du succès du lancement de la TNT : 65 % de la population est déjà couverte et 4 millions d'adaptateurs ont été vendus. De même, France Télévisions a renforcé la complémentarité de ses chaînes et changé 20 % de ses programmes à la rentrée. Réjouissons nous aussi de la naissance imminente de France 24.

L'augmentation du taux de remboursement des exonérations sociales et l'arrivée prochaine de la grande distribution dans la publicité permettent de répondre aux besoins immédiats de France Télévisions. Néanmoins, ce groupe doit financer le sous-tirage, le passage à la haute définition et l'augmentation du coût des programmes avec l'arrivée des télécoms sur le marché. Or, la ressource provenant de la redevance n'est guère dynamique : 116 euros en France contre une moyenne européenne de 195,4 euros. Il faut donc donner à la télévision publique les moyens de respecter l'exigence des diversités culturelles. Au cours des prochains mois, notre réflexion devra porter sur la définition de l'œuvre audiovisuelle, la fluidité des droits et la lisibilité du service public. Enfin, je me félicite que le Parlement soit associé au contrat d'objectifs et de moyens : c'est un geste sympathique, bien qu'homéopathique.

**M. Patrice Martin-Lalande, *rapporteur spécial de la commission des finances*** – Alors que deux contrats d'objectifs et de moyens seulement ont été signés, accepterez-vous le principe d'un avenant permettant de les infléchir si nécessaire, comme nous le proposons par amendement ? France Télévisions semble en retard – la première mouture n'a été présentée qu'en avril dernier et l'État doit intervenir rapidement. Le nouveau contrat démarrera-t-il vraiment en 2007 ? Tout décalage en la matière devra être acté. Par ailleurs, les prévisions de recettes publicitaires semblent sous évaluées et les ambitions du groupe trop limitées par rapport aux exigences économiques affichées dans le précédent contrat.

**M. Pierre Méhaignerie, *président de la commission*** – L'évaluation est à la base de toute politique. A-t-on procédé à une évaluation internationale des différentes télévisions dans le monde ? De même a-t-on comparé nos aides à la presse avec celles qui sont accordées pour nos partenaires européens ?

**M. le Ministre** – Les responsabilités, M. de Charette, sont parfois partagées, mais toute décision se fait sous l'autorité du Président de la République et du Premier ministre. Sur le lancement de la chaîne d'informations

internationales, dont je suis fier, comme sur d'autres sujets, l'essentiel est d'additionner les énergies.

La réforme de la redevance est essentielle : vous en fixez le montant et c'est à l'État d'apporter les ajustements nécessaires.

Les contrats d'objectifs et de moyens sont l'occasion pour moi de discuter d'une stratégie de fonds avec les entreprises de l'audiovisuel public. Le concours du Parlement en la matière est très important – à ce titre, je n'ai aucune objection à l'idée d'avenants.

Je tiens à ce que les calendriers soient respectés. Nous y travaillons de manière active et partagée : les services de l'État peuvent faire des propositions. Si nous recevons celles des grands groupes de l'audiovisuel public, nous fixons donc aussi des objectifs. Pour France Télévisions, l'objectif est que le contrat d'objectifs et de moyens soit signé en janvier 2007. En ce qui concerne la déclinaison annuelle de nos contrats, la traduction budgétaire s'inscrit, comme pour Radio France, dans les recommandations et dans le contrat. Tant pour Arte que pour France Télévisions, un travail intense est donc mené par les sociétés concernées, mes services et ceux du ministère des finances en vue d'une signature début 2007. Il n'y a donc pas de retard.

Pierre Méhaignerie m'a interrogé sur l'évaluation internationale. Quelques semaines avant le lancement de France 24, j'ai rencontré les responsables de la BBC et de BBC World à Londres. Nous nous plaçons dans une logique de ressemblance.

Pour ce qui est de notre système d'aides à la presse, le pluralisme des entreprises de presse et des structures capitalistiques est plus important en France que dans d'autres pays de l'Union européenne. Je pourrai vous fournir des informations complémentaires à ce sujet.

J'en viens aux ressources publicitaires et à leur éventuelle sous-estimation. Début 2007, la publicité sur les chaînes de télévision sera ouverte à un nouveau domaine, celui de la grande distribution. La sagesse veut que l'on mesure l'impact de cette ouverture des recettes publicitaires avant toute nouvelle décision. Il ne faut pas menacer des équilibres qui restent fragiles, notamment par rapport à la presse écrite. Le Gouvernement ne s'est donc fixé aucune perspective d'évolution pour ces recettes, et de nouvelles coupures publicitaires ne sont pas à l'ordre du jour.

**M. Pierre Méhaignerie, président de la commission** – Je vous remercie. Il faut pouvoir aussi mesurer les conséquences de la taxe sur les publicités dans les boîtes aux lettres, qui a déjà pour effet de reporter sur la presse une partie de la publicité des grandes surfaces.

**Mme Chantal Bourragué, rapporteure pour avis de la commission des affaires culturelles** – Comme M. Martin-Lalande, je me félicite de l'ambition

affirmée de ce budget. La stabilité de la redevance ne constitue qu'une contrainte apparente, le nouveau mode de collecte et la compensation des dégrèvements provoquant une augmentation des ressources de l'audiovisuel public.

Je m'attarderai sur le rôle de France 3 en régions. Comme l'a rappelé M. de Carolis devant la commission des affaires culturelles, France 3 est la chaîne de la proximité et s'affirme comme le reflet d'une France riche de sa diversité. C'est du reste la mission que lui assigne la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication. La politique de régionalisation accrue de France 3 illustre le « virage éditorial » opéré par le groupe France Télévisions, afin que les programmes des chaînes se complètent au lieu de se faire concurrence.

Cette politique semble payer : selon Mme Giard, directrice générale de France 3, France 3 est la seule chaîne à avoir vu son audience progresser sur les trente-sept premières semaines de l'année 2006. La chaîne se porte bien. Elle doit rester à l'écoute des téléspectateurs en privilégiant l'information régionale, les programmes de proximité, mais aussi les productions régionales à vocation nationale.

France 3 est une chaîne à vocation régionale depuis sa création, puisque « Couleur 3 », la troisième chaîne de l'ORTF, a émis pour la première fois en 1972. En 1983, les stations régionales de la chaîne diffusent quotidiennement trois heures de leurs propres programmes avant 20 heures.

En 2005, la diffusion des treize antennes régionales a représenté un volume global d'environ 14 000 heures, dont 6 500 heures d'information et 7 600 heures de programmes.

France 3 mène depuis des années une politique de partenariat avec les collectivités territoriales et les grands acteurs économiques régionaux, notamment grâce au parrainage. Cette coopération originale a permis l'ouverture de nouvelles « locales », la production de documentaires régionaux et la retransmission des débats de certaines assemblées territoriales.

Le budget de France 3 reflète l'importance de sa présence territoriale, même s'il y aura toujours des débats sur l'équilibre des moyens entre l'antenne nationale et les antennes régionales, qui restent la raison d'être de France 3.

La croissance des effectifs régionaux est surtout liée à la création de nouvelles antennes locales dans les villes moyennes de province. Pour mieux innover dans leurs programmes, les antennes régionales réclament des moyens complémentaires hors budget de personnel. Leurs budgets sont assez stables : ils oscillent entre 22 millions d'euros pour France 3 Alsace et 40 millions pour France 3 Rhône-Alpes-Auvergne. Ces différences s'expliquent par le nombre de bureaux régionaux d'information – un seul dans le premier cas, trois dans le second. Mais les budgets sont aussi établis en fonction des objectifs de programme et des audiences de chaque antenne. Il conviendrait de mieux prendre en compte ce deuxième aspect.

Les budgets publicitaires des antennes régionales proviennent uniquement du parrainage publicitaire. Seuls 20 % de ces recettes sont reversés aux antennes, le reste revenant au budget publicitaire national. Il en est de même pour les recettes publicitaires des sites internet régionaux. Il faut réfléchir à un système plus décentralisé, car les seules recettes extérieures abondant intégralement le budget des antennes régionales sont liées aux partenariats avec les collectivités qui se sont beaucoup développés. Ce n'est pas souhaitable si l'on veut préserver leur impartialité.

Il faut saluer l'amélioration de la coordination entre antennes régionales et nationale et avec les autres chaînes de France Télévisions : un fonds d'intervention des programmes régionaux encourage l'innovation et la création des missions interrégionales. Il finance des pilotes et des aides à la production de magazines et documentaires en favorisant les projets coproduits par plusieurs régions. Seul un renforcement de la qualité des émissions produites en régions permettra de développer les échanges interrégionaux et les échanges entre les régions et le national. Il faut donc renforcer cette tendance. Certains programmes produits par les régions sont déjà repris par des chaînes du groupe : France 4 diffuse une émission mensuelle produite par France 3 Paris-Île-de-France-Centre.

Pour terminer, je ferai le point sur quelques chantiers. Le premier est celui de la filière production de France 3 qui affichait un déficit de 1,6 million d'euros en 2005. Un rapport de l'inspection générale des finances a recommandé sa cession début 2006, mais M. de Carolis a préféré engager sa rationalisation. À l'occasion de la négociation du prochain contrat d'objectifs et de moyens, le succès de ce chantier est fondamental : France Télévisions doit prouver qu'elle peut réformer et améliorer sa productivité à périmètre budgétaire constant.

Le deuxième chantier est celui de la politique rédactionnelle à l'heure de l'information instantanée. La période s'annonce tendue sur le plan politique, mais je tiens à souligner le souci d'impartialité des responsables de l'information de la chaîne. La qualité des journaux de France 3 s'est améliorée, et ils réalisent une audience supérieure d'un tiers à celle de France 2.

La présence de France 3 en régions est un atout qui doit être bien maîtrisé : l'afflux d'images et d'informations est aussi un danger lorsque le journaliste oublie de prendre ses distances. L'audiovisuel public doit être exemplaire dans ce domaine et s'interroger sur la diffusion d'images violentes.

Le troisième chantier, dont vous avez largement parlé, consiste à tirer le meilleur parti des nouveaux réseaux et services de télécommunication. Les premiers résultats sont d'ailleurs prometteurs.

Les partenariats développés avec les opérateurs ADSL en télévision permettent de visualiser les antennes régionales. Free est le premier opérateur à avoir signé un contrat avec France Télévisions en ce sens : 21 décrochages régionaux sont aujourd'hui disponibles en simultané sur la « freebox ».

**M. Pierre Méhaignerie, président de la commission des finances** – Nous en sommes à dix minutes.

**Mme la Rapporteuse pour avis** – Le quatrième défi est celui du coût budgétaire des évolutions technologiques, et le cinquième, celui de la mobilisation des ressources humaines, avec notamment la question du point d'indice. La dynamisation du personnel est un besoin. Il faut également optimiser les relations entre les rédactions du groupe. Les premiers résultats sont prometteurs.

En conclusion, la commission des affaires culturelles a donné un avis favorable à l'adoption de ces crédits.

**M. Pierre Méhaignerie, président de la commission des finances** – Beaucoup de bonnes questions ont été posées mais je rappelle que, pour la qualité du débat, le président de l'Assemblée nationale a souhaité que les interventions ne dépassent pas cinq minutes.

**M. François Rochebloine, rapporteur pour avis de la commission des affaires étrangères** – Je limiterai mon propos au volet extérieur de la mission « médias », à savoir les programmes 115 et 116. Je vous informe que j'assure la présidence d'une mission d'information créée au sein de la commission des affaires étrangères à la demande du président Balladur, sur l'organisation et le financement de l'audiovisuel extérieur.

L'éclatement institutionnel et la dispersion des moyens de l'audiovisuel extérieur nourrissent des critiques récurrentes. Les rapports dénoncent les changements de stratégies, l'absence d'instances de pilotage et la pluralité des structures, qui contrastent avec ce qui se passe chez nos voisins qui s'appuient sur un opérateur unique – la BBC au Royaume-Uni, la Deutsche Welle en Allemagne.

La création d'un programme spécifique consacré à l'audiovisuel extérieur constitue un progrès. De quatre sources de financement, nous passons à deux en 2007 : la mission « médias » pour l'ensemble des opérateurs et la redevance pour le financement complémentaire de RFI. Quatre tutelles subsistent cependant : Premier ministre, finances, culture et communication, affaires étrangères – dont on note l'absence ce matin. Auditionné au printemps 2003 par la mission d'information commune sur la CII, M. Aillagon voyait dans la création de la CFII une chance « parce qu'elle permettra de rationaliser un paysage audiovisuel extérieur désorganisé et centrifuge ». Le choix de placer France 24 sous la tutelle du Premier ministre et de la doter d'un capital 50 % public et 50 % privé ajoute à la désorganisation, d'autant que la multiplicité des tutelles ne s'accompagne d'aucune structure de coordination de nature à assurer un pilotage stratégique. Dans son rapport 2002, la Cour des comptes dénonçait déjà ce manque de coordination. Il existe pourtant un conseil de l'audiovisuel extérieur de la France – CAEF. Créé en 1989, il ne s'est pas réuni depuis 1996. Peut-on le réactiver et quelles seraient ses compétences ?

L'addition des montants consacrés aux programmes 115 et 116, auxquels il faut ajouter la contribution de la redevance à RFI – et marginalement à TV5 à travers France Télévisions – fait progresser le total des ressources publiques consacrées à l'audiovisuel extérieur de 7,52 %. Mais cette progression, certes importante, est entièrement concentrée sur France 24, et masque le fait que TV5 Monde et RFI connaissent depuis plusieurs années une stagnation, sinon une régression, de leurs moyens.

Ainsi, pour la troisième année consécutive, les ressources des opérateurs de l'audiovisuel extérieur, France 24 exceptée, connaissent une progression moyenne de 2,6 % seulement. Le fait que, RFI mis à part, ces opérateurs ne bénéficient pas de la redevance entraîne une iniquité d'autant plus forte qu'ils sont soumis aux aléas de la régulation budgétaire, ce qui freine toute stratégie de développement pluriannuel. La réalité, que je déplore, c'est donc un audiovisuel public à deux vitesses, au détriment de l'audiovisuel extérieur. Les chiffres parlent d'eux-mêmes : en 2007, RFO percevra 228,6 millions au titre de la redevance, et Arte 214,32 millions, mais le ministère des affaires étrangères ne versera que 65,27 millions de subventions à TV5, pour une couverture mondiale.

En dépit de ce cadre budgétaire très contraignant, la stratégie déployée ces dernières années par TV5 est payante : l'audience mondiale de la chaîne a continué de progresser de manière soutenue, le nombre de ses téléspectateurs ayant doublé entre 2001 et 2005. TV5 doit avoir les moyens de maintenir son rang mondial et d'atteindre les objectifs fixés par sa tutelle. Elle ne doit donc pas subir une nouvelle fois la régulation budgétaire qui lui a été imposée en 2006.

RFI a également été victime de la régulation budgétaire, et l'équilibre de son budget n'a pu être atteint que grâce à une économie réalisée lors de la renégociation du contrat « ondes courtes » conclu avec TDF. RFI va mal, vous le savez, et l'exercice 2007 s'annonce difficile. Les efforts réalisés par la station n'ont pas les résultats escomptés, en particulier en Europe. En réalité, au moment où la plupart des radios peuvent être écoutées n'importe où dans le monde par le biais de l'internet, c'est la pertinence du concept de radio transnationale qui se pose. RFI est donc appelée à développer une offre « bi-média » multilingue, stratégie qui devrait faire l'objet d'un contrat d'objectif et de moyens avec l'État.

J'en viens à France 24, dont le lancement est prévu le 6 décembre d'abord sur internet puis, trente-six heures plus tard, sur le câble et sur le satellite. La chaîne émettra dans un premier temps sur deux canaux, pour l'un entièrement en français et pour l'autre aux trois quarts en anglais. Chacun s'accorde sur la nécessité, pour la France, de disposer d'une chaîne d'information internationale, à l'instar de BBC World, de CNN ou d'Aljazeera; espérons seulement qu'il n'est pas trop tard. Le lancement de France 24 est un pari incertain, puisqu'une nouvelle chaîne a besoin d'une dizaine d'années pour s'installer dans le paysage audiovisuel. Mais ce pari doit être gagné. Cela signifie avant tout réussir à faire coexister France 24 et TV5 Monde.

France 24 est l'unique chaîne financée par les services du Premier ministre. La subvention prévue dans le projet de loi de finances pour 2007 est de 70 millions, mais le budget de la chaîne s'établira en réalité à 86 millions grâce à un report de crédits. À la différence des autres opérateurs de l'audiovisuel extérieur, France 24 bénéficie d'un régime de faveur puisque la société, détenue à parité par TF1 et France Télévisions, a signé avec l'État une convention qui lui garantit jusqu'au 31 décembre 2010 une subvention annuelle de 80 millions, valeur 2005. En application de la formule d'indexation prévue, 80 millions en 2005 valent automatiquement 86 millions en 2007, soit une augmentation de 7,5 %. On ne peut que se féliciter de cette visibilité budgétaire, mais pourquoi l'État ne s'engage-t-il pas de la sorte avec TV5, CFI et RFI ? Il serait regrettable que la création de France 24 ajoute à l'iniquité dont souffrent les opérateurs couverts par le programme 115.

J'en viens aux questions que je souhaite poser au Gouvernement. Les deux premières concernent plus particulièrement le ministre des affaires étrangères, mais peut-être pourrez-vous y répondre, Monsieur le ministre. En premier lieu, quelles raisons s'opposent-elles au rattachement de France 24 au ministère des affaires étrangères ? Par ailleurs, le Gouvernement serait-il favorable à la réactivation du CAEF et, si tel est le cas, avec quelles compétences et selon quel calendrier ? Ensuite, les opérateurs ne bénéficient pas tous de la redevance ; seriez-vous favorable à ce que TV5 et France 24 en bénéficient au même titre que Arte ? Pourriez-vous nous indiquer les grandes lignes et le calendrier d'application du contrat d'objectif et de moyens qui doit être conclu avec RFI ? Enfin, TV5 et France 24 sont financées par le contribuable et visibles en France, par diffusion satellitaire ; pourquoi ne seraient-elles pas disponibles gratuitement sur la TNT ?

**M. le Ministre** – Je lirai le rapport que Mme Bourragué a consacré à France 3 avec un intérêt particulier. La stratégie qui explique l'attrait de cette chaîne est double : une programmation nationale particulièrement réussie et une proximité locale et régionale. Ces deux volets ne peuvent être dissociés. D'autre part, il ne faut surtout pas concevoir France 3 comme une sorte de fédération d'antennes régionales sans concept global. Nous confirmerons cette stratégie dans le contrat d'objectif et de moyens. L'attrait de France 3, qui se traduit par une audience en forte progression, tient à des programmes particulièrement réussis et à des informations où s'articulent le national et le régional. Il faut poursuivre dans cette voie.

Je souscris par ailleurs aux propos que vous avez tenus sur les filières de production. Mais si ce qui a été fait est très positif, nous devons aussi veiller à ne pas déstabiliser la production indépendante française, notamment dans son volet « fiction ». Un équilibre doit être respecté, et nous en reparlerons lors de la négociation du contrat d'objectif et de moyens. Je partage votre point de vue sur la nécessité d'articuler informations de proximité et stratégie nationale, spécificité qui assure la réussite de France 3.

Le fait que le Conseil des ministres siège au moment où vous vous réunissez rend difficile la présence du ministre des affaires étrangères. Pour autant, nous travaillons évidemment en étroite collaboration sur l'ensemble des sujets que vous avez évoqués, avec une parfaite identité de vues et je puis donc m'autoriser à répondre à la place de M. Douste-Blazy. Si le budget de France 24 a été rattaché aux services du Premier ministre, c'est que le lancement de toute nouvelle opération suscite des craintes, chaque ministère se demandant si les moyens nécessaires s'imputeront sur son budget. Voilà pourquoi ce schéma a été retenu.

**M. le Rapporteur pour avis** – Cela vaut pour la genèse du projet, mais qu'en sera-t-il de l'avenir ?

**M. le Ministre** – Une évolution est toujours possible, mais nous en sommes au lancement de la nouvelle chaîne, projet stratégique voulu par le Président de la République et par le Premier ministre.

Il est exact que le CAEF ne s'est pas réuni récemment. Il se réunira, car la concertation est toujours nécessaire. Je ferai le point à ce sujet avec le Premier ministre et avec le ministre des affaires étrangères. La mission du Conseil est de mettre au point la stratégie de coordination des différentes entités de l'audiovisuel extérieur. À cet égard, je rappelle que les missions de TV5 et de France 24 sont différentes. La vocation de TV5, c'est la diffusion de la langue française et la promotion de la francophonie. Le lancement de France 24 répond à d'autres objectifs. Vous avez évoqué un canal en français et un autre canal en langue anglaise ; vous auriez pu aussi évoquer la diffusion en langue arabe, qui débutera en 2007, en même temps d'ailleurs que les programmes en arabe de BBC world. L'enjeu est d'une extrême complexité, en ce qu'il suppose le recrutement de journalistes arabisants en nombre suffisant.

**M. le Rapporteur pour avis** – Un budget de 86 millions devrait y suffire...

**M. le Ministre** – La décision de lancer France 24 est une décision stratégique : le Président de la République et le Premier ministre souhaitent que la France dispose d'un outil de communication en langues étrangères à diffusion mondiale. C'est pourquoi les programmes de la chaîne ont été conçus pour être « interneto-compatibles ». Ils seront également diffusés par le câble et par le satellite.

Je partage votre point de vue : les synergies, déjà prévues, entre RFI, l'AFP et France 24 doivent être renforcées.

Il n'est pas prévu que TV5 et France 24 bénéficient d'une fraction du produit de la redevance. Pour TV5, ce serait en quelque sorte une redevance au carré, puisque la chaîne diffuse des émissions provenant de chaînes qui en ont elles-mêmes bénéficié. Voilà pourquoi, aujourd'hui, le financement de chaînes par l'État est déconnecté de la redevance.

Les chiffres sont, certes, toujours perfectibles, mais leur évolution ne traduit aucun désintérêt de l'État pour Radio France Internationale, dont le rayonnement est exceptionnel et que nous soutenons. L'occasion m'est d'ailleurs donnée de rendre hommage à ses équipes, d'une remarquable diversité rédactionnelle et linguistique. Nous travaillons à l'élaboration d'un contrat d'objectif et de moyens pour RFI.

**M. le Rapporteur pour avis** – Et qu'en est-il de la diffusion de TV5 et de France 24 sur la TNT ?

**M. le Président de la commission** – Vous semblez estimer que les crédits manquent en tous domaines. Je vous suggère donc, cher collègue, de tenir une réunion de coordination avec un certain membre de votre groupe qui ne cesse de répéter que nous ne maîtrisons pas la dépense publique... (*Sourires*)

**M. le Ministre** – Les dépenses que je vous propose correspondent à une nécessité stratégique.

**M. le Président de la commission** – Vous aurez compris, Monsieur le ministre, que ma remarque ne vous visait aucunement.

**M. le Rapporteur pour avis** – La diffusion *via* la TNT n'est pas une question financière !

**M. le Ministre** – Comme je l'ai indiqué, France 24 sera diffusé par le câble, par le satellite et par internet, mais la diffusion par la TNT n'est pas prévue. Des arbitrages ont dû être rendus, l'objectif étant la couverture la plus large possible. C'est ce à quoi nous travaillons.

**M. le Président de la commission** – Je maintiens l'observation que j'ai faite et je constate que le rapporteur général, présent parmi nous, partage mon point de vue. On ne peut pratiquer le double langage.

**M. Jacques Myard** – C'est ce que l'on appelle les partis charnière....

**M. le Ministre** – Quoi qu'il en soit, chaque euro dépensé pour la culture et la communication représente un investissement pour l'avenir de la France. De telles dépenses, il convient donc d'user sans modération.

**M. le Président de la commission** – Une évaluation critique me semble nécessaire dans tous les cas...

**M. le Rapporteur spécial** – J'ai supprimé un certain nombre de questions pour aller plus vite, mais il en reste tout de même quelques-unes. Quand signerez-vous, Monsieur le ministre, le contrat d'objectifs et de moyens entre Radio France et l'État ? Envisagez-vous, le cas échéant, de négocier un avenant à ce contrat, si l'environnement se modifie ? Envisagez-vous d'actualiser la définition de la publicité autorisée sur les antennes de Radio France ? Il semble

que le cadre réglementaire, qui date de 1975, ne soit plus d'actualité. S'agissant du COM d'Arte, sur quel calendrier de signatures pouvez-vous vous engager ?

La réforme de la redevance est-elle un succès ? Si l'on devait y toucher ...

**M. Gilles Carrez, rapporteur général de la commission des finances** – À la baisse ? (*Sourires*)

**M. le Rapporteur spécial** – ...Il ne faudrait le faire, me semble-t-il, qu'après avoir épuisé les possibilités de synergies et d'économies ouvertes par les COM et qu'après avoir été au bout des remboursements de dégrèvements ainsi que des possibilités de perception sur des récepteurs autres que les téléviseurs.

S'agissant de la TNT, j'aimerais savoir où en sont les accords transfrontaliers et si l'on atteindra bien, comme prévu, un taux de couverture de 85 % avant la fin de l'année 2007. Quelles mesures seront-elles prises pour accroître le taux d'équipement des Français ? Comment fonctionne le fonds qui a été créé ? Où en est la réflexion sur la TNT outre-mer ?

Pensez-vous réactiver le Conseil de l'audiovisuel extérieur de la France ? Pour améliorer la vision du Parlement, je proposerai la création d'une annexe annuelle au projet de loi de finances sur l'activité et les moyens de l'audiovisuel extérieur.

Pouvez-vous nous préciser le calendrier du déploiement de la radio numérique et nous dire où en est la réallocation des fréquences dans le cadre du projet FM 2006 ?

Les aides à la presse font encore le grand écart entre la mission Medias et la mission Développement et régulation économique, ce qui n'est pas normal. J'aimerais savoir pourquoi les crédits affectés au transport postal diminuent autant – moins 5,2 % – dans leur partie ministère de l'industrie. Heureusement, ceux qui sont inscrits au ministère de la culture progressent de 6,3 %. Ils devraient être fondus ensemble dans le programme Presse.

Concernant enfin la mission Avances à l'audiovisuel public, quelles sont les raisons qui s'opposent à un découpage en autant de programmes que d'opérateurs, c'est-à-dire cinq ?

**M. le Ministre** – Beaucoup de questions ! Le COM de Radio France sera signé par le ministre du budget et moi-même quand nous aurons recueilli les remarques et propositions de la commission des finances. Une procédure d'avenants à ce COM paraît logique et de bon sens en cas de modification de l'environnement de l'entreprise.

Je connais les propositions de modifications du périmètre de la publicité autorisée sur les antennes de Radio France formulées par le président Jean-Paul Cluzel, mais je ne veux pas déstabiliser le marché de la publicité au moment où la

publicité télévisée s'ouvre au secteur de la distribution. Je suis prudent sur ces questions.

En tout état de cause, la signature devrait avoir lieu au plus tard en début d'année prochaine.

Je suis très heureux que vous évoquiez la singularité d'Arte. C'est une source de fierté. Pour autant, je ne voudrais pas qu'Arte soit une sorte d'alibi culturel. C'est bien l'ensemble de l'audiovisuel public qui doit assumer une mission culturelle. Je souhaite que le COM d'Arte France soit signé avant la fin de l'année. En septembre, son président a lancé le concept de média global et d'« Arte global ». C'est autour de l'approfondissement de ce concept que les discussions sont actuellement menées avec l'État. La stratégie future passe aussi par un approfondissement de la dimension européenne. J'aurai au début de l'an prochain une réunion de travail avec les ministres de la culture et de la communication des 25 pays de l'Union européenne ainsi qu'avec des représentants européens de l'audiovisuel public.

Pour toute entreprise audiovisuelle, je n'ai qu'une exigence : que tout financement supplémentaire soit orienté vers les programmes et vers le soutien à la création et à la diversité.

S'agissant de la réforme de la redevance, les recettes pour 2005 ont été moindres que prévues malgré une augmentation de 1,3 % par rapport à 2004. Pour 2006, les nouvelles demandes d'exonérations pour non-détention de téléviseurs provoqueront de nouveaux dégrèvements. Parallèlement, le dispositif de contrôle monte en puissance. Tout cela nous conduit à être prudents dans nos prévisions pour 2006 et 2007. C'est pourquoi nous avons décidé de reconduire en 2007 la même somme qu'en 2006 : 2,3 milliards.

Le bilan de la réforme est globalement positif. Sur le plan social, tout d'abord, dans la mesure où un million de personnes supplémentaire – en majorité des personnes âgées et des érémites – ont pu bénéficier d'une exonération. L'adossement de la redevance à la taxe d'habitation a en outre simplifié les choses pour le contribuable – en ce sens, cette réforme participe à la nécessaire modernisation de l'administration. Il ne faut pas nier pour autant les difficultés que nous rencontrons, et tous les enseignements n'ayant pas encore été tirés, une nouvelle réforme ne paraît pas d'actualité. Nous prévoyons simplement un abondement, au budget général, des recettes tirées de la redevance.

L'important est de garantir à l'audiovisuel public les ressources stables dont il a besoin. Je souhaite que la réflexion sur ce sujet se poursuive, notamment au regard de l'impact de la convergence des médias, et des travaux de la mission conduite par Dominique Richard. Les comparaisons avec les autres pays européens doivent également nous éclairer.

S'agissant de la TNT, nous avons un objectif clair : que l'ensemble de nos concitoyens bénéficie de cette révolution technologique, qui a triplé le nombre de

chaînes gratuites. Depuis le 19 octobre, le taux de couverture est de 65 %. Nous voulons d'ici 2007 ouvrir les 115 sites programmés pour atteindre un taux de couverture de 80 %. Nous voulons aussi accélérer la mise en place de services complémentaires et lancer au plus tard au début 2007 un bouquet satellitaire sans abonnement reprenant les chaînes gratuites de la TNT. On pourra ainsi compléter la couverture terrestre dans toutes les zones où cela est techniquement nécessaire.

En ce qui concerne l'outre-mer, il me paraît étrange de mélanger dans un même agrégat les crédits de TV 5 et de RFO, et ceux de l'action extérieure de la France. Les objectifs ne sont pas les mêmes. Pour l'audiovisuel outre-mer, l'objectif est politique : assurer un égal accès de tous, sur tout le territoire national, à l'offre audiovisuelle.

**Mme Christine Boutin** – Très bien !

**M. le Ministre** – S'agissant de la numérisation et de la réallocation d'un certain nombre de fréquences, je salue le travail considérable qui a été effectué par le conseil supérieur de l'audiovisuel. Des fréquences supplémentaires ont été trouvées, ce qui renforce d'autant la diversité de l'offre radiophonique française.

La radio numérique est un enjeu important pour l'avenir du paysage audiovisuel français. La loi du 9 juillet 2004 a créé le cadre juridique. Une première consultation a eu lieu, et le 3 octobre, le CSA en a lancé une autre en vue d'un appel à candidatures. De mon côté, j'ai décidé, avec le ministre délégué à l'industrie, de recueillir l'avis des acteurs sur les normes techniques de diffusion.

Je suis d'accord, Monsieur Martin-Lalande, sur l'idée de rassembler les informations concernant l'audiovisuel extérieur dans un document cohérent, qui pourrait être une annexe annuelle.

Enfin, je n'ai pas d'objection au rapatriement, vers mon propre budget, des crédits du transport postal de la presse actuellement inscrits au budget de l'industrie. J'estime être un assez bon défenseur de mes propres crédits...

**M. le Président de la commission** – Personne ne le contestera.

**M. le Ministre** – J'aimerais d'ailleurs que mon budget soit proportionnel au nombre de sollicitations que je reçois de la part des députés, le mardi et le mercredi ! (*Sourires*)

**M. le Président de la commission** – D'où la nécessité de mieux délimiter les compétences des uns et des autres.

**M. Didier Mathus** – Il faut replacer l'examen de ce budget dans un contexte. Le paysage audiovisuel français est marqué, quoi qu'on puisse en dire, par le très faible pluralisme des moyens d'information. Ceux-ci sont détenus par un petit nombre de groupes très puissants – Lagardère, Dassault, Bouygues – qui ont tous des activités dans d'autres secteurs. Nous sommes sans doute le seul pays

démocratique où le patron d'un magazine peut être limogé parce qu'une couverture a déplu au ministre de l'intérieur ! Cela crée un climat et un contexte bien particuliers, puisque ces groupes dominent à eux seuls 70 % de l'information. Une telle faiblesse du pluralisme devrait être un sujet de préoccupation pour l'État.

Un second changement profond a résulté de la révolution numérique avec la désagrégation des grands médias fédérateurs et la possibilité de tailler sur mesure des médias individuels – je pense notamment au développement d'Internet, des blogs et des wikis. Les défis qui attendent l'audiovisuel public sont donc colossaux ! Les ressources des groupes privés augmentent régulièrement, et de façon spectaculaire, alors que le service public doit faire face aux réductions budgétaires.

Je suis également frappé de l'incapacité récurrente de l'État à énoncer clairement ses attentes, faute d'une formation et d'un cadre administratif et financier adapté et en dépit des sommes mises sur la table.

Contrairement à ce que beaucoup croyaient il y a vingt ans, l'audiovisuel public est essentiel : peut-on faire confiance aux journaux de M. Lagardère pour nous informer sur Airbus et à ceux de M. Dassault sur Rafale ? Nous avons besoin de médias indiscutables et indépendants ! Sur des questions aussi essentielles que la santé et l'environnement nous pourrions faire confiance aux médias publics. Hélas, la crise d'identité actuelle n'est pas près de s'estomper. Par exemple, plus personne ne sait très bien à quoi sert France 2 !

J'ajoute que les ressources budgétaires croissent plus faiblement que les ressources propres, ce qui ne peut que conduire à faire la part belle aux recettes publicitaires et à l'audience, au détriment de l'indépendance de ces médias et de leur esprit public.

Ma question est donc la suivante : quel est votre point de vue sur la loi que nous avons adoptée il y a quelques années afin de définir les parts respectives des recettes publicitaires et des ressources publiques de France Télévisions. À quelle évolution devons-nous nous attendre selon vous ?

Il existe, en revanche, un domaine où vous avez parfaitement réussi : le verrouillage et le noyautage de l'audiovisuel public. Dans les couloirs on ne croise plus que des anciens membres de cabinets ministériels et des gens qui ont proclamé leur affinité avec l'UMP. Croyez-vous que ce soit bon au moment où nous avons, plus que jamais, besoin d'un audiovisuel public indépendant ?

Quel dommage, également, de laisser à l'abandon RFI dont le potentiel est pourtant extraordinaire. La radio est un média d'avenir, dont on connaît déjà la puissance en Afrique. Nous devons donc épauler RFI dans la période difficile qu'elle traverse.

S'agissant de la crise de la presse écrite, personne n'ignore les difficultés qui affectent *Libération*, mais nous devons aussi nous soucier de *L'Humanité* et de *France Soir* – c'est tout un modèle traditionnel de la presse écrite qui est aujourd'hui remis en cause. Notre démocratie a besoin d'une information diversifiée, pluraliste et vivante. À cause du développement des participations croisées, le nombre des acteurs de la presse écrite a diminué. Face aux défis technologiques de l'ère numérique c'est un véritable plan Marshall en faveur de la presse écrite qu'il faudrait lancer. Faute de quoi, nous ne communiquerons bientôt plus que par textos. Quelles sont, Monsieur le ministre, vos intentions en la matière.

**M. Patrick Braouezec** – Je partage l'inquiétude de mon collègue sur l'indépendance et la déontologie des médias. Je pense notamment à la médiatisation à outrance de certaines opérations policières sur les chaînes publiques, médiatisation qui a suscité de très vives réactions de la part du service international des journalistes. À deux reprises, des journalistes ont été presque convoqués pour assister à un déploiement des forces de l'ordre digne d'une fiction télévisée. Comme l'ont souligné certains policiers, cette médiatisation peut être contre-productive et la campagne de 2002 a démontré tous les dangers d'une telle politique spectacle. Pouvez-vous nous indiquer votre position à ce sujet, Monsieur le ministre ?

J'en viens aux inquiétudes du syndicat national des journalistes de Radio France face aux nouvelles coupes budgétaires qui ont été décidées. Pour la première fois, les journalistes de France Bleu, qui sont également les correspondants de France Inter et de France Info, devront réduire le volume des informations ! Les reportages des radios locales représentent pourtant la moitié du temps d'antenne pour l'information. Quelle catastrophe pour une radio de service public pendant une année électorale ! Je précise que cette situation a entraîné, le 26 septembre dernier, une grève sans précédent.

J'en viens à la TNT : un des articles du projet de loi que vous nous présenterez bientôt prévoit l'attribution d'un bonus aux chaînes historiques, M6, TF1 et Canal +, en échange d'un abandon rapide de la fréquence analogique. Un tel bonus n'est pas du goût des nouveaux entrants, AB Groupe, BFM TV, Bolloré et NRJ Group qui s'insurgent contre les risques de déstabilisation et de confiscation de la TNT. Les « indépendants » ont d'ailleurs adressé un courrier au Premier ministre, par lequel ils dénoncent vivement le renforcement de la « position dominante des trois groupes historiques ».

En quoi une telle compensation pourrait-elle se justifier, Monsieur le ministre, puisque les extinctions de l'analogique ne seront validées que dans l'hypothèse où « l'équipement des foyers aura atteint une proportion telle que ces éditeurs ne pâtiront pas d'un passage au tout numérique », et puisqu'un canal « bonus » a déjà été attribué aux trois chaînes historiques lors du lancement de la TNT ? Les inquiétudes sont grandes, Monsieur le ministre, notamment dans ma circonscription où de nombreux groupes sont implantés.

**M. Gilles Artigues** – Je m’inquiète, moi aussi, de la situation de la presse écrite. Nous souhaiterions la tenue rapide d’états généraux qui devraient également concerner la presse régionale, où certains regroupements n’ont pas tenu bon. Dans ma ville de Saint-Étienne, l’imprimerie du groupe *Le Progrès* est appelée à se fondre dans un ensemble plus vaste, sans doute au détriment de sa réactivité et du service fourni aux lecteurs. J’ajoute que ce secteur est menacé par l’arrivée sur le marché de quotidiens gratuits, d’abord à Paris et maintenant en province. Qu’en pensez-vous Monsieur le ministre ?

J’en viens à la création de la CII : pourquoi n’avez-vous pas saisi cette occasion pour rationaliser notre paysage audiovisuel extérieur, qu’il s’agisse de TV 5 Monde, de Canal France international ou de la radio en langue arabe de RMC, filiale de RFI ? Pourquoi ne pas avoir mutualisé les moyens actuellement disponibles ?

Il existe hélas bien d’autres interrogations, notamment sur les zones non couvertes par la TNT ou par Radio bleu – je pense par exemple à ma circonscription. Quelles mesures envisagez-vous, Monsieur le ministre, pour développer ces réseaux ? Sur quels critères vous appuieriez-vous ?

Autre sujet d’inquiétude : les centres de formation des apprentis, qui ne figurent pas dans ce projet de loi au motif qu’ils sont gérés par les chambres consulaires. Le groupe UDF a déposé un amendement d’un montant modique et compatible avec votre volonté de ne pas modifier l’assiette de la redevance.

Je souhaiterais enfin évoquer l’avenir des chaînes indépendantes sur le câble et le satellite qui ont été omises dans le projet de loi qui va venir en discussion devant le Sénat. Vous avez prévu des avantages pour les opérateurs analogiques, oubliant que les chaînes indépendantes placent elles aussi de grands espoirs dans les nouveaux modes de diffusion numérique. Elles n’ont pas été autorisées à exploiter la TNT nationale et leurs chances d’accéder à la TNT locale sont minces. Il y a pourtant du maintien du pluralisme.

**M. Jacques Myard** – Le français est un vecteur stratégique de notre influence, il est donc normal que nous nous appuyions sur lui ! Que pensez-vous donc de la diffusion par certains quotidiens nationaux de suppléments en langue étrangère ? Je pense notamment à un grand quotidien national... En avez-vous tenu compte dans l’attribution des aides à la presse ? Je vois mal pourquoi les pouvoirs publics se feraient le relais d’une influence étrangère.

**M. Henri Nayrou** – S’agissant des radios associatives le ministre a fait état d’une augmentation de 1,45 % du fonds de soutien à l’expression radiophonique mais est-il exact que le montant de la taxe sur laquelle le fonds est assis a crû de 8 % par an ? Où est passée la différence ? La Cour des comptes n’a pas manqué de pointer cette anomalie !

Est-il également exact que cette taxe ait rapporté 25,1 millions d’euros en 2005 alors que la commission chargée d’attribuer le fonds ne s’est prononcée que

sur 24,75 millions d'euros et que le budget 2006 faisait état de 23,75 millions d'euros ? Une fois encore, pourquoi une telle erreur ? Jugez-vous également normal que les professionnels demandent de leur côté une enveloppe globale de 28 millions ?

S'agissant de l'AFP quel est votre avis sur ses missions, ses moyens et son avenir ? Quel bilan dressez-vous du contrat d'objectifs et moyens signé en novembre 2003 ?

Comme nos collègues l'ont déjà souligné, la situation de la presse écrite est dramatique – le rapport Le Ridant de 2004 l'a bien montré ! Les ventes des quotidiens ont chuté de 2,1 % en 2005, et celles de magazines de 2,8 %. En 2006, la situation ne fait hélas que se dégrader encore : selon le *Financial Times*, Internet est déjà devenu le principal fournisseur d'informations pour les lecteurs européens.

En réponse, vous n'avez énoncé que quelques mesures de prévention, et vous vous êtes bornés à énoncer des chiffres. Votre budget ne s'élève qu'à 164,58 millions d'euros contre 172,33 l'an dernier, soit une baisse de 4,5 %. Vos mesures ne sont que des cautères sur une jambe de bois !

Répondons en effet aux quatre questions des journalistes de base : où, quand, comment, pourquoi ? Pourquoi ? Tout le monde le sait ! Et je n'y reviendrai pas. Comment ? Malgré le sabotage actuel de ce levier de la démocratie citoyenne, vous versez des aides à des entreprises privées qui ne font pas du pluralisme et de la liberté éditoriale l'une de leurs priorités. De même, où est l'équilibre entre l'interventionnisme de l'État, ce tonneau des Danaïdes, et le libéralisme qui incite à la concentration et aux arrangements entre actionnaires aux dépens de l'intérêt des lecteurs ? Où se trouvent les effets de levier ? Des aides ciblées ne seraient-elles pas plus efficaces qu'une aide générique à la modernisation, véritable supercherie budgétaire ? Quant aux contrats d'objectifs et de moyens, personne ne sait de quoi demain sera fait !

**M. le Ministre** – L'action que nous menons en faveur de la presse, Monsieur Mathus, mérite mieux qu'une caricature sommaire. Notre objectif, c'est le pluralisme. D'une semaine sur l'autre, selon les circonstances, la concentration est crainte ou souhaitée. Je crois comprendre que vous la souhaitez...

Le pluralisme sous-tend toutes les mesures d'aide publique. Ainsi, la multiplication des chaînes d'information avec la TNT est le fruit des décisions prises par ce gouvernement.

**M. Didier Mathus** – Vous n'y êtes pas pour grand-chose !

**M. le Ministre** – Si ! À l'époque, personne ne croyait que nous en serions capables, mais, à la lumière des expériences effectuées à l'étranger, nous avons permis le triplement du nombre de chaînes gratuites.

**M. Didier Mathus** – C’est la loi de 2000 qui l’a permis !

**M. le Ministre** – Aujourd’hui, les chaînes d’information sont en pleine effervescence. Nous devons en anticiper les évolutions, notamment numériques : c’est pourquoi j’ai demandé à M. Tessier d’évaluer et, au besoin, de critiquer les modes d’aide actuels. Loin de toute incantation, nous agissons ! Le projet de loi porte précisément sur les ressources et les investissements nécessaires, notamment dans la presse écrite.

À l’ère des nouvelles technologies, rien ne remplacera jamais la signature du journaliste : c’est lui qui, en respectant la déontologie, est le premier responsable de l’indépendance d’une publication et de la liberté d’expression.

**M. le Rapporteur spécial** – Très bien.

**M. le Ministre** – Je suis choqué que l’on puisse, en matière d’information, opposer l’audiovisuel public et privé. Chaque rédaction a son propre mode de fonctionnement ! Cela étant, l’audiovisuel public a certaines missions spécifiques. Vous nous reprochez d’être incapables d’en définir la stratégie. Au contraire : nous en accompagnons l’évolution et lui donnons les moyens d’accomplir sa mission. Quant à l’affectation des uns ou des autres à tel ou tel poste, la vie est faite de mouvement : en politique comme dans les médias, les gens changent de fonction au fil de leur carrière. L’essentiel, c’est le respect de l’indépendance de chacun.

Vous parlez de plan Marshall : nous avons en effet considérablement augmenté certaines aides. Dès que M. Tessier m’aura remis les conclusions de sa mission, j’ouvrirai une discussion avec l’ensemble de la presse, et le Parlement y sera associé.

Mon collègue de Bercy ira dans les jours prochains à Bruxelles défendre la baisse de la taxation des services d’information en ligne. C’est une mesure essentielle qui doit permettre à chaque rédaction d’adapter sa diffusion et sa rémunération à la révolution numérique.

M. Braouezec évoque le traitement de la violence dans les médias. Chaque journaliste en est individuellement responsable. Il y a le besoin légitime d’information, mais force est de reconnaître que l’image déclenche aussi parfois l’événement. C’est à chaque rédaction de respecter les principes élémentaires de la déontologie que je n’ai pas à rappeler : je ne suis pas un ministre de l’information !

**M. Patrick Braouezec** – Je faisais référence aux deux interventions policières qui ont eu lieu au petit matin aux Tarterêts et aux Mureaux en présence des caméras, alors que les maires n’étaient même pas avertis.

**M. le Ministre** – Chacun sait bien ici que la présence des caméras ne dépend pas de ceux qui sont filmés ! Les journalistes sont libres de traiter les sujets qu'ils veulent et de tendre leur micro en toute responsabilité.

En matière de TNT, c'est notre action qui a permis la multiplication des nouveaux entrants. Toutes les chaînes sont différentes et chacune a ses propres priorités budgétaires. Toutefois, des principes juridiques s'imposent. Ne dites donc pas n'importe quoi ! Si nous voulons être au rendez-vous du basculement numérique en 2011, certains ajustements sont nécessaires : c'est pourquoi le Conseil d'État exige que des contreparties soient données aux chaînes dont les durées d'autorisation sont réduites. Quant aux propositions des nouveaux entrants et des chaînes indépendantes, je les examinerai avec attention.

L'articulation de l'information nationale et locale est essentielle à l'attractivité des chaînes de Radio France, notamment France Bleue. M. Artigues évoque les états généraux ; je choisis l'action et l'anticipation. Pour aboutir à l'équilibre entre les chaînes locales et nationales, une négociation est en cours sur la modernisation sociale. Dans ce domaine complexe, c'est un préalable nécessaire à toute restructuration ou concours direct. Si nous sommes prêts à examiner toute proposition, nous veillons à agir. C'est pourquoi les crédits ont globalement augmenté. Les baisses de certaines lignes ne sont dues qu'à la non-consommation constatée au cours des années précédentes.

D'autre part nous anticipons l'évolution du comportement des consommateurs, en matière de journaux gratuits, par exemple, afin de savoir s'ils précèdent un achat ou s'ils s'y substituent. Je rends d'ailleurs hommage à toutes les rédactions, malgré les conflits qui peuvent exister entre les différents supports d'information.

Vous parlez de mutualisation ; j'ai employé le terme de synergie. Il est essentiel de créer des liens forts entre l'AFP, RFI et France 24. En outre, le rôle des chaînes indépendantes n'est pas à négliger – certaines d'entre elles seront d'ailleurs reçues au ministère.

Nous serons au rendez-vous de la haute définition : bien du retard a déjà été rattrapé. Comme pour le haut débit, notre structure administrative est ici un atout. Le Président de la République a tracé une feuille de route précise, et notre calendrier est semblable à celui de la Grande-Bretagne qui prépare son basculement pour 2012 : nous fixons cette échéance à novembre 2011. Le système est équivalent : un basculement région par région, en fonction des constatations locales, l'objectif étant qu'il n'y ait pas de fracture numérique.

J'étais il y a quelques jours en Corée, pays dont le système présente des similitudes avec le nôtre. En vue du basculement, la Corée a voté une loi pour interdire progressivement la fabrication de postes analogiques. Cela a beaucoup choqué les représentants de l'Ofcom, l'homologue britannique du CSA, avec qui j'ai eu l'occasion de m'en entretenir.

J'en viens à la question de Jacques Myard. Je n'ai pas à décider si un journal publie ou non un supplément...

**M. Jacques Myard** – Il en a le droit. Je m'interroge simplement sur le fait que nous, contribuables, aidions à la propagation d'une culture qui n'est pas la nôtre.

**M. le Ministre** – Il n'y a pas de raison de modifier le système des aides directes à la presse parce qu'un journal, en l'occurrence *Le Monde*, décide de publier en encart un extrait d'un journal étranger.

**M. Jacques Myard** – Bien sûr que si !

**M. le Président de la commission** – Tout le monde a bien compris la question de M. Myard, mais il n'est pas sûr qu'elle soit partagée.

**M. Jacques Myard** – On enfoncera le clou !

**M. le Ministre** – M. Nayrou a évoqué les radios associatives, auxquelles j'attache une grande importance. Le montant prévisionnel du produit de la taxe alimentant le FSER est fixé à 24,1 millions d'euros contre 23,75 millions en 2006. Il sera réparti entre près de 600 radios associatives qui remplissent une mission sociale de proximité et occupent une place particulière dans notre paysage radiophonique. J'ai assisté à leur congrès il y a quelques semaines en Charente. Le principe de leur indépendance et de l'automatisme des aides est important. Une réforme a été conduite pour améliorer leur fonctionnement et optimiser l'utilisation de leurs ressources, en préservant l'équilibre général du système. Un grand nombre de problèmes administratifs et financiers, comme les retards de versement, sont aujourd'hui réglés.

J'en viens à l'AFP. En dépit des défis et des difficultés, l'AFP est l'une des trois premières agences de presse mondiales. C'est un atout pour le rayonnement de la France et pour le pluralisme de l'information dans le monde. Allez donc au siège de l'AFP quand un événement international important se produit, et regardez le nombre de journaux qui reprennent ses informations : l'AFP est véritablement une entreprise mondiale. Nous nous sommes engagés sur l'évolution de nos abonnements jusqu'en 2007 dans le cadre d'un COM qui a été signé le 20 novembre 2003. Une nouvelle augmentation des abonnements de l'État à l'AFP est prévue en 2007 : ces derniers s'élèvent à plus de 109 millions d'euros, soit une hausse de 1,6 %.

L'AFP cherche à se positionner sur les marchés de la vidéo et du multimédia. Nous signerons donc un avenant. Cautère sur une jambe de bois, je vous laisse la responsabilité du propos. J'ai moi aussi la passion du pluralisme. Il y a des défis, il faut agir avec subtilité pour régler les problèmes. Je pense aux quotidiens à faibles ressources publicitaires, comme *La Croix* ou *L'Humanité*, pour laquelle des dispositions spécifiques ont été prises. Des discussions sont en cours sur l'avenir de *Libération*. C'est essentiel, car il s'agit du pluralisme de la

presse. Si vous votez ce PLF, des mesures nouvelles pourront être consacrées à des financements supplémentaires pour *Libération* ou d'autres organes de presse. Sans interférer dans les négociations, je souhaite que l'avenir de ce quotidien soit assuré.

**M. le Rapporteur pour avis** – Depuis hier, la Roumanie, qui vient d'accueillir le sommet de la francophonie, ne reçoit plus TV5 monde. Il y a eu rupture de contrat avec le satellite Astra. Quel est votre sentiment là-dessus ?

**M. le Ministre** – Je vais voir comment y remédier. La diffusion extérieure s'opère par le câble et le satellite. Internet peut pallier des exclusions, mais ce n'est évidemment pas une réponse suffisante. Je vais regarder comment nous pouvons veiller à la diffusion par satellite.

**M. le Président de la commission** – Je remercie le ministre, et je salue l'effort personnel qui est le sien pour assurer les moyens du pluralisme.

Je fais mien le souhait de mes collègues de promouvoir les synergies, ainsi qu'une mutualisation des moyens et une simplification des structures partout où cela est possible. Je remercie la presse, les rapporteurs et les intervenants.



## II. EXAMEN DES CRÉDITS

A l'issue de l'audition de M. Renaud Donnedieu de Vabres, ministre de la culture et de la communication, la commission des affaires culturelles, familiales et sociales a examiné pour avis, sur le rapport de **Mme Chantal Bourragué**, les crédits de la mission « Médias », au cours de sa séance du jeudi 2 novembre 2006.

### *Article additionnel après l'article 63*

#### **Exonération du paiement de la redevance pour les centres de formation des apprentis (CFA)**

La commission a examiné en discussion commune deux amendements de M. Gilles Artigues et M. Dominique Richard visant à placer les centres de formation des apprentis hors du champ d'application de la législation relative à la redevance.

**M. Gilles Artigues** a relevé que les établissements d'enseignement publics ou privés sous contrat d'association avec l'Etat ne sont pas soumis à la redevance, alors que les centres de formation le sont.

**M. Dominique Richard, président**, a déclaré se rallier à la rédaction proposée par M. Gilles Artigues et a donc *retiré* son amendement.

**Mme Chantal Bourragué, rapporteure**, a donné un avis favorable à l'amendement estimant qu'il est incohérent de maintenir un traitement différencié entre l'éducation nationale et les CFA à l'heure où le gouvernement revalorise l'apprentissage.

La commission a *adopté* l'amendement.

### *Après l'article 63*

Indiquant que cette mesure relevait principalement du domaine réglementaire et que le ministre a apporté des éclaircissements sur ce thème, **M. Dominique Richard, président**, a *retiré* un amendement visant à ce que la détention de tout terminal fixe ou mobile permettant la réception d'un service de télévision donne lieu à la perception de la redevance.

Puis, conformément aux conclusions de la rapporteure, la commission a donné *un avis favorable* à l'adoption des crédits pour 2007 de la mission « Médias ».



## ANNEXE 1

### LISTE DES PERSONNES AUDITIONNÉES

*(par ordre chronologique)*

- **Arte France** – M. Jean Rozat, directeur général, et Mme Muriel Guidoni, déléguée générale aux relations institutionnelles
- **France 3 Aquitaine** – M. Jean-Pierre Bertrand, directeur régional, M. Pascal Auroux, directeur des ressources humaines, M. Olivier Loubet, rédacteur en chef, et M. Jean-Claude Morand, responsable financier
- **France Télévisions :**
  - M. Patrick de Carolis, président-directeur général
  - Mme Geneviève Giard, directrice générale de France 3
  
  - M. Jean-Marc Dubois, directeur des programmes régionaux de France 3
  - M. Paul Nahon, directeur de la rédaction nationale de France 3
  - M. Joël Dupont, directeur d’info-vidéo 3
  
  - M. Patrice Christophe, syndicat SURT/CFDT
  - M. Jean-François Tealdi, syndicat SNJ/CGT
  - M. Nuno Marcal, syndicat SNPCA/CGC
  - M. Christian Galli, syndicat SPC/CGC
  - M. Alain Puissant, syndicat SNFORT
  - M. Jean Lemesle-Corneille, syndicat SUD
  - M. Marc Chauvelot, syndicat SNRT/CGT
  - M. Jean-Marc Pitte, président de la société des journalistes de France Télévisions.
  
  - M. Eric Stemmlen, directeur de l’harmonisation des programmes
  - M. Philippe Nicolas, directeur financier du groupe
  - M. Claude Esclatine, directeur délégué
  - M. Roger Gicquel, directeur général adjoint de France 3 en charge des ressources
  - M. Hervé Brusini, directeur délégué à l’information pour France 3
  - Mme Catherine Bazin, chargée de communication pour le secteur information de France 3
- **Syndicat des réalisateurs et créateurs du cinéma, de la télévision et de l’audiovisuel** – M. Jacques Rutman, secrétaire général
- **Syndicat de la presse quotidienne régionale** – M. Bruno Hocquart de Turtot, directeur général, et Mme Haude d’Arcourt, conseillère, chargée des relations avec les pouvoirs publics

- **Astra France** – M. Nick Stubbs, directeur général
- **Radio France** – M. Jean-Paul Cluzel, président, M. Olivier Morel-Maroger, adjoint du secrétaire général, et M. Martin Ajdari, directeur général délégué

## ANNEXE 2

### LES ANTENNES RÉGIONALES

Antennes	Nombre de BRI *	Nombre de locales	Budget (en M€)	Personnels (équivalents temps plein)		Partenariats
				permanent	Non permanent	
<b>Alsace</b>	1	3	22,46	166,5	62,3	Avec la région Alsace : demande de reconduction des aides apportées en 2005 pour la captation de pièces de théâtre en alsacien.
<b>Aquitaine</b>	1	4	25,50	202,2	62,5	Avec la région Aquitaine : convention signée en 2005 pour un développement de programmes valorisant l'activité économique, le patrimoine et les langues régionales. Aide accordée pour les années 2005, 2006 et 2007.
<b>Bourgogne Franche Comté</b>	2		27,43	214	56,8	Avec la région Franche-Comté : convention pour une action de communication relative à l'émission décentralisée « Ça manque pas d'air ».  Avec l'Union européenne : demande d'aide à la réalisation de l'émission « Grandeur nature » (programme Natura 200).
<b>Corse</b>	1	1	23,31	170,9	60,3	Avec l'Etat et la collectivité territoriale de Corse : Convention tripartite d'objectifs et de moyens de la chaîne par satellite « France 3 Corse Via Stella » (1 <sup>er</sup> septembre 2006 au 31 août 2009)
<b>Limousin Poitou-Charentes</b>	2	4	29,65	240,2	73,8	Avec la région Limousin : aide à la réalisation d'émissions consacrées « au savoir faire et à la transmission ».  Avec la ville de Limoges : subvention pour la réalisation d'une série consacrée à la manifestation « Lire à Limoges ».  Avec la région Poitou-Charentes : aide à la réalisation d'une série d'émissions sur la vie culturelle dans la région.
<b>Lorraine Champagne-Ardenne</b>	2	3	29,49	245,2	78,8	Avec le département de la Meuse et la ville de Bar-le-Duc : aides à la rénovation du bureau permanent de Bar-le-Duc.  Avec la communauté d'agglomération de Thionville : Bureau de Thionville + opération TGV.  Avec la ville de Saint-Dizier : aide à la réalisation d'émissions « Semaine spéciale Rafale ».

<b>Méditerranée</b>	2	3	38,77	273,7	103,8	Avec la région PACA : aide à la réalisation d'émissions à caractère culturel pour la période 2005-2007.
<b>Nord-Pas de Calais Picardie</b>	2	2	32,46	257	102,1	Pas de partenariat avec les collectivités territoriales en 2006.
<b>Normandie</b>	2	1	25,79	205,2	75	Pas de partenariat avec les collectivités territoriales en 2006.
<b>Ouest</b>	2	4	37,07	251,2	92,7	Avec la région Bretagne : aide à la réalisation d'émission en langue bretonne. Dans le cadre du pôle de compétitivité « Images et réseaux » : participation à la conception de nouveaux services de télévision sur terminaux mobiles.
<b>Paris Ile-de-France Centre</b>	2	3	36,69	285,3	102	Avec la région Centre : aide à la réalisation de documentaires diffusés en 2005 et 2006.
<b>Rhône-Alpes Auvergne</b>	3	4	40,54	317,2	97,9	Avec la région Rhône-Alpes pour la réalisation de cinq émissions en 2006 « Questions d'actualité au conseil régional de Rhône-Alpes ». Avec le département de la Savoie, la ville de Chambéry et Chambéry Métropole pour la création d'un bureau décentralisé à Chambéry. Avec le département de l'Ain et la communauté d'agglomération de Bourg-en-Bresse pour la création d'un bureau décentralisé à Bourg-en-Bresse. Avec la région Rhône-Alpes pour « Le journal des festivals ». Avec l'agence régional du développement des territoires d'Auvergne pour des « Portraits d'Auvergnats ». Avec la ville de Saint-Étienne pour une aide à la production d'une opération exceptionnelle « Biennale du design ».
<b>Sud</b>	2	6	35,98	292,6	107	Avec la région Midi-Pyrénées : aide à la création de nouveaux bureaux permanents à Millau et à Foix et d'un point d'injection dans le Gers. En discussion avec la ville de Carcassonne pour le déménagement du bureau décentralisé.

Source : France Télévisions.

\* Bureaux régionaux d'information