



ASSEMBLÉE NATIONALE

COMMISSION DES AFFAIRES CULTURELLES, FAMILIALES ET SOCIALES

COMPTE RENDU N° 74 *(Application de l'article 46 du Règlement)*

Mardi 19 septembre 2006
(Séance de 15 heures)

*Coprésidence de M. Jean-Michel Dubernard, président,
et de M. Jean-Jacques Descamps, vice-président de la commission des finances*

SOMMAIRE

	pages
– Audition, ouverte à la presse, commune avec la commission des finances, de M. Patrick de Carolis, président-directeur général de France Télévisions, sur l'exécution du contrat d'objectifs et de moyens de France Télévisions	2

La commission a procédé à l'audition, ouverte à la presse, commune avec la commission des finances, de **M. Patrick de Carolis, président-directeur général de France Télévisions**, sur l'exécution du contrat d'objectifs et de moyens de France Télévisions.

Le président Jean-Michel Dubernard, après avoir indiqué que M. Pierre Méhaignerie, président de la commission des finances, retenu, ne peut assister à l'audition et qu'il est représenté par M. Jean-Jacques Descamps, a souhaité la bienvenue à M. Patrick de Carolis, président-directeur général de France Télévisions, accompagné de M. Patrice Duhamel, directeur général chargé des antennes, du développement et de la diversification, M. Thierry Bert, directeur général chargé de la gestion, des finances et des ressources humaines, M. Philippe Baudillon, directeur général de France 2, Mme Geneviève Giard, directrice générale de France 3, et Mme Hayet Zeggar, directrice générale de France 4, M. Claude-Yves Robin, directeur général de France 5, M. François Guilbeau, directeur général de RFO et de France Ô, et M. Philippe Santini, directeur général de France Télévisions Publicité.

Chaque année, le président de France Télévisions vient présenter aux deux commissions des affaires culturelles et des finances l'exécution du contrat d'objectifs et de moyens sur l'année précédente, conformément aux dispositions de l'article 53 de la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication. Le contrat actuellement en vigueur a été signé le 20 décembre 2001 et il couvre la période 2001-2005. L'heure est donc venue d'en faire le bilan d'exécution complet et la représentation nationale sera à l'écoute de toute proposition d'amélioration de ce dispositif.

M. Patrick de Carolis, président-directeur général de France Télévisions, s'est dit heureux de présenter à nouveau, en compagnie de tout l'état-major de France Télévisions, devant les deux commissions réunies, le bilan d'exécution du contrat d'objectif de France Télévisions, un an après sa première audition.

L'un des premiers engagements pris l'an dernier était de rendre, le plus rapidement possible, l'ensemble du groupe ouvert et transparent. La transparence signifie, bien évidemment, de rencontrer les parlementaires tout au long de l'année et c'est ce que les dirigeants du groupe continueront à faire en 2007. L'ouverture et la transparence, c'est aussi ce que France Télévisions s'efforce de donner aux téléspectateurs, à travers ses grands forums mensuels en région. Il est le seul groupe audiovisuel français à conduire cette politique de dialogue avec le public qui est considéré comme un actionnaire et les partenaires particuliers. Le week-end dernier encore, à l'occasion des journées du patrimoine, à Paris et en région, y compris en outre-mer, 15 000 Français sont venus s'intéresser aux savoir-faire de la télévision publique.

Si la présente audition est consacrée aux résultats de l'année 2005, il est utile d'aborder un certain nombre de sujets stratégiques pour l'avenir de France Télévisions et revenir plus particulièrement, même si, bien entendu, la gestion pour l'ensemble de cet exercice comptable est assumée, sur les décisions qui ont été prises depuis août 2005, date d'entrée en fonction du nouveau président de France Télévisions.

Depuis la rentrée 2005, toutes les décisions ont été prises dans le seul objectif de constituer un groupe audiovisuel fort, pour placer France Télévisions en position favorable lors du basculement au tout numérique à l'horizon 2011. Il s'agit en effet du premier groupe audiovisuel à avoir anticipé l'arrivée du numérique, tant dans son organisation que dans ses contenus, parce qu'il a l'ambition d'être et de rester le premier bouquet de chaînes gratuites de la télévision numérique terrestre (TNT). À l'heure où les grands groupes audiovisuels privés

se réorganisent et se renforcent – TF1 mais aussi Lagardère – et où le paysage audiovisuel est en pleine recomposition, en particulier avec la fusion entre CanalSatellite et TPS, l'organisation et le renforcement du groupe France Télévisions constituent l'enjeu majeur des prochaines années.

L'année 2005 s'est caractérisée notamment par deux inflexions majeures.

S'agissant tout d'abord des programmes et de l'information, sous l'autorité de Patrice Duhamel et des responsables de l'information et des programmes des chaînes, le virage éditorial et la nouvelle politique de coordination et d'harmonisation ont permis d'additionner les forces des antennes plutôt que de les opposer, comme c'était malheureusement trop souvent le cas depuis des décennies. Ces décisions ont permis d'améliorer la qualité des antennes et de stopper l'érosion des audiences constatée au premier semestre 2005.

En ce qui concerne la gestion, sous l'autorité de Thierry Bert, il s'est agi de lancer un audit de grande ampleur et de prendre les premières mesures qui s'imposaient : un plan d'économies a ainsi été engagé dès le mois de septembre 2005 pour redresser les comptes de France 3, afin de compenser une baisse des recettes publicitaires de plus de 15,5 millions d'euros. C'est notamment grâce à ces efforts que le groupe a pu tenir ses objectifs financiers en 2005.

En 2006, la stratégie de groupe est entrée dans une phase plus opérationnelle encore, tant en matière de programmes que de gestion.

Être un groupe fort, c'est d'abord avoir une offre de programmes séduisante et diversifiée, en assumant pleinement les missions de service public. Pour cela, le pari a été fait de l'audace et de l'innovation, avec un effort sans précédent pour la création, qui bénéficiera de 22,6 millions d'euros de plus dès 2006. Au total, ce sont 100 millions d'euros supplémentaires qui seront engagés sur cinq ans, portant ainsi l'effort financier pour la création à 365 millions par an, soit un million d'euros par jour.

France Télévisions a résolument tourné le dos à certaines pratiques très anciennes sur le service public, en refusant tout formatage et la location de ses grilles par appartement : le chiffre d'affaires des animateurs producteurs reculera de plus de 10 % cette saison. La parole donnée a donc été tenue, de même que sera tenu l'engagement, répété à plusieurs reprises, de ne jamais faire de télé-réalité sur les antennes du service public.

Ces premiers engagements se concrétisent dans une grille de rentrée 2006 remaniée à plus de 20 %, qui comporte de nouveaux rendez-vous phares, dont la plupart sont déjà à l'antenne et sont accueillis avec succès par les téléspectateurs. La grille de rentrée continue à être déployée tout au long du mois de septembre : ainsi, une nouvelle émission régionale de service et de proximité a été lancée hier et un nouveau magazine culturel quotidien présenté par Frédéric Taddeï sera diffusé à partir de lundi prochain à 22 heures 40 sur France 3 ; c'est une vraie révolution !

Pour constituer un groupe plus fort, mieux intégré, il faut aussi moderniser et mobiliser les outils de gestion, et c'est ce que le groupe s'attache à faire en tissant des liens entre les chaînes, en développant des outils de gestion communs, en clarifiant ses procédures et ses circuits de décision.

Beaucoup de chantiers sont ouverts : en matière sociale, la mobilité entre les filiales du groupe est une priorité ; en matière organisationnelle, c'est le projet de charte d'organisation du groupe, sans compter tous les outils de gestion qui seront bientôt déployés

(système de contrôle de gestion intégré, tableau de bord unique pour le groupe, comité d'achats des programmes du groupe, *etc.*). Tous ces chantiers sont nécessaires pour dégager des économies de gestion afin de réinjecter ces sommes dans les programmes. Il est capital que France Télévisions soit accompagnée et soutenue dans ce plan de développement. Le gouvernement a validé la stratégie du groupe pour 2007 en proposant d'augmenter la ressource publique allouée à France Télévisions de 2,5%. C'est une première étape ; il faudra en franchir beaucoup d'autres pour se projeter au-delà de 2007 et relever tous les défis, en particulier dans le domaine de la haute définition dans lequel le groupe a été précurseur.

Cela amène notamment à se demander quelle est l'ambition du gouvernement et du Parlement pour le service public audiovisuel. Le service public a un rôle spécifique et exceptionnel à jouer dans un univers audiovisuel en pleine transformation, celui de lien social. Qui, à part le service public, consacre autant d'espace au décryptage des enjeux des débats de société ? France Télévisions, lieu par excellence de ces débats, y consacre, avec ses rédactions, ses magazines et l'ensemble de ses émissions, beaucoup de temps et de professionnalisme. Ce sera naturellement le cas pour les élections de 2007 grâce aux rédactions nationales, mais aussi en régions avec une nouvelle émission, *La voix est libre*, sur France 3.

Le développement de la TNT et des nouveaux modes de diffusion est évidemment souhaitable mais il risque de s'accompagner d'un effet pervers qui est de segmenter le public. Or le service public est là pour le rassembler. C'est cela qui fonde sa stratégie de premier bouquet gratuit de la TNT, lieu où le public se rassemble.

Mais cela suppose d'offrir une diversité et une qualité de contenus suffisantes : fiction, culture et débat, qui font partie des priorités, mais aussi divertissement et surtout sport et cinéma, dont les prix s'envolent sous l'effet de la concurrence. En fait, l'écart entre la capacité d'investissement des groupes privés et celle de France Télévisions s'accroît, tant en matière d'investissement dans les programmes que de nouvelles technologies.

Pour rassembler, il faut aussi s'adapter aux nouveaux modes de consommation. La force du groupe réside dans sa capacité à décliner ses cinq chaînes sur tous les supports, pour tous les téléspectateurs, avec de nouveaux services innovants. Pour continuer à jouer pleinement son rôle de service public, il a donc besoin d'être accompagné et soutenu par son actionnaire.

Ce soutien doit prendre la forme d'un contrat d'objectifs et de moyens équilibré. Il doit tout d'abord comporter un socle de ressources publiques suffisant pour faire face aux missions et permettre la diversité de l'offre. Cet effort est estimé à 3 % par an en moyenne, en contrepartie bien sûr d'engagements stricts de France Télévisions en matière de synergies et de qualité des programmes.

Soutenir le service public, c'est aussi lui donner les moyens de son propre développement, ce qui signifie lui permettre d'augmenter ses ressources propres. C'est également être vigilant contre toute tentative visant à limiter son périmètre. À l'heure où le Parlement est appelé à statuer sur l'avenir de l'audiovisuel, à fixer les règles du nouvel univers numérique, France Télévisions est totalement mobilisée pour montrer qu'un service public peut être attractif, moderne et bien géré. C'est l'ambition de son président, qui est aussi convaincu que c'est également la crainte de ses concurrents privés.

Avec la première phase du développement de la TNT, les positions du service public ont été affaiblies puisqu'il est passé de trois chaînes sur six dans l'univers hertzien terrestre analogique à quatre chaînes sur dix-huit dans l'univers numérique. Pour la deuxième phase, il

faut que ses positions soient confortées lorsqu'il s'agira de répartir le dividende numérique, pour lui donner toutes les chances de se développer et de continuer à exercer pleinement ses missions de service public.

Le président Jean-Michel Dubernard s'est réjoui de constater que l'élan que le président Patrick de Carolis souhaitait donner au service public est toujours aussi présent dans son discours. Il s'est également félicité que celui-ci ait souligné à juste titre le rôle très important de lien social que joue le service public. Chacun ici est attaché à cette idée et est prêt à soutenir les efforts du groupe France Télévisions pour que cette dimension soit présente dans son projet.

Dans la mesure où France Télévisions doit signer avec sa tutelle, d'ici à la fin de l'année, son prochain contrat d'objectifs et de moyens pour la période 2006-2010, il serait utile de savoir où en sont les négociations et s'il existe des points d'achoppement.

Par ailleurs, comme l'a relevé le président de France Télévisions, l'audience des chaînes du groupe tend à s'éroder, à l'exception de France 5 dont la progression est remarquable. Ainsi, le cumul des parts d'audience annuelles de l'ensemble de ses chaînes est passé de 40,5 % en 1999 à 38,7 % en 2004 et 37,6 % en 2005, même si l'on note un redressement à partir du dernier trimestre 2005. Peut-on expliquer ce phénomène ? L'accent mis, à juste titre, sur les programmes culturels, dans le cadre du « virage stratégique et éditorial » a-t-il permis de séduire davantage de téléspectateurs ? Et, dans le cadre de ce changement qualitatif de stratégie éditoriale, pourquoi avoir maintenu la diffusion de séries américaines en première partie de soirée le dimanche soir ?

En raison de la croissance du nombre de chaînes gratuites et des évolutions des comportements de consommation, sans doute la part d'audience des chaînes hertziennes historiques continuera-t-elle à s'éroder inexorablement. Il serait donc intéressant de savoir si le baromètre qualitatif permet de mesurer les progrès réalisés qu'il s'agisse du nombre et de la diversité des téléspectateurs mais aussi de la satisfaction de toutes les catégories de public vis-à-vis de l'offre du groupe France Télévisions.

Enfin, alors que la commission des affaires culturelles, familiales et sociales va commencer l'examen du projet de loi pour le développement de la participation et de l'actionnariat salarié, il serait intéressant que le président de France Télévisions dise un mot du dispositif d'intéressement aux résultats qu'il entend mettre en place.

M. Jean-Jacques Descamps, vice-président de la commission des finances, a interrogé M. Patrick de Carolis sur le financement de France Télévisions. Il a pris acte du fait que le groupe avait tenu ses objectifs financiers pour 2005 et réalisé des économies sur les frais de structures afin d'opérer des transferts vers son cœur de métier, c'est-à-dire la création. Quelques préoccupations subsistent néanmoins.

S'agissant des dépenses, se pose le problème du coût de la double diffusion, analogique et numérique, que le groupe va de plus en plus subir. Compte tenu du coût croissant de certains postes, en particulier des retransmissions de sports, on peut se demander ce qui ira aux programmes et à la création.

En ce qui concerne les recettes, le Parlement a adopté l'an dernier une réforme de la redevance et il serait intéressant de savoir quel jugement le groupe France Télévisions, auquel sont destinés 1,83 des 2,66 milliards de recettes prévisionnelles 2006, porte sur sa première année de mise en œuvre. Le système des exonérations semble par ailleurs de plus en plus complexe et l'on peut se demander si les remboursements prévus sont effectifs. Enfin, se pose

la question, dont la presse s'est fait l'écho à plusieurs reprises, de l'évolution de l'assiette de la redevance.

Mme Chantal Bourragué a demandé comment France Télévisions entendait réagir à la fusion entre CanalSatellite et TPS. Ce nouvel environnement aura-t-il des conséquences sur sa capacité d'achat de programmes ?

D'autre part, l'existence de deux directions générales à la holding, l'une en charge de la gestion et l'autre des programmes et du développement, ne crée-t-elle pas un risque de dilution des responsabilités, voire de désresponsabilisation des équipes du fait d'une direction très centralisée ? Et peut-on en savoir davantage sur le futur dispositif de prévention des conflits qui vient d'être annoncé ?

Que va-t-il être décidé, par ailleurs, pour les journaux de nuit ?

S'agissant du million d'euros que France Télévisions va consacrer chaque jour à la création d'œuvres françaises, quels sont les critères de répartition entre les types d'œuvre et, surtout, entre les chaînes ?

La nouvelle grille de rentrée de France 3 permettra-t-elle de mettre fin à l'érosion de l'audience de cette chaîne ? Quelles réformes sont envisagées pour la filière de production, notamment avec ses cars-régie, de France 3 ? Comment les antennes régionales vont-elles participer à la production de programmes nationaux ? Envisage-t-on d'améliorer la coopération entre la production nationale et la production régionale ? Où en sont, en cette période préélectorale, les partenariats avec les collectivités locales et les télévisions locales ? Comment, enfin, France 3 envisage-t-elle de faire face à la concurrence des chaînes locales ?

M. Gilles Carrez, rapporteur général de la commission des finances, a reconnu qu'en matière de diffusion de spectacles vivants et de programmes culturels, les objectifs ont été dépassés en 2005, mais s'est demandé, en étendant la question aux fictions, si ce rythme est soutenable à moyen terme. La retransmission des événements sportifs a par ailleurs nettement régressé entre 2004 et 2005, et la situation ne sera pas meilleure en 2006. Ainsi, France Télévisions n'a pas retransmis la coupe du monde de football.

Enfin, si France 3 développe ses programmes régionaux, cette offre est-elle calibrée en termes de coûts et d'audience, et où en est la réforme annoncée de la filière de production de France 3 ?

M. Patrick de Carolis, président-directeur général de France Télévisions, s'est dit prêt à signer le contrat d'objectifs et de moyens dans les délais les plus brefs, à condition qu'il profite à France Télévisions et lui permette de relever les défis de l'avenir, notamment celui de la haute définition.

L'Etat actionnaire, en accordant à France Télévisions une augmentation de 2,5%, a validé sa stratégie et lui a témoigné sa confiance. Cela étant, de nombreux défis restent à relever. Le président Jean-Michel Dubernard a parlé de points d'achoppement ; on peut évoquer trois dossiers majeurs. Il y a tout d'abord le télétextage qui devra être d'ici 2010 en conformité avec les dispositions sur les sourds et les malentendants de la loi du 11 février 2005. Parce qu'il s'agit là d'un chantier de solidarité nationale au coût très élevé, l'Etat doit accompagner cet effort : en 2010, les dépenses de télétextage atteindront 63 millions d'euros.

Par ailleurs, France Télévisions s'interroge beaucoup sur RFO qui a rejoint le groupe voici un an et demi et a été sous-capitalisé. Une aide est nécessaire pour que les mesures de bonne gestion soient efficaces.

Enfin, la haute définition est un chantier considérable. L'outil a commencé d'être modernisé, et ce sur le budget de France Télévisions, mais l'entreprise a besoin aujourd'hui d'une aide globale car c'est toute la filière qui doit être mise en haute-définition. Dès l'an prochain, le Tour de France sera capté dans cette norme ; c'est un pari technique considérable.

France Télévisions s'est toujours inquiétée du danger pour le service public représenté par la fusion de CanalSat et TPS, et a voulu que l'Etat actionnaire en prenne conscience. C'est ainsi que CanalSat a obtenu la diffusion du championnat de football de Ligue 1 pour 600 millions d'euros par an, et le fait de ne plus avoir de concurrents lui permet forcément de faire des économies et dégager des moyens supplémentaires pour ses futurs contrats : or 15 % d'économie sur 600 millions représentent 90 millions, soit une somme supérieure au montant des droits sportifs payés par France Télévisions. Il faut faire attention à l'écart croissant entre les moyens financiers des opérateurs privés et une redevance au produit instable, qu'il faut absolument consolider.

Le président Jean-Michel Dubernard a demandé si les 63 millions d'euros dont il vient d'être fait état bénéficieraient uniquement aux malentendants.

M. Patrick de Carolis, président-directeur général de France Télévisions, a répondu que tel serait bien le cas à partir de 2010. D'ici là, il faudrait, pour monter en puissance, dépenser plus de 160 millions d'euros, mais France Télévisions ne les a pas.

Le président Jean-Michel Dubernard a insisté pour que l'on prenne en compte cette dimension.

M. Patrick de Carolis, président-directeur général de France Télévisions, a dit souhaiter par ailleurs basculer le plus rapidement possible dans l'univers numérique car France Télévisions paie aujourd'hui non seulement la facture de la diffusion analogique – 192 millions d'euros par an –, mais aussi celle du numérique, qui ne cesse d'augmenter puisque la couverture TNT s'étend et qui porte le coût total de diffusion hertzienne terrestre des services à 230 à 240 millions d'euros. Le jour où la diffusion sera entièrement numérique, le groupe réalisera beaucoup d'économies, mais pour l'instant il avance étape par étape.

M. Thierry Bert, directeur général chargé de la gestion, des finances et des ressources humaines de France Télévisions, a précisé, s'agissant de la négociation du contrat d'objectifs et de moyens, que les sujets ont été bien circonscris, mais qu'il est plus difficile d'envisager l'avenir du fait de la rapidité des mutations technologiques.

S'agissant de la diffusion, les chaînes sont actuellement en diffusion analogique, ce qui coûte 192 millions d'euros par an. La diffusion numérique coûtera, par exemple à France 3, cette année environ 14 millions de plus que l'an dernier – 11 millions pour la diffusion numérique terrestre et 3 millions pour la diffusion satellitaire, qui est appelé à doubler par la suite. Ces sommes, ajoutées à celles de la diffusion analogique, pèsent lourdement. Le coût de la diffusion en numérique terrestre est estimé à 43 millions d'euros par an, et celui de la diffusion satellitaire à 6 ou 7 millions par an. Une cinquantaine de millions s'ajoute donc chaque année au coût de la diffusion analogique.

La solution consiste à remplacer la diffusion en mode analogique par une diffusion en mode numérique complétée par une diffusion satellitaire, mais il n'est pas possible

d'installer des antennes paraboliques partout, notamment dans l'habitat collectif ou près des sites classés. On ne sait pas, en outre, combien coûtera la diffusion sur portable, dite « télévision numérique personnelle », car elle nécessitera un certain nombre de signaux supplémentaires.

La solution réside dans le *switch over*. Il faudrait parvenir à équiper, soit de décodeurs numériques, soit d'antennes paraboliques assorties à des décodeurs, tous les foyers d'une région et basculer ensuite de l'analogique au numérique avec pour objectif de couvrir, à terme, 97 ou 98 % de la population. Les opérateurs devront agir tous ensemble afin que les positions concurrentielles des différentes chaînes ne soient pas perturbées. C'est pourquoi France Télévisions a sensibilisé la commission sur le dividende numérique, qui est présidée par M. Jean-Michel Hubert. Mieux vaut équiper complètement trois ou quatre zones que les quatre-cinquièmes de l'ensemble du territoire ; cette dernière option prolongerait indéfiniment la double diffusion.

S'agissant des sourds et des malentendants, des progrès importants sont réalisés, mais plus l'on sous-titre d'émissions en direct ou de débats, plus le sous-titrage coûte cher. Sous-titrer une émission de stock coûte environ 15 euros la minute, sous-titrer une émission de flux en coûte 45, car il faut faire répéter le texte dans un local phoniquement isolé par une personne dont un ordinateur reconnaît la voix. En dehors de la vélotypie, qui fonctionne assez mal, il n'existe pas d'autre moyen. Les chaînes privées y arrivent, paraît-il. Certes, mais outre qu'elles diffusent beaucoup moins de débats ou de directs, elles diffusent chacune 7 700 heures de programmes, contre 40 000 pour France Télévisions. Il faudrait examiner quelle part de ces 40 000 heures la redevance doit financer.

La baisse de l'audience est inéluctable. Plus les techniques évolueront, plus les autres télévisions prendront de la place. L'une des difficultés du contrat d'objectifs et de moyens de France Télévisions sera de s'entendre avec l'Etat sur une prévision réaliste des ressources publicitaires, ce qui aura des conséquences au plan de la redevance, si l'on veut maintenir la qualité des programmes.

Enfin, France Télévisions devra réaliser des économies de fonctionnement et, partant, des économies de structures. Or, les restructurations, surtout géographiques, sont toujours délicates. Elles devront être opérées dans le calme, sans drame, après avoir convenu avec l'actionnaire de ce qu'il faut entendre par économies, et en sachant que les économies sur les simples frais de fonctionnement ne peuvent pas être très importantes. Ainsi, l'ensemble des frais généraux représente 180 millions d'euros sur un budget de trois milliards. Il faudra donc mettre en place des synergies au niveau des rédactions, des personnels, de l'organisation du travail, des formations ; une « université France Télévisions » sera créée afin d'unifier celle-ci.

Le président Jean-Michel Dubernard a demandé si la participation et l'intéressement se mettaient en place à France Télévisions.

M. Patrick de Carolis, président-directeur général de France Télévisions, a répondu que le dispositif d'intéressement aux résultats est très important pour le groupe, et que les salariés sont intéressés aux résultats de leur chaîne, mais aussi du groupe.

M. Thierry Bert, directeur général en charge de la gestion, des finances et des ressources humaines de France Télévisions, a ajouté que toutes les sociétés, à l'intérieur du groupe, ont aujourd'hui un dispositif d'intéressement, à l'exception de RFO. Pour les cadres a été mis en place un système d'évaluation, avec une part variable dépendant du groupe, discutée entre le responsable de la filière du groupe et le directeur de la chaîne. Les directeurs

généraux de chacune des chaînes sont rémunérés, sans parts de groupe, sur les résultats de leur chaîne, à partir d'un calcul fait par le ministre du budget.

M. Patrick de Carolis, président-directeur général de France Télévisions, a précisé, s'agissant des journaux de la nuit, que celui du vendredi sera rétabli.

M. Patrice Duhamel, directeur général chargé des antennes, du développement et de la diversification de France Télévisions, a indiqué qu'en six ans, la part d'audience du groupe France Télévisions est passée de 40,5 à 37,6 %. Cette année, jusqu'au début de la Coupe du monde de football, France Télévisions était le seul groupe audiovisuel français à progresser. Après la Coupe du monde, la situation fut assez difficile pour l'ensemble des chaînes publiques, mais sur l'année, l'objectif d'audience devrait être tenu.

S'agissant des séries américaines, pourquoi le service public français se priverait-il d'un genre particulièrement innovant qui plaît de surcroît énormément aux téléspectateurs ? Il faut néanmoins rappeler que le groupe soutient très activement l'industrie du cinéma français : alors que France 2 et France 3 ont l'obligation de diffuser 360 films français par an, elles en ont diffusé 395 en 2005 et dépasseront de nouveau le quota en 2006. Par ailleurs, les filiales cinéma de France 2 et France 3 coproduisent environ cinq longs métrages par an, auxquels elles consacrent plus de 50 millions, avec un effort particulier pour les premiers films de jeunes réalisateurs.

Cela fait onze ans que France 2 diffuse, le dimanche soir, des séries américaines entre début septembre et début décembre, et la diffusion de films de cinéma reprendra, comme les années précédentes, début décembre. C'est au vu du succès de ces séries du dimanche soir que TF1 a décidé de faire concurrence à France 2. Il est par ailleurs vrai qu'en France, comme ailleurs, l'audience des films de cinéma baisse régulièrement, qu'il s'agisse de films français, européens ou anglo-saxons.

Compte tenu de tous ces éléments, France Télévisions a ouvert, en mars, une discussion avec les professionnels du cinéma afin d'assouplir le dispositif et d'ouvrir de nouvelles cases de programmation. Le dialogue est très ouvert, et l'on peut espérer qu'il aboutira.

Sur les 365 millions d'euros consacrés chaque année aux œuvres de création, 250 millions environ vont à la fiction, 72 millions aux documentaires – ce qui fait de France Télévisions, de très loin, le premier producteur français de documentaires –, 31 millions à la jeunesse – ce qui fait de France Télévisions le premier producteur européen de films d'animation pour la jeunesse – et 12 millions au spectacle vivant.

Mme Geneviève Giard, directrice générale de France 3, a souligné que, 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 faute d'audience. Elle a renoué avec un cercle vertueux et peut ainsi repartir sur des bases plus stables.

Si la rentrée est progressive chez France 3, c'est parce que les enjeux sont importants. France 3 a en effet changé 20 % de sa grille, en prenant des risques assumés qui correspondent au virage éditorial demandé par le président de France Télévisions. C'est ainsi qu'ont augmenté la diffusion et la production des programmes régionaux, et qu'a été lancée hier une nouvelle émission *Télévision du matin* destinée à conquérir de nouveaux publics, ceux de la matinée. Cette émission de proximité, qui peut accueillir toutes les initiatives locales et régionales, a obtenu de meilleurs résultats d'audience que les séries diffusées précédemment

sur la même tranche horaire : 9,8 % de parts d'audience. Il y aura quatre éditions de cette émission par semaine, soit trois heures de programmes régionaux supplémentaires par semaine.

Est également programmé un nouveau rendez-vous politique le samedi à 11 heures 30, *La voix est libre*. La chaîne aura ainsi, non pas un, mais 24 débats politiques, à la même heure, sur toutes les antennes régionales de France 3.

À partir du 25 septembre, sera diffusé en direct, quotidiennement, un magazine culturel en deuxième partie de soirée, *Ce soir ou jamais*, qui encadrera *Soir 3*, dorénavant diffusé tous les soirs à 23 heures.

On peut toujours s'entendre est encore un nouveau programme, consacré à la médiation. France 3 a vocation à être la chaîne de la médiation, du lien entre les générations, qui aide les Français à comprendre les problèmes de leur vie quotidienne. Elle travaillera avec les services du Médiateur de la République pour, à partir de cas pratiques remontant des régions, permettre à nos concitoyens de se repérer dans les méandres de la vie administrative et juridique.

Quant aux partenariats avec les collectivités territoriales, France 3 les poursuivra dans le respect du cadre juridique.

Concernant la filière de production, le président de France Télévisions a souhaité qu'elle puisse travailler pour l'ensemble du groupe, ce qui impose de rétablir l'équilibre économique de la filière. Jusqu'à aujourd'hui, les comptes de la filière étaient chaque année en déficit. Pour rétablir l'équilibre, il convient, d'une part, de baisser ses charges – charges variables et charges fixes – et partant ses tarifs et, d'autre part, d'élargir le portefeuille de ses clients. C'est ainsi que France Télévisions pourra être le seul groupe audiovisuel à disposer d'une filière de production au service de toutes ses chaînes.

M. Philippe Baudillon, directeur général de France 2, a reconnu que l'on assistait à une inflation des tarifs de retransmission de certains événements sportifs. S'agissant ainsi de la diffusion de la Coupe du monde de football, TF1 a payé 100 millions d'euros, et M6 27 millions. C'est un vrai problème, qui s'explique par le fait que nombre d'intermédiaires spéculent bien davantage que par le passé.

Face à cette situation et du fait que le sport est un élément de lien social et caractérise l'offre d'une chaîne généraliste, France Télévisions s'organise et reste offensive, ce qui lui a permis de remporter cette année plusieurs appels d'offres (Coupe du monde de rugby, Coupe de la Ligue de football). Elle travaille à renforcer sa position face aux détenteurs de droits, notamment en développant des complémentarités entre France 2, France 3 et France 4, ainsi qu'à développer l'utilisation des nouveaux médias. Elle devra également réfléchir à la notion d'événements sportifs protégés, qui sont mis sur le marché à des coûts très élevés.

Quant aux modalités de vente de droits, le système doit évoluer pour permettre à France Télévisions de participer à certains appels d'offre.

M. Thierry Bert, directeur général en charge de la gestion, des finances et des ressources humaines, a ajouté qu'il convient par ailleurs de négocier avec les organisations syndicales des dispositifs d'alerte afin que le dialogue social puisse progresser dans le calme.

M. Didier Mathus a souscrit à l'idée de « patriotisme de groupe » défendue par le président de France Télévisions, mais a redouté qu'avec le temps il ne se transforme en

hypertrophie de la holding, y compris sur le plan des effectifs, au détriment des chaînes et du pluralisme éditorial. D'autre part, la fusion entre CanalSat et TPS va donner une force de frappe considérable au secteur privé. Les cinquante-neuf conditions posées pour encadrer cette fusion seront-elles suffisantes pour donner des garanties au service public face à ce mastodonte ?

Demain, la télévision est appelée à changer considérablement : couplage des disques durs aux télévisions, apparition de la vidéo à la demande qui révolutionnera les modes de consommation et permettra de fabriquer sa propre télévision. Peu à peu émerge une télévision individualisée, au détriment de la fonction fédératrice du service public. Comment France Télévisions se positionne-t-elle face à cette révolution ?

Enfin, dans un pays où le président du parti majoritaire est également ministre de l'intérieur et sera candidat à l'élection présidentielle, on a appris ce matin que Béatrice Schönberg renonçait à présenter le journal télévisé, ce qui paraît sage. Mais, dans ce contexte, quel crédit peut-on accorder au CSA qui, fin janvier 2007, sera entièrement composé de membres désignés par des personnalités issues de l'actuelle majorité ? France Télévisions, télévision de service public financée par l'impôt, a-t-elle l'intention de mettre en place un dispositif particulier pour garantir le pluralisme ?

M. Patrick de Carolis, président-directeur général de France Télévisions, a souligné que le « patriotisme de groupe » n'est pas une simple formule, ni un slogan, mais un présage de ce qui va se passer dans l'univers audiovisuel. Ce n'est pas un vœu pieux mais une nécessité. Aujourd'hui, si les cinq chaînes de France Télévisions ne s'organisaient pas en groupe, elles ne pourraient pas affronter la concurrence, faute de dégager des synergies et des marges de manœuvre suffisantes.

On ne coordonne et on n'additionne bien que ce qui est différent, aussi faut-il renforcer l'identité de chacune des antennes et leur lisibilité. C'est grâce au cumul de ces savoir-faire que France Télévisions pourra résister à l'érosion de l'audience. C'est ce qui inquiète ses concurrents, qui réclament la révision du périmètre du service public, périmètre qui constitue justement l'atout de ce dernier.

S'agissant de l'« hypertrophie de la holding », il ne faut plus parler de holding mais de direction du groupe. Il y a un an, lors de l'arrivée de la nouvelle équipe dirigeante, la holding comptait 143 collaborateurs ; il y en a aujourd'hui 150. Où est l'hypertrophie, alors que le groupe a engagé une grande politique de diversification et coordonne toutes ses antennes ? Il n'y a pas d'alternative : il faut construire le groupe France Télévisions.

Concernant la fusion de CanalSat et de TPS, le groupe a été le premier à exprimer son inquiétude. Les 59 conditions mises à cette opération, qui reprennent en grande partie certaines des recommandations de France Télévisions, sont satisfaisantes. Mais encore faut-il qu'elles soient contrôlées et suivies d'effets.

Pour ce qui est de la vidéo à la demande et, plus généralement, de la place de France Télévisions dans le nouvel univers audiovisuel, la réponse est que France Télévisions doit être partout. Le service public se doit d'être sur l'ADSL, sur le téléphone mobile, sur la télévision mobile personnelle, parce que le service public n'est pas inhérent à un mode technologique. Il devra recevoir les moyens nécessaires et avoir suffisamment de souplesse pour pouvoir passer certaines alliances.

S'agissant du pluralisme, on entre dans une période si importante pour la France que France Télévisions devra faire chaque jour attention à ce qu'elle diffuse, d'autant que le service public est, plus encore que tout autre, sous le regard des observateurs.

Béatrice Schönberg est une très grande professionnelle, qui a toujours fait preuve d'une grande objectivité. Toutefois, dans une période électorale où, chacun le sait, tout s'emballe à un moment donné, des tensions naissent, on observe le moindre regard, le moindre propos, et même le silence... Pour avoir dirigé une rédaction, et en tant que chef d'entreprise, le président de France Télévisions se devait de protéger Béatrice Schönberg de toute suspicion, de tout procès d'intention, et aussi de protéger une rédaction qui doit travailler dans la sérénité, car l'essentiel n'est pas l'identité des uns et des autres mais le cœur du débat national sur l'avenir de la France. Pour toutes ces raisons, et en accord avec Béatrice Schönberg elle-même, la décision a été prise de la retirer, pour une durée très courte, non pas de la rédaction, mais de la présentation du journal. C'est une mesure de bon sens.

M. Pierre-Christophe Baguet a remercié le président Patrick de Carolis pour le tableau lucide qu'il a fait de la situation et a dit partager son inquiétude sur l'écart croissant entre les moyens des groupes privés et ceux du service public. La compétition ne s'arrêtera pas à la fusion entre CanalSat et TPS, du fait de l'entrée en jeu des opérateurs de télécommunications et des fournisseurs d'accès. Dans ce contexte, la réforme de la redevance n'apparaît plus si porteuse puisque les recettes baissent. En président bien élevé, le président de France Télévisions dit que les 2,5 % sont un premier pas, mais attend 3 % sur la durée.

N'est-il pas possible de suivre l'exemple de pays comme le Royaume-Uni ou l'Allemagne, qui ont une redevance pérenne, et qui s'appuient sur des consultations régulières de la population ? La direction du groupe a certes fait des tournées, a rencontré des gens, mais les parlementaires n'en ont pas reçu le bilan, sur lequel ils pourraient pourtant s'appuyer pour proposer l'adoption d'une redevance pérenne, permettant de satisfaire les attentes des Français.

D'un autre côté, si l'on augmente les ressources publiques, le service public doit aussi faire des efforts. La possibilité a été évoquée d'augmenter ses ressources propres : le président de France Télévisions a-t-il des pistes à ce sujet ?

Les parlementaires sont prêts à aider financièrement le service public, mais dans la plus grande transparence. Or, jamais, au moment où ils débattent du budget de l'audiovisuel, ils ne savent quel est le montant, même prévisionnel, des recettes publicitaires. La présidence de France Télévisions peut-elle s'engager à communiquer cette année ces données avant le débat budgétaire ?

Où en est, par ailleurs, la résorption de l'emploi des intermittents par les sociétés du service public ?

Enfin, quel est l'impact de France 24, la future chaîne d'information internationale, sur le fonctionnement du service public ? Le calendrier sera-t-il tenu ?

M. Patrick de Carolis, président-directeur général de France Télévisions, a répondu, sur ce dernier point, que France Télévisions, associée à parité avec TF1, jouait le rôle moteur, et que le calendrier sera tenu. Cette chaîne verra le jour début ou mi-décembre, et un peu avant sur Internet. Le groupe y a beaucoup travaillé depuis un an et s'est battu pour que cette chaîne si importante pour la francophonie voie le jour.

M. Thierry Bert, directeur général en charge de la gestion, des finances et des ressources humaines, a répondu que, parmi les pistes possibles pour l'augmentation des ressources propres, figurait notamment la publicité sur Internet et les produits dérivés de France Télévisions. Cela étant, les produits de diversification de TF1 sont bien plus nombreux, entre les chaînes privées payantes sur satellite, le téléachat, interdit au service public, et les SMS, auxquels ce dernier est réticent. Concernant les intermittents, France Télévisions les intègre à raison de plus de 6% par an. Du fait d'une meilleure organisation, la proportion des effectifs permanents augmente et celle des intermittents en équivalents temps plein diminue.

M. Patrick de Carolis, président-directeur général de France Télévisions, a ajouté que France Télévisions s'engageait par ailleurs à une totale transparence en matière de recettes publicitaires prévisionnelles.

M. Philippe Santini, directeur général de France Télévisions Publicité, a estimé que l'objectif ambitieux, fixé par le président Patrick de Carolis, de faire croître les recettes publicitaires de 3,3 % cette année, serait atteint.

M. Lionnel Luca a demandé quelle était la marge d'autonomie des directions régionales de France 3 et combien d'employés travaillaient pour elles, y compris à temps partiel. Il a par ailleurs regretté que le président de France Télévisions, dont les arguments ne l'ont pas convaincu, ait cédé aux pressions d'un des syndicats de l'entreprise et écarté Béatrice Schönberg du journal télévisé, en dépit de ses éminentes qualités professionnelles. Il semble qu'elle soit la seule victime, et l'on peut se demander si le fait qu'elle soit une femme n'a pas joué.

M. Pierre Morange s'est étonné de la diffusion par France 2, dimanche 10 septembre, d'un aparté qui aurait dû rester confidentiel, entre le Président de la République française et le président du gouvernement espagnol sur la situation au Proche-Orient, à l'insu de l'un comme de l'autre, et demandé quelles mesures la direction de France Télévisions entendait prendre à ce sujet.

M. Jean Ueberschlag a insisté, en tant qu'élu d'Alsace, sur l'importance de la couverture TNT dans les régions frontalières, couverture qui n'est pas garantie aujourd'hui, comme en témoigne le cas alsacien. S'agissant de la régionalisation, la question n'est pas tant le nombre de programmes régionaux que leur heure de diffusion. Enfin, le conseil régional d'Alsace a proposé la candidature de l'Alsace pour une éventuelle expérimentation de décentralisation de la télévision régionale. Quelles suites le groupe France Télévisions entend-il y donner ?

M. Daniel Prévost s'est interrogé sur la place accordée aux émissions en langue régionale, ainsi que sur le nombre d'intermittents employés par le service public, leur coût, et les conditions dans lesquelles ils pourraient être intégrés. Il s'est par ailleurs fait l'écho de nombreuses interventions de ses concitoyens sur la réorganisation du « 12-14 » de France 3.

M. Dominique Richard a demandé où en étaient les négociations entre France Télévisions et l'Etat sur la coupure publicitaire des émissions dites de flux. Il a observé au passage que les efforts dont témoigne la nouvelle grille de rentrée ne semblent pas tout à fait aboutis sur les créneaux horaires de l'après-midi en semaine – le « *day time* » – et a souhaité que les programmes de fiction expriment davantage la diversité des producteurs et donne une meilleure place aux nouveaux talents.

Concernant France 24, où en est la question des droits des journalistes sur la fourniture d'images ?

Enfin, l'émission *Ce soir ou jamais*, dont la programmation constitue une prise de risque réelle, a-t-elle reçu des garanties de diffusion suffisante pour lui permettre de s'inscrire dans le paysage ?

M. Patrick de Carolis, président-directeur général de France Télévisions, a répondu que, pour *Ce soir ou jamais*, le groupe mise sur la durée car cette émission illustre parfaitement son projet éditorial. Quant au cas de Béatrice Schönberg, M. Lionnel Luca a reçu une invitation pour en débattre... Concernant les coupures de publicité dans les émissions de flux, la direction du groupe n'a reçu aucune réaction dans un sens ou un autre ; le débat reste ouvert.

M. Patrice Duhamel, directeur général en charge de l'antenne, du développement, et de la diversification, a indiqué que le programme de journée, « *day time* », de France 2 démarre très bien.

M. Patrick de Carolis, président-directeur général de France Télévisions, a déclaré, s'agissant de la diffusion de l'aparté entre le président Jacques Chirac et M. José Luis Rodríguez Zapatero, que la responsabilité de l'incident est communément partagée entre les différentes chaînes, et fait l'objet d'une réflexion en interne.

M. Thierry Bert, directeur général en charge de la gestion, des finances et des ressources humaines, a précisé que le groupe France Télévisions employait 10 446 intermittents au 31 décembre 2005, dont 8 203 permanents et 685 intermittents au sens légal. Les intermittents représentaient 14,5 % de l'emploi total en 2003 et 12,5 % en 2005.

Le président Jean-Michel Dubernard a remercié le président Patrick de Carolis et ses collaborateurs.