



N° 2857

---

# ASSEMBLÉE NATIONALE

CONSTITUTION DU 4 OCTOBRE 1958

TREIZIÈME LÉGISLATURE

---

---

Enregistré à la Présidence de l'Assemblée nationale le 14 octobre 2010

## RAPPORT

FAIT

AU NOM DE LA COMMISSION DES FINANCES, DE L'ÉCONOMIE GÉNÉRALE ET DU CONTRÔLE BUDGÉTAIRE SUR LE PROJET DE **loi de finances pour 2011** (n° 2824),

PAR M. GILLES CARREZ,  
Rapporteur Général,  
Député.

---

ANNEXE N° 29

**MÉDIAS, LIVRE ET INDUSTRIES CULTURELLES**

**GESTION ET VALORISATION DES RESSOURCES TIRÉES DE  
L'UTILISATION DU SPECTRE HERTZIEN**

**AVANCES À L'AUDIOVISUEL PUBLIC**

Rapporteur spécial : M. Patrice MARTIN-LALANDE

Député

---



## SOMMAIRE

	Pages
<b>INTRODUCTION : INVENTER LES PLURALISMES DE L'ÈRE NUMÉRIQUE</b> .....	7
<b>SYNTHÈSE</b> .....	9
<b>CHAPITRE PREMIER : FINANCEMENT ET RÉGULATION DES MÉDIAS</b> .....	14
<b>I.– LA POURSUITE DE L'EFFORT DE FINANCEMENT EN FAVEUR DES MÉDIAS</b> .....	14
A.– MAINTENIR LA LISIBILITÉ BUDGÉTAIRE : IL FAUT RENONCER À LA PRÉSENTATION 2011 CONTRAIRE À LA LOLF .....	14
B.– LE MAINTIEN DES DOTATIONS ISSUES DU BUDGET GÉNÉRAL .....	16
1.– Les médias dans la programmation triennale 2011-2014 .....	16
2.– Des crédits budgétaires en augmentation pour la presse et l'audiovisuel à l'exception de FTV en raison de ses excédents de recettes publicitaires .....	18
C.– LA PRINCIPALE RESSOURCE : LA CONTRIBUTION À L'AUDIOVISUEL PUBLIC .....	21
1.– L'indexation de la CAP permet la réévaluation des montants unitaires .....	21
2.– Une CAP en hausse pour chaque bénéficiaire .....	22
3.– Les dégrèvements de CAP pour 2011 : la baisse tendancielle des « droits acquis » ..	24
4.– Maintenir l'assiette de la CAP : actuellement un moindre mal .....	26
a) <i>Faut-il taxer les supports alternatifs au téléviseur ?</i> .....	26
b) <i>Faut-il taxer les résidences secondaires ?</i> .....	27
D.– LE COMPTE D'AFFECTATION SPÉCIALE RELATIF À L'UTILISATION DU SPECTRE HERTZIEN .....	28
E.– LES INDISPENSABLES AIDES FISCALES AU SECTEUR DE LA PRESSE .....	29
<b>II.– LA RÉGULATION DES MÉDIAS</b> .....	30
A.– LE CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL .....	30
1.– Des compétences élargies .....	30
2.– Des moyens à la hauteur des missions .....	31
B.– DE LA DDM À LA DGMIC .....	32
C.– ADAPTER LE CADRE NORMATIF POUR FAIRE ÉMERGER DES OPÉRATEURS DE TAILLE INTERNATIONALE .....	33
<b>CHAPITRE DEUXIÈME : LES MÉDIAS AUDIOVISUELS ET LA RÉVOLUTION TECHNOLOGIQUE</b> .....	35
<b>I.– LE SECTEUR TÉLÉVISUEL : TNT ET TMP</b> .....	35

A.– LA TÉLÉVISION NUMÉRIQUE TERRESTRE : ACHEVER UN BASCULEMENT RÉUSSI .....	35
1.– Les modalités de déploiement de la TNT .....	35
2.– Les dispositifs d'accompagnement pour le virage numérique .....	37
B.– LA TÉLÉVISION MOBILE PERSONNELLE : L'ACCORD DE LA DERNIÈRE CHANCE ? .....	39
1.– La TMP : principes et enjeux .....	39
2.– La mission Viguier et ses conséquences .....	41
<b>II.– LA RADIO NUMÉRIQUE TERRESTRE : DE NOMBREUSES MISSIONS, ENCORE PEU DE RÉSULTATS .....</b>	<b>42</b>
A.– LA VALEUR AJOUTÉE DE LA RNT .....	42
B.– DE LA MISSION TESSIER À LA MISSION KESSLER .....	42
C.– QUEL ACCOMPAGNEMENT POUR LES RADIOS ASSOCIATIVES ? .....	44
<b>CHAPITRE TROISIÈME : LE SERVICE PUBLIC AUDIOVISUEL POURSUIT SA MUTATION .....</b>	<b>46</b>
<b>I.– L'AUDIOVISUEL PUBLIC HEXAGONAL EN REFONDATION .....</b>	<b>46</b>
A.– FRANCE TÉLÉVISIONS .....	46
1.– Le financement de France Télévisions : une consolidation à clarifier entre un ajustement temporaire et un encadrement structurel .....	46
<i>a) La nécessité d'un moratoire sur la suppression de la publicité diurne .....</i>	<i>46</i>
<i>b) Pour une clarification du financement .....</i>	<i>47</i>
2.– Achever la réorganisation du groupe .....	49
<i>a) La constitution de l'entreprise unique .....</i>	<i>49</i>
<i>b) La mise en œuvre du plan de départs volontaires .....</i>	<i>49</i>
<i>c) La renégociation des conventions collectives et accords d'entreprise .....</i>	<i>50</i>
3.– Les différentes chaînes du groupe .....	51
B.– ARTE-FRANCE .....	53
1.– Les résultats 2009 du COM 2007-2011 .....	53
2.– ARTE-France et les nouveaux médias : une politique payante .....	54
C.– RADIO FRANCE .....	55
1.– Les résultats 2009 : les audiences .....	55
2.– Les orientations stratégiques pour 2011 .....	57
3.– La réhabilitation de la Maison de Radio France .....	58
D.– L'INSTITUT NATIONAL DE L'AUDIOVISUEL .....	60
1.– Les résultats d'exécution du COM 2005-2009 .....	60
2.– Les axes du troisième COM .....	62

3.– L'activité éducative de l'INA .....	63
<b>II.– L'AUDIOVISUEL EXTÉRIEUR : VERS UNE SYNERGIE TRIANGULAIRE .....</b>	<b>64</b>
A.– HOLDING AEF : UN COM QUI SE FAIT DÉSIRER .....	64
<i>a) 2011 : climax de l'effort public pour la constitution de l'AEF.....</i>	<i>64</i>
<i>b) Dans l'attente du COM.....</i>	<i>65</i>
<i>c) Des résultats d'audience a priori encourageants.....</i>	<i>66</i>
B.– TV5 MONDE : LA POURSUITE DU PLAN STRATÉGIQUE 2009-2012.....	66
C.– FRANCE 24 : PERFORMANCES ET ORIENTATIONS STRATÉGIQUES .....	68
D.– RFI : ACHEVER LE PLAN GLOBAL DE MODERNISATION.....	69
<i>a) Donner un nouvel élan à la station.....</i>	<i>69</i>
<i>b) Les orientations stratégiques : le développement multimédia.....</i>	<i>70</i>
<b>CHAPITRE QUATRIÈME : LA PRESSE TARDE À FAIRE FACE AU DÉFI NUMÉRIQUE .....</b>	<b>71</b>
<b>I.– LES ENGAGEMENTS DES ÉTATS GÉNÉRAUX DE LA PRESSE ÉCRITE : TENUS PAR L'ÉTAT, PAS PAR LA PROFESSION .....</b>	<b>71</b>
A.– UN SECTEUR TOUJOURS EN SURSIS .....	71
1.– Évolution du nombre de titres et de la diffusion .....	71
2.– Le chiffre d'affaires : une poursuite de la décroissance .....	73
B.– L'URGENCE POUR LA PROFESSION À PRENDRE SES RESPONSABILITÉS .....	76
<b>II.– LES AIDES À LA PRESSE POUR 2011 : AU-DELÀ DE LA SURVIE, ASSURER LA MUTATION ....</b>	<b>77</b>
A.– LES AIDES BUDGÉTAIRES : 2011, DERNIÈRE ANNÉE DE L'EFFORT EXCEPTIONNEL DÉCIDÉ SUITE AUX EGPE .....	77
1.– Les aides à la diffusion : la poursuite de l'effort en faveur du portage.....	78
2.– Les aides au pluralisme : une reconduction stricte des dispositifs.....	79
3.– Les aides à la modernisation : pour un effort résolu en faveur du développement de la presse en ligne .....	80
B.– LES AIDES FISCALES : DANS L'ATTENTE D'UNE ÉVOLUTION POSITIVE AU NIVEAU COMMUNAUTAIRE.....	84
1.– La nécessité d'une TVA réduite unique pour toutes les presses .....	84
2.– La prorogation de deux dispositifs fiscaux à l'initiative du Rapporteur spécial .....	84
3.– Le mécénat.....	86
4.– Les autres dispositifs fiscaux en faveur de la presse.....	86
<b>III.– L'AGENCE FRANCE-PRESSE OU COMMENT RESTER DANS LE TRIO DE TÊTE MONDIAL .....</b>	<b>87</b>
A.– LES CRÉDITS PUBLICS PRÉVUS POUR 2011 .....	87
B.– LA QUESTION DU STATUT ET LA NOUVELLE STRATÉGIE .....	87

<b>CHAPITRE CINQUIÈME : LE LIVRE ET LES INDUSTRIES CULTURELLES</b> .....	89
<b>I.– L’EFFORT PUBLIC EN FAVEUR DU LIVRE ET DE LA LECTURE</b> .....	89
A.– LA BIBLIOTHÈQUE NATIONALE DE FRANCE .....	89
1.– Évolution de l’activité et de la fréquentation .....	90
2.– L’enrichissement des collections .....	90
3.– Le défi de la numérisation : le projet <i>Gallica</i> .....	91
B.– LA BIBLIOTHÈQUE PUBLIQUE D’INFORMATION .....	93
C.– LE CENTRE NATIONAL DU LIVRE .....	93
D.– LES CRÉDITS DÉCONCENTRÉS EN FAVEUR DU LIVRE ET DE LA LECTURE .....	94
<b>II.– LE SOUTIEN AUX INDUSTRIES CULTURELLES</b> .....	94
A.– LE SOUTIEN DANS LE DOMAINE DE LA MUSIQUE ENREGISTRÉE .....	94
B.– LES CRÉDITS EN FAVEUR DU CINÉMA .....	94
C.– LES CRÉDITS DE FONCTIONNEMENT DE L’HADOPI .....	95
<b>COMPTE RENDU DE LA COMMISSION ÉLARGIE DU 4 NOVEMBRE 2010</b> .....	97
<b>EXAMEN EN COMMISSION</b> .....	117
<i>Article 76 : Report de l’échéance de suppression de la publicité sur les antennes de France Télévisions</i> .....	121
<i>Article additionnel après l’article 76 : Encadrement des modalités de financement de France Télévisions</i> .....	129
<b>AMENDEMENTS EXAMINÉS PAR LA COMMISSION</b> .....	133
<b>ANNEXE : LISTE DES PERSONNES AUDITIONNÉES PAR LE RAPPORTEUR SPÉCIAL</b> ....	135

L’article 49 de la loi organique du 1<sup>er</sup> août 2001 relative aux lois de finances (LOLF) fixe au 10 octobre la date limite pour le retour des réponses aux questionnaires budgétaires.

Au 11 octobre 2010, seuls les deux tiers des réponses étaient parvenues au Rapporteur spécial (66 %). Au total, 85 % des réponses auront été transmises. Le Rapporteur spécial ne peut qu’enjoindre au ministère de la Culture et de la communication de réduire les délais de transmission des réponses à l’avenir.

## INTRODUCTION INVENTER LES PLURALISMES DE L'ÈRE NUMÉRIQUE

\*

La France a su mettre en oeuvre, par étape, depuis la Libération, **les outils nécessaires à l'existence d'un pluralisme des médias.**

**Que signifie aujourd'hui ce pluralisme de la moitié du dernier siècle face à la « révolution numérique »?**

Depuis l'avènement du média global ou méta-média qu'est l'internet – média de tous et média de tout qui abolit les frontières entre médias « historiques » et dont la nature interactive nie toute hiérarchie –, **cette « révolution numérique » se caractérise par:**

- la possibilité pour chacun, tant l'internet a abaissé les coûts d'entrée, de devenir éditeur et diffuseur de contenus;
- les nouveaux modes de consommation des médias;
- la surabondance de l'offre médiatique;
- le remplacement de l'information diffusée selon une programmation centralisée par une information à la carte, à la demande, « où je veux et quand je veux »;
- le métissage des genres informationnels, fictionnels et ludiques;
- la difficile recherche de modèles économiques viables;
- l'engouement pour la gratuité qui distend le lien avec le consommateur mais fait que la consommation n'a pas de prix;
- les positions dominantes, peu ou pas régulées, des opérateurs de contenus transnationaux tels Google, Facebook, etc.
- et les « quasi-médias » créés par les réseaux sociaux.

**Face à la « révolution numérique », il nous faut donc inventer les pluralismes de l'ère numérique et inventer les éventuels concours juridiques et financiers de l'État qui « vont avec ».**

Construire et protéger ces nouveaux pluralismes de l'ère numérique concerne :

- le pluralisme de l'audiovisuel français, qui a besoin d'un financement assuré pour les piliers généralistes, tant public que privé, ainsi que pour les nouvelles chaînes de la télévision numérique;
- le pluralisme de la presse française, avec notamment l'alignement de la TVA applicable à la presse en ligne sur celle appliquée à la presse papier, et la différenciation de la presse d'information et de la presse de loisirs;
- le pluralisme des sources d'information mondiale, en donnant à l'AFP les moyens de rester dans le trio de tête mondial;
- le pluralisme mondial de la télévision et de la radio, avec la construction du nouvel Audiovisuel Extérieur de la France qui additionne francophonie et vision française du monde;
- le pluralisme sur l'internet, enfin, avec notamment la nécessité d'une régulation mondiale pour responsabiliser le marché et canaliser les positions dominantes, ainsi que d'une meilleure répartition de la valeur pour financer les contenus.

Sans oublier que la pluralité des entreprises de médias en France doit se concilier à la puissance de ces entreprises au plan mondial, si on veut que les voix de la France se fassent entendre dans l'univers médiatique.

\*

\* \*



## SYNTHÈSE

### **Introduction: inventer les pluralismes de l'ère numérique**

La France a su mettre en oeuvre, par étapes, depuis la Libération, les outils nécessaires à l'existence d'un pluralisme des médias.

Que signifie aujourd'hui ce pluralisme de la moitié du dernier siècle face à la « révolution numérique » ?

**Il nous faut inventer les pluralismes de l'ère numérique et inventer les éventuels concours juridiques et financiers de l'État « qui vont avec ».**

**L'État continue son effort de financement. Mais il reste encore du chemin à faire par l'ensemble des partenaires** pour que les mutations, en cours, de l'audiovisuel et de la presse répondent à la quête des nouveaux pluralismes de l'ère numérique.

\*

**Dans un contexte de maîtrise de la dépense publique, les crédits prévus en 2011 pour les médias sont préservés par rapport à 2010.**

**Cet effort budgétaire de l'État permettra :**

- **d'assurer à l'audiovisuel public national (France Télévisions, Radio France, ARTE France, INA) 3,590 milliards d'euros et à l'audiovisuel public extérieur (AEF: RFI, France 24 et TV5 Monde) 332 millions d'euros, pour accomplir leurs missions de service public ;**
- **de tenir les engagements pris par l'État en faveur de la presse à l'issue des « États généraux de la presse écrite » avec 464 millions d'euros ;**
- **et d'achever en 2011 le passage de « tous au numérique » avec 131 millions d'euros pour la TNT.**

\*

**1.- Maintenir la lisibilité budgétaire: il faut renoncer à la présentation 2011 contraire à la LOLF.**

Dans le cadre du présent projet de loi de finances, la mission *Médias* changerait d'intitulé pour devenir la mission *Médias, livre et industries culturelles*. En effet, l'architecture budgétaire de l'ancienne mission *Médias* serait substantiellement modifiée, son périmètre se voyant élargi du fait de transferts des crédits de certains programmes des missions *Culture* et *Recherche et enseignement supérieur* vers un programme 180 *Presse, livre et industries culturelles* particulièrement hétérogène.

**Le Rapporteur spécial regrette ce changement de structure budgétaire. De telles modifications compliquent la lisibilité budgétaire et donc le suivi des crédits.** Le budget a vocation à offrir une vue fidèle des politiques publiques. Or **si les mots ont un sens, la politique du livre et de la lecture, les relations de l'État avec les industries culturelles relèvent de la mission *Culture* et non des *Médias*.**

Le Rapporteur spécial demande donc au Gouvernement de revenir à une présentation du budget distinguant avec clarté les moyens de la politique à l'égard des médias et ceux de la politique de la culture. C'est le sens du vote à l'unanimité, par la commission des Finances, de l'observation adressée au Gouvernement et de l'amendement présentés par votre Rapporteur spécial à ce sujet.

## **2.- La poursuite de l'effort de financement en faveur des médias**

Dans le cadre du présent projet de loi de finances, il est proposé d'allouer à la mission *Médias, livre et industries culturelles* 1 452,4 millions d'euros en autorisations d'engagement et 1 455,9 millions d'euros en crédits de paiement, soit globalement une très légère diminution de 0,38 % en AE mais une augmentation de 1,96 % en CP par rapport à la loi de finances initiale pour 2010. Mais l'analyse plus détaillée montre que, en CP :

- **les crédits en faveur de la presse sont en augmentation** (de 113 à 115 millions d'euros pour l'abonnement de l'État à l'AFP et de 303 à 305 millions d'euros pour les « aides à la presse » elles-mêmes augmentées globalement de 51 % dans le budget 2010), contrairement à un léger tassement des crédits concernant le livre et les industries culturelles ;
- les crédits en faveur du soutien à l'expression radiophonique locale sont maintenus à hauteur de 29 millions d'euros ;
- **les crédits pour le passage à la TNT font plus que tripler** de 40 millions à 131 millions d'euros ;
- l'action audiovisuelle extérieure augmente de 198 à 206 millions d'euros ;
- seul le crédit attribué à France Télévisions diminue de 457 à 389 millions d'euros **en raison des excédents de recettes publicitaires** de 171 millions d'euros prévus pour 2011.

L'autre voie de financement public des médias, et la première en importance, **le produit de l'ex-redevance audiovisuelle, devenue la « contribution à l'audiovisuel public » (CAP), atteindrait 3,2 milliards d'euros, en progression de 3,2 % par rapport à l'année précédente.**

**Ces montants témoignent du maintien d'un effort public massif en faveur de toutes les composantes de l'audiovisuel public et du secteur de la presse.**

- **France Télévisions (FTV): + 2,59% pour la CAP et – 14,85 % pour la dotation qui tient compte de la prévision de 171 millions d'euros d'excédent de recettes publicitaires**

Le groupe bénéficie d'un financement public mixte, associant la plus grande part du produit de la CAP (2 146 millions d'euros, soit +2,59%) et des crédits budgétaires (près de 390 millions prévus pour 2011, soit – 14,85 % pour tenir compte de la prévision d'excédent de recettes publicitaires de plus de 171 millions d'euros). Les ressources publiques allouées à FTV en 2011 atteindraient alors 2 536 millions d'euros. Au total, **le financement du groupe est plus assuré que jamais grâce à l'addition de ses ressources publiques et de ses ressources propres, lui permettant ainsi non seulement de respecter le contrat d'objectifs et de moyens, mais aussi d'anticiper le retour à l'équilibre.**

**Se félicitant des « sur-performances » réalisées par la régie France Télévisions Publicité depuis 2009 (un excédent de recettes publicitaires de 150 millions d'euros en 2009, de 150 à 200 millions prévus en 2010, et de plus de 171 millions prévus en 2011), le Rapporteur spécial estime nécessaire d'encadrer contractuellement l'utilisation, par l'État et par FTV, de ces excédents de recettes publicitaires.**

Faut-il verser à FTV le même montant de compensation des pertes de recettes publicitaires si ces pertes sont très inférieures à celles prévues? Il faut, à la fois, encourager l'efficacité de la régie publicitaire de FTV, et ne pas attribuer des ressources publiques dépassant les besoins justifiés de FTV. **L'amendement** proposé par le Rapporteur spécial, et **adopté par la commission des Finances**, pour encadrer l'utilisation des excédents de recettes publicitaires :

- **permet d'affecter selon les besoins** le supplément de recettes: tout pour FTV, tout pour l'État, ou une répartition intermédiaire ;
- **soumet ce choix** (portant sur 150 à 200 millions d'euros par an !) **à la procédure du COM** qui s'applique à toutes les recettes: il n'y a pas deux régimes de recettes !
- **Si l'État et FTV ne se mettent pas d'accord** sur une répartition de ces recettes supplémentaires sous forme d'un avenant au COM, c'est qu'il n'y a donc pas de volonté de hausser les objectifs fixés à FTV et qu'il n'y a donc pas de raison de dépasser le montant des recettes prévu par le COM. Dans cette hypothèse, **l'État doit donc réduire à due concurrence le montant de ce qu'il verse à FTV** au titre de « la compensation de la perte de publicité ».

**Pour les mêmes raisons** – maîtrise de la dépense publique et dynamisme des ressources propres du groupe – le présent projet de loi de finances propose d'**instaurer un moratoire à la suppression de la publicité diurne** diffusée sur les écrans de FTV.

Favorable au principe du moratoire, le Rapporteur spécial estime toutefois nécessaire de **faire coïncider sa durée avec celle du mandat du président de FTV et du nouveau COM** qui couvrira ce mandat. La commission des Finances a adopté à l'unanimité l'amendement du Rapporteur spécial et du Rapporteur général instituant un moratoire **jusqu'en janvier 2016**.

○ **ARTE-France: + 4,08 %**

Le présent projet de loi de finances propose d'allouer 251,8 millions d'euros à ARTE-France, une dotation en croissance de 4,08 % par rapport à celle ouverte en loi de finances initiale pour 2010.

Cette dotation permettra notamment à la chaîne de financer le déploiement de la TNT, la diffusion en haute définition, la diffusion de la chaîne outre-mer, l'effort sur les dépenses de programmes, le développement de l'offre sur l'internet et la diffusion éventuelle sur la télévision mobile personnelle.

○ **Radio France: + 3,89 %**

Pour l'année 2011, il est proposé de doter le groupe Radio France de 606,6 millions d'euros, soit une hausse de 3,89 % par rapport au montant ouvert en loi de finances initiale pour 2010. Ces crédits permettront, entre autres, le développement des nouvelles technologies (internet, RNT) et la poursuite du chantier de la Maison de Radio France.

○ **L'Institut national de l'audiovisuel (INA): + 5,43 %**

L'INA bénéficierait de 91,9 millions d'euros au titre de la contribution à l'audiovisuel public, une dotation en croissance de 5,43 % par rapport aux crédits inscrits en loi de finances initiale pour 2010. Ces sommes permettront à l'Institut de poursuivre les orientations de son troisième COM, qui couvre la période 2010-2014.

○ **L'Audiovisuel Extérieur de la France (AEF) : + 5,16 %**

L'année 2011 constituera le **point culminant de la montée en charge du soutien public** à la constitution du nouvel outil audiovisuel extérieur de la France. En effet, l'effort public en faveur de l'AEF progresserait de 5,16 % par rapport à 2010, atteignant près de 332 millions d'euros.

**Le Rapporteur spécial ne peut que souhaiter la signature prochaine du COM**, attendue depuis longtemps déjà, ainsi que **l'amélioration des procédures de transmission de l'information entre l'AEF et ses interlocuteurs ministériels** dans le domaine des études d'audience qui, du reste, sont de meilleure qualité.

**3.– La révolution numérique : entre succès et interrogations**

- Le succès du déploiement de la TNT

Le projet de loi de finances pour 2011 propose d'allouer 131 millions d'euros pour achever le déploiement de la TNT, tant en métropole qu'outre-mer.

**Il est d'ores et déjà possible d'affirmer que le basculement au tout numérique, prévu pour le 30 novembre 2011, est un succès indéniable**, aucun incident majeur n'étant venu perturber le calendrier initial. À cet égard, l'action du GIP « France télé numérique » s'est révélée exemplaire et les différents dispositifs d'aide en faveur des téléspectateurs ont apporté la preuve de leur efficacité.

- Télévision mobile personnelle (TMP) et radio numérique terrestre (RNT) : les interrogations demeurent

**La TMP comme la RNT continuent de se faire attendre**, un manque de visibilité – technique comme financière – empêchant les pouvoirs publics comme les professionnels des secteurs concernés de s'engager pleinement dans le développement de ces nouveaux réseaux.

Les deux dossiers pourraient se débloquer dans les mois à venir. C'est aussi le vœu que formule le Rapporteur spécial.

**4.– Après les « États généraux de la presse écrite » (EGPE) : la profession doit à son tour prendre ses responsabilités**

L'année 2011 est normalement la dernière année de **l'engagement triennal pris par l'État en faveur de la presse**. Ainsi le présent projet de loi de finances propose-t-il d'allouer 655 millions d'euros au secteur, sous la forme d'aides budgétaires (464 millions d'euros) et de dispositifs fiscaux incitatifs (191 millions d'euros).

Depuis 2009 et à la suite des EGPE, le soutien public à la presse aura été massif et sans cesse renforcé. À cet égard, **les pouvoirs publics ont parfaitement respecté leurs engagements. En revanche, les professionnels du secteur n'ont pas suffisamment profité de cet effort exceptionnel pour mettre en œuvre les réformes fondamentales dictées par les bouleversements économiques et technologiques auxquels la presse doit faire face**. Il ne faudrait pas qu'une trop grande part des mesures d'exception – légitimes et nécessaires – décidées à l'issue des EGPE aient été utilisées pour maintenir artificiellement en vie certaines publications, au détriment de la modernisation de la production et de la distribution, ainsi que de la recherche d'un modèle économique viable.

Le Rapporteur spécial le demande depuis plusieurs années: il faut, comme le propose aussi le « rapport Cardoso », remettre à plat le système très hétérogène des aides publiques à la presse afin de les réorienter vers les dispositifs les plus innovants et les plus favorables à l'émergence de la presse de demain. **L'effort public massif en faveur de la presse doit avoir comme contrepartie une obligation de résultats: il incombe aux professionnels de prendre leurs responsabilités et de tenir leurs engagements.**

**5.– L'Agence France-Presse (AFP): pour un statut adapté au développement de l'une des trois premières agences mondiales**

Pour 2011, 115,4 millions d'euros seraient alloués à l'AFP au titre des abonnements que l'État souscrit auprès de l'Agence. Ce montant est en hausse de 1,8 % par rapport à 2010 et traduit l'engagement résolu des pouvoirs publics aux côtés d'une des trois premières agences de presse mondiales.

**La question de la réforme du statut de l'Agence continue de se poser.** La solution retenue devra sans doute moderniser les organes de gouvernance et clarifier les relations contractuelles avec l'État et les partenaires. Quelle qu'elle soit, **le Rapporteur spécial tient à rappeler que le statut est un outil au service d'une stratégie – à redéfinir à l'ère du média global numérique –, non l'inverse.**

**6.– L'effort public en faveur du livre et de la lecture**

Le présent projet de loi de finances propose de consacrer à la politique de soutien au livre et à la lecture près de 248 millions d'euros en autorisations d'engagement et 253 millions d'euros en crédits de paiement. La mise en œuvre de cette politique s'appuie notamment sur trois opérateurs : la Bibliothèque nationale de France (BNF), la Bibliothèque publique d'information (BPI) et le Centre national du livre (CNL).

**7.– Le soutien aux industries culturelles**

Pour 2011, 26 millions d'euros seraient dédiés aux industries culturelles. Outre le soutien à diverses manifestations musicales et à des organismes engagés dans la recherche et la valorisation du patrimoine cinématographique, ces crédits comprennent la subvention constituant le budget de la Haute autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur Internet (HADOPI).

## CHAPITRE PREMIER : FINANCEMENT ET RÉGULATION DES MÉDIAS

### I.- LA POURSUITE DE L'EFFORT DE FINANCEMENT EN FAVEUR DES MÉDIAS

#### A.- MAINTENIR LA LISIBILITÉ BUDGÉTAIRE : IL FAUT RENONCER À LA PRÉSENTATION 2011 CONTRAIRE À LA LOLF

Dans le cadre du présent projet de loi de finances, la mission *Médias* changerait d'intitulé pour devenir la mission *Médias, livre et industries culturelles*. En effet, **l'architecture budgétaire de l'ancienne mission Médias serait substantiellement modifiée**, son périmètre se voyant élargi du fait de transferts de crédits de programmes des missions *Culture* et *Recherche et enseignement supérieur* vers le programme 180 *Presse, livre et industries culturelles* dont l'intitulé est modifié en conséquence).

● Au titre des **financements du livre et de la lecture**, seraient ainsi transférés au programme 180 :

– en provenance du programme 175 *Patrimoines* de la mission *Culture* :

- la totalité des crédits de l'ancienne action n° 05 *Patrimoine écrit et documentaire* du programme 175 *Patrimoines* de la mission *Culture* (soit 208,5 millions d'euros en autorisations d'engagement et 213,5 millions d'euros en crédits de paiement) ;
- une partie des crédits de l'action n° 08 *Acquisition et enrichissement des collections publiques* (0,9 million d'euros en AE comme en CP).

– en provenance du programme 131 *Création* de la mission *Culture* :

- les crédits auparavant inscrits à l'action n° 03 *Livre et lecture* (soit 12,9 millions d'euros en AE comme en CP) ;
- les crédits précédemment retracés à l'action n° 04 *Industries culturelles* consacrés au livre et à la lecture (soit 22,3 millions d'euros en AE comme en CP).

– en provenance du programme 224 *Transmission des savoirs et démocratisation de la culture* de la mission *Culture* : les crédits relatifs au livre (soit 2,83 millions d'euros en AE comme en CP) ;

– en provenance du programme 186 *Recherche culturelle et culture scientifique* de la mission *Recherche et enseignement supérieur* les crédits afférents au livre (soit 0,14 million d'euros en AE comme en CP).

● Au titre du **soutien aux industries culturelles**, seraient transférés au programme 180 :

– en provenance du programme 175 *Patrimoines* de la mission *Culture*, la totalité des crédits de l'ancienne action n° 06 *Patrimoine cinématographique* (soit 11,1 millions d'euros en AE comme en CP) ;

– en provenance du programme 131 *Création* de la mission *Culture*, les crédits relatifs aux industries culturelles, jusqu'ici retracés au sein de l'action n° 04 *Industries culturelles* (soit 14,9 millions d'euros en AE comme en CP).

Au total, du fait de cette évolution de l'architecture budgétaire, la mission *Médias, livre et industries culturelles* se trouverait « abondée » de 273,6 millions d'euros en autorisations d'engagement et de 278,6 millions d'euros par rapport à l'ancienne mission *Médias*.

En outre, le présent projet de loi de finances propose la fusion des anciens programmes 313 *Contribution au financement de l'audiovisuel* et 312 *Soutien à l'expression radiophonique locale* au sein d'un programme unique 313 *Contribution à l'audiovisuel et à la diversité radiophonique*.

La mission *Médias, livre et industries culturelles* serait donc dorénavant composée des trois programmes suivants :

– le programme 180 *Presse, livre et industries culturelles* ;

– le programme 313 *Contribution à l'audiovisuel et à la diversité radiophonique* ;

– le programme 115 *Action audiovisuelle extérieure*.

**Le Rapporteur spécial regrette ce changement de structure budgétaire** et déplore notamment le redéploiement des crédits consacrés aux patrimoines écrit et cinématographique au sein d'un programme 180 *Presse, livre et industries culturelles* très hétérogène. **Le budget a vocation à offrir une vue fidèle des politiques publiques. Or si les mots ont un sens, la politique du livre et de la lecture comme les relations de l'État avec les industries culturelles relèvent de la mission *Culture* et non des *Médias*.**

Le Rapporteur spécial tient à rappeler que l'**article 7 de la loi organique relative aux lois de finances (LOLF)** dispose qu'« *un programme regroupe les crédits destinés à mettre en œuvre une action ou un ensemble cohérent d'actions relevant d'un même ministère [...]* ».

Or, il est **malaisé d'apprécier la continuité logique entre des actions relatives à la presse et des actions à destination du livre, du cinéma ou de la musique**. Ainsi le nouveau programme *Presse, livre et industries culturelles* ferait-il cohabiter les crédits traditionnellement dévolus à la presse, les subventions à la Bibliothèque nationale de France, à la Bibliothèque publique

d'information ou au Centre national du livre, le soutien public aux bibliothèques et autres médiathèques territoriales, des crédits affectés au patrimoine cinématographique (subvention à la Cinémathèque française), le soutien au monde de la musique (fonds pour la création musicale, subvention à diverses manifestations telles les Victoires de la Musique) ou encore les crédits nécessaires au fonctionnement de la Haute autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur Internet (HADOPI).

Au total, **de telles modifications ne facilitent ni la lisibilité budgétaire, ni le suivi des crédits**. Par ailleurs, rappelons que l'architecture budgétaire issue de la LOLF devait se caractériser par sa stabilité, indépendamment de l'organisation administrative de chaque ministère et de ses éventuelles évolutions, **les missions et programmes reflétant les politiques publiques menées et non l'organigramme des services chargés de les mettre en œuvre**. Si la direction du Développement des médias du ministère de la Culture est effectivement devenue la direction générale des Médias *et des industries culturelles* (cf. *infra*), une telle réorganisation interne des services ne saurait emporter automatiquement des conséquences en termes de structure budgétaire.

Le Rapporteur spécial a donc proposé à la commission des Finances :

– d'une part une observation demandant au Gouvernement de revenir à une présentation du budget distinguant avec clarté les moyens de la politique à l'égard des médias et ceux de la politique de la culture ;

– d'autre part et dans l'attente de la présentation d'une maquette budgétaire plus conforme tant à l'esprit qu'à la lettre la LOLF, un amendement tendant à mieux isoler les crédits relatifs à la presse et ceux alloués au livre et aux industries culturelles.

**La commission des Finances aura totalement souscrit aux propositions du Rapporteur le spécial sur ce point.**

## B.– LE MAINTIEN DES DOTATIONS ISSUES DU BUDGET GÉNÉRAL

### 1.– Les médias dans la programmation triennale 2011-2014

La révision constitutionnelle du 23 juillet 2008 a consacré l'existence des lois de programmation des finances publiques<sup>(1)</sup>, dont l'assise constitutionnelle était devenue incertaine compte tenu des évolutions de la jurisprudence du Conseil constitutionnel et de l'entrée en vigueur de la loi organique relative aux lois de finances du 1<sup>er</sup> août 2001 (LOLF). Dans sa nouvelle rédaction, l'article 34 de la Constitution prévoit désormais que les lois de programmation définissent « *les orientations pluriannuelles des finances publiques* ». Le budget 2011 marque la première année de la programmation triennale des finances publiques pour la période 2011-2014.

---

(1) Article 11 de la loi constitutionnelle du 23 juillet 2008.



Dans ce cadre, et après retraitements dus au changement de maquette budgétaire (cf. *supra*), les crédits alloués à la mission *Médias, livre et industries culturelles* pour 2011 atteindraient 1 452,4 millions d'euros en autorisations d'engagement (AE) et 1 455,9 millions d'euros en crédits de paiement (CP). Pour 2012, le budget de la mission serait en baisse de 13,2 % en AE (1 260,6 millions d'euros) et de 12 % en CP (1 280,7 millions d'euros). Le budget 2013 atteindrait 1 250,5 millions d'euros en AE (-0,8 % par rapport à 2012) et 1 194 millions d'euros en CP (-6,8 % par rapport à 2012). Sur l'ensemble de la période de programmation, le budget connaîtrait une décroissance substantielle de 13,9 % en AE, et de 18 % en CP. Toutefois, il convient de souligner qu'**à la fin de la période triennale, les crédits de la mission retrouveraient globalement les niveaux inscrits en loi de finances initiales pour 2010** <sup>(1)</sup>.

### ÉVOLUTION DES CRÉDITS DE LA MISSION MÉDIAS SUR LA PÉRIODE 2010-2013

(en euros)

Mission / Programme	Plafond Autorisations d'engagement (AE)	PLF 2011	2012	2013
	Plafond Crédits de paiement (CP)			
<b>Mission Médias, livre et industries culturelles</b>	AE	<b>1 452 439 178</b>	<b>1 260 613 910</b>	<b>1 250 472 112</b>
	CP	<b>1 455 939 178</b>	<b>1 280 729 910</b>	<b>1 194 036 112</b>
180 <i>Presse, livre et industries culturelles</i>	AE	695 852 418	648 619 562	706 356 610
	CP	699 352 418	668 735 562	649 922 610
313 <i>Contribution à l'audiovisuel et à la diversité radiophonique</i>	AE	549 900 000	478 000 000	478 000 000
	CP	549 900 000	478 000 000	478 000 000
115 <i>Action audiovisuelle extérieure</i>	AE	206 686 760	133 994 348	66 113 502
	CP	206 686 760	133 994 348	66 113 502

Source : *Projet annuel de performances 2011*.

Par programme, l'évolution des crédits sur la période triennale présenterait les caractéristiques suivantes.

- Programme 180 *Presse, livre et industries culturelles*

Les autorisations d'engagement diminueraient de 6,79 % entre 2011 et 2012. Elles augmenteraient de 8,90 % entre 2012 et 2013. Sur l'ensemble de la période, elles présenteraient une hausse de 1,51 %. Les crédits de paiement seraient en baisse tendancielle : -4,38 % entre 2011 et 2012 et -2,81 % entre 2012 et 2013 pour une diminution globale de 7,07 % sur la période triennale. La baisse des crédits se ferait particulièrement ressentir dans le domaine de la presse,

(1) En loi de finances initiale pour 2010, la mission avait été dotée de 1 260,5 millions d'euros en AE et 1 230 millions d'euros en CP (données après retraitements dus aux changements d'architecture budgétaire).

une évolution logique puisque l'effort public exceptionnel consenti suite aux États généraux de la presse écrite devait se limiter à trois années (2009-2011). En revanche, les crédits relatifs au livre, à la lecture et aux industries culturelles seraient en progression.

● Programme 313 *Contribution à l'audiovisuel et à la diversité radiophonique*

Les crédits diminueraient de 13,08 % entre 2011 et 2012 (AE=CP), puis seraient stabilisés entre 2012 et 2013. La décroissance en début de période fait écho à la fin du passage à la télévision tout numérique – prévue au 30 novembre 2011 – et partant, à l'arrêt de son financement par des crédits publics.

● Programme 115 *Action audiovisuelle extérieure*

Les crédits budgétaires alloués à l'AEF seraient divisés par trois sur la période. Entre 2011 et 2012, ils diminueraient de 35,17 %. La baisse serait de 50,66 % entre 2012 et 2013. Cette évolution traduit d'une part la fin de la « montée en charge » de l'effort de l'État pour la mise en place de l'AEF et d'autre part les économies attendues de la réforme de l'audiovisuel extérieur. Toutefois, il convient de souligner que l'AEF bénéficie d'un financement public mixte : outre les crédits budgétaires, une partie du produit de la contribution à l'audiovisuel public lui est allouée (125,2 millions d'euros proposés dans le cadre du présent projet de loi de finances).

**Rappelons que dans le cadre de la programmation triennale, si le montant des crédits par mission est ferme, les plafonds par programme sont indicatifs.**

2.– Des crédits budgétaires en augmentation pour la presse et l'audiovisuel à l'exception de FTV en raison de ses excédents de recettes publicitaires

Dans le cadre du présent projet de loi de finances, **il est proposé d'allouer à la mission *Médias, livre et industries culturelles* 1 452,4 millions d'euros en autorisations d'engagement et 1 455,9 millions d'euros en crédits de paiement, soit une très légère diminution de 0,38 % en AE et une augmentation de 1,96 % en CP** par rapport aux montants ouverts en loi de finances initiale pour 2010<sup>(1)</sup>. Au total, **les crédits sont donc préservés** et témoignent de la poursuite de l'effort public, notamment en faveur de toutes les composantes de l'audiovisuel public et du secteur de la presse.

● Au sein du programme 180 *Presse, livre et industries culturelles*, les AE et les CP seraient en légère hausse pour le secteur de la presse (de 113 à 115 millions d'euros pour les abonnements de l'État à l'AFP, et de 303 à 305 millions d'euros pour les aides à la presse, celle-ci ayant été augmentées de 51 % dans le budget 2010), mais en diminution pour le livre et la lecture ainsi

---

(1) En tenant compte des retraitements dus au changement de périmètre de la mission.

que pour les industries culturelles. Les différents dispositifs et leur évolution, notamment budgétaire, seront détaillés dans les parties thématiques du rapport.

• Le **programme 313 Contribution à l'audiovisuel et à la diversité radiophonique** verrait une progression de ses crédits de 4,37 % (AE=CP). Cette croissance globale marque des évolutions différenciées par action.

Les crédits de l'action *France Télévisions* diminueraient de 14,85 % par rapport à l'an dernier et s'établiraient à 389,9 millions d'euros, un montant inférieur de 76 millions d'euros par rapport à la dotation initialement prévue au plan d'affaires.

Un abattement de 87 millions d'euros serait opéré sur la dotation prévue du fait de l'amélioration attendue des résultats de France Télévisions. D'une part le groupe anticipe une hausse de 171,2 millions d'euros des recettes publicitaires et de parrainage par rapport au plan d'affaires (soit 372 millions d'euros au total). D'autre part le résultat financier devrait connaître une amélioration à hauteur de 22 millions d'euros. Au total, une évolution positive du résultat à hauteur de 148 millions d'euros est donc anticipée pour 2011. En effet, alors que le plan d'affaires avait initialement envisagé un résultat négatif de - 36 millions d'euros, la prévision de résultat pour 2011 s'établirait à un niveau positif de 112 millions d'euros. Sur la base de ce résultat amélioré, le Gouvernement propose de laisser 25 millions d'euros à France Télévisions, le solde - 87 millions d'euros - venant diminuer à due concurrence la dotation publique. La marge ainsi accordée à la société lui permettrait notamment d'absorber la hausse de certaines charges qui n'était pas prévisible lors de l'élaboration du plan d'affaires (la diffusion de France Ô au niveau national ou le surcoût lié au sous-titrage pour les sourds et malentendants par exemple).

Toutefois cet abattement initial de 87 millions d'euros serait diminué de 11 millions d'euros afin de compenser la charge fiscale supportée par France Télévisions au titre de son assujettissement à la taxe sur les salaires<sup>(1)</sup>.

Au total, la dotation budgétaire allouée à France Télévisions serait en baisse de 76 millions d'euros par rapport au plan d'affaires.

Rappelons que **France Télévisions, comme l'AEF, bénéficie d'un financement public mixte associant dotation budgétaire et produit de la contribution à l'audiovisuel public**. Aussi l'évolution de ses ressources publiques doit être appréciée globalement, à l'aune de ces deux voies de financement (cf. *infra*). De fait, le financement de France Télévisions reste pleinement assuré. En tenant compte de l'ensemble des ressources à disposition du groupe - ressources publiques comme recettes privées - les recettes disponibles en 2011 seraient supérieures à celles de 2010, atteignant 2 921 millions d'euros contre 2 900 millions d'euros, étant entendu que les ressources propres de France Télévisions pour 2011 s'avèreront certainement supérieures aux prévisions

---

(1) La dotation budgétaire allouée à France Télévisions n'est pas soumise à la TVA. Or, en vertu de l'article 231 du code général des impôts, les employeurs non assujettis à la TVA doivent acquitter la taxe sur les salaires.

effectuées à l'automne 2010. Au total, l'addition des ressources publiques et privées assureront au groupe France Télévisions une assise financière solide lui permettant de s'acquitter pleinement et efficacement de ses missions de service public.

Les **crédits dévolus au passage à la télévision tout numérique** seraient **multipliés par plus de trois** (+ 227 %), cet effort devant permettre :

– le passage à la TNT de plus des deux tiers de la population métropolitaine sur la seule année 2011 ;

– le financement des dispositifs d'aide et d'accompagnement au numérique dans les départements et collectivités d'outre-mer.

Les crédits alloués à l'expression radiophonique locale seraient en quasi-stagnation (– 0,06 %).

• Les moyens dédiés à l'**audiovisuel extérieur** seraient en augmentation de 4,35 % (crédits de paiement). Sur les 206,7 millions d'euros inscrits au programme 115, 205,1 millions d'euros seraient destinés aux sociétés de l'AEF et 1,61 million d'euros serait alloué à la radio franco-marocaine Médi 1. La dotation pour 2011 prendrait en compte l'assujettissement de la société AEF à la taxe sur les salaires à hauteur de 7,5 millions d'euros, au motif qu'une partie de son chiffre d'affaires est constitué de subventions non soumises à la TVA.

**AUTORISATIONS D'ENGAGEMENT DE LA MISSION MÉDIAS, LIVRE ET INDUSTRIES CULTURELLES**

(en millions d'euros)

Numéro et intitulé du programme et de l'action	Ouverts en LFI 2010	Demandés pour 2011	Variation 2011/2010
<b>Mission Médias, livre et industries culturelles</b>	<b>1 457 947 067</b>	<b>1 452 439 178</b>	<b>– 0,38 %</b>
<b>180. Presse, livre et industries culturelles</b> (libellé modifié ; LFI 2010 retraitée)	<b>733 484 067</b>	<b>695 852 418</b>	<b>– 5,13 %</b>
01. Abonnements de l'État à l'AFP	113 387 230	115 428 200	+ 1,8 %
02. Aides à la presse	302 924 107	306 601 175	+ 1,21 %
03. Livre et lecture (nouveau)	287 814 584	247 818 970	– 13,9 %
04. Industries culturelles (nouveau)	29 358 146	26 004 073	– 11,42 %
<b>313. Contribution au financement de l'audiovisuel et à la diversité radiophonique</b> (libellé modifié ; LFI 2010 retraitée)	<b>526 893 000</b>	<b>549 900 000</b>	<b>+ 4,37 %</b>
01. France Télévisions	457 875 000	389 900 000	– 14,85 %
02. Passage à la télévision tout numérique	40 000 000	131 000 000	+ 227,5 %
03. Soutien à l'expression radiophonique (nouveau)	29 018 000	29 000 000	– 0,06 %
<b>115. Action audiovisuelle extérieure</b> (libellé modifié)	<b>197 570 000</b>	<b>206 686 760</b>	<b>+ 4,61 %</b>
01. Action audiovisuelle extérieure	197 570 000	206 686 760	+ 4,61 %

Source : PAP 2011.

CRÉDITS DE PAIEMENT DE LA MISSION *MÉDIAS, LIVRE ET INDUSTRIES CULTURELLES*

(en euros)

Numéro et intitulé du programme et de l'action	Ouverts en LFI 2010	Demandés pour 2011	Variation 2011/2010
<b>Mission Médias, livre et industries culturelles</b>	<b>1 427 952 112</b>	<b>1 455 939 178</b>	<b>+ 1,96 %</b>
<b>180. Presse, livre et industries culturelles</b> (libellé modifié ; LFI 2010 retraitée)	<b>702 989 112</b>	<b>699 352 418</b>	<b>- 0,52 %</b>
01. Abonnements de l'État à l'AFP	113 387 230	115 428 200	+1,8 %
02. Aides à la presse	304 424 107	305 101 175	+ 0,22 %
03. Livre et lecture (nouveau)	254 929 629	252 818 970	- 0,78 %
04. Industries culturelles (nouveau)	30 248 146	26 004 073	- 14,03 %
<b>313. Contribution au financement de l'audiovisuel et à la diversité radiophonique</b> (libellé modifié ; LFI 2010 retraitée)	<b>526 893 000</b>	<b>549 900 000</b>	<b>+ 4,37 %</b>
01. France Télévisions	457 875 000	389 900 000	- 14,85 %
02. Passage à la télévision tout numérique	40 000 000	131 000 000	+ 227,5 %
03. Soutien à l'expression radiophonique (nouveau)	29 018 000	29 000 000	- 0,06 %
<b>115. Action audiovisuelle extérieure</b> (libellé modifié)	<b>198 070 000</b>	<b>206 686 760</b>	<b>+ 4,35 %</b>
01. Action audiovisuelle extérieure	198 070 000	206 686 760	+ 4,61 %

Source : PAP 2011.

C.- LA PRINCIPALE RESSOURCE : LA CONTRIBUTION À L'AUDIOVISUEL PUBLIC

1.- L'indexation de la CAP permet la réévaluation des montants unitaires

Rappelons à titre liminaire que, à l'initiative du Rapporteur spécial ayant déposé un amendement en ce sens, l'article 97 de la loi de la loi n° 2008-1443 du 30 décembre 2008 de finances rectificative pour 2008 a prévu qu'à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2009, **le montant de la contribution à l'audiovisuel public** <sup>(1)</sup> (CAP) **est indexé chaque année sur l'indice des prix à la consommation hors tabac**, tel qu'il est prévu dans le rapport économique, social et financier annexé au projet de loi de finances pour l'année considérée. Ce montant est arrondi à l'euro le plus proche, la fraction d'euro égale à 0,50 comptant pour 1.

Pour 2009, cette indexation avait ainsi porté la CAP à 118 euros en métropole et à 75 euros pour les départements d'outre-mer (DOM) <sup>(2)</sup>.

Par ailleurs, l'article 31 de la loi n° 2009-258 du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision, tout en maintenant le principe de l'indexation, a porté, à partir de 2010, le montant de la CAP à 120 euros pour la France métropolitaine et à 77 euros pour les DOM.

(1) Ex « redevance audiovisuelle ».

(2) Contre respectivement 116 euros et 74 euros en 2008.

En 2010, la CAP avait donc atteint, après indexation, 121 euros en métropole et 78 euros outre-mer <sup>(1)</sup>.

Le taux d'inflation mentionné dans le rapport économique, social et financier retenu pour la construction du présent projet de loi de finances est de 1,5 %. Aussi, **pour 2011, le montant unitaire de la CAP s'établit à 123 euros pour la métropole et 78 euros pour les DOM.**

## 2.– Une CAP en hausse pour chaque bénéficiaire

Le montant total de la CAP atteindrait **3 222 millions d'euros en 2011**, soit une **augmentation de 3,18 %** par rapport à l'année dernière. Rappelons que le produit total de la CAP provient des recettes nettes de CAP et des dégrèvements pris en charge pas le budget général de l'État. Ainsi, pour 2011 :

– le produit des encaissements nets s'élèverait à 2 652,2 millions d'euros, soit une augmentation de 3,6 % par rapport à 2010 (2 561 millions d'euros) ;

– les dégrèvements connaîtraient une hausse de 1,4 %, plus contenue qu'en 2010 du fait notamment de la diminution du nombre de personnes dégrévées au titre des « droits acquis ». Les compensations de dégrèvements atteindraient alors 569,8 millions d'euros : 518,6 millions d'euros pour motifs sociaux et 51,2 millions d'euros au titre des « droits acquis » (cf. *infra*).

### ÉVOLUTION DE LA CONTRIBUTION À L'AUDIOVISUEL PUBLIC ENTRE 2009 ET 2011

(en nombre de redevables et en millions d'euros)

	Exécution 2009	LFI 2010	PLF 2011
Redevables particuliers	25 865 696	26 048 890	26 542 575
Encaissements bruts	2 488,6	2 608,2	2 695,6
Encaissements nets	2 458,8	2 561	2 652,2
Compensation pour dégrèvements	538,8	561,8	569,8
Dotation aux organismes publics	2 997,6	3 122,8	3 222

Source : direction générale des Médias et des industries culturelles et direction du Budget.

Le présent projet de loi de finances propose de partager le produit de la CAP selon les modalités suivantes :

– le groupe **France Télévisions** se verrait allouer **2 146 millions d'euros**, un montant en progression de 2,59 % par rapport à 2010 ;

– **ARTE-France** bénéficierait de **251,8 millions d'euros**, une dotation en croissance de 4,08 % ;

(1) L'inflation telle qu'évalué dans le rapport économique, social et financier annexé au projet de loi de finances pour 2010 était de 1,2 %.

– le groupe **Radio France** serait doté de **606,6 millions d’euros**, soit une hausse de 3,89 % ;

– **l’Audiovisuel extérieur de la France** verrait sa part de CAP progresser de 6,54 % pour atteindre **125,2 millions d’euros** ;

– **l’Institut national de l’audiovisuel** enregistrerait une hausse de 5,43 % de la part de CAP qui lui est attribuée, soit **91,9 millions d’euros** au total.

**MISSION AVANCES À L’AUDIOVISUEL PUBLIC**  
**RÉCAPITULATION DES CRÉDITS DE PAIEMENT PAR PROGRAMME**

(en euros)

Numéro et intitulé du programme	Ouverts en LFI pour 2010	Demandés pour 2011	Variation 2011/2010
<b>TOTAL</b>	<b>3 122 754 032</b>	<b>3 222 000 000</b>	<b>+ 3,18 %</b>
841. France Télévisions	2 092 233 200	2 146 460 743	+ 2,59 %
842. ARTE France	241 934 420	251 809 230	+ 4,08 %
843. Radio France	583 862 843	606 591 415	+ 3,89 %
844. Contribution au financement de l’action audiovisuelle extérieure	117 517 100	125 197 562	+ 6,54 %
845. Institut National de l’Audiovisuel	87 206 469	91 941 050	+ 5,43 %

Source : PAP 2011.

Comme il a été rappelé précédemment, **deux organismes bénéficient d’un financement public mixte : France Télévisions et la société Audiovisuel extérieur de la France.**

Ainsi, si la dotation budgétaire allouée à France Télévisions serait en diminution de 14,85 % pour tenir compte de l’excédent de recettes publicitaires (cf. *supra*), la part de CAP dont l’entreprise bénéficie serait en hausse de 2,59 %. Au total, le financement public global du groupe présenterait une légère baisse de 0,54 % et s’établirait à 2 536,4 millions d’euros.

L’effort en direction de l’AEF progresserait quant à lui de 5,16 % par rapport à 2010, reflet d’une dotation budgétaire en hausse de 4,35 % et d’une CAP en augmentation de 6,54 %. L’audiovisuel extérieur serait donc financé à hauteur de 331,9 millions d’euros.

**ÉVOLUTION DU FINANCEMENT DE FRANCE TÉLÉVISIONS ET DE L’AEF**

(crédits de paiement, en euros)

	Ouverts en LFI pour 2010	Demandés pour 2011	Variation 2011/2010
France Télévisions : contribution à l’audiovisuel public	2 092 233 200	2 146 460 743	+ 2,59 %
France Télévisions : dotation budgétaire	457 875 000	389 900 000	– 14,85 %
<b>TOTAL France Télévisions</b>	<b>2 550 108 200</b>	<b>2 536 360 743</b>	<b>– 0,54 %</b>
AEF : contribution à l’audiovisuel public	117 517 100	125 197 562	+ 6,54 %
AEF : dotation budgétaire	198 070 000	206 686 760	+ 4,35 %
<b>TOTAL AEF</b>	<b>315 587 100</b>	<b>331 884 322</b>	<b>+ 5,16 %</b>

Source : PAP 2011.

### 3.– Les dégrèvements de CAP pour 2011 : la baisse tendancielle des « droits acquis »

Deux catégories de personnes peuvent bénéficier d'un dégrèvement sur rôle de la contribution à l'audiovisuel public.

● Les personnes exonérées ou totalement dégrévées de taxe d'habitation et qui remplissent certaines conditions de revenus et de cohabitation.

Il s'agit :

– des personnes titulaires de l'allocation supplémentaire visée aux articles L. 815-1 et L. 815-24 du code de la sécurité sociale ;

– des contribuables atteints d'une infirmité ou d'une invalidité les empêchant de subvenir par leur travail aux nécessités de l'existence ;

– des bénéficiaires de l'allocation aux adultes handicapés (AAH) ;

– des personnes âgées de plus de 60 ans ;

– des personnes veuves ;

– des bénéficiaires du revenu minimum d'insertion (uniquement dans les départements d'outre-mer depuis 2010) ;

– des personnes bénéficiant d'une prolongation d'un an du bénéfice du dégrèvement RMI (uniquement dans les DOM depuis 2010) ;

– pour la métropole uniquement, des contribuables titulaires du RMI en 2009 qui ont bénéficié d'un dégrèvement de redevance audiovisuelle due au titre de l'année 2009, et des titulaires du RSA au 1<sup>er</sup> janvier 2010 ayant un revenu fiscal de référence au titre de l'année 2009 inférieur au seuil de l'abattement mentionné à l'article 1414-A-1 du code général des impôts (CGI) ;

– des redevables occupant dans les DOM, à titre d'habitation principale, un local dont la valeur locative n'excède pas 40 % (ou 50 % sur délibération de la commune) de la valeur locative moyenne des locaux d'habitation de la commune ;

– uniquement en métropole et pour l'année 2010, des contribuables dont le montant des revenus mentionnés au II de l'article 1414-A du CGI est nul.

● Les « droits acquis ».

Le régime des « droits acquis » concerne les personnes âgées de plus de 65 ans au 1<sup>er</sup> janvier 2004, sous conditions de revenus et de cohabitation, ainsi que certains mutilés ou invalides qui étaient dégrévées de CAP (à l'époque, redevance



audiovisuelle) dans le dispositif antérieur à la réforme de 2005<sup>(1)</sup> et qui, mécaniquement, n'avaient plus droit à ce dégrèvement dès lors que le régime de la redevance était adossé à celui de la taxe d'habitation.

Rappelons que la réforme votée à l'occasion de la loi de finances pour 2005, en consacrant l'alignement de la collecte de la CAP sur celle de la taxe d'habitation, avait également entraîné un alignement des conditions de dégrèvement entre les deux dispositifs fiscaux. De fait, environ 800 000 foyers auparavant exonérés de CAP mais redevables de la taxe d'habitation devaient se trouver assujettis à la CAP.

Le législateur, dans le but de favoriser une transition supportable pour les contribuables concernés, avait alors choisi d'instituer un mécanisme préservant leurs « droits acquis » pour trois ans (jusqu'en 2007) en maintenant le dégrèvement de CAP pour :

– les foyers dont l'un des membres est mutilé, invalide civil ou militaire, ou atteint d'une invalidité ou d'une infirmité d'au moins 80 %, ce dernier n'étant pas redevable de la taxe d'habitation, avec un revenu fiscal de référence de 2003 n'excédant pas le seuil défini au I de l'article 1417 du code général des impôts, sous réserve de ne pas être redevable de l'impôt de solidarité sur la fortune et de satisfaire à la condition de cohabitation. Par tolérance administrative, les personnes redevables de taxe d'habitation qui hébergeaient une personne infirme pouvaient bénéficier de l'exonération de redevance audiovisuelle ;

– les personnes âgées d'au moins 65 ans au 1<sup>er</sup> janvier 2004, non imposables à l'impôt sur le revenu (revenus de 2002), non redevables de l'impôt de solidarité sur la fortune au titre de 2002, et n'habitant pas avec des personnes imposables à l'impôt sur le revenu.

L'article 142 de la loi de finances pour 2008, résultant d'un amendement présenté par le Rapporteur spécial, a pérennisé le dégrèvement de redevance pour la part la plus fragile des contribuables concernés, à savoir certains mutilés, invalides ou infirmes, sous réserve de satisfaire aux conditions requises.

Le dégrèvement en faveur des personnes âgées a quant à lui été reconduit d'année en année à la faveur d'amendements parlementaires. Depuis 2010, le Gouvernement a fait le choix d'intégrer ce dégrèvement au projet de loi de finances. Le présent projet de loi de finances propose donc au Parlement de proroger le dispositif pour une année supplémentaire<sup>(2)</sup>.

---

(1) Voir la rapport d'information n° 671 de M. Patrice Martin-Lalande « Le bilan de la réforme de la redevance audiovisuelle » et le rapport de la Cour des comptes d'octobre 2007.

(2) Article 36 du présent projet de loi de finances.

ÉVOLUTION DE LA POPULATION DES « DROITS ACQUIS » ENTRE 2005 ET 2009

Année	Personnes âgées de plus de 65 ans	Infirmes ou invalides	Total	Variation en par rapport à N-1
2005	1 025 733	33 075	1 058 808	–
2006	851 422	27 866	879 288	– 16,95 %
2007	724 898	22 612	747 510	– 14,99 %
2008	650 226	18 096	668 322	– 10,60 %
2009	546 835	17 067	563 902	– 15,62 %

4.– Maintenir l'assiette de la CAP : actuellement un moindre mal

a) *Faut-il taxer les supports alternatifs au téléviseur ?*

Les critères d'assujettissement à la contribution à l'audiovisuel public (CAP) sont codifiés aux articles 1605 et suivants du code général des impôts. Aux termes de l'article 1605, la CAP est due « *par toutes les personnes les physiques imposables à la taxe d'habitation à la condition de détenir [...] un appareil récepteur de télévision ou un dispositif assimilé permettant la réception de la télévision pour l'usage privatif du foyer* ».

Or l'administration fiscale ne considère pas la détention de dispositifs de réception alternatifs au téléviseur, notamment les ordinateurs, comme fait générateur de la taxe <sup>(1)</sup>. Face à une interprétation pour le moins restrictive des dispositions en vigueur, le Rapporteur spécial avait demandé, dans le cadre de la loi de finances pour 2009, la remise d'un rapport sur l'« extension » – en réalité la stricte application – du régime fiscal existant aux supports de réception alternatifs <sup>(2)</sup>.

En effet, **il est certain qu'à terme, les évolutions technologiques aboutiront à fragiliser l'actuelle définition du fait générateur de la taxe**, la télévision étant désormais accessible *via* des supports variés et de plus en plus mobiles (ordinateurs, téléphones portables, baladeurs numériques etc.).

Toutefois, à l'heure actuelle, il semble que les supports alternatifs ne se substituent pas au téléviseur et demeurent de simples écrans de complément. Par ailleurs, **il est probable que les rares redevables uniquement équipés d'un support alternatif à l'exclusion de tout téléviseur traditionnel** <sup>(3)</sup> **fassent partie de la population étudiante. Or il serait inopportun de taxer une population qui reste financièrement fragile.** En tout état de cause, d'après les données recueillies auprès des services compétents, le manque à gagner lié au non-

(1) En vertu de l'instruction codificatrice n° 05-029-A8 de la direction générale de la Comptabilité publique (direction générale des Finances publiques depuis 2008, après sa fusion avec la direction générale des impôts).

(2) Article 194 de la loi n° 2008-1425 du 28 décembre 2008 de finances initiale pour 2009.

(3) Article 1605 bis du code général des impôts : « une seule contribution à l'audiovisuel public est due, quel que soit le nombre d'appareils récepteurs de télévision ou dispositifs assimilés dont sont équipés le ou les locaux affectés à l'habitation ».

assujettissement des supports type micro-ordinateurs à la CAP est estimé entre 14 et 25 millions d'euros seulement, soit, dans l'hypothèse la plus optimiste, moins de 1 % des encaissements nets de CAP.

*b) Faut-il taxer les résidences secondaires ?*

Dans la situation antérieure à la réforme de 2005, la redevance audiovisuelle était non seulement due au titre de l'habitation principale, mais également par résidence secondaire dès lors qu'un ou plusieurs dispositifs de réception de télévision y étaient détenus de façon permanente.

L'alignement des régimes de la taxe d'habitation et de la redevance audiovisuelle issu la réforme de 2005 a, parallèlement, entraîné la suppression de la taxation multiple au titre de la redevance. D'une part ceci répondait à un souci de simplification. Par ailleurs, le principe de pluralité de taxation était mal vécu par les redevables, les assujettis arguant du fait qu'ils ne pouvaient profiter simultanément des postes de réception de télévision détenus dans les deux types de résidences. De fait, le taux de fraude sur les résidences secondaires était particulièrement élevé, les contrôles s'avérant difficiles à mener dans ce domaine. En outre, la condition de détention d'un poste de télévision au sein de la résidence secondaire aboutirait à n'assujettir à la CAP que les moins « mobiles » des potentiels redevables, ceux qui ne disposent que d'un traditionnel récepteur fixe, à l'exclusion de tout support de réception alternatif mobile.

L'extension de la contribution à l'audiovisuel public aux résidences secondaires constituerait donc un **retour en arrière par rapport à la réforme de 2005**, les mêmes difficultés quant à son recouvrement risquant de ressurgir. Par ailleurs, elle pourrait rendre problématique la question des dégrèvements de CAP. En effet, actuellement, les dégrèvements de CAP sont ceux appliqués pour la taxe d'habitation et ne prennent pas en compte le cas des résidences secondaires. Aussi, un nouveau régime d'allègement devrait être prévu pour les personnes aux revenus modestes bénéficiant d'un dégrèvement de CAP au titre de leur résidence principale mais ayant plusieurs résidences. L'instauration d'un nouveau régime de dégrèvement reviendrait sur le principe d'alignement des allègements de CAP sur ceux de la taxe d'habitation et pourrait en outre susciter, par parallélisme, des demandes similaires de dégrèvement en matière de taxe d'habitation sur les résidences secondaires.

Les résidences secondaires actuellement hors champ de la CAP représentent environ 2,5 millions de locaux <sup>(1)</sup>. La quasi-totalité se situant en métropole, elles seraient soumises à une contribution de 123 euros. Le produit fiscal théorique pourrait donc s'élever à environ 300 millions d'euros dans l'hypothèse d'un taux d'équipement en récepteurs de télévision de 100 %. Toutefois, l'ensemble des foyers concernés ne disposant pas de téléviseurs, il

---

(1) Estimation à partir du fichier de taxation pour 2009.

semble raisonnable de retenir un produit fiscal potentiel compris entre 150 et 200 millions d'euros, correspondant à des taux d'équipement de 50 à 66 %.

De fait, une telle extension de la CAP conduirait à un produit fiscal non négligeable. Les sommes recouvrées au titre de ce nouvel assujettissement permettraient alors, le cas échéant, de diminuer d'autant les dotations budgétaires versées à certains organismes de l'audiovisuel public <sup>(1)</sup> et contribueraient ainsi à la maîtrise de la dépense publique, ce dont le Rapporteur spécial ne pourrait que se féliciter. Il n'en demeure pas moins que **plusieurs interrogations demeurent, qui conduisent le Rapporteur spécial à ne pas soutenir une éventuelle inclusion des résidences secondaires dans le champ de la CAP.**

Enfin, le Rapporteur tient à souligner que les mesures d'assiette touchant la CAP se heurtent au fait que le consentement à l'ex-redevance audiovisuelle est de plus en plus difficile à obtenir dans la mesure où l'offre du service public de la télévision représente une part de moins en moins importante de l'offre télévisuelle multi-support. Attention à ne pas aller jusqu'à une contestation de la légitimité de la CAP qui serait très préjudiciable au service public audiovisuel !

#### D.- LE COMPTE D'AFFECTATION SPÉCIALE RELATIF À L'UTILISATION DU SPECTRE HERTZIEN

Le compte d'affectation spéciale (CAS) retrace, en recettes, le produit des redevances acquittées par les opérateurs privés pour l'utilisation des bandes de fréquences libérées par les ministères affectataires (en l'espèce le ministère de la Défense), ainsi que d'éventuels versements du budget général. La libération des fréquences rendue possible du fait d'une rationalisation et d'une modernisation de leur usage par les armées doit permettre une extension de services existants <sup>(2)</sup> et le développement de services innovants.

**Les fréquences libérées par le ministère de la Défense et le dividende numérique <sup>(3)</sup> doivent être attribuées au cours de l'année 2011.** Les fréquences correspondant d'une part à la bande 2 500-2 690 GHz, actuellement utilisées par le réseau Rubis de la gendarmerie nationale, et d'autre part à la bande 790-862 MHz allouées au système Félin de l'armée de terre devraient ainsi être réattribuées d'ici l'été 2011.

S'il est difficile d'estimer précisément le montant des redevances qu'acquitteront les opérateurs privés – celles-ci dépendant notamment des procédures d'attribution et des différentes obligations attachées aux autorisations de diffuser – **le présent projet de loi de finances fait figurer 850 millions d'euros en recettes au titre de l'année 2011.**

---

(1) France Télévisions et la société Audiovisuel extérieur de la France.

(2) Audiovisuels ou de télécommunications, mobiles ou fixes à haut débit.

(3) Le terme « dividende numérique » désigne les ressources en fréquences libérées par l'arrêt de la télévision analogique.

Les recettes ainsi tirées de la valorisation du spectre hertzien ont notamment vocation à contribuer au désendettement de l'État. Toutefois, le ministère de la Défense a obtenu que les sommes ainsi perçues lui soient intégralement reversées afin de financer des projets d'investissement. Ainsi, l'article 54 de la loi de finances initiale pour 2009<sup>(1)</sup> dispose que « *la contribution au désendettement de l'État ne s'applique pas au produit des redevances acquittées par les opérateurs privés pour l'utilisation des bandes de fréquences libérées par le ministère de la défense jusqu'au 31 décembre 2014.* ».

De fait, les recettes attendues en 2011 serviraient d'une part à financer les dépenses liées à l'utilisation du spectre hertzien ou visant à améliorer cette utilisation<sup>(2)</sup>, et d'autre part à couvrir les coûts relatifs à l'interception ou au traitement des émissions électromagnétiques à des fins de surveillance ou de renseignement.

#### E.- LES INDISPENSABLES AIDES FISCALES AU SECTEUR DE LA PRESSE

D'après le projet annuel de performances pour 2011, les dépenses fiscales en faveur de la presse seraient constantes en valeur par rapport à 2010 et atteindraient **191 millions d'euros**. Les dispositifs concernés, d'inégale importance, sont les suivants :

– le **taux « super réduit » de TVA de 2,1 %** applicable aux publications de presse<sup>(3)</sup>, concentre la **quasi-totalité de la dépense fiscale** avec un coût évalué à 190 millions d'euros ;

– la **réduction d'impôt pour souscription au capital de sociétés de presse**, ouvert aux entreprises soumises à l'impôt sur les sociétés<sup>(4)</sup>, dont le coût estimé est estimé à 1 million d'euros ;

– le **régime spécial de provisions pour investissements en faveur des entreprises de presse**<sup>(5)</sup>, dont le coût reste, comme les années antérieures, inférieur à 500 000 euros.

**Le Rapporteur spécial a tenu à ce que soient prorogés d'un an ces deux derniers dispositifs.** Dans le cadre du présent projet de loi de finances, **il a donc défendu deux amendements** tendant à maintenir ces régimes fiscaux dérogatoires essentiels à la presse. En effet, à l'heure où le secteur cherche encore

---

(1) Loi n° 2008-1425 du 27 décembre 2008 de finances pour 2009.

(2) Par exemple le financement du développement de la fibre optique sur le système Socrate en remplacement de liaisons hertziennes, l'optimisation des capacités du système satellitaire Syracuse III, ou encore le développement d'algorithmes contribuant à la sécurisation des communications des forces et à un moindre encombrement du spectre.

(3) En vertu de l'article 298 septies du code général des impôts. Réservé depuis 1977 aux quotidiens et assimilés, le taux « super réduit » a été étendu à tous les périodiques à partir du 1<sup>er</sup> janvier 1989, par l'article 88 de la loi n° 87-1060 du 30 décembre 1987.

(4) Article 220 undecies du code général des impôts.

(5) Articles 39 bis et 39 bis A du code général des impôts.

un équilibre économique viable, et face aux défis technologiques qui imposent un changement radical dans la production et la diffusion des contenus de presse, il est nécessaire de maintenir des mesures propres :

– à assurer la pérennité des entreprises de presse, *via* des incitations à la recapitalisation ;

– à favoriser l’investissement des entreprises du secteur, notamment dans les domaines de la recherche, du développement technique et de l’innovation.

**Ces deux amendements ont été votés en séance publique <sup>(1)</sup>.**

**Le Rapporteur spécial a en outre réitéré son appel à ce que soient enfin alignés les taux de TVA applicables à la presse papier et à la presse en ligne**, la première bénéficiant d’un taux « super réduit » de 2,1 % et la seconde restant soumise au taux normal de 19,6 %. À ce titre, **il se félicite que le Gouvernement, en réponse, ait réaffirmé son engagement à ce que cette revendication légitime aboutisse au niveau communautaire <sup>(2)</sup>.**

Rappelons par ailleurs qu’au-delà de ces trois dispositifs spécifiquement consacrés à la presse, d’autres mesures fiscales générales sont susceptibles de bénéficier au secteur. Ainsi des dispositifs relatifs au mécénat <sup>(3)</sup> et certaines dispositions relevant de la fiscalité locale.

L’analyse des différentes dépenses fiscales en faveur de la presse sera détaillée ci-après dans les parties thématiques du présent rapport.

## II.– LA RÉGULATION DES MÉDIAS

### A.– LE CONSEIL SUPÉRIEUR DE L’AUDIOVISUEL

#### 1.– Des compétences élargies

Sur la période récente, l’évolution des missions du Conseil supérieur de l’audiovisuel (CSA) a notamment tenu au vote de la loi n° 2009-258 du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision <sup>(4)</sup>.

---

(1) Troisième séance du jeudi 21 octobre 2010, 21 heures 30.

(2) Première séance du vendredi 22 octobre, 9 heures 30.

(3) Articles 200 et 238 bis du code général des impôts.

(4) Pour une présentation détaillée de ces nouvelles missions, on se reportera au rapport spécial n° 1967 annexe 29 de M. Patrice Martin-Lalande au projet de loi de finances pour 2010.

Toutefois, au-delà de ce qui restera comme la réforme la plus importante de l'audiovisuel public depuis la partition des activités de l'ORTF en 1974, d'autres lois sont intervenues, qui ont complété les missions et compétences du Conseil.

Ainsi, la loi n° 2009-1572 du 17 décembre 2009 relative à la lutte contre la fracture numérique a constitué un progrès majeur en confiant au CSA la compétence pour assurer une desserte minimale en TNT de la population de chaque département (cf. *infra*).

La loi n° 2010-476 du 12 mai 2010 relative à l'ouverture à la concurrence et à la régulation du secteur des jeux d'argent et de hasard en ligne a également élargi le champ de compétences du CSA. Ainsi, son article 7 prévoit qu'une délibération du Conseil précise les conditions de diffusion, par les services de communication audiovisuelle, des annonces commerciales. Cette délibération précise notamment les modalités d'application de l'interdiction de telles annonces sur les services de communication audiovisuelle et dans les programmes présentés comme s'adressant aux mineurs <sup>(1)</sup>.

La délibération n° 2010-23 a été adoptée, le 18 mai 2010 <sup>(2)</sup>. Elle est applicable à tous les services de télévision et de radio et vise toutes les communications commerciales : messages publicitaires, parrainage, placement de produit. Elle est valable jusqu'au 31 janvier 2011. Avant cette date, le Conseil devra donc adopter une nouvelle délibération en s'appuyant sur les pratiques constatées et l'expérience acquise durant cette période, ainsi que sur le respect des engagements volontaires, notamment la charte de bonne conduite, à laquelle les entreprises du secteur sont invitées à adhérer.

## 2.– Des moyens à la hauteur des missions

Le présent projet de loi de finances propose d'allouer au CSA 71,3 millions d'euros en autorisations d'engagement et 38,33 millions d'euros en crédits de paiement. **Dans le cadre de la programmation triennale des finances publiques, le montant des crédits de paiement comme le plafond d'emplois seraient stabilisés <sup>(3)</sup>, ce qui devrait permettre au Conseil de s'acquitter efficacement de ses missions.**

---

(1) Au sens de l'article 15 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication.

(2) Délibération n° 2010-23 relative aux conditions de diffusion, par les services de télévision et de radio, des communications commerciales en faveur d'un opérateur de jeux d'argent et de hasard légalement autorisé.

(3) Les crédits de paiement s'élèveraient à 38,29 millions d'euros en 2012 et 38,25 millions d'euros en 2013. Le plafond d'emplois resterait identique sur la période 2011-2013, à 293 ETPT.

## B.– DE LA DDM À LA DGMIC

Décidée lors du conseil de modernisation des politiques publiques du 12 décembre 2007, la modernisation de l'administration centrale du ministère de la Culture et de la communication vise à **recentrer ses différentes structures sur des fonctions plus prospectives de pilotage et de stratégie.**

Précédemment service rattaché au Secrétariat général du gouvernement et mis à la disposition du ministre de la Culture et de la communication pour ses attributions dans le domaine de la communication, la direction du Développement des médias (DDM) s'est trouvée intégrée dans l'administration centrale de ce ministère. Elle a été réorganisée par le décret n° 2009-1393 du 11 novembre 2009, entré en vigueur le 13 janvier 2010, qui crée, aux côtés du secrétariat général du ministère, trois directions générales :

- la direction générale des Patrimoines ;
- la direction générale de la Création artistique ;
- la direction générale des Médias et des industries culturelles (DGMIC).

**L'ex-DDM est dorénavant intégrée au sein de la DGMIC.** Ses missions et compétences sont variées et comprennent :

– l'élaboration et la mise en oeuvre des politiques de l'État en faveur du développement et du pluralisme des médias et des services de la société de l'information, du livre et de la lecture publique, en veillant au développement équilibré et durable des industries de diffusion et de production de contenus culturels ;

– la participation à l'élaboration de la législation et de la réglementation relatives à la presse écrite, à la communication audiovisuelle et aux autres services de communication destinés au public. La DGMIC est notamment associée aux négociations européennes et internationales touchant à la réglementation ou à la régulation des médias et des services de la société de l'information ;

– en matière de lecture publique, la contribution à la modernisation des bibliothèques, qui passe par le renforcement des réseaux, la conservation et l'enrichissement de leur patrimoine et à la formation de leurs personnels. En outre, la DGMIC exerce le contrôle technique de l'État sur les bibliothèques des collectivités territoriales.

**Sans juger de l'opportunité de regrouper au sein d'une même direction générale le pilotage de secteurs aussi variés que l'audiovisuel public, la presse, le livre et les industries culturelles, le Rapporteur spécial rappelle son opposition à ce qu'une réorganisation purement administrative aboutisse à un bouleversement de l'architecture budgétaire contraire à l'esprit comme à la lettre de la LOLF (cf. *supra*).**



## C.– ADAPTER LE CADRE NORMATIF POUR FAIRE ÉMERGER DES OPÉRATEURS DE TAILLE INTERNATIONALE

Face à l'absence d'évolution des règles de concentration en vigueur sur le marché des médias, les observations formulées l'an passées par le Rapporteur spécial restent plus que jamais d'actualité.

À la lumière des évolutions à l'œuvre dans le secteur des médias – mutations technologiques, émergence de médias globaux et de méta-média (internet), concurrence globale et accrue, dispersion des audiences et des investissements publicitaires – le Rapporteur spécial est convaincu que **l'avenir des groupes français passe par un accroissement de leur taille critique et, partant, par une révision des règles actuelles de concentration** à l'aune des toutes nouvelles réalités économiques et technologiques d'un secteur ouvert au monde.

Si la pertinence, la légitimité et l'utilité de telles règles ne faisait aucun doute au moment de leur édicition, force est de constater que le contexte dans lequel elles s'inscrivent a changé et qu'il devient nécessaire de prendre en compte les évolutions qui ont cours depuis une vingtaine d'années, et qui s'accroissent chaque jour un peu plus. Rappelons que dans le domaine des médias, la France ne compte que quelques grands champions : Vivendi, Orange ou encore Lagardère. Dans un avenir proche, l'alternative sera la suivante : **laissera-t-on nos groupes nationaux passer sous la coupe de tycoons médiatiques étrangers ou leur donnera-t-on réellement la possibilité de se développer**, en France et à l'étranger, pour faire face et tirer le meilleur profit de la concurrence globale ?

Ces nouvelles règles devront cependant **trouver le point d'équilibre entre la nécessité de faire émerger des acteurs de taille internationale et la nécessité de protéger le pluralisme sur le marché national.**

**Le Rapporteur spécial s'interroge en outre sur l'asymétrie de régulation qui existe entre les médias traditionnels et l'internet, au détriment des premiers.** En effet l'internet, média global et dématérialisé par excellence, échappe largement aux réglementations nationales qui reposent sur le principe de territorialité. De fait et de par leur nature même, les entreprises de l'internet sont en mesure d'adopter des stratégies d'optimisation juridique leur permettant de s'exonérer des obligations qui pèsent sur les médias traditionnels (participation à la production de contenus par exemple), de contourner les réglementations (sur la publicité, sur la nature des contenus etc.), ou encore d'alléger leur charge fiscale, tous ces éléments leur conférant un avantage comparatif déloyal sur le marché des médias.

**Enfin, le Rapporteur spécial tient à rappeler que l'audiovisuel français doit marcher sur ses deux jambes, avec d'une part l'audiovisuel public et d'autre part l'audiovisuel privé.** Or si les sociétés publiques bénéficient d'un financement garanti car largement assuré par l'État, la crise économique et financière a nettement dégradé les ressources publicitaires des

chaînes de télévision privées et accru leur incertitude quant à leurs revenus futurs. Par ailleurs, un moratoire sur la suppression de la publicité des écrans diurnes de France Télévisions étant proposée par le présent projet de loi de finances (cf. *infra*), le supposé « effet d'aubaine » consécutif au report des investissements des annonceurs sur les écrans privés ne se produira pas davantage qu'en 2009.

Aussi, le Rapporteur spécial a-t-il défendu un **amendement** tendant à fixer le taux de la taxe sur le chiffre d'affaires publicitaire des chaînes de télévision <sup>(1)</sup> à 0,5 % pour les chaînes « historiques » et à 0,25 % pour les chaînes de la TNT, tant que la publicité diurne serait maintenue sur les écrans de France Télévisions. **L'Assemblée nationale a voté ces dispositions**, en précisant toutefois que le taux pour les chaînes de la TNT s'appliquerait jusqu'à l'extinction de la diffusion analogique, cette modification ayant reçu un avis favorable du Rapporteur spécial <sup>(2)</sup>.

---

(1) Codifiée à l'article 302 bis KG du code général des impôts.

(2) Première séance du 22 octobre 2010, 9 heures 30.

## CHAPITRE DEUXIÈME : LES MÉDIAS AUDIOVISUELS ET LA RÉVOLUTION TECHNOLOGIQUE

### I.- LE SECTEUR TÉLÉVISUEL : TNT ET TMP

#### A.- LA TÉLÉVISION NUMÉRIQUE TERRESTRE : ACHEVER UN BASCULEMENT RÉUSSI

##### 1.- Les modalités de déploiement de la TNT

Lancée en mars 2005 pour 35 % de la population métropolitaine, la télévision numérique terrestre (TNT) se déploie par phases successives. Selon le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), elle couvre actuellement plus de 89 % de la population métropolitaine. Elle en couvrira plus de 95 % à l'achèvement du passage à la télévision tout numérique le 30 novembre 2011.

Outre-mer, la TNT sera lancée fin novembre 2010 sur les principaux émetteurs. Elle atteindra courant 2011 une couverture équivalente à la couverture analogique des Télé Pays.

**La loi n° 2007-309 du 5 mars 2007 relative à la modernisation de la diffusion audiovisuelle et à la télévision du futur organise notamment la généralisation de l'accès à la TNT.** Elle prévoit ainsi que les chaînes nationales historiques <sup>(1)</sup> gratuites, publiques et privées, devront couvrir au moins 95 % de la population métropolitaine par voie hertzienne terrestre en mode numérique. Pour les autres chaînes nationales privées, des mesures incitatives ont été introduites afin d'encourager les éditeurs à étendre la couverture de leurs services. Ces éditeurs se sont tous engagés auprès du CSA à couvrir 95 % de la population métropolitaine avant la fin de l'année 2011, confirmant ainsi l'efficacité du dispositif incitatif mis en oeuvre par le législateur.

En application de l'article 115 de la loi n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie, le CSA a publié le 23 décembre 2008 la liste des 1 626 zones métropolitaines qui seront couvertes par la TNT au plus tard le 30 novembre 2011, date de l'extinction de la diffusion analogique.

Par ailleurs, **la loi n° 2009-1572 du 17 décembre 2009 relative à la lutte contre la fracture numérique** a introduit plusieurs dispositions pour **améliorer la couverture** de la télévision numérique terrestre avec :

– un **renforcement des moyens du CSA** pour garantir une diffusion hertzienne terrestre adéquate des chaînes de la TNT dans chaque département, en lui permettant notamment d'imposer une augmentation des puissances d'émission ;

---

(1) Diffusées par voie hertzienne terrestre en mode analogique.

– la **mise en place de commissions départementales de transition vers le numérique** pouvant formuler des recommandations sur les solutions permettant d’assurer de manière optimale la réception de la télévision en mode numérique ;

– la **mise en place d'une compensation financière destinée aux collectivités territoriales et à leurs groupements** qui mettent en oeuvre toute solution permettant d’assurer la réception des services de télévision (cf. *infra*).

Concernant plus spécifiquement l'outre-mer et conformément à l’habilitation prévue par l’article 23 de la loi du 5 mars 2009 <sup>(1)</sup>, le Gouvernement a adopté l’**ordonnance n° 2009-1019 du 26 août 2009 portant extension et adaptation outre-mer des dispositions relatives à la télévision numérique terrestre**. Ce texte fixe le cadre juridique permettant d’assurer le déploiement de la TNT dans les départements et collectivités d’outre-mer ainsi qu’en Nouvelle-Calédonie. L’ordonnance organise ainsi à titre principal le régime d’autorisation des services de télévision sur la TNT par le CSA, tout en garantissant leur accessibilité par le public ultramarin le plus large et en adaptant les modalités d’extinction de la diffusion analogique des services de télévision en outre-mer.

#### LE CALENDRIER DE PASSAGE À LA TÉLÉVISION TOUT NUMÉRIQUE EN MÉTROPOLE

La loi du 5 mars 2007 a fixé au 30 novembre 2011 au plus tard le terme de l’extinction de la diffusion hertzienne terrestre de la télévision analogique. Par ailleurs, le Premier ministre a approuvé, le 22 décembre 2008, le schéma national d’arrêt de la diffusion analogique et de basculement vers le numérique. Ce schéma a ensuite été actualisé en juillet 2009 : il comprend notamment un calendrier complet du passage à la télévision tout numérique en métropole. Il doit aussi concerner l’outre-mer.

Il convient de noter que la chaîne Canal+, dont l’autorisation de diffusion en mode analogique terrestre arrive à échéance en décembre 2010, doit juridiquement, de ce fait, procéder à des extinctions anticipées par rapport aux autres chaînes historiques sur la moitié des régions environ. Le calendrier spécifique à ces opérations a également été précisé dans le schéma national d’arrêt de la diffusion analogique et de basculement vers le numérique.

Au total, le calendrier du passage à la télévision tout numérique en métropole pour l’ensemble des chaînes historiques hors Canal+ est le suivant :

**2009** : Coulommiers (Seine-et-Marne) ; Kaysersberg (Haut Rhin) ; Nord-Cotentin.

**2010** : Alsace ; Basse-Normandie ; Pays-de-la-Loire ; Bretagne ; Champagne-Ardenne ; Lorraine ; Centre ; Poitou-Charentes ; Bourgogne ; Franche-Comté.

**2011** : Nord-Pas de Calais ; Haute-Normandie ; Picardie ; Île-de-France ; Aquitaine ; Limousin ; Auvergne ; Côte-d’Azur ; Corse ; Rhône-Alpes ; Provence-Alpes ; Alpes ; Midi-Pyrénées ; Languedoc-Roussillon.

---

(1) Loi n° 2009-258 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision.

## 2.– Les dispositifs d’accompagnement pour le virage numérique

Au total, pour l’ensemble du processus de passage à la télévision tout numérique, l’État aura consacré un budget global de 333 millions d’euros couvrant les dépenses relatives :

– à la campagne nationale d’information à destination des téléspectateurs et relative aux conditions de passage à la TNT ;

– aux campagnes d’information régionales ;

– aux frais de fonctionnement du GIP France télé numérique (cf. *supra*) ;

– aux dispositifs d’aide et d’accompagnement prévus par la loi.

En effet, **les pouvoirs publics ont tenu à porter une attention particulière aux publics les plus fragiles et aux personnes résidant dans des zones qui ne seraient pas couvertes par la TNT à l’extinction du signal analogique**. Pour assurer la pleine réussite du passage à la diffusion numérique, plusieurs dispositifs, ciblant des publics spécifiques, ont été créés.

- Le fonds d’aide à l’équipement numérique.

Créé par l’article 102 de la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication <sup>(1)</sup>, il est destiné à **contribuer à la continuité de la réception gratuite des services de télévision hertzienne en clair après l’extinction de leur diffusion en mode analogique**. L’aide est accordée à leur demande et sous condition de ressources aux foyers dégrévés de la contribution à l’audiovisuel public et ne recevant ces services que par voie hertzienne terrestre analogique.

Les conditions d’éligibilité au fonds ainsi que les montants susceptibles d’être attribués à ses bénéficiaires sont fixés par le décret n° 2009-1670 du 28 décembre 2009 <sup>(2)</sup>. Les aides peuvent ainsi atteindre <sup>(3)</sup> :

– 250 euros pour l’équipement des foyers non couverts par la TNT à l’extinction de la diffusion analogique (installation d’un dispositif de réception par satellite numérique, souscription d’un abonnement au câble, au satellite numérique, à une offre ADSL ou à la fibre optique). Cette aide est à l’attention des foyers situés dans les zones à l’écart des émetteurs terrestres de la TNT et qui, par conséquent, ne recevront plus la télévision par voie hertzienne après l’extinction de l’analogique. Par exception, elle est ouverte à tous les foyers sans conditions de ressources ;

---

(1) Loi n° 86-1067.

(2) Décret n° 2009-1670 relatif à l’aide aux téléspectateurs permettant la continuité de la réception des services de télévision en clair diffusés par voie hertzienne terrestre en mode analogique.

(3) Article 8 du décret n° 2009-1670.

– 120 euros pour les foyers couverts par la TNT à l’extinction de la diffusion analogique afin de permettre l’adaptation, la réorientation ou le remplacement des antennes de réception hertzienne terrestre ;

– 25 euros pour les foyers couverts par la TNT à l’extinction de la diffusion analogique afin d’aider à l’acquisition de dispositifs permettant la réception des services de télévision en clair diffusés par voie hertzienne terrestre en mode numérique (adaptateur ou téléviseur TNT intégrée, souscription d’un abonnement au câble, au satellite numérique, à une offre ADSL ou à la fibre optique).

- Le dispositif d’assistance technique destiné aux personnes âgées de plus de 70 ans et aux personnes handicapées <sup>(1)</sup>.

**Il consiste principalement en une prestation de service** (branchement et réglage des chaînes de la TNT) dans le but d’assurer la continuité de la réception gratuite des services de télévision en clair après l’extinction de leur diffusion par voie hertzienne terrestre en mode analogique. La loi du 17 décembre 2009 relative à la lutte contre la fracture numérique confie la mise en oeuvre de ce dispositif au GIP France télé numérique.

- La compensation financière destinée aux collectivités territoriales et à leurs groupements.

La loi du 17 décembre 2009 institue une compensation financière destinée aux collectivités territoriales et à leurs groupements qui mettent en oeuvre toute solution permettant d’assurer la réception des services de télévision diffusés par voie hertzienne terrestre en mode numérique dans les zones dans lesquelles la continuité de la réception des services de télévision en clair ne peut être assurée dans ce mode de diffusion après l’arrêt de l’analogique <sup>(2)</sup>.

---

(1) Taux d’invalidité supérieur à 80 %.

(2) Article 8 de la loi n° 2009-1572 relative à la lutte contre la fracture numérique.

### LE DÉPLOIEMENT DE LA TNT OUTRE-MER

Les dispositions combinées de la loi n° 2009-258 du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public et de l'ordonnance n° 2009-1019 du 26 août 2009 étendent et adaptent le cadre juridique de la télévision numérique de terre aux spécificités des départements et des collectivités d'outre-mer régies par l'article 74 de la Constitution et de la Nouvelle-Calédonie.

Dans la continuité des recommandations du « Rapport sur les modalités de développement de la télévision numérique dans les collectivités d'outre-mer » rédigé par M. Alain Méar, membre du Conseil supérieur de l'audiovisuel, le CSA a autorisé un premier multiplex de dix chaînes, issu de la numérisation des fréquences de Tempo et constitué des chaînes suivantes : Télé Pays, France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô, ARTE, France 24, ainsi que deux chaînes locales existant en Guadeloupe, Martinique et à la Réunion et une chaîne locale existant en Guyane, à Saint-Martin, Saint-Barthélemy et en Polynésie Française (ATV, KMT, La Une, Canal 10, Antenne Réunion et TV Kréol).

Ce multiplex sera mis en service le 30 novembre 2010, et devrait atteindre, dans les deux mois à compter de cette date, une couverture équivalente à la couverture de Télé Pays en mode analogique.

Les services du Conseil ont également planifié un second multiplex destiné à accueillir des chaînes relevant de l'article 26 de la loi du 30 septembre 1986 (version haute définition de chaînes publiques déjà présentes sur le premier multiplex ou nouvelles chaînes, telles les chaînes parlementaires si celles-ci le souhaitent), des services de télévision locale qui n'ont pas pu bénéficier de leur droit de reprise au sein du premier multiplex et de nouveaux services de télévision locale.

Afin de préparer les appels aux candidatures spécifiques à chaque collectivité et destinés à sélectionner les chaînes locales qui pourraient être diffusées soit dans le premier multiplex dans les collectivités où une ressource reste disponible sur ce multiplex, soit dans le deuxième multiplex dans le cas contraire, le CSA a procédé à la fin de l'année 2009 à une consultation publique en vue de planifier un nombre suffisant de canaux pour assurer la couverture des bassins de vie ultramarins en mode numérique hertzien.

Le GIP France télé numérique a démarré les travaux préparatoires de mise en place des structures régionales et locales pour s'assurer de la réussite du projet TNT outre-mer.

## B.– LA TÉLÉVISION MOBILE PERSONNELLE : L'ACCORD DE LA DERNIÈRE CHANCE ?

### 1.– La TMP : principes et enjeux

**La télévision mobile personnelle (TMP) consiste en une offre de services audiovisuels linéaires diffusés sur des terminaux mobiles individuels (écrans portatifs, téléphones, agendas électroniques de type PDA, ordinateurs portables, etc.) ou sur des récepteurs de télévision installés dans des véhicules.** Il peut s'agir de la retransmission simultanée de chaînes de télévision déjà autorisées pour un mode de diffusion « classique » (terrestre, par câble, satellite ou ADSL), ou encore de la diffusion de nouveaux services de télévision conçus

spécifiquement pour la consommation nomade. D'autres services complémentaires fondés sur l'interactivité ou la fourniture de données associées pourraient également voir le jour.

Si les opérateurs de téléphonie mobile proposent, depuis 2006, dans leurs offres haut débit <sup>(1)</sup> des services de télévision et des services de vidéo à la demande (VOD), les contraintes techniques attachées à ces technologies issues de la téléphonie mobile <sup>(2)</sup> ne permettront pas le développement d'un marché de masse du fait de leur inadéquation à la diffusion vers un grand nombre d'utilisateurs simultanés. C'est pourquoi les acteurs du marché étudient des technologies de diffusion spécifiquement adaptées aux services de télévision mobile, qui peuvent servir un nombre illimité d'utilisateurs sur leur zone de couverture.

### **La TMP présente des enjeux majeurs :**

– des **enjeux de marché** : ces nouveaux services sont en effet considérés comme des relais de croissance importants par les opérateurs mobiles et, dans une moindre mesure, par les éditeurs et les distributeurs de services audiovisuels ;

– des **enjeux industriels** : la fourniture de ces nouveaux services suppose le déploiement de nouvelles infrastructures et l'équipement des ménages en terminaux.

Rappelons que le cadre juridique de la TMP est défini par la loi n° 2007-309 du 5 mars 2007 relative à la modernisation de la diffusion audiovisuelle et à la télévision du futur.

Suite au lancement, le 6 novembre 2007, d'un appel à candidatures pour l'édition de services de TMP, le Conseil supérieur de l'audiovisuel a présélectionné, le 27 mai 2008, treize services de télévision privés qui sont destinés à composer l'offre de la TMP aux côtés des trois services du secteur public. Ces services sont : ARTE, BFM TV, Canal +, Direct 8, Europacorp TV, Eurosport, France 2, France 3, I-Télé, M6, NRJ 12, NT1 Remix, Orange Sport Info, TF1, Direct Star et W9.

Les discussions des éditeurs avec les distributeurs potentiels de la TMP ont alors été engagées, mais ont rapidement révélé des **désaccords portant notamment sur le financement du réseau de diffusion**. Ce blocage a interrompu l'élaboration des conventions entre le Conseil et les éditeurs et a conduit à la création d'une mission gouvernementale confiée à M. Cyril Viguier.

---

(1) Sur les réseaux dits de troisième génération.

(2) Notamment liées à la saturation possible des réseaux.



## 2.– La mission Viguiier et ses conséquences

Le rapport rendu par M. Viguiier le 8 juillet 2009 avançait deux propositions alternatives :

– le financement du réseau par les opérateurs mobiles, lesquels prendraient part à la société opérateur de multiplex, comme le prévoit la loi ;

– la mise en place d'une société de lancement de la TMP, par l'intermédiaire de laquelle la société de diffusion TDF contribuerait de manière prioritaire au déploiement du réseau.

C'est ce dernier schéma que les éditeurs ont indiqué avoir retenu, de telle sorte que, le 8 mars 2010, le Conseil a pu procéder à la délivrance de l'autorisation des seize services retenus pour la TMP <sup>(1)</sup>.

Les éditeurs disposaient alors d'un délai de deux mois pour présenter conjointement au Conseil un opérateur de multiplex chargé de faire diffuser leur signal. C'est la société Mobmux, filiale à 100 % de TDF, qui sera chargée de gérer le multiplex de la TMP et devra assurer la diffusion des services pour le compte des éditeurs. Elle prendra aussi à sa charge les investissements de réseaux et la commercialisation de l'offre de la TMP auprès des opérateurs mobiles.

Alors que les négociations étaient bloquées depuis plusieurs mois entre éditeurs et opérateurs mobiles sur le modèle économique et le partage de la valeur générée par la TMP, les sociétés TDF et Virgin Mobile (groupe Omer Telecom) ont annoncé le 22 avril 2010 avoir trouvé un accord pour lancer une offre de TMP au dernier trimestre 2011.

L'accord entre les parties prévoirait que :

– TDF finance l'intégralité du réseau à hauteur d'une couverture de 50 % de la population en extérieur (*outdoor*) et 30 % en intérieur (*good indoor*), soit environ 80 agglomérations dès le lancement de l'offre, prévu au dernier trimestre 2011. TDF estime les coûts annuels afférents à quelques dizaines de millions d'euros ;

– Virgin Mobile distribue son offre d'ici fin 2011 au sein d'une formule forfaitaire d'une vingtaine d'euros par mois comprenant quelques heures de téléphone ainsi que la TMP en consommation illimitée. En contrepartie, Virgin Mobile reverserait à TDF une « redevance » de quelques euros par mois et par abonné ;

– pour la distribution de la TMP, l'opérateur virtuel bénéficierait d'une exclusivité temporaire d'environ six mois.

---

(1) ARTE, BFM TV, Canal +, Direct 8, Europacorp TV, Eurosport, France 2, France 3, I-Télé, M6, NRJ 12, NT1 Remix, Orange Sport Info, TF1, Virgin 17 et W9.

Les discussions se poursuivent actuellement entre TDF, Omer Mobile et les éditeurs sur le partage des coûts et des recettes, ainsi que sur la norme technique.

Après aboutissement de ces négociations, le déploiement du réseau se ferait de façon progressive, afin d'aboutir à une couverture de 30 % de la population en réception intérieure. Si les négociations prospèrent, le lancement de la TMP pourrait intervenir à la fin de l'année 2011.

## II.- LA RADIO NUMÉRIQUE TERRESTRE : DE NOMBREUSES MISSIONS, ENCORE PEU DE RÉSULTATS

### A.- LA VALEUR AJOUTÉE DE LA RNT

À l'image de la TMP, la radio numérique terrestre (RNT) n'en finit pas de se faire attendre. Certes le développement de la diffusion numérique pour le média radiophonique présenterait des **intérêts indéniables** :

– en offrant une **meilleure couverture du territoire**, les radios, à l'exception de certaines antennes de Radio France, ne disposant que d'une couverture fragmentée ou étant même absentes de bassins d'audience importants <sup>(1)</sup> ;

– en **modernisant le média** grâce à une qualité d'écoute améliorée, des fonctions associées aux équipements (enregistrement, fonction pause, écoute différée), des possibilités d'interactivité accrues, ainsi qu'un plus grand nombre de services avec la diffusion de données associées ou non aux programmes (trafic routier, météo, informations relatives aux œuvres diffusées *etc.*) ;

– en servant de **levier de développement et d'innovation pour l'industrie numérique française**, en stimulant les programmes de recherche-développement et les activités industrielles.

Toutefois, jusqu'ici, le déploiement du futur réseau s'est trouvé freiné par les **atermolements des différents acteurs, il est vrai largement compréhensible du fait de l'absence de visibilité quant au financement des investissements nécessaires au plein essor de la RNT**. De fait, la multiplication des missions relatives à la RNT invite à rester raisonnablement optimiste quant à son lancement à court terme.

### B.- DE LA MISSION TESSIER À LA MISSION KESSLER

Suite à l'appel à candidatures initial lancé en mars 2008 <sup>(2)</sup>, et compte tenu de l'arrêt anticipé de la diffusion analogique de Canal+ en bande III, bande

---

(1) À titre d'exemple, rappelons que RTL, première radio de France, ne peut aujourd'hui être reçue en bande FM que par environ 70 % de la population.

(2) Appel à candidatures restreint en mai 2009 aux seules zones de Paris, Marseille et Nice.

réservée pour la radio numérique, le CSA a décidé de faire évoluer les modalités de déploiement du réseau.

Il s'agissait pour le Conseil d'éviter l'utilisation d'un plan de fréquences temporaire et contraint qui aurait nécessité une coûteuse re planification des fréquences de chaque région. Cette décision, qui repoussait de fait le lancement de la RNT, avait également pour objectif d'améliorer la visibilité des éditeurs en matière de couverture du territoire, au fur et à mesure des lancements des appels à candidatures.

En outre, afin d'assurer une gestion optimale du spectre lors du déploiement de la radio numérique sur l'ensemble du territoire, le Conseil a lancé, le 16 juin 2009, une consultation relative aux principes de planification visant notamment le périmètre des zones de couverture à prévoir afin de tenir compte de la diversité des objectifs de couverture des différentes catégories de radios. Dans la synthèse de cette consultation, le CSA a souligné la diversité des positions des acteurs sur la plupart des questions structurantes de la RNT et, partant, la **complexité du dossier, jugé par le président M. Michel Boyon comme « le plus difficile sur lequel le Conseil ait à se pencher »**.

Parallèlement, **le Premier ministre avait confié une mission à M. Marc Tessier** sur le lancement de ce nouveau mode de diffusion de la radio. Remis en novembre 2009, **le rapport souligne le coût élevé à la charge des éditeurs** induit par le développement de la radio numérique en phase de **double diffusion** analogique et numérique (*simulcast*). Il considère en particulier que la durée du *simulcast* ne saurait être inférieure à dix ans compte tenu des **difficultés à s'assurer d'un renouvellement des terminaux radios pour l'ensemble des foyers**.

Le rapport Tessier émet également des doutes quant au bénéfice du numérique pour les consommateurs dès lors que la couverture numérique ne serait pas suffisante. Afin de lever cette difficulté, le rapport préconise une couverture de 90 % de la population pour les réseaux commerciaux à vocation nationale, 95 % pour les services de Radio France, et plus globalement, une augmentation sensible du nombre de radios reçues par chacun sur l'ensemble du territoire, y compris à l'intérieur des bâtiments.

Suite à ce rapport, et à l'initiative du CSA, une mission de concertation a réuni l'ensemble des acteurs (éditeurs, syndicats, prestataires techniques de diffusion et distributeurs de terminaux), afin d'approfondir les questions encore en discussion <sup>(1)</sup>.

---

(1) Notamment la planification des fréquences, la signalisation des services, le calendrier de déploiement et l'articulation des appels aux candidatures.

Toutefois **les réticences demeurent**. Ainsi, dans un communiqué de presse du 26 novembre 2009, le Bureau de la Radio <sup>(1)</sup> a estimé que « *le coût du projet n'est pas compatible avec l'économie du média radio et ne permet pas d'envisager le lancement de la RNT dans de bonnes conditions* ». Il appelait le CSA « *à approfondir de façon centrale la question du modèle économique* ».

De fait, **le 15 mars 2010, le Bureau de la Radio a demandé un moratoire de 18 mois sur le dossier RNT**. Le 8 avril 2010, le CSA a alors décidé de ne pas délivrer d'autorisations sur les zones initialement prévues en demandant au Gouvernement de réaffirmer son soutien au dossier.

Suite à la décision du CSA de repousser le lancement de la radio numérique terrestre, **le Premier ministre a décidé de confier à M. David Kessler, une mission sur l'avenir numérique de la radio**.

La mission devra se pencher sur les conditions de mise en oeuvre de la RNT et envisager d'éventuelles pistes complémentaires pour une radio numérique répondant à l'ensemble des intérêts en jeu : ceux des auditeurs, des éditeurs et des fabricants, mais aussi celui des finances publiques. Les conclusions de la mission sont attendues pour fin novembre 2010.

#### C.– QUEL ACCOMPAGNEMENT POUR LES RADIOS ASSOCIATIVES ?

Dans la première phase de développement de la radio numérique, l'audience augmentera progressivement en fonction du déploiement géographique de la diffusion et de l'équipement des ménages en nouveaux récepteurs. Le modèle économique de la radio numérique reposera, pour les groupes qui éditent déjà des services de radios, sur l'économie de la FM – dont l'équilibre économique est déjà précaire – et pour les nouveaux services, sur des financements propres.

Dans ce cadre, **une attention particulière doit être accordée aux acteurs les plus fragiles que sont les radios associatives**. Sans modification des textes en vigueur régissant le Fonds de soutien à l'expression radiophonique locale (FSER), seules les nouvelles radios associatives autorisées en mode numérique pourront bénéficier des aides versées aux radios analogiques dans le cadre du FSER.

Or, pour les radios déjà diffusées en mode analogique et qui seront autorisées par le CSA à être diffusées en mode numérique, la double diffusion va entraîner des surcoûts importants. Ceux-ci seront principalement liés aux coûts fixes de diffusion et, dans une moindre mesure, aux coûts d'équipement et aux coûts liés à la fabrication des données associées au programme. Sans aide spécifique, ces services ne pourront donc pas assumer financièrement le *simulcast*

---

(1) Le Bureau de la Radio a été fondé en mars 2009 par les Présidents des groupes Lagardère Active Broadcast, NexradioTV, NRJ Group et RTL. Il a pour objet de promouvoir le média radio financé par la publicité auprès du grand public, des pouvoirs publics et des annonceurs.

et ne pourront alors pas être présents en mode numérique. Le Gouvernement s'est engagé à ce qu'un dispositif spécifique de soutien à la radio numérique soit élaboré. À cette fin, M. Emmanuel Hamelin, a remis au ministre de la Culture et de la communication un rapport proposant des évolutions afin qu'un dispositif spécifique de soutien à la radio numérique associative soit élaboré dans le cadre du FSER.

## CHAPITRE TROISIÈME : LE SERVICE PUBLIC AUDIOVISUEL POURSUIT SA MUTATION

### I.- L'AUDIOVISUEL PUBLIC HEXAGONAL EN REFONDATION

#### A.- FRANCE TÉLÉVISIONS

1.- Le financement de France Télévisions : une consolidation à clarifier entre un ajustement temporaire et un encadrement structurel

*a) La nécessité d'un moratoire sur la suppression de la publicité diurne*

La loi n° 2009-258 du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision a, notamment, profondément modifié le régime économique du groupe France Télévisions en consacrant la suppression progressive de la publicité commerciale sur les antennes du groupe audiovisuel public <sup>(1)</sup>.

Cette suppression devait intervenir en deux temps :

– la suppression des annonces publicitaires entre 20 heures et 6 heures sur les services nationaux de France Télévisions. Elle a été effective dès le 5 janvier 2009 après résolution du conseil d'administration du groupe en ce sens ;

– l'arrêt de la publicité diurne, diffusée entre 6 heures et 20 heures, à compter de l'extinction de la diffusion par voie hertzienne terrestre en mode analogique des services de télévision édités par France Télévisions sur l'ensemble du territoire métropolitain.

Concrètement, la disparition totale de la publicité commerciale sur les écrans des chaînes de France Télévisions devait intervenir au 30 novembre 2011, date de passage à la diffusion numérique terrestre.

**Toutefois, eu égard aux contraintes pesant sur les finances publiques et à la lumière des performances enregistrées par la régie publicitaire de France Télévisions, l'article 76 du présent projet de loi de finances propose d'instituer un moratoire de deux ans sur la disparition des messages commerciaux diurnes.**

---

(1) Sous réserve de certaines dérogations, l'interdiction de diffuser des messages commerciaux ne s'appliquant pas :

- aux décrochages régionaux et locaux ;
- à la publicité pour des biens et services présentés sous leur appellation générique ;
- aux campagnes d'intérêt général ;
- aux opérations de parrainage.

**Favorable au principe du moratoire, le Rapporteur spécial estime toutefois nécessaire d'en faire coïncider la durée avec la durée du mandat du président de France Télévisions et du nouveau COM couvrant ce mandat.**

Pour une analyse plus détaillée du dispositif proposé par le projet de loi et des positions du Rapporteur spécial, on se reportera au commentaire d'article figurant en annexe du présent rapport.

*b) Pour une clarification du financement*

Le groupe France Télévisions – comme les autres organismes de l'audiovisuel public – bénéficie du **mécanisme dit de garantie de ressources**. Déclenché dans l'hypothèse où les recettes issues de la contribution à l'audiovisuel public (CAP) seraient moins élevées que prévu, il assure à l'audiovisuel public le versement des sommes nécessaires à l'accomplissement de ses missions de service public.

Par ailleurs, **depuis 2009, une dotation budgétaire est allouée à France Télévisions** au titre de la perte de recettes induite par la suppression progressive de la publicité sur les antennes du groupe. Toutefois, **aucun mécanisme « miroir » équivalent au dispositif de garantie de ressources n'existe dans l'hypothèse où les ressources de France Télévisions s'avèrent, in fine, plus élevées que prévu**, du fait notamment de « sur-performances » publicitaires.

Or, en 2009, des surplus de recettes publicitaires et de parrainage à hauteur de 144,9 millions d'euros ont été constatés par rapport aux prévisions du plan d'affaires. Pour 2010, les dernières estimations <sup>(1)</sup> laissent même espérer un produit total de 430 millions d'euros, soit une « sur-performance » de plus de 200 millions d'euros par rapport au plan d'affaires et de près de 90 millions d'euros par rapport au budget initialement arrêté après la première reprévision. Ainsi que le rappelait le Rapporteur spécial (cf. *supra*), il est raisonnable d'envisager, pour 2011, un surplus supérieur à 171 millions d'euros qui aboutirait à un montant total au titre des recettes de publicité et de parrainage équivalent au montant de la première reprévision pour 2010 <sup>(2)</sup> (372 millions d'euros).

En 2009, l'État avait procédé à une réduction de 35 millions d'euros de la dotation budgétaire allouée à France Télévisions, arguant de la nécessité d'accélérer le retour à l'équilibre de la société. Le Rapporteur avait pris acte d'une telle décision, soulignant toutefois que priorité devait en premier lieu être donnée à l'assainissement des finances de l'État.

---

(1) Réalisées en octobre 2010.

(2) Effectuée en juin 2010.

**La bonne rigueur budgétaire qui doit prévaloir dans un contexte de tensions sur les finances publiques comme le respect des principes de saine gestion rendent nécessaire la création d'un mécanisme qui verrait, le cas échéant, le montant de la compensation versée à France Télévisions réduite à due concurrence du montant de la « sur-performance » des recettes propres du groupe** tel que déterminé par le contrat d'objectifs et de moyens ou ses éventuels avenants.

En effet, les ressources de France Télévisions ont seulement vocation à couvrir les dépenses afférentes aux charges et missions de service public qui lui incombent. En conséquence, à charges et missions constantes, les recettes correspondantes doivent demeurer à un niveau identique. Aussi, si les ressources propres dépassent les prévisions, il est logique et vertueux de diminuer d'autant la dotation budgétaire versée au groupe.

En revanche, si France Télévisions devait s'acquitter de missions non prévues initialement et nécessitant de nouveaux moyens financiers, un tel mécanisme ne trouverait pas à s'appliquer, ou seulement pour la fraction des sommes dépassant le besoin de financement des nouvelles charges.

**Au total, un tel dispositif serait vertueux, indolore pour la société** puisque ses ressources resteraient dans tous les cas suffisantes pour couvrir les besoins tels qu'identifiés avec l'État et formalisés au sein du COM (éventuellement modifié par avenant), **et participerait à la maîtrise de la dépense publique**. Le Rapporteur spécial a donc défendu un **amendement** en ce sens, **adopté par la commission des Finances**.

#### FAUT-IL MAINTENIR LE PARRAINAGE EN SOIRÉE ?

La suppression de la publicité à partir de 20 heures, effective depuis le 5 janvier 2009, ne s'applique par au parrainage.

Par rapport à 2008, le volume du parrainage diffusé en 2009 est resté stable. Toutefois **sa visibilité a été renforcée, notamment après le journal télévisé de 20h, en raison de la suppression de la publicité « traditionnelle »**. Sur cette période, la durée globale des écrans de parrainage a augmenté de 2 %, soit deux heures supplémentaires (121 heures contre 119 en 2008). La comparaison entre les cinq premiers mois des années 2009 et 2010 laisse également apparaître un volume de diffusion de parrainage en hausse de 4 % (80 heures sur la période janvier-mai 2010, contre 77 heures sur la même période en 2009).

Faut-il laisser subsister le parrainage après 20 heures sur les écrans de France Télévisions ou doit-on aller au bout de la logique de la réforme du 5 mars 2009 et supprimer aussi cette autre forme de publicité ?

Le président-directeur général du groupe, M. Rémy Pflimlin, entend élaborer une **charte encadrant le recours au parrainage**, ce dont le Rapporteur spécial se félicite. Après une période d'expérimentation de ces nouvelles règles, il conviendra de les évaluer et de les intégrer au cahier des charges du service public.



## 2.– Achever la réorganisation du groupe

### *a) La constitution de l'entreprise unique*

Outre le modèle économique du groupe audiovisuel public, la loi n° 2009-258 du 5 mars 2009, a également modifié la structure juridique de France Télévisions en opérant la fusion des sociétés France 2, France 3, France 4, France 5 et Réseau France Outre-mer (RFO) au sein de la société unique France Télévisions SA. Cette fusion des entités juridiques a entraîné la disparition des groupements d'intérêt économique France Télévisions Interactive (FTVI) et France Télévisions services (FTS). Les autres sociétés du groupe (France Télévisions Publicité, France Télévisions Distribution, Multimedia France Production, France 2 Cinéma, France 3 Cinéma etc.) n'ont pas été comprises dans le périmètre de la fusion.

Le nouveau président-directeur général, M. Rémy Pflimlin, envisage certaines évolutions quant à l'organisation du groupe. Le projet portant modification de l'organisation doit être finalisé à l'automne 2010 puis présenté aux instances représentatives du personnel. Il ne remet pas en cause la constitution de l'entreprise unique, dont les fonctions supports ont d'ores et déjà fait l'objet de mutualisation. Citons à cet égard le cas du service immobilier et des services généraux, les fonctions juridiques, financières ou encore la fonction ressources humaines.

La nouvelle organisation des fonctions supports porte ses fruits, permettant notamment un pilotage plus fin et plus efficace des grands équilibres financiers et sociaux du groupe.

### *b) La mise en œuvre du plan de départs volontaires*

Dans le cadre de sa réorganisation, France Télévision doit trouver, par redéploiements internes, les synergies et mutualisations permettant de dégager les économies nécessaires à son développement et à sa transformation en média global.

L'ancienne direction de France Télévisions a alors choisi de proposer à ses salariés un dispositif d'incitation au départ à la retraite couvrant la période 2009-2012. Lancé fin 2009 après avoir été soumis pour information et consultation aux instances représentatives du personnel, ce **plan de départs volontaires (PDV)** concerne tous les salariés du groupe employés sous contrat à durée indéterminée, âgés de 60 ans ou devant atteindre cet âge pendant la durée du dispositif, et qui disposent de tous les trimestres nécessaires pour faire valoir leurs droits à la retraite à taux plein. Les salariés pouvant prétendre à une retraite anticipée au titre d'une carrière longue sont également éligibles au PDV.

Eu égard à ces critères, la direction a estimé que sur les quelque 8 500 salariés employés sous CDI que compte le groupe, 844 personnes seraient éligibles au plan. **Celui-ci étant basé sur le volontariat, il est impossible d'établir de manière certaine le nombre de salariés qui quitteront effectivement l'entreprise. De la même manière, l'impact du PDV sur l'activité de France Télévisions reste indéterminé, les départs étant subis par l'entreprise et non choisis par elle à la lumière de ses besoins.**

Au 31 août 2010, la direction avait recensé 333 salariés prêts à quitter l'entreprise sur la période 2009-2012 : 137 départs ont été effectifs au 30 juin 2010, les départs prévisionnels étant estimés à 173 au second semestre 2010, 20 pour l'année 2011 et trois en 2012. Rappelons que le coût moyen de l'incitation au départ est de 40 000 euros bruts.

*c) La renégociation des conventions collectives et accords d'entreprise*

À l'heure actuelle, les salariés du groupe France Télévisions sont régis par des textes différents selon la nature de leur emploi et leur entreprise de rattachement (avant la fusion) :

– la convention collective des personnels techniques et administratifs de l'audiovisuel (CCPA) ;

– l'avenant audiovisuel à la convention collective des journalistes professionnels (CCNTJ) ;

– l'accord d'entreprise de France Télévisions SA ;

– l'accord d'entreprise de France 5 ;

– l'accord d'entreprise de France Télévisions Interactive (FTVI) ;

– la convention de branche ACCESS pour France 4 ;

– de nombreux accords d'entreprise pour chacune des anciennes sociétés.

Conséquence de la loi n° 2009-258 du 5 mars 2009, les conventions et accords collectifs en vigueur au sein des sociétés France 2, France 3, France 4, France 5 et RFO ont été automatiquement remis en cause par application de l'article L. 2261-14 du code du travail et de leur équivalent en outre-mer. Néanmoins, ils continuent de produire leurs effets pendant une durée maximale de 12 mois augmentée de la durée de préavis de 3 mois prévue par chacun des accords.

L'entreprise avait donc jusqu'au 7 juin 2010 pour conclure ces négociations. Toutefois, par décision du 3 juin 2010, la Cour d'appel de Paris a considéré que les délais de renégociation devaient être ceux prévus pour la

dénonciation des textes concernés <sup>(1)</sup> à compter de la dissolution de l'Association des employeurs de l'audiovisuel public (AESPA), signataire desdits textes, cette dissolution étant intervenue le 9 avril 2009.

**La décision de la Cour d'appel de Paris revenait à créer trois délais de négociation différents, et par conséquent trois dates butoir spécifiques :**

- 15 mois pour les accords d'entreprise (7 juin 2010) ;
- 22 mois pour la CCNTJ (8 février 2011) ;
- 42 mois pour la CCPA (8 octobre 2012).

Dans le respect de cette décision et pour tenir compte des impératifs relatifs à la renégociation, il a été décidé de proroger les accords d'entreprise jusqu'au 8 février 2011, la totalité des conventions collectives devant être renégociés à cette date. Les organisations syndicales représentatives ont ratifié ce nouveau calendrier.

L'ensemble des personnes auditionnées par le Rapporteur spécial, qu'il s'agisse de la direction de France Télévisions ou des représentants du personnel, sont conscients de la **nécessité de procéder à la révision** des conventions et accords d'entreprise. En effet, celle-ci est rendue indispensable du fait de l'évolution des métiers de l'audiovisuel et des bouleversements techniques et économiques à l'œuvre dans le secteur. **Le Rapporteur spécial rappelle toutefois que les salariés de France Télévisions font face à la plus grande réforme de leur entreprise et de leur activité depuis 35 ans.** Du fait de l'ampleur de cette réforme, il est légitime que certaines interrogations, voire certaines inquiétudes, se fassent jour. Le rythme de la négociation doit donc en tenir compte pour recueillir la plus large adhésion des salariés au projet d'entreprise.

### 3.– Les différentes chaînes du groupe

**Le coût de grille de France Télévisions pour l'année 2009 s'élève à 1 940 millions d'euros, soit une croissance de 3,9 %** par rapport à 2008. Rappelons que cette progression fait suite à une augmentation modérée en 2008 (+ 0,5 % par rapport à 2007), conséquence des plans d'actions qui avaient été engagés pour contenir les coûts, afin de faire face à la baisse des recettes publicitaires et ainsi limiter la dégradation du résultat.

La croissance du coût de grille est essentiellement concentrée sur les dépenses liées aux fictions <sup>(2)</sup>, ce qui témoigne notamment de la poursuite du « virage éditorial » du groupe.

---

(1) Soit 18 mois et quatre mois de préavis pour l'avenant à la convention collective des journalistes et trois ans et six mois de préavis pour la CCPA.

(2) Avec 27 millions d'euros supplémentaires consacrés à ces programmes en 2009.

À cet égard, **l'offre culturelle de France Télévisions semble trouver son public**. Ainsi, parmi les magazines culturels, l'émission *Ce soir (ou jamais)* <sup>(1)</sup> a réalisé sa meilleure saison historique <sup>(2)</sup>. *L'objet du scandale* <sup>(3)</sup> enregistre également de très bonnes performances <sup>(4)</sup>.

En première partie de soirée, un effort particulier a été réalisé dans le domaine du spectacle vivant. Le théâtre diffusé en direct a ainsi réuni de nombreux téléspectateurs, sur l'ensemble des chaînes du groupe. Citons, à titre d'exemple, les succès d'audience de *Douze hommes en colère*, *Chat et souris* ou encore *Seznec, un procès impitoyable*.

#### ÉVOLUTION DU COÛT DE GRILLE DE FRANCE TÉLÉVISIONS 2005-2010

(en millions d'euros)

	2005	2006	2007	2008	2009	Budget 2010
France 2	741,9	778	788,6	781,8	784,9	796,4
France 3	749,8	755	771	776,8	807,6	825,2
France 4	10,8	14,6	17,8	22,3	34,4	39,5
France 5	103,7	107,8	114,7	115	125	135,7
RFO	152,6	156,9	165,1	170,7	178,2	186,5
<b>Total groupe FTV</b>	<b>1 758,8</b>	<b>1 812,3</b>	<b>1 857,2</b>	<b>1 866,6</b>	<b>1 940,1</b>	<b>1 983,4</b>

Source : direction générale des médias et des industries culturelles.

Le coût de grille 2009 de **France 2** progresse de 1,7 %. La programmation de la chaîne a été largement ouverte à la fiction française, tandis que des documentaires de qualité ont permis d'enregistrer de très bonnes audiences en première partie de soirée.

En 2009, le coût de grille de **France 3** croît de 4 % par rapport à l'exercice précédent. Cette charge correspond à un volume de diffusion de 25 987 heures de programmes, dont 8 066 heures au titre de l'antenne nationale et 17 921 heures cumulées au titre des antennes régionales. L'évolution du coût de grille est principalement tirée par les progressions de l'information régionale, des fictions et des documentaires.

**France 4** voit son coût de grille progresser de plus de 54 % entre 2008 et 2009. Une telle croissance témoigne de la montée en charge de la chaîne et de l'élargissement de son bassin d'audience. De fait, France 4 aura significativement accru ses acquisitions de programmes afin de renforcer son offre face à la concurrence croissante des autres chaînes gratuites de la TNT. Fidèle à son positionnement, la chaîne continue de faire évoluer sa grille de programmes, en donnant une part importante à la culture, à l'humour et à la musique, sans oublier les séries, les fictions, les long-métrages et les programmes jeunesse.

(1) Diffusée sur France 3 chaque soir du lundi au jeudi en deuxième partie de soirée.

(2) Avec plus de 600 000 spectateurs, soit 5,8 % de part d'audience.

(3) Diffusée sur France 2 deux mercredi par mois en deuxième partie de soirée.

(4) L'émission rassemble 1,2 million de téléspectateurs, soit 10,7 % de part d'audience.

Le coût de grille 2009 de **France 5** progresse de 8,7 % par rapport à l'année précédente. S'appuyant sur les trois piliers de son offre éditoriale (documentaires, animation et magazines), la chaîne a toutefois opéré une modification de sa programmation en proposant, depuis la rentrée de 2009, un nouveau genre, la fiction, diffusé les lundis soirs.

L'augmentation de 4,4 % du coût de grille de **RFO** témoigne de sa politique d'enrichissement de programmes.

Rappelons que les ressources publiques allouées à France Télévisions sont versées à l'entreprise commune France Télévisions SA. À titre indicatif, la répartition des financements par chaîne pour 2010 s'est opérée de la manière suivante :

**RÉPARTITION DES RESSOURCES PUBLIQUES  
ENTRE LES CHAÎNES DU GROUPE FRANCE TÉLÉVISIONS EN 2010**

*(en millions d'euros)*

	<b>Budget 2010</b>	<b>Clé de répartition (%)</b>
France 2	976,4	39
France 3	1 029,8	41,1
France 4	53,9	2,1
France 5	196,1	7,8
RFO	250,8	10
<b>Total groupe FTV</b>	<b>2 507,1</b>	<b>100</b>

*Source : direction générale des médias et des industries culturelles.*

## B.– ARTE-FRANCE

### 1.– Les résultats 2009 du COM 2007-2011

L'année 2009, troisième année d'exécution du COM 2007-2011 consacre le **respect par ARTE-France de la quasi-totalité de ses indicateurs et objectifs**. Notamment, tous les indicateurs de gestion sont positifs.

Concernant la production de programmes, ARTE-France s'est pleinement acquittée de ses obligations, réalisant des performances conformes ou supérieures aux objectifs assignés. Notamment :

– 63,5 millions d'euros ont été consacrés à la production d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques européennes (objectif : 62 millions d'euros) ;

– la part des films européens dans les films produits a atteint 96 % (objectif : 85 % minimum) ;

– 100 heures de spectacles vivants et de magazines culturels ont été produites (objectif : 40 heures minimum).

**Les réalisations attachées aux indicateurs de gestion sont également en phase avec les objectifs.** ARTE-France s'était engagée à ce que la part des dépenses de personnels dans les ressources soit inférieure à 7,7 % en 2009. Elle a été de 7,4 %. La part des frais de structures dans les ressources devait être inférieure à 2,85 % en 2009 ; elle a été de 2,44 %. Par ailleurs les ressources propres sont en augmentation, ce que le Rapporteur spécial tient à saluer. Elles auront atteint 2,9 millions d'euros en 2009 pour une prévision initiale de 2,1 millions d'euros. Les recettes commerciales ont été particulièrement dynamiques, atteignant 1,5 million d'euros pour un objectif fixé à 1,2 million d'euros.

Concernant les audiences, la chaîne est restée stable sur le Mediamat <sup>(1)</sup>, à 1,7 %. Rappelons que à l'exception de France 5, en progression, toutes les chaînes historiques auront perdu de l'audience. Dans ce contexte, la stabilité d'ARTE-France est à souligner.

**L'image d'ARTE-France reste très positive auprès du public**, ainsi qu'en témoignent les études quantitatives menées à ce sujet. Le baromètre FTV/ARTE de l'IFOP <sup>(2)</sup> sur l'image des chaînes hertziennes place la chaîne en première position, devant toutes les autres chaînes historiques sur les thèmes suivants :

- « se préoccupe des grands problèmes de notre temps » ;
- « est respectueuse de son public » ;
- est une chaîne « qui vous cultive » et « montre des choses qu'on ne voit pas ailleurs » ;
- ses programmes « aident vraiment à comprendre l'actualité du monde ».

## 2.– ARTE-France et les nouveaux médias : une politique payante

Les résultats d'audience disponibles à fin août 2010 témoignent globalement de la même évolution, la part d'audience atteignant 1,6 % soit un léger recul. Il conviendra d'analyser les résultats obtenus en année pleine. Il n'en demeure pas moins que plusieurs programmes ont réussi à fédérer une audience notable. Parmi les documentaires et soirées thématiques, *Le mystère de la disparition des abeilles*, *Tchernobyl, une histoire naturelle*, et *Main basse sur le riz* auront connu de réels succès. Les spectacles n'auront pas été en reste, avec notamment *L'art de Chopin* ou le *Concert du nouvel an à Venise*.

---

(1) L'audience Mediamat mesure l'audience des chaînes sur tous les vecteurs de diffusion. Depuis 2000, elle intègre, outre l'hertzien analogique, le câble, le satellite, le numérique hertzien (TNT) et l'ADSL.

(2) Baromètre de janvier 2010.

Par ailleurs, ARTE-France **confirme ses bonnes performances sur les nouveaux supports de diffusion et notamment l'internet**. ARTE-France a souvent fait figure de **pionnière** en la matière puisqu'elle aura été la première chaîne à proposer une offre de télévision de rattrapage gratuite sur ce média avec le site **ARTE +7**<sup>(1)</sup>. Le succès de cette offre ne se dément pas, le site totalisant 2 millions de visites et 6,5 millions de pages vues. En outre, rappelons que la chaîne a lancé, en mai 2009 une nouvelle offre consacrée aux spectacle vivant et à la création : **Arteliveweb**. Le site a enregistré plus d'un million de visionnages en mars 2010, une performance supérieure à l'objectif que s'était assigné la chaîne (un million de visionnage au bout d'un an d'activité). Le site arte.tv totalisait quant à lui, au mois de mai 2010, 4,3 millions de visites et 20,3 millions de pages vues soit une progression de 42 % par rapport à l'année précédente.

Le présent projet de loi de finances propose d'allouer 251,8 millions d'euros à ARTE-France, une dotation en croissance de 4,08 % par rapport à celle ouverte en loi de finances initiale pour 2010.

Cette dotation permettra notamment à la chaîne de financer :

– les coûts relatifs à la poursuite du déploiement de la TNT, et en particulier la contribution d'ARTE-France au GIP France télé numérique ;

– la diffusion en haute définition sur la TNT, estimée à 11,5 millions d'euros en année pleine ;

– la diffusion de la chaîne outre-mer, qui représente un coût de 2,6 millions d'euros en année pleine ;

– la diffusion sur la télévision mobile personnelle, la chaîne ayant provisionné un million d'euros dans cette perspective ;

– la poursuite de l'effort sur les dépenses de programmes et le développement de l'offre sur l'internet.

## C.– RADIO FRANCE

### 1.– Les résultats 2009 : les audiences

Dans le cadre du COM 2010-2014, Radio France s'est engagée, *a minima*, à **maintenir ses audiences au niveau des moyennes constatées sur l'année 2009**. Pour deux stations, France Bleu et le Mouv', les objectifs sont plus contraignants et s'expliquent par la création de deux nouvelles antennes locales pour la première, et par la modification de politique éditoriale pour la seconde (cf. *infra*).

---

(1) Le site propose le visionnage gratuit des programmes de la chaîne pendant une semaine.

Les cibles ainsi assignées à Radio France témoignent d'une certaine ambition dans un contexte de diminution structurelle de l'audience du média radio. En effet, il convient de rappeler que si l'audience cumulée<sup>(1)</sup> de Radio France avait progressé de 25,3 % à 25,8 % entre 2006 et 2009, l'audience cumulée de l'ensemble du média radio avait diminué de près de deux points, de 82,8 % à 81 %. Une telle baisse se poursuit, quoique de façon moins brutale, sur la saison 2009-2010.

Sur 2009-2010 et **pour la quatrième saison consécutive, l'audience cumulée de Radio France reste stable, à 25,8 %. Sa part d'audience<sup>(2)</sup> (PDA) augmente de 0,4 point, atteignant 22,3 %**. L'analyse par antenne laisse apparaître les résultats suivants.

● **France Inter** se maintient au niveau de la saison précédente avec une audience cumulée de 10,3 %, soit 5,3 millions d'auditeurs quotidiens, et une PDA de 9,6 %. La station est la première radio de France sur la tranche matinale 7h30-8h15, entre 12 heures et 14 heures et sur la période 18h30-20h30. Elle est en retrait le week-end, avec une PDA de 9,1 % le samedi (- 0,7 point), et de 10,3 % le dimanche (- 0,2 point).

● **France Info** subit une concurrence intermédiés très forte et sans cesse croissante sur son univers de spécialité. Son audience cumulée est en recul de 0,3 point, atteignant 8,6 %. En revanche sa PDA reste inchangée, à 3,7 %.

● **France Bleu** présente des résultats d'audience très positifs. Pour la première fois depuis la création du réseau, son audience cumulée atteint 7,1 %, en hausse de 0,5 point soit 300 000 auditeurs supplémentaires. Sa PDA augmente dans les mêmes proportions, pour atteindre 6,4 %.

● **France Culture** reste stable, avec une audience cumulée à 1,7 % (+ 0,1 point).

● **France Musique** voit son audience cumulée diminuer de 0,2 point, à 1,3 %, soit 700 000 auditeurs environ. Il est à noter que, du fait de son format thématique, et comme France Culture, France Musique attire un auditoire essentiellement occasionnel.

● **FIP** présente une audience cumulée en progression de près de 10 %, attirant 365 000 auditeurs.

---

(1) Ensemble des personnes ayant écouté le média concerné au moins une fois dans la tranche horaire étudiée ou dans la journée (5h-24h). Peut être exprimée en pourcentage ou en valeurs absolues (milliers ou millions de personnes par exemple).

(2) Synonyme de part de marché. Part que représente le volume d'écoute d'un groupe ou d'une station dans le volume d'écoute global du média radio.



• **Le Mouv'** enregistre une audience cumulée en légère baisse de 0,1 point, s'établissant à 0,8 % en semaine et 0,5 % le dimanche. À cet égard, il conviendra d'analyser les conséquences du changement de politique éditoriale prévu pour 2011.

## 2.– Les orientations stratégiques pour 2011

Pour l'année 2011, il est proposé de doter le groupe Radio France de 606,6 millions d'euros, soit une hausse de 3,89 % par rapport au montant ouvert en loi de finances initiale pour 2010. Cette dotation, conforme aux trajectoires du COM 2010-2014 comprend une part de fonctionnement (en hausse de 3,8 %) et une part d'équipement (en progression de 5,8 %).

Dans le respect du COM conclu avec l'État, la stratégie suivie par Radio France en 2011 s'appuiera sur plusieurs volets.

Il s'agira en premier lieu de **renforcer l'identité de chaque chaîne du groupe**. Rappelons que l'année 2010 aura vu le lancement de deux nouvelles stations du réseau France Bleu : la première au Mans au mois de juin, la seconde, à Toulouse, devrait ouvrir en fin d'année ou au début de l'année 2011. Par ailleurs, Radio France aura mené un travail de recentrage des programmes de FIP, et une refonte significative des grilles de rentrée de France Musique et de France Inter. En outre, les équipes du Mouv', jusqu'ici réparties sur deux sites <sup>(1)</sup>, auront été regroupées à Paris. Ce déménagement s'est accompagné d'un repositionnement de l'antenne sur un format plus généraliste, plus éclectique, même s'il reste à dominante musicale. L'année 2011 sera donc la première année de fonctionnement en année pleine de ces nouveaux formats. C'est par conséquent au terme de cette période que les résultats induits par ces évolutions pourront être analysés et tous les enseignements tirés.

Le groupe devra en outre poursuivre son action de **développement des nouvelles technologies**. Celle-ci passe notamment par la refonte des sites internet des antennes et par l'attention portée au déploiement de la radio numérique terrestre.

Dans ce dernier domaine, et malgré les incertitudes pesant sur les modalités de mise en service de la RNT, Radio France poursuit ses efforts. Ainsi, le groupe s'est attaché à poursuivre l'adaptation de son appareil de production et de son organisation afin d'enrichir ses contenus et de permettre la diffusion de données associées qui prolongent les programmes, tant sur l'internet que sur la RNT.

**La production de contenus pour la RNT ne devrait pas présenter de difficultés techniques ni de coûts supplémentaires** dans la mesure où Radio France entend décliner ce qui aura déjà été fait pour les autres réseaux de diffusion. En effet, les programmes sonores et autres données (texte, images etc.)

---

(1) Toulouse et Paris.

sont rassemblés dans un système central puis distribués sur les différents types de médias possibles – FM, internet, internet mobile, 3G, RNT – qui les utilisent selon leurs besoins : la FM transmet seulement le son, l'application mobile utilise également l'image et le texte etc. Ce système déjà en place est parfaitement modulable et évolutif, de sorte que l'adaptation de l'outil pour la RNT n'impliquera pas de coûts autres que ceux prévus pour la diffusion. L'enrichissement des données, qui s'opère en amont de la diffusion, est partagé et d'ores et déjà mis en oeuvre. Rappelons que, **en 2010, Radio France a finalisé la création d'une société *ad hoc*, Radio France Numérique**, chargée d'assurer l'ensemble des opérations techniques nécessaires au multiplexage, à la transmission et à la diffusion auprès du public de ses programmes en numérique.

La **renégociation des accords d'entreprise** devra également se poursuivre, dans le respect de la décision de la Cour d'appel de Paris (cf. *supra*). L'année 2011 devrait toutefois consacrer la signature de l'accord relatif aux journalistes, les négociations pour les autres catégories de personnels étant certainement amenées à se prolonger au-delà.

Il s'agira également pour Radio France d'**accélérer le processus de modernisation des moyens** techniques, axée notamment sur le renforcement du socle d'infrastructures, la sécurisation du fonctionnement, la refonte du système d'information, le renforcement des processus de supervision et la modernisation des moyens techniques de production et d'antenne.

Enfin, 2011 verra la poursuite du chantier de réhabilitation de la Maison de Radio France.

### 3.– La réhabilitation de la Maison de Radio France

Lancé le 8 juin 2009, le chantier devrait connaître une **étape importante en 2011** avec la livraison du parking et des locaux traités lors la première phase de travaux<sup>(1)</sup>. L'installation des services concernés dans ces locaux réhabilités s'étalera du printemps à l'automne, avant le démarrage de la phase 1 *bis* (auditorium) et de la phase 2 (grande couronne de l'Établissement recevant du public – ERP).

Rappelons que c'est par délibération du conseil d'administration du groupe en date du 19 décembre 2008 qu'a été acté l'engagement du chantier de réhabilitation. Ce projet avait initialement été lancé en 2004 pour des raisons de sécurité, suite à une décision de la commission de sécurité de la préfecture de police de Paris. Il avait ultérieurement été complété d'un programme architectural et fonctionnel destiné à la fois à valoriser le patrimoine que représente le bâtiment, à moderniser les moyens de production radiophoniques, et à offrir aux formations musicales permanentes, comme à toutes les productions musicales de Radio

---

(1) Tour centrale, radiale et petite couronne.

France, une salle de concert symphonique conforme aux meilleures exigences artistiques et acoustiques.

De fait, au-delà de l'incontournable mise en sécurité du bâtiment, l'ensemble du projet vise à améliorer et moderniser les conditions de travail, et s'inscrit dans une démarche de développement durable en intégrant notamment les critères de haute qualité environnementale.

Ce chantier, dont l'achèvement est prévu à l'été 2016, comprend plusieurs ouvrages :

– la réhabilitation proprement dite du bâtiment existant, qui doit se dérouler en quatre phases, les travaux se déroulant en site occupé (phases 1 à 4) ;

– la construction d'un auditorium de niveau international de 1 430 places, doté d'un orgue, et dont la mise en service débutera pour la rentrée musicale 2013 (phase 1 *bis*) ;

– la construction d'un parking de 750 places, qui devrait être mis en service début 2011 (phase 0).

Le coût d'investissement prévisionnel du projet s'établit à 328,2 millions d'euros (valeur juin 2008), qui se répartissent comme suit <sup>(1)</sup> :

– 259,5 millions d'euros pour les travaux <sup>(2)</sup> ;

– 43,8 millions d'euros de coûts de maîtrise d'ouvrage et de maîtrise d'oeuvre ;

– 19,7 millions d'euros destinés à couvrir les aléas du chantier ;

– 5,2 millions d'euros de coûts divers (équipements techniques radio, taxes et redevances).

Les dépenses de réhabilitation font l'objet de révisions de prix au fur et à mesure de la facturation réelle par les prestataires intervenant sur le chantier. Les index de référence servant à ces révisions de prix sont déterminés à la signature des actes d'engagements parmi les index nationaux des travaux publics (TP) et ou du bâtiment (BT).

---

(1) Valeur juin 2008.

(2) Dont 198,9 millions d'euros au titre des opérations de réhabilitation, 34,7 millions d'euros pour l'auditorium et 25,9 millions d'euros pour le parking.

Pour les dépenses à venir, une révision de prix prévisionnelle a été calculée en appliquant à l'index BT01 <sup>(1)</sup> les hypothèses d'inflation suivantes :

- 1,20 % en 2010 ;
- 1,50 % en 2011 ;
- 1,75 % en 2012 et 2013 ;
- 2,20 % en 2014, 2015 et 2016.

En additionnant au coût de la réhabilitation en valeur juin 2008, les révisions de prix déjà constatées et les révisions prévisionnelles, le coût total prévisionnel estimé par le groupe Radio France atteint 345 millions d'euros en euros courants.

Les dépenses de fonctionnement sont, quant à elles, évaluées à 116 millions d'euros sur la période 2005-2016 (en euros courants). Elles concernent essentiellement :

– les coûts de relocalisation temporaire des services déménagés de la Maison de Radio France suite à la fermeture de la Tour et de la petite couronne, opérée en 2004 ;

– les coûts de maîtrise d'ouvrage interne au projet, les coûts des déménagements temporaires au sein du bâtiment pendant les opérations, les coûts d'archivage, d'assurance, de location de salles de répétition pour les orchestres, etc. ;

– la couverture des pertes de loyers et charges, du fait du départ des locataires pendant la durée du chantier (RFI étant le locataire principal).

## D.– L'INSTITUT NATIONAL DE L'AUDIOVISUEL

### 1.– Les résultats d'exécution du COM 2005-2009

**L'INA a respecté ou dépassé les objectifs prévus au titre de 15 des 19 indicateurs inscrits au COM 2005-2009.** Parmi les résultats les plus notables, citons notamment :

– la part des fonds menacés de dégradation sauvegardés en numérique, qui dépasse de 10 points l'objectif fixé à l'INA, atteignant 62 % du total des fonds ;

– le nombre d'heures de télévision et de radio accessibles en ligne pour les professionnels et le grand public, qui est supérieur à l'objectif fixé. À cet égard, la

---

*(1) Référence officielle de révision des prix de la construction, cet indice mesure l'évolution du coût des facteurs de production dans le bâtiment.*

mise en ligne de la nouvelle version du site ina.fr et la nouvelle version de l'application inamediapro ont sans doute porté leurs fruits ;

– les réalisations liées à la gestion de l'entreprise, qui montrent que l'INA a globalement atteint les objectifs qui lui ont été fixés <sup>(1)</sup>.

Les quatre indicateurs pour lesquels l'INA n'a pas atteint pas les objectifs initialement prévus concernent :

– la part des supports physiques conservés en environnement contrôlé : depuis 2008, elle stagne à 60 % alors que l'objectif 2009 était fixé à 71 %. Il convient toutefois de souligner que cette mauvaise performance est la conséquence directe à l'abandon du projet immobilier des Essarts le Roi <sup>(2)</sup>;

– le taux d'occupation du centre de documentation de l'Inathèque à la BNF reste également au même niveau depuis 2006 (50 %). Les raisons avancées par l'INA sont la modification des habitudes de recherche, le développement d'une offre en ligne « grand public » de plus en plus riche et la modification des cursus universitaires en licence, maîtrise, doctorat qui réduirait le nombre d'étudiants en master de recherche. Afin de mieux valoriser son fonds, l'INA met en œuvre, depuis 2007, un plan de développement de la consultation destiné à dynamiser la fréquentation de l'Inathèque et consistant, notamment, à renforcer les partenariats avec les universités et centres de recherche et à implanter en régions des stations de lecture audiovisuelle ;

– le chiffre d'affaires de cessions de droits est en baisse par rapport à 2008 (12,4 millions d'euros contre 15,5 millions d'euros) et inférieur à l'objectif fixé de 13,3 millions d'euros. Cette évolution est la conséquence d'un contexte de morosité économique général qui s'est traduit par une baisse des recettes liées à la cession des archives et à la cession des droits de la direction du marketing et des ventes. Toutefois, il semble que la fin de l'année 2009 ait été marquée par un redressement de l'activité ;

– le nombre de projets ou conventions de recherche menés en partenariat reste à 11 depuis 2008 alors que l'objectif était fixé pour 2009 à 15. Cette évolution témoigne de la stagnation du nombre de programmes de recherche appliquée en lien avec l'évolution de l'INA, dans le cadre du troisième COM, vers la recherche fondamentale.

---

(1) *Mise en place et amélioration des procédures de reporting, part des frais généraux dans les charges d'exploitation, ratio effectifs fonctionnels/effectifs opérationnels, part des frais de personnels sur les ressources, investissement global de formation interne.*

(2) *Le projet immobilier des Essarts le Roi dont l'objet visait à sécuriser les conditions d'archivage des supports physiques. Il a été abandonné du fait de son coût prévisionnel, lequel s'est avéré plus fort que prévu. En outre les progrès de la numérisation lui ont enlevé son caractère urgent.*

## 2.– Les axes du troisième COM

Le présent projet de loi de finances propose d'allouer à l'INA 91,9 millions d'euros au titre de la contribution à l'audiovisuel public, une dotation en croissance 5,43 % par rapport aux crédits inscrits en loi de finances initiale pour 2010. Ces sommes permettront à l'Institut de poursuivre les orientations de son troisième COM, qui couvre la période 2010-2014. Dans le prolongement du COM précédent, ce contrat développe quatre axes définis en accord avec la tutelle.

- La poursuite du plan de sauvegarde et de numérisation des fonds menacés de dégradation physico-chimique (PSN) et l'enrichissement des collections.

La sauvegarde et l'enrichissement des collections constituaient l'objectif principal du deuxième COM. Dans ce cadre, le PSN est entré dans une phase d'accélération et d'extension qui permettra d'une part la sauvegarde intégrale des collections à moyen terme, et d'autre part leur conservation pérenne. Selon les dernières estimations, **le volume des archives restant à sauvegarder s'élève à 51 250 heures de télévision et 234 300 heures de radio.**

Par ailleurs, l'enrichissement des collections se poursuit par l'acquisition et la mise en valeur des fonds, sachant que le périmètre du dépôt légal est désormais stabilisé. Dans son nouveau COM, l'INA s'est notamment engagé à améliorer l'éditorialisation de ses fonds d'archives en constituant une offre thématique multimédia, et à mettre en oeuvre le dépôt légal sur l'internet prévu par la loi n° 2006-961 du 1<sup>er</sup> août 2006 relative au droit d'auteur et aux droits voisins dans la société de l'information (loi DADVSI), tout en multipliant les points de consultation locaux pour les intéressés.

- Le développement de l'exploitation des fonds, les services aux professionnels et l'offre au grand public.

Le nouveau COM a également pour objectif de développer l'exploitation des collections en construisant l'offre la plus pertinente et la plus accessible possible, dans le respect des ayants droit, tout en ouvrant des perspectives de valorisation à l'international.

Ainsi, **l'accès aux fonds doit s'améliorer par la poursuite de la mise en ligne des fonds de l'INA** pour les professionnels (*via* le site INAmédiapro), l'enrichissement éditorial et l'adaptation technologique de l'offre payante et gratuite sur l'internet des collections de l'INA à destination du grand public.

- La mise en place de projets d'envergure en matière d'enseignement et de recherche.

**L'ambition de l'INA de se constituer en université de l'image et des médias est un axe majeur de développement du nouveau COM** (cf. *infra*). Cette ambition doit se traduire par des actions d'exploration et de construction de nouveaux savoirs, passant par le développement des formations professionnelles initiales et continues d'INA Sup et de réseaux de recherche, l'animation du centre « Images et Médias » du pôle de Recherche et d'Enseignement Supérieur (PRES) « Université Paris Est », ainsi que par l'approfondissement de la collaboration avec la communauté scientifique et éducative dans la fourniture de supports pédagogiques intégrant l'image et le son.

La montée en puissance du pôle d'enseignement et de recherche, axe principal du troisième COM, s'appuiera sur la nécessaire mise en oeuvre d'un projet immobilier permettant à l'établissement d'accueillir un nombre croissant d'élèves et de chercheurs.

- La poursuite de l'amélioration de l'efficacité et de la qualité de la gestion.

Le quatrième axe du COM consiste à **accroître l'efficacité et la qualité de la gestion de l'INA**. Cet objectif passe d'abord par une amélioration de la gestion des ressources humaines. L'INA conduit actuellement une renégociation de ses accords collectifs et valorisera davantage les compétences professionnelles acquises par ses salariés, tout en maîtrisant sa masse salariale.

La modernisation de l'organisation interne sera en outre poursuivie grâce à l'amélioration de procédures de contrôle et de suivi des structures financières et comptables de l'Institut, à la maîtrise des frais généraux et à la rationalisation des implantations immobilières.

### 3.– L'activité éducative de l'INA

Outre sa participation à l'activité du monde culturel *via* l'utilisation par des musées, festivals, expositions, de ses ressources visuelles et sonores<sup>(1)</sup>, l'INA développe ses actions dans le domaine éducatif. Assurant certaines formations d'enseignants<sup>(2)</sup>, l'Institut a surtout ouvert, il y a trois ans, **l'École supérieure de l'audiovisuel et du numérique, plus communément appelée « École de l'INA »**.

---

(1) Citons, à titre d'exemples : *Les Assises du roman de Lyon*, *Longueurs d'ondes à Brest*, *Les rendez-vous de l'Histoire de Blois* ou encore l'exposition inaugurale du Centre Pompidou Metz.

(2) Formations initiales, tel le parcours « éducation à l'image » proposé aux futurs professeurs des écoles au sein des Universités de Paris Est Marne-la-Vallée et Paris Est Créteil ; formations continues, à l'image du module d'analyse et de décryptage l'image destiné aux professeurs-documentalistes exerçant dans les centres de documentation et d'information.

Ouverte en octobre 2007, l'École de l'INA vise à répondre aux nouveaux besoins du monde de la production et de la valorisation des contenus audiovisuels induits par l'alliance de l'industrie audiovisuelle et des technologies numériques. L'École propose deux formations :

- gestion et conservation des patrimoines audiovisuels et numériques ;
- production audiovisuelle.

Depuis 2007, l'INA est habilité à délivrer des diplômes de niveau Bac +5, homologués par le ministère de la Culture et de la communication. En 2009, l'INA a transmis à sa tutelle un dossier de reconnaissance de ces diplômes au grade de master par le ministère de l'Enseignement supérieur et de la recherche.

Par ailleurs l'École **poursuit son ouverture à l'international** en nouant des partenariats avec les établissements d'enseignement supérieur étrangers tels que l'École de bibliothéconomie et des sciences de l'information de l'Université de Montréal, l'Université de la Communication de Chine de Pékin et l'Université Carlos III de Madrid. L'INA travaille actuellement à la formalisation de trois autres conventions avec la Universidad Social Autonoma de México, l'Universitat Autonoma de Barcelone et la Escuela Internacional de Cine y Televisión de San Antonio de los Banos de Cuba.

Par ailleurs, rappelons qu'en 2009 les activités de recherche et de formation ont fait l'objet d'une réorganisation. Elles ont ainsi été rassemblées au sein d'une entité unique : le Pôle enseignement et recherche, ou INA Sup, le Pôle des sciences et métiers de l'image et du son. Le développement de l'INA Sup est l'un des axes du COM 2010-2014. Il est aujourd'hui le moteur du projet de création d'un pôle d'enseignement et de recherche sur l'image et les médias dans l'Est francilien au sein du Pôle de recherche et d'enseignement supérieur « Université Paris Est » dont l'INA est membre associé depuis janvier 2009.

## II.- L'AUDIOVISUEL EXTÉRIEUR : VERS UNE SYNERGIE TRIANGULAIRE

### A.- HOLDING AEF : UN COM QUI SE FAIT DÉSIRER

*a) 2011 : climax de l'effort public pour la constitution de l'AEF*

**L'année 2011 constituera le point culminant de la montée en charge du soutien public à la constitution du nouvel outil audiovisuel extérieur de la France.** En effet, à la lumière du présent projet de loi de finances, l'effort public en faveur de l'AEF progresserait de 5,16 % par rapport à l'an dernier, avec une dotation budgétaire en hausse de 4,35 %<sup>(1)</sup> et une part de contribution à l'audiovisuel public en augmentation de 6,54 %<sup>(2)</sup>. Au total, près de

---

(1) Soit 206,7 millions d'euros versés via le programme 115 Action audiovisuelle extérieure.

(2) Soit 125,2 millions d'euros versés via le programme 884 Contribution au financement de l'action audiovisuelle extérieure.



332 millions d'euros participeraient ainsi au financement de notre politique audiovisuelle extérieure.

L'AEF puise également à d'autres sources de financement. S'il est encore prématuré d'établir des prévisions fines quant au chiffre d'affaires publicitaire pour l'année 2011, il semble raisonnable d'estimer que celui-ci se situera dans la tendance observée ces dernières années et serait donc compris entre 6 et 7 millions d'euros.

**ÉVOLUTION DES RECETTES PUBLICITAIRES  
DE L'AUDIOVISUEL EXTÉRIEUR DE LA FRANCE 2007-2010**

*(en millions d'euros)*

	<b>France 24</b>	<b>RFI</b>	<b>TV5 Monde</b>	<b>TOTAL AEF</b>
<b>2007</b>	0,5	1,1	3,6	<b>5,2</b>
<b>2008</b>	1,9	1,3	2,9	<b>6,1</b>
<b>2009</b>	2,1	0,9	3,3	<b>6,3</b>
<b>2010</b>	1,3	1,2	4,2	<b>6,7</b>

*Source : direction générale des Médias et des industries culturelles*

L'AEF peut en outre se voir allouer des financements européens dans le cadre des appels d'offre et appels à proposition formulés par la Commission européenne. En 2010, les sociétés de l'AEF auront ainsi bénéficié de 1,7 million d'euros à ce titre. Ces crédits prennent la forme de subventions allouées à des projets spécifiques portés par les entités de l'AEF et conformes à leurs propres orientations stratégiques.

Ainsi, les financements obtenus par RFI ont-ils pu servir à exporter le savoir de la radio dans certaines zones stratégiques, *via* la formation de journalistes par exemple, ou à soutenir des projets éditoriaux communs à la station, à France 24 et à TV5 Monde (émissions ou reportages sur des thématiques européennes). TV5 Monde a en outre été sollicitée par le Parlement européen pour réaliser une émission hebdomadaire traitant de l'actualité européenne, bénéficiant pour ce faire de la mise à disposition gracieuse de l'ensemble des moyens techniques nécessaires, à Bruxelles et à Strasbourg. En juin dernier, cette émission, *Le Bar de l'Europe*, a reçu le « Prix de l'initiative européenne » décerné par le Club de la Presse européenne et la Maison de l'Europe à Paris.

*b) Dans l'attente du COM*

La loi n° 2009-258 du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision a fait d'AEF une société nationale de programmes. En tant que telle, l'AEF est soumise aux dispositions de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, dont l'article 53 prévoit la conclusion d'un COM entre l'État et la société. Or celui fait toujours l'objet de négociations. Il convient toutefois de

rappeler que l'AEF a dû piloter plusieurs réformes délicates qu'il convenait de mener à terme avant la conclusion du COM (cf. *infra*).

Ce contrat, commun aux différentes sociétés pilotées par la holding AEF, sera notamment l'occasion de finaliser les objectifs et les priorités fixés aux sociétés de l'audiovisuel extérieur tout en inscrivant leur développement dans une trajectoire financière pluriannuelle. Il devra toutefois tenir compte du positionnement spécifique de TV5 Monde, conséquence de son caractère multilatéral. Rappelons enfin que, conformément aux dispositions de la loi n° 86-1067 précitée, le président de l'AEF devra présenter chaque année un rapport sur l'exécution du COM.

*c) Des résultats d'audience a priori encourageants*

Globalement, les performances de l'AEF apparaissent satisfaisantes, les audiences progressant sur les diverses zones de diffusion (cf. *infra*). Toutefois, sans remettre en cause *a priori* les résultats des études d'audience, le Rapporteur spécial s'interroge quant à leur portée. **Il semble en effet que les interlocuteurs de l'AEF au niveau ministériel ne soient pas systématiquement destinataires de la totalité des résultats de ces mesures d'audience. La transmission d'information entre la société et les ministères concernés doit être améliorée, afin de disposer d'éléments ne souffrant aucune contestation.**

B.— TV5 MONDE : LA POURSUITE DU PLAN STRATÉGIQUE 2009-2012

La chaîne multilatérale a élaboré un plan stratégique couvrant la période 2009-2012. Ce plan, dont les grandes orientations ont été adoptées par le conseil d'administration de la chaîne et par la conférence des hauts fonctionnaires réunis à Vancouver en novembre 2008, a défini les objectifs suivants.

● Le renforcement du réseau de distribution de TV5 Monde et son développement multimédia dans une stratégie de média global.

Sur ce premier volet, l'année 2010 aura consacré plusieurs résultats encourageants. Ainsi, **en deux ans, TV5 Monde est parvenue à accroître sa distribution de + 14,57 % et atteint désormais 215,6 millions de foyers**<sup>(1)</sup>. Ses **audiences marquent également un redressement** de l'ordre de + 2,5 % sur l'année 2009.

Ces performances ont été facilitées par la mise à l'antenne, depuis février 2009, du sous-titrage en anglais sur le signal destiné à l'Afrique anglophone, ainsi que par le lancement, début septembre 2009, du nouveau signal Asie-Pacifique plus particulièrement destiné aux pays à fort potentiel commercial, comme le Japon, l'Australie, la Nouvelle-Zélande, la Corée, Hong-Kong, Taïwan ou Singapour. Outre le sous-titrage en français et anglais, ce signal bénéficie de sous-titres en japonais depuis la fin de l'année 2009. **Au total, entre 2009 et**

---

(1) Données juin 2010 (188,2 millions de foyers en juillet 2008).

**2010, le volume de sous-titrage produit dans les dix langues existantes a progressé de 75 % en moyenne.** Dans le même temps, les dépenses de sous-titrage n'ont progressé que de 30 %, grâce aux renégociations avec les prestataires et à la délocalisation de la fabrication des sous-titres.

En outre, **tout au long du premier semestre 2010, la chaîne a préparé et accompagné la transition vers le tout numérique** afin de préserver sa distribution sur les réseaux câblés encore majoritairement analogiques en Europe. Le 26 juillet 2010, la chaîne a cessé sa diffusion par satellite analogique sur cette zone.

Par ailleurs, **le développement du « média global » se poursuit**, avec l'enrichissement du site internet de la chaîne (lancement de nouveaux sites d'émissions, refonte d'un nouvel espace d'information en liaison avec les sites de ses chaînes partenaires et enrichi grâce aux contributions de sa rédaction multimédia, sites participatifs, etc.), la présence sur les plates-formes sociales (YouTube, Facebook, Twitter), la télévision de rattrapage et la vidéo à la demande. La chaîne a également lancé plusieurs WebTV <sup>(1)</sup>. TV5 Monde poursuit en outre l'élargissement de sa distribution hors foyers et sur les supports mobiles. Ainsi, depuis mars 2009, un site Web mobile avec des services « voyageurs » et « langue française » ainsi que l'actualité mondiale en vidéo sont accessibles sur l'ensemble des terminaux.

- La réaffirmation de la diversité des contenus et de leur cohérence éditoriale.

Conformément au plan stratégique et à l'entente intergouvernementale, les programmes provenant de la francophonie hors France ont augmenté régulièrement pour passer de 22 % en 2008 à 25 % en moyenne en 2009 et à près de 29 % sur les premiers mois de 2010.

Pour conquérir davantage d'audience, la lisibilité des grilles a été améliorée, les premières parties de soirée ont été repensées, le sous-titrage renforcé, l'habillage et le marketing antenne rénovés.

- Le renforcement de la communication de la chaîne autour d'une marque globale déclinée localement.

Outre la promotion de la marque TV5 Monde *via* la politique éditoriale et la présence sur l'ensemble des médias, notamment les nouveaux réseaux sociaux (cf. *supra*), la chaîne a consolidé ses relations avec les réseaux institutionnels (ministère des Affaires étrangères et européennes, Fondation Alliance Française, Agence pour l'enseignement français à l'étranger etc.).

Rappelons que les règles de financement de TV5 Monde prévoient une répartition des dépenses dites communes en fonction de la participation de chaque gouvernement bailleur de fonds au capital de la société. Or, ces dernières années, ces règles n'ont pas été formellement respectées, conduisant à un **déséquilibre des**

---

(1) En juin 2009, Tivi5MondePlus, destinée aux enfants ; en 2010, la WebTV Afrique.

**financements en « défaveur » de la France** <sup>(1)</sup>. À plusieurs reprises, celle-ci a attiré l'attention des partenaires francophones sur ce déséquilibre croissant et demandé que ces derniers contribuent davantage au financement de l'opérateur culturel commun. Dans le cadre de **l'accord intervenu en avril 2008, le principe de ce rééquilibrage a été accepté par les partenaires, la contrepartie étant une présence plus forte des programmes francophones hors programmes français dans les grilles** (cf *supra*). Le processus, qui devrait s'étaler sur quatre ans, a été engagé en 2009.

#### C.– FRANCE 24 : PERFORMANCES ET ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

La chaîne d'information internationale France 24 a pour objectif d'offrir au public un point de vue français sur l'actualité du monde et de contribuer ainsi au rayonnement international de la France. Ses cibles d'audience privilégiées sont les décideurs politiques et économiques.

D'après les informations qu'a pu recueillir le Rapporteur spécial, les performances de France 24 sont positives. Ainsi, les résultats obtenus en 2009 ont permis de quantifier l'audience de la chaîne à 20 millions de téléspectateurs sur la zone Europe, Moyen-Orient, Afrique francophone et Maghreb. **France 24 a progressé sur l'ensemble de ses zones de diffusion :**

– en **Europe** : dans cet univers particulièrement concurrentiel, l'audience hebdomadaire progresse de 21 % et s'établit à 3 %. Toutefois, la chaîne reste encore loin de ses concurrentes (CNN International, Euronews, BBC World News), qui enregistrent des audiences hebdomadaires quatre fois plus élevées, à plus de 12 % ;

– au **Proche et Moyen-Orient** : France 24 continue sa croissance en étendant sa diffusion en arabe (cf. *infra*). Les 10 heures de diffusion quotidienne dans cette langue <sup>(2)</sup> ont permis à la chaîne de toucher 17 % des leaders d'opinion sur cette zone. Le passage à la diffusion 24h/24 devrait permettre d'améliorer cette performance ;

– en **Afrique francophone** : l'audience quotidienne a augmenté de 71 % en moyenne, faisant de France 24 la chaîne d'information internationale leader sur cette aire géographique ;

– au **Maghreb** : avec une audience hebdomadaire en hausse de 14 % entre 2008 et 2009, France 24 attire en moyenne 58 % de téléspectateurs sur la zone Algérie, Maroc et Tunisie. Elle parvient ainsi à concurrencer la chaîne qatarie Al Jazeera (79 % de téléspectateurs hebdomadaires), et devance les chaînes anglophones CNN International et BBC World News (qui fédèrent moins de 40 % de téléspectateurs hebdomadaires).

---

(1) Ainsi la France, qui détient 66,6 % du capital de la société, finançait plus de 85 % du budget de celle-ci.

(2) Depuis le printemps 2009.

Rappelons que la convention signée entre l'État et France 24 prévoit que cette dernière diffuse ses programmes en français, anglais et arabe. De fait la chaîne édite et diffuse trois versions linguistiques différentes :

- la version française est reçue par 96 millions de foyers ;
- France 24 en anglais touche 105 millions de foyers ;
- la diffusion en arabe permet d'atteindre 67 millions de foyers. Depuis le 12 octobre 2010, cette diffusion est complète et s'étend 24h/24.

Toutefois, considérant qu'un foyer peut recevoir plusieurs versions de France 24, **la couverture cumulée de la chaîne s'établit à 125 millions de foyers uniques** <sup>(1)</sup> sur la zone de diffusion initiale <sup>(2)</sup>, représentant 180 pays. **France 24 prévoit de toucher 135 millions de foyers à fin 2010** sur cette même zone.

Les **orientations stratégiques** de la chaîne à moyen terme sont les suivantes :

- **atteindre une distribution mondiale** en étant présente en Asie, dans les Amériques et en Océanie, et renforcer sa distribution en Europe ;
- **poursuivre les développements dans le multimédia**, et notamment sur les nouveaux supports de diffusion (terminaux mobiles, tablettes numériques, sites internet, réseaux sociaux etc.).

## D.– RFI : ACHEVER LE PLAN GLOBAL DE MODERNISATION

### *a) Donner un nouvel élan à la station*

Le plan global de modernisation (PGM) de Radio France Internationale, mis en œuvre dans des conditions difficiles <sup>(3)</sup>, est en cours d'achèvement.

Rappelons que la réforme de RFI passait notamment par un projet de réorganisation des rédactions en langues étrangères. En effet, La question de la pertinence de l'offre d'émissions en langues étrangères et du ciblage de cette offre était une problématique récurrente et trop longtemps délaissée, faute d'une réelle volonté politique. Le PGM prévoyait donc un **recentrage de la diffusion sur des zones prioritaires**, lequel passait notamment par la suppression des rédactions en langues albanaise, allemande, laotienne, polonaise, serbo-croate et turque. Deux raisons majeures plaidaient pour l'abandon de la diffusion dans ces langues :

- l'insuffisance des audiences que généraient les programmes concernés ;

---

(1) Estimation à mi-2010.

(2) Europe, Moyen-Orient, Afrique, Asie, États-Unis (État de Washington).

(3) Cf. rapport spécial n° 1967 annexe 29 de M. Patrice Martin-Lalande au projet de loi de finances pour 2010.

– la situation géopolitique et radiophonique locale dans les pays en question, la diffusion de programmes dans ces langues n'apparaissant plus pertinente eu égard au coût de ces programmes et à la situation financière de RFI.

Le PGM qui porte cette réforme s'accompagnait par ailleurs d'un plan de sauvegarde de l'emploi (PSE) prévoyant 206 suppressions et 34 créations de postes et correspondant à l'ensemble des mesures d'accompagnement relatives à la mise en œuvre du PGM : reclassements, départs volontaires, mises à la retraite et licenciements.

Une période d'incitation aux départs volontaires a été ouverte le 28 octobre 2009 et s'est achevée le 28 novembre 2009. À l'issue de la période de rétractation de dix jours reconnue aux salariés, la direction a établi le nombre définitif de demandes de départs volontaires à 275.

Rappelons que les difficultés sociales liées à ces plans se sont manifestées par une série de grèves (cinq journées de grève entre le 22 janvier et le 7 avril 2009), et une grève illimitée du 12 mai au 12 juillet, réactivée entre le 1<sup>er</sup> septembre au 2 octobre.

#### *b) Les orientations stratégiques : le développement multimédia*

**RFI a entrepris de revoir en profondeur ses contenus et de se positionner sur les nouvelles technologies et l'internet.** Pour ce faire, elle développe une stratégie multimédia portée par la direction multimédia et synergies (créée en octobre 2008). Ainsi, le site de la radio a été totalement reconfiguré et permet dorénavant une agrégation plus facile des contenus et des échanges avec les programmes de France 24. La nouvelle version du site a enregistré 5 millions de visites mensuelles au premier trimestre 2010<sup>(1)</sup>. La stratégie multimédia est ainsi l'occasion de renforcer les synergies entre les entités radiophonique et télévisuelle de l'AEF *via*, notamment, le développement conjoint de mini-sites dédiés aux temps forts de l'actualité, et la fabrication de web-documentaires.

Par ailleurs, **RFI conforte sa présence sur les réseaux de téléphonie mobile**, aussi bien en Afrique (Côte d'Ivoire, Cameroun, projets au Niger et en Centrafrique) qu'en Amérique du Nord où elle a établi un partenariat avec le réseau téléphonique Audionow.

Enfin, concernant le champ social, RFI devra mener à bien la **renégociation de ses conventions collectives**<sup>(2)</sup>, rendue nécessaire du fait de la dissolution de l'Association des employeurs du secteur public audiovisuel (AESPA).

---

(1) 42 % des visiteurs venants d'Europe, 28 % d'Amérique du Nord et 25 % d'Afrique.

(2) Convention collective de la communication et de la production audiovisuelles (CCCPA), et l'avenant audiovisuel à la convention collective nationale de travail des journalistes (CCNTJ).

## CHAPITRE QUATRIÈME : LA PRESSE TARDE À FAIRE FACE AU DÉFI NUMÉRIQUE

### I.— LES ENGAGEMENTS DES ÉTATS GÉNÉRAUX DE LA PRESSE ÉCRITE : TENUS PAR L'ÉTAT, PAS PAR LA PROFESSION

#### A.— UN SECTEUR TOUJOURS EN SURSIS

##### 1.— Évolution du nombre de titres et de la diffusion

● **En 2008, 4 588 titres ont été recensés** dans l'enquête annuelle de la direction générale des Médias et des industries culturelles relative à la presse « éditeur », soit **44 de plus qu'en 2007**.

Rappelons qu'en 2007, le nombre total de titres avait diminué (- 210), et ce pour la première fois depuis 1985. Toutefois, l'augmentation constatée en 2008 ne saurait pour autant être considérée comme une reprise. En effet, la perte de titres en 2007 pouvait s'analyser comme un premier effet de la crise économique et financière. De fait, la plupart des titres sont souvent créés en fin d'année et nombre des titres « perdus » en 2007 sont sans doute des titres qui n'ont simplement pas été créés dans ce contexte difficile.

Il convient de souligner que la presse d'information politique et générale (PIPG), n'est pas concernée par le phénomène.

La presse gratuite d'annonces accuse une perte de 32 titres en 2008 au total, la presse technique et professionnelle accusant un solde déficitaire de 43 titres, dont 34 pour la seule presse des services marchands. La presse spécialisée grand public renoue avec la croissance en ce qui concerne le nombre de titres mais voit évoluer la répartition de ses périodicités au profit d'un moins grand nombre de parutions annuelles. **De nombreux titres migrent de la périodicité mensuelle (- 51 titres) vers la périodicité bimestrielle ou trimestrielle (+ 153 titres)**. Les titres créés en 2008 suivent la même tendance, nombre d'entre eux ayant opté pour une périodicité bimestrielle plutôt que mensuelle.

● Pour l'année 2008, **le tirage de l'ensemble de la presse « éditeur » s'établit à 8,12 milliards d'exemplaires contre 8,30 milliards en 2007, soit une baisse de 3 %**. Sur ce volume, 6,94 milliards ont été distribués, de façon gratuite ou payante. Il convient de souligner ici le poids de la presse gratuite d'information et de la presse gratuite d'annonces qui, ensemble, pèsent quelque 2,42 milliards d'exemplaires diffusés en 2008 soit plus du tiers de l'ensemble (34,9 %).

L'analyse de la seule presse payante laisse apparaître que 5,69 milliards d'exemplaires ont été imprimés en 2008 contre 5,76 milliards l'année précédente (- 12 % environ par rapport à 2000), dont 4,52 milliards ont été distribués (- 13 % par rapport à 2000). La diffusion est donc en plus forte diminution que le tirage par rapport à l'année zéro de la décennie. À cet égard, aucun secteur de la presse payante n'est épargné par cette lente érosion de la diffusion. Toutefois, cette évolution de la diffusion est différente selon les segments de presse :

– **la presse nationale d'information générale et politique se stabilise** dans son ensemble (- 0,2 %) en 2008 après un progrès notable de 2,08 % en 2007. Au sein de celle-ci, les seuls quotidiens diminuent plus fortement (- 2,1 %) alors qu'ils avaient progressé de 1,83 % ;

– après s'être maintenue en 2007 par rapport à l'année précédente, **la presse locale renoue avec sa décroissance** habituelle en 2008. On observe une légère diminution de la diffusion annuelle de la presse quotidienne régionale et départementale - 1,07 %, soit une perte annuelle de 50 000 exemplaires par jour environ) ;

– **la presse spécialisée grand public est en recul au niveau de la diffusion**. La perte est de - 2 % (contre - 3,2 % en 2007) en volume soit environ 15 millions d'exemplaires. La presse radio télévision poursuit son érosion continue entamée en 1998 (- 3,6 % en 2008 contre - 1,5 % en 2007). La presse sportive perd 3,2 % de sa diffusion en 2008 par rapport à l'année précédente, la presse des loisirs reculant de 3,8 % et la presse féminine de 1,4 % ;

– **la presse payante d'annonces accuse une diminution de 32,3 % en 2008** par rapport à l'année précédente. Ce chiffre considérable ne vaut cependant que pour un volume relativement modeste sur l'ensemble de la presse grand public ;

– **la presse technique professionnelle poursuit la chute de sa diffusion** (- 3,5 %), soit une perte d'environ 6,2 millions d'exemplaires entre 2008 et 2007.

• L'analyse des modes de diffusion - vente en réseau, diffusion par service postal et portage - laisse apparaître des évolutions différenciées. Rappelons qu'aux côtés de ces « modes de diffusion » figurent les « modes de distribution » : vente au numéro, vente par abonnement et services gratuits.

**Sur longue période, les statistiques de la diffusion par le réseau des kiosques et des points de vente des diffuseurs de presse sont particulièrement négatives**. Ainsi, sur les quinze années de la période 1992-2008, la chute de la diffusion par ce réseau est très brutale (- 31 %). Une analyse plus détaillée montre que la diminution de la diffusion par l'intermédiaire des points de vente est, en volume, de l'ordre de 1,02 milliard d'exemplaires. La part de la vente en kiosque sur l'ensemble des modes de diffusion perd environ un point chaque année depuis 1992.



**La diffusion par voie postale, présente également une baisse nette** – bien que moins dramatique – sur la même période, à près de - 11 %. Toutefois, sa part au sein de l'ensemble « modes de diffusion » est restée relativement stable, représentant environ 20 % du volume des publications diffusées. En volume, entre 1992 et 2008, la perte s'élève à 170 millions d'objets pour l'ensemble de la presse éditeur.

Enfin, troisième ensemble, **le portage, progresse de près de 50 %** en nombre d'exemplaires diffusés sur la période longue 1992-2008 (1,08 milliard d'objets). Ce mode de diffusion gagne ainsi plus de 15 points sur la période, passant de 31 % à 47 % de part de diffusion. L'arrivée en 2003 de la presse gratuite d'information générale et politique et les effets de l'aide de l'État au développement du portage des quotidiens d'information générale et politique confortent encore cette évolution. **Il est aujourd'hui le premier mode de diffusion de la presse.**

## 2.– Le chiffre d'affaires : une poursuite de la décroissance

Les données pour 2009 sont encore provisoires. Elles permettent toutefois d'éclairer utilement l'analyse. **Le chiffre d'affaires global de l'ensemble de la presse écrite – 9,65 milliards d'euros – est en diminution par rapport à celui de l'année précédente – 10,45 milliards d'euros.** Cette perte de - 2,4 % en euros courants se traduit par une dégradation du chiffre d'affaires plus importante en euros constants, dans toutes ses composantes. Par famille de presse, les évolutions sont les suivantes.

- La presse nationale d'information politique et générale.

En 1990, l'ensemble de la presse nationale d'IPG représentait 19,3 % du chiffre d'affaires total de la presse éditeur. Vingt ans plus tard, sa part n'est plus que de 13,85 % (contre 14,2 % en 2008). Comme l'an dernier, tous les postes sont en diminution par rapport à l'année précédente. Les écarts se creusent cependant un peu plus, particulièrement en ce qui concerne les annonces (- 30,8 % par rapport à 2008) mais aussi, de façon plus préoccupante, pour les ventes au numéro (- 4,8 % en 2009 contre - 2,8 % en 2008).

En 2009, le chiffre d'affaires réalisé par les ventes sur abonnements est le seul poste qui ne soit pas en régression par rapport à l'année précédente (+ 0,13 %), même s'il est en réalité plus proche de la stagnation que d'une franche croissance. Le volume du chiffre d'affaires total est à nouveau en forte baisse (- 9,6 %). La chute constante du chiffre d'affaires de la publicité et des annonces (- 19 % par rapport à l'an dernier), qui passe ainsi de l'indice 100 en 2000 à l'indice 36 en 2009 semble difficile à inverser. Seul le volume du chiffre d'affaires des ventes par abonnement progresse régulièrement sur le très long terme (1990-2009), passant de 81 à 165 millions d'euros courants.

Sur la même période, les recettes d'annonces sont en constante régression et passent de 26 % du chiffre d'affaires total en 1990 à seulement 5 % de ce même total en 2009 (de 270 à 37 millions d'euros courants) accusant une baisse exceptionnelle de - 27,9 % entre 2008 et 2009.

- La presse locale d'information politique et générale.

La presse locale représentait 26 % de l'ensemble du chiffre d'affaires de la presse éditeur en 1990 ; cette part atteint presque 31 % en 2009. Cette progression est visible sur chacune des composantes du chiffre d'affaires, faisant de cette catégorie une exception économique au sein du secteur. De tous les ensembles de presse, c'est celui qui résiste le mieux à la crise actuelle puisqu'il est le seul de toute la presse à progresser sur un poste de recettes : celui de l'ensemble des ventes (+ 1,3 %), qui augmente grâce au développement des recettes d'abonnements (+ 4 % en 2009 contre + 2,8 % en 2008). Ce bon résultat des ventes ne compense cependant pas la forte dégradation des recettes d'annonces (- 17 % en 2009) et le recul des recettes de publicité commerciale (- 7,6 % en 2009 contre + 1,4 % en 2008, résultat exceptionnel notable).

La presse quotidienne locale, composante majeure de cet ensemble (90 %), évolue différemment de la presse quotidienne nationale. Ses pertes sur l'année précédente sont nettement moins fortes, - 4% sur l'ensemble du chiffre d'affaires et - 8 % seulement sur le volume des recettes publicitaires (contre - 17,5 % pour la PQN).

Sur le très long terme, depuis 1990, et pour l'ensemble de la presse locale, régionale et départementale, quotidiens et hebdomadaires confondus, toutes les composantes du chiffre d'affaires progressaient en euros courants jusqu'à ces deux dernières années de crise.

En euros courants, le gain reste proche des 26 % pour le chiffre d'affaires total entre 1990 et 2009. Il est de plus de 35 % pour l'ensemble des ventes, de 155 % pour les seuls abonnements, et enfin de 13 % pour la publicité et les annonces. Sur la même période et pour mettre en perspective ces résultats, rappelons que le volume du PIB a progressé de 85 %. La progression la plus forte et la plus constante sur le très long terme en ce qui concerne la presse locale est donc celle des recettes liées aux abonnements.

- La presse spécialisée grand public.

Après avoir régulièrement progressé de 1990 à 2001, le chiffre d'affaires de la presse spécialisée grand public, qui stagnait aux alentours de 4 milliards d'euros, retombe aujourd'hui, en euros courants, aux niveaux atteints en 1998. Il est, en 2009, en forte diminution par rapport l'année précédente (- 6,2 %). La légère diminution des recettes de l'ensemble des ventes (- 2,1 %) est amplifiée par la très forte perte des recettes publicitaires (- 16,2 %). Cette dernière est sans aucun doute la conséquence directe de la forte diminution du nombre de titres disponibles à la vente dans ce secteur de presse, constatée en 2007 et

poursuivie en 2008, consolidée par de nombreux transferts de périodicités, essentiellement de mensuels et bimestriels vers les trimestriels. La forte montée en puissance du nombre de titres, observée depuis la fin des années 1990, s'est donc probablement inversée en 2007, et les premiers effets touchent l'ensemble de la presse spécialisée. La crise économique est visible dans l'offre des titres, accompagnée par un changement de comportements dans les habitudes de consommation des médias de la part du public.

En termes de chiffre d'affaires, le poids de cette famille de presse sur l'ensemble reste très important, puisqu'elle en représente 38 % en 2009. Ce poids avoisine même les 42 % si l'on ne considère que le chiffre d'affaires de la seule presse payante. Concernant les seules ventes au numéro, cette catégorie de presse est importante dans le circuit de distribution, car elle vaut pour plus de la moitié du volume total en 2009 (53,2 % contre 53,3 % en 2008).

- La presse technique et professionnelle.

Confronté à des problèmes spécifiques, la presse technique et professionnelle ne voit progresser aucune des composantes de son chiffre d'affaires en 2009 et enregistre un recul de son chiffre d'affaires global de - 10 %. Le chiffre d'affaires de la presse technique et professionnelle représente désormais moins de 9 % de l'ensemble de la presse éditeur, contre plus de 12 % en 1990. En effet, cette famille de presse est l'une des plus exposées de toutes à l'innovation dans le domaine de l'information et des services en ligne.

- La presse gratuite d'annonces.

L'érosion du chiffre d'affaires de la presse gratuite d'annonces continue de s'amplifier en 2009 : la baisse amorcée en 2007 (- 4,7 %) et poursuivie en 2008 (- 11,8 %) atteint - 30,7 % en 2009. L'ampleur de cet écart est inhabituelle sur le très long terme.

Plusieurs raisons l'expliquent. Notamment, la crise du marché de l'immobilier - et donc des annonces qui le soutiennent - ainsi que le développement des sites internet, par ailleurs encouragés et gérés par les éditeurs eux-mêmes, conduisent à ce résultat. En outre, l'information concurrentielle des grandes surfaces et du commerce en général se développe maintenant à moindre coût au travers des sites en lignes des entreprises. Cet effet se conjugue avec la forte expansion du commerce en ligne direct entre particuliers, et parvient ainsi à vider de toute substance le contenu habituel de ces journaux.

- La presse gratuite d'information.

La forte croissance du chiffre d'affaires de la dernière née des familles de presse subirait un léger tassement en 2009. Si la progression de la presse gratuite est remarquable, tant en termes de diffusion qu'en termes de chiffre d'affaires, il convient cependant de relativiser son poids économique sur l'ensemble du secteur puisqu'elle ne représente au total que 3,4 % du chiffre d'affaires global de l'ensemble de la presse écrite. Il n'en demeure pas moins que cette part a triplé en 2005, année de son apparition, et 2009.

## B.– L'URGENCE POUR LA PROFESSION À PRENDRE SES RESPONSABILITÉS

Depuis 2009 et à la suite des États généraux de la presse écrite (EGPE), le soutien public à la presse a été massif et sans cesse renforcé. À cet égard, **les pouvoirs publics ont parfaitement respecté leurs engagements**. En revanche, il n'est pas certain que les professionnels du secteur aient profité de cet effort exceptionnel pour mettre en œuvre les réformes fondamentales dictées par les bouleversements économiques, techniques et technologiques auxquels celui-ci doit faire face. Si les pouvoirs publics se sont acquittés de leurs obligations vis-à-vis de la presse, **il convient que les entreprises du secteur remplissent elles aussi leur part du contrat et accélèrent les mutations nécessaires à leur pérennité**. Certes la crise économique et financière est venue aggraver la situation d'entreprises déjà en sursis. Toutefois, **il ne faudrait pas que les mesures d'exception – légitimes et nécessaires – décidées dans le cadre des EGPE aient uniquement servi à maintenir artificiellement des publications, sans effort de la part des professionnels pour réinventer leurs modèles de production et les conditions propres à assurer un équilibre économique viable et durable du secteur**.

Le Rapporteur spécial a eu l'occasion de le réaffirmer à plusieurs reprises : il faudra **procéder à une remise à plat du système très hétérogène d'aides publiques afin de les réorienter** de manière efficace vers les dispositifs les plus innovants, les plus porteurs, et les plus aptes à **faire émerger la presse de demain**. Le nécessaire effort public en faveur de la presse ne saurait être consenti sans contrepartie. Eu égard au soutien public massif dont il bénéficie, le secteur a **une obligation de résultats** et c'est avant tout aux professionnels qui le composent qu'il revient de prendre leurs responsabilités afin de faire émerger un modèle de long terme.

C'est pourquoi **le Rapporteur spécial ne peut que souscrire aux préconisations formulées par la mission Cardoso** tendant à assurer un recentrage des dispositifs d'aides à la presse, assorti de principes contractuels contraignants pour les bénéficiaires et d'un pilotage renforcé.

Le rapport de la mission Cardoso a été remis au ministre de la Culture et de la communication et au ministre du Budget, des comptes publics et de la réforme de l'État le 8 septembre dernier. **Le diagnostic établi fait état d'un système d'aides à la presse fragmenté, peu lisible, parfois incohérent, et mal évalué**.

La mission préconise donc deux orientations afin d'améliorer la gouvernance du dispositif :

– réorienter l'intervention de l'État afin d'accompagner la transition des entreprises de presse, de mener à terme la réforme de la distribution et de renforcer l'action en faveur des lecteurs ;

– adapter l’intervention publique aux nouveaux objectifs ainsi définis, en adaptant le cadre budgétaire et réglementaire d’intervention de l’État et en refondant la gouvernance des aides.

L'une des mesures prioritaires proposée par le rapport est la création d'un « fonds stratégique » pour la presse. Ce fonds regrouperait et fusionnerait à terme les différents dispositifs existants « *apportant une aide directe à l'éditeur* » : fonds de modernisation, fonds d'aide au développement des service de presse en ligne (SPEL), fonds d'aide à la diffusion de la presse française à l'étranger et fonds d'aide au transport de la presse par la SNCF.

Par ailleurs, le rapport propose le redéploiement au sein du fonds stratégique des économies issues de la décroissance spontanée des dispositifs d'aide à l'éditeur par rapport à une base 2009. Les aides au pluralisme seraient maintenues en dehors du fonds stratégique.

Celui-ci aurait deux priorités fondamentales : la maîtrise des coûts et l'adaptation de l'offre dans un contexte de développement du numérique. Il serait dédié à la restructuration des entreprises et permettrait d'appréhender de manière cohérente l'ensemble des dimensions de la vie d'un support.

Le soutien apporté aux titres nécessiterait une approche contractuelle, au besoin pluriannuelle, assortie d'engagements et d'indicateurs. Il serait formalisé dans une convention établie titre par titre.

Lors de la remise du rapport, le ministre de la Culture et de la communication a annoncé l'installation d'un forum chargé de définir les modalités de mise en œuvre progressive des mesures qui seront finalement retenues par le Gouvernement.

À la lumière de ces constats, **le Rapporteur spécial estime qu'il conviendrait certainement de donner une suite aux États généraux de la presse écrite, en axant notamment cette seconde édition sur le développement des services innovants qui permettront l'émergence de la presse demain.**

## **II.– LES AIDES À LA PRESSE POUR 2011 : AU-DELÀ DE LA SURVIE, ASSURER LA MUTATION**

### **A.– LES AIDES BUDGÉTAIRES : 2011, DERNIÈRE ANNÉE DE L'EFFORT EXCEPTIONNEL DÉCIDÉ SUITE AUX EGPE**

Le présent projet de loi de finances propose d'allouer 464,1 millions d'euros au secteur de la presse sous la forme de divers dispositifs de soutien. Ce montant témoigne d'une hausse de 0,48 % par rapport à l'enveloppe dédiée en loi de finances initiale pour 2010. Sur la seule mission *Médias, livre et industries culturelles*, cette croissance est de 0,73 % <sup>(1)</sup>.

---

(1) Crédits relatifs à l'aide au transport postal inscrits à la mission Économie exclus.

Conformément aux engagements pris par les pouvoirs publics à l'issue des États généraux de la presse écrite, 2011 marque donc la **troisième année consécutive de fort soutien au secteur**.

1.— Les aides à la diffusion : la poursuite de l'effort en faveur du portage

• **L'aide au transport postal devrait se maintenir** à son niveau traditionnel, soit 242 millions d'euros. **Malheureusement, son imputation budgétaire ne devrait pas non plus être modifiée.** En effet, comme les années précédentes et en dépit des critiques émanant tant des parlementaires – le Rapporteur spécial ainsi que notre collègue M. Jérôme Chartier, Rapporteur spécial pour la mission *Économie* – que de la Cour des comptes ou encore de l'exécutif lui-même (DDM, dorénavant DGMIC, et CIAP<sup>(1)</sup>), le Gouvernement persiste à éclater le dispositif entre deux programmes ressortissant de deux missions différentes :

– le programme *Développement des entreprises et de l'emploi* de la mission *Économie* ;

– le programme 180 *Presse, livre et industries culturelles* de la mission *Médias, livre et industries culturelles*.

**Le Rapporteur ne peut donc, une fois encore, que déplorer l'obstination du Gouvernement à cet égard et militer à nouveau pour un regroupement de l'ensemble des crédits au sein du seul programme 180.**

• Figurerait également au titre des aides à la diffusion **la compensation versée par l'État à la Poste du fait du moratoire sur les accords Presse-Poste**, lequel a gelé les hausses de tarifs initialement prévues. Cette compensation du manque à gagner pour la Poste atteindrait 26,5 millions d'euros en 2011.

• En application de l'article 41 du cahier des charges de la SNCF, l'État peut demander à l'entreprise la fourniture de prestations de transport spécifiques, prévues par conventions. Aussi, chaque année, une convention détermine les conditions de **prise en charge par l'État d'une partie du coût du transport de la presse** par l'entreprise. Pour 2011, cette prise en charge est évaluée à 5,5 millions d'euros.

• **L'aide à la distribution et à la promotion de la presse française à l'étranger resterait stable**, à 1,95 million d'euros. Rappelons que le fonds chargé de cette aide est divisé en deux sections : la première est destinée à encourager la réduction du coût du transport à l'étranger des titres diffusés par vente au numéro ; la seconde vise à soutenir les actions de promotion de la presse française hors de nos frontières. **Le Rapporteur spécial s'interroge sur la pertinence d'un tel dispositif.** En effet, à l'heure de l'information en continu et en temps réel *via* l'internet et du développement des nouveaux supports de lecture telles les tablettes

---

(1) Comité interministériel d'audit des programmes.

numériques, il n'est pas certain qu'une telle aide apporte une réelle valeur ajoutée, l'acheminement de la presse française à l'étranger par les voies traditionnelles (aériennes notamment) ne pouvant en tout état de cause pas concurrencer la mise à disposition quasi immédiate de l'information par les canaux électroniques et numériques. Certes les sommes en jeu restent minimes, mais on ne saurait en tirer argument pour maintenir une aide dont la nécessité n'est pas évidente. Ces quelque 2 millions d'euros pourraient, le cas échéant, être utilement redéployés en faveur de dispositifs favorisant l'émergence de la presse de demain, tel le fonds SPEL (cf. *infra*).

- Pour 2011, dernière année du dispositif exceptionnel mis en place pour la période 2009-2011, **l'aide au portage resterait conséquente**, atteignant 67,9 millions d'euros. Le dispositif comporte deux volets : la première aide est fonction de la progression du nombre d'exemplaires portés au cours des deux années précédant celle de l'attribution de l'aide (dite « aide au flux ») ; la seconde est déterminée selon le nombre total d'exemplaires portés au cours l'année précédent celle de son attribution (dite « aide au stock »). Le dispositif a connu un grand succès, le nombre de bénéficiaires ayant doublé entre 2008 et 2009 (en passant de 63 à 126). En 2010, 139 bénéficiaires sont éligibles à cette aide.

- **L'exonération de charges patronales pour les vendeurs-colporteurs et porteurs de presse** a été instituée lors de la loi de finances rectificative du 20 avril 2009. Elle vient compléter le soutien public au développement du portage et s'analyse en une compensation versée à la sécurité sociale par le budget général de l'État. Celle-ci atteindrait 14 millions d'euros et permettrait la prise en charge des cotisations patronales de quelque 18 000 porteurs de presse (soit 17 300 porteurs de presse payante et 18 700 porteurs de presse gratuite, le même porteur pouvant porter les deux types de presse).

## 2.– Les aides au pluralisme : une reconduction stricte des dispositifs

- **L'aide aux quotidiens d'information politique et générale à faibles ressources publicitaires serait reconduite** à hauteur du montant inscrit lors de la loi de finances initiale pour 2010, soit 9,15 millions d'euros. Rappelons qu'elle vise à soutenir deux types de publications. D'une part des titres qui, du fait de leur positionnement éditorial, souffrent structurellement de recettes publicitaires faibles. D'autre part, des titres connaissant des difficultés financières conjoncturelles. On estime à huit titres le nombre de bénéficiaires pour 2011 : cinq au titre de la première section et trois au titre de la seconde.

- **L'aide aux quotidiens régionaux, départementaux et locaux d'information politique et générale à faibles ressources de petites annonces** a pour objet de concourir au maintien du pluralisme et à la préservation des titres concernés. Les 14 bénéficiaires potentiels en 2011 se verraient allouer 1,4 million d'euros *via* ce dispositif.

• **L'aide à la presse hebdomadaire régionale** entend conforter les titres d'information politique et générale dont le maintien est jugé indispensable au pluralisme d'expression et la cohésion du tissu économique et social. Le montant proposé pour 2011 est identique à celui de 2010 : 1,42 million d'euros.

3.– Les aides à la modernisation : pour un effort résolu en faveur du développement de la presse en ligne

• **L'aide à la modernisation sociale de la presse quotidienne d'information politique et générale** a pour vocation d'accompagner le processus de modernisation professionnelle et sociale engagé par les titres de PQN et de PQR concernés. Les crédits proposés pour 2011, 27,6 millions d'euros, seraient en hausse de près de 5 millions d'euros par rapport à l'année précédente. Versés dans le cadre des cessations d'activité, ils bénéficieraient à 320 allocataires pour la PQN et 930 pour la PQR. Le dispositif devrait ensuite décroître progressivement jusqu'en 2017, conséquence des départs en retraite des bénéficiaires.

• **L'aide à la modernisation de la distribution de la presse quotidienne nationale** a été créée en 2002<sup>(1)</sup>. Son objectif initial était d'accompagner **Presstalis** (ex Nouvelles messageries de la presse parisienne – NMPP) dans ses efforts de modernisation. En effet, **les coûts propres à la distribution des quotidiens au numéro sont assumés par cette seule société de messagerie**, l'entreprise supportant d'importants déficits du fait des contraintes logistiques et d'urgence attachées à cette activité. **S'y ajoutent en outre les coûts spécifiques propres aux conditions d'emploi et de rémunération dans la presse parisienne**. Rappelons que, pour moderniser son outil industriel, Presstalis avait lancé le plan « Défis 2010 », soutenu par les pouvoirs publics et impliquant un montant d'investissement de 150 millions d'euros.

Alors que la situation financière de l'entreprise se dégrade du fait de la baisse de ventes de quotidiens (– 8 % en 2009), celle-ci a fait apparaître un besoin de financement de 125 millions d'euros, honoré à hauteur de 45 millions d'euros par l'État, de 42,5 millions d'euros par son actionnaire le groupe Lagardère (22,5 millions d'euros en numéraire et 20 millions d'euros d'actifs), et de 37 millions d'euros par les éditeurs de presse *via* des augmentations de tarifs de distribution. Dans le cadre du présent projet de loi de finances, 18 millions d'euros seraient consacrés à la couverture d'une partie des surcoûts liés à la distribution et à la modernisation du réseau. Rappelons qu'en mai 2010, Presstalis a lancé un « **plan stratégique 2010-2012** ». **Les questions de la distribution de la presse parisienne ainsi que la refonte de la cartographie du réseau, notamment le niveau 2 (dépositaires) devront être abordées sans tabous**. De la même manière, **il convient de mener à terme la nécessaire réforme du Conseil supérieur des messageries de presse (CSMP)**, en améliorant la régulation et la gouvernance du secteur. Dans la lignée des préconisations formulées par

---

(1) Décret n° 2002-629 du 25 avril 2002 instituant une aide à la distribution de la presse quotidienne nationale d'information politique et générale.



MM. Lasserre <sup>(1)</sup> et Mettling <sup>(2)</sup>, la création d'une autorité indépendante *ad hoc* régulatrice des conflits pourrait être envisagée. Cette évolution pourrait voir la création d'une autorité indépendante *ad hoc* régulatrice des conflits. Placée aux côtés du CSMP, elle aurait compétence pour formuler des décisions créatrices de droits et opposables aux différentes parties dans l'hypothèse où celles-ci ne parviendraient pas à s'accorder en amont.

• **L'aide à la modernisation des diffuseurs de presse** vise à accompagner ces derniers dans leurs efforts d'accroissement de leurs performances commerciales. Le présent projet de loi de finances propose de leur allouer 10,67 millions d'euros à ce titre pour 2011.

• **L'aide au développement des services de presse en ligne** (fonds SPEL) a été substantiellement revalorisée à l'issue des États généraux de la presse écrite, ce dont le Rapporteur spécial, convaincu que l'avenir de la presse se joue dans l'univers numérique, ne pouvait que se féliciter. C'est pourquoi il est d'autant plus circonspect face à la diminution envisagée des crédits SPEL pour 2011. Certes la baisse serait de 1,5 million d'euros « seulement » par rapport à 2010, le fonds SPEL se voyant doté de 18 millions d'euros. Toutefois, une telle décroissance ne paraît pas envoyer un signal particulièrement clair en faveur du développement de la presse en ligne, alors qu'il **devient chaque jour plus évident que la mutation numérique est non seulement une nécessité mais une chance pour la presse**. Elle ne paraît pas non plus répondre *a priori* à une diminution parallèle du nombre de projets soumis au fonds SPEL (rappelons que le montant total des aides demandées pour 2010 s'est élevé à 48,4 millions d'euros, pour 19,5 millions d'euros de dotation du fonds). Soulignons que le rapport de la mission Cardoso a fait de la promotion de l'innovation et de l'émergence de nouveaux modèles professionnels l'un de ses axes de préconisations. **Le Rapporteur spécial** serait en outre **favorable à l'inclusion, au sein de l'assiette des dépenses éligibles au SPEL, des dépenses d'innovation correspondant à des développements menés en interne**. En effet, à l'heure actuelle, seules les dépenses de recherche externalisées sont éligibles aux aides. Par ailleurs, afin de favoriser la mutualisation des efforts et d'améliorer la qualité des projets menés, **il pourrait être envisagé de majorer les aides allouées lorsque ces projets sont portés collectivement**. Rappelons enfin que, aux termes du décret portant création du fonds SPEL <sup>(3)</sup>, 2011 doit être la dernière année d'existence du dispositif.

---

(1) Président de l'Autorité de la concurrence, auteur d'un rapport relatif à la réforme du Conseil supérieur des messageries de presse (juillet 2009).

(2) Inspecteur général des Finances, auteur d'un rapport relatif à la situation de Presstalis (mars 2010).

(3) Décret n° 2009-1379 du 11 novembre 2009 relatif au fonds d'aide au développement des services de presse en ligne.

### **Cinq titres de la presse quotidienne disponibles sur une plate-forme numérique commune**

Regroupés au sein d'un groupement d'intérêt économique (GIE), cinq titres de la presse quotidienne – *Les Échos*, *L'Équipe*, *Le Figaro*, *Libération* et *Le Parisien* – ont lancé une plate-forme numérique commune facilitant la distribution en ligne de l'information.

Financée par les éditeurs, cette plate-forme est ouverte à toutes les catégories de presse et propose des contenus payants *via* un système de paiement unique. L'objectif est de fluidifier la capacité d'achat de l'internaute pour en faire un « client multimarques » ayant accès à la presse par une entrée unique.

Le système se caractérise par sa souplesse, l'internaute pouvant acheter des exemplaires complets de titres de presse, seulement certains articles, ou encore opter pour des *packages* thématiques regroupant les articles traitant d'un même sujet d'actualité et publiés par les différents journaux.

Pourrait ainsi émerger une plate-forme unique de la presse francophone. À plus longue échéance, les éditeurs envisagent également de la développer afin d'en faire un véritable moteur de recherche d'information en ligne alternatif aux outils actuels (*Google news* par exemple).

• **L'aide à la modernisation de la presse quotidienne et assimilée d'information politique et générale** bénéficie aux entreprises et agences de presse. Pour 2011, la dotation serait en baisse 4,2 millions d'euros et atteindrait 20 millions d'euros. Soulignons que, au sein de cette enveloppe, 8,5 millions d'euros seraient spécifiquement consacrés aux projets favorisant le développement de la lecture de la presse chez les jeunes.

**LES AIDES BUDGÉTAIRES À LA PRESSE 2010-2011**

(crédits de paiement, en milliers d'euros)

	<b>Loi de finances initiale pour 2010</b>	<b>Projet de loi de finances pour 2011</b>
<b>Programme 134. Développement des entreprises et de l'emploi (mission Économie)</b>		
Aide au transport postal	159 000	159 000
<b>Programme 180. Presse (mission Médias, livre et industries culturelles)</b>		
<b>1. Aides à la diffusion</b>		
Aide au transport postal de la presse d'information politique et générale (mission Médias)	83 000	83 000
Compensation au titre de report des accords Presse-Poste	28 000	26 500
Réduction du tarif SNCF pour le transport de presse	5 800	5 500
Aide à la distribution et à la promotion de la presse française à l'étranger	1 950	1 950
Aide au portage de la presse	70 000	67 900
Exonération de charges patronales pour les vendeurs-colporteurs et porteurs de presse	12 000	14 000
<i>Sous-total aides à la diffusion</i>	<i>200 750</i>	<i>198 850</i>
<b>2. Aides au pluralisme</b>		
Aide aux quotidiens nationaux d'information politique et générale à faibles ressources publicitaires	9 155	9 155
Aide aux quotidiens régionaux, départementaux et locaux d'information politique et générale à faibles ressources de petites annonces	1 400	1 400
Aide à la presse hebdomadaire régionale	1 420	1 420
<i>Sous-total aides au pluralisme</i>	<i>11 975</i>	<i>11 975</i>
<b>3. Aides à la modernisation</b>		
Aide à la modernisation sociale de la presse quotidienne d'information politique et générale	22 699	27 616
Aide à la modernisation de la distribution (NMPP) de la presse quotidienne nationale	12 000	18 000
Aide à la modernisation des diffuseurs de presse	11 800	10 670
Aide au développement des services en ligne des entreprises de presse	19 500	18 000
Aide à la modernisation de la presse quotidienne et assimilée d'information politique et générale	24 200	20 000
<i>Sous-total aides à la modernisation</i>	<i>90 199</i>	<i>94 286</i>
<b>Total des aides budgétaires à la presse</b>	<b>461 924</b>	<b>464 101</b>
<b>– dont : Total pour la mission Médias, livre et industries culturelles</b>	<b>302 924</b>	<b>305 101</b>

## B.– LES AIDES FISCALES : DANS L'ATTENTE D'UNE ÉVOLUTION POSITIVE AU NIVEAU COMMUNAUTAIRE

### 1.– La nécessité d'une TVA réduite unique pour toutes les presses

Le Rapporteur spécial le déplore depuis de nombreuses années : **en matière de TVA, la presse en ligne fait l'objet d'un traitement fiscal discriminatoire par rapport à la presse traditionnelle.** En effet, la première reste soumise au taux de droit commun de 19,6 %, tandis que la seconde bénéficie d'un taux « super réduit » à 2,1 %. **Or, d'une part, rien ne différencie le produit « presse en ligne » du produit « presse papier » dans sa nature, et d'autre part, il semble évident que l'avenir du secteur passe notamment par une dématérialisation accrue de ses contenus.**

Conscient que le dénouement de cette situation « *invraisemblable* », selon les propres termes du Président de la République, passe par un accord au niveau communautaires entre les 27 États membres de l'Union européenne, le Rapporteur spécial persiste néanmoins à dénoncer une différence de traitement que rien ne justifie, et continue de demander un alignement des régimes fiscaux sur le dispositif le plus favorable, à savoir le taux « super réduit » de 2,1 %. Soulignons à cet égard que la mission pilotée par M. Aldo Cardoso préconise la même solution.

**Le Rapporteur spécial, tout en prenant acte des engagements et de la volonté politique exprimés par le Gouvernement ainsi que ses efforts pour convaincre nos partenaires européens <sup>(1)</sup>, tient à rappeler que, avec l'émergence du numérique, le temps s'est raccourci.** Or chaque année de négociation supplémentaire – et, malheureusement, infructueuse – est une année perdue pour le développement de ce relais de croissance que représente l'internet pour la presse. Si la question de la TVA doit à nouveau être débattue au niveau communautaire d'ici 2015, il est à craindre que ce délai ne soit que trop long pour permettre l'émergence d'un modèle économique viable et pérenne pour la presse en ligne.

### 2.– La prorogation de deux dispositifs fiscaux à l'initiative du Rapporteur spécial

**Par voie d'amendements adoptés par l'Assemblée nationale (cf. *supra*), le Rapporteur spécial a obtenu la prorogation de deux régimes fiscaux favorables à la presse.**

- Le régime spécial des provisions pour investissements.

Codifié à l'article 39 *bis* A du code général des impôts (CGI), il permet aux entreprises de presse qui exploitent soit un journal quotidien, soit une revue d'une périodicité au maximum mensuelle et consacrée pour une large part à

---

(1) Première séance du vendredi 22 octobre, 9 heures 30.

l'information politique et générale, soit un service de presse en ligne reconnu consacré pour une large part à l'information politique et générale de bénéficier d'un régime spécial de provisions destinées au financement de leurs investissements.

Les publications, autres que les journaux quotidiens, et les services de presse en ligne éligibles doivent remplir les caractéristiques suivantes : apporter de façon permanente et continue sur l'actualité politique et générale, locale, nationale ou internationale des informations et des commentaires tendant à éclairer le jugement des citoyens<sup>(1)</sup> et consacrer au moins le tiers de leur surface rédactionnelle à cet objet<sup>(2)</sup>.

Les provisions ainsi constituées sont soumises à un double plafonnement :

– de la dotation déductible : les provisions sont limitées à un pourcentage du bénéfice de l'exercice (60 % pour les quotidiens et assimilés et 30 % pour les autres publications) ;

– de la dotation utilisable : les sommes déduites ne peuvent être utilisées que pour le financement d'une fraction du coût de revient des investissements suivants (90 % pour les quotidiens et 40 % pour les autres publications) :

- matériels, mobiliers, terrains, constructions dès lors que ces éléments d'actif sont strictement nécessaires à l'exploitation du journal ou de la publication, ainsi que les prises de participations dans des entreprises exerçant certaines activités de presse ou qui sont liées à de telles activités<sup>(3)</sup>;
- investissements nécessaires à la constitution de bases de données à partir des informations contenues dans le journal ou la publication ainsi que l'acquisition du matériel nécessaire à leur exploitation ou à leur transmission.

Les provisions effectivement pratiquées dans les comptes en application de l'article 39 *bis* A doivent être utilisées avant la fin de la cinquième année suivant celle de leur constitution.

52 entreprises auront bénéficié de ce dispositif en 2008. Son coût est évalué à moins de 500 000 euros pour les années 2009, 2010 et 2011.

---

(1) Depuis la loi de finances pour 2007, les publications ne peuvent plus être consacrées à la seule information politique.

(2) Décret n° 2010-412 du 27 avril 2010 relatif à la provision pour investissement en faveur des entreprises de presse.

(3) Depuis la loi de finances pour 2007, ces prises de participation peuvent être minoritaires (en vertu des dispositions antérieures, elles devaient impérativement être majoritaires).

- La réduction pour les entreprises souscrivant au capital d'entreprises de presse.

Codifiée à l'article 220 *undecies* du CGI, cette réduction d'impôt est égale à 25 % du montant des sommes versées au titre des souscriptions en numéraire au capital de sociétés soumises à l'impôt sur les sociétés dans les conditions de droit commun et exploitant soit un journal quotidien, soit une publication de périodicité au maximum mensuelle consacrée à l'information politique et générale.

Un décret en Conseil d'État <sup>(1)</sup> a précisé et étendu le champ des bénéficiaires de la provision pour investissements prévue à l'article 39 *bis* A du même code (cf. *supra*), et a également élargi le champ du 220 *undecies* puisque la définition des publications qui sont regardées comme se consacrant pour une large part à l'information politique et générale est désormais commune aux deux dispositifs.

### 3.– Le mécénat

Deux dispositifs sont prévus par le code général des impôts qui, s'ils ne sont pas spécifiques à la presse, sont néanmoins susceptibles de lui profiter :

– l'article 200 du CGI permet aux particuliers de bénéficier d'une réduction d'impôt sur le revenu égale à 66 % du montant des sommes correspondant à des dons et versements effectués notamment au profit de fondations ou associations reconnues d'utilité publique. Les sommes considérées sont plafonnées à 20 % du revenu imposable ;

– l'article 238 *bis* du CGI permet aux entreprises de bénéficier d'un régime analogue, la réduction d'impôt étant égale à 60 % du montant des versements, pris dans la limite de 5 pour mille du chiffre d'affaires. Sont concernées les entreprises assujetties à l'impôt sur le revenu ou à l'impôt sur les sociétés.

### 4.– Les autres dispositifs fiscaux en faveur de la presse

Parmi les autres dispositifs fiscaux nationaux en faveur de la presse, figure **l'exonération de TVA pour les publications des collectivités publiques et des organismes à but non lucratif**, dont le coût est estimé à 1 million d'euros pour 2011.

En matière de **fiscalité locale**, la suppression de la taxe professionnelle a entraîné la modification des régimes antérieurs. Rappelons que, supprimée à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2010, la taxe professionnelle a été remplacée par la contribution économique territoriale (CET), qui est composée de la cotisation

---

(1) Décret n° 2010-412 du 27 avril 2010 modifiant l'article 17 de l'annexe II du code général des impôts.

foncière des entreprises et de la cotisation sur la valeur ajoutée des entreprises (article 1447-0 du CGI).

Aux termes de l'article 1458 du CGI, **sont exonérés de CET** :

- les publications de presse ;
- les sociétés coopératives de messageries de presse et les sociétés dont le capital est détenu majoritairement par des sociétés coopératives de messageries de presse qui leur confient l'exécution d'opérations de groupage et de distribution ;
- les agences de presse ainsi que, depuis le 1<sup>er</sup> janvier 1995, les correspondants locaux de presse régionale ou départementale ;
- les services de presse en ligne.

Par ailleurs, en vertu de l'article 1469 A *quater* du CGI, **les diffuseurs de presse peuvent bénéficier d'un abattement de CET**.

### **III.– L'AGENCE FRANCE-PRESSE OU COMMENT RESTER DANS LE TRIO DE TÊTE MONDIAL**

#### **A.– LES CRÉDITS PUBLICS PRÉVUS POUR 2011**

**Le présent projet de loi de finances propose d'allouer 115,4 millions d'euros à l'AFP** au titre des abonnements que l'État souscrit auprès de l'Agence. Ce montant est en hausse de 1,8 % par rapport à l'an dernier (113,4 millions d'euros) et **traduit l'engagement des pouvoirs publics aux côtés d'une des trois premières agences de presse mondiales**.

Les ressources propres de l'Agence se sont élevées, en 2009, à 162,6 millions d'euros. Le chiffres d'affaires provenant des marchés à fort potentiel de croissance (Amérique du Nord, Amérique latine et Asie notamment) a atteint 32,7 millions d'euros cette même année, tandis que le chiffre d'affaires issue de l'offre multimédia s'élevait à 17,7 millions d'euros.

#### **B.– LA QUESTION DU STATUT ET LA NOUVELLE STRATÉGIE**

Rappelons que le statut actuel de l'AFP présente des spécificités certaines susceptibles de former autant d'entraves potentielles à son activité. Notamment, l'absence d'actionnaire, rend difficile l'obtention des ressources nécessaires au développement de l'une des trois premières agences mondiales. Aussi, les pouvoirs publics s'étaient saisis de la question et envisageaient une évolution du statut de l'Agence, tel que résultant de la loi n° 57-32 du 10 janvier 1957.

Ne se rattachant à aucune catégorie clairement identifiée de personne morale, **le statut de l'Agence fait figure d'ectoplasme juridique**. L'article 1 de la loi précitée dispose que l'AFP est « *un organisme autonome doté de la personnalité civile et dont le fonctionnement est assuré suivant les règles*

*commerciales* ». Cependant, si la loi du 10 janvier 1957 affirme que l'Agence est soumise aux règles du droit commercial, sous réserve des dispositions spécifiques prévues par son statut, elle ne la qualifie pas pour autant de société de droit privé et l'AFP n'a donc ni actionnaire, ni capital. Elle est par conséquent tributaire de ses ressources commerciales, générées auprès de clients français aussi bien qu'étrangers <sup>(1)</sup>, ainsi que des financements de son principal client, l'État <sup>(2)</sup>.

**En 2009, le Gouvernement avait alors engagé une réflexion en chargeant son président-directeur général, M. Pierre Louette, de présenter les pistes d'évolution du « statut de 1957 ».** Ayant analysé les mérites de inconvénients respectifs de plusieurs solutions (établissement public, coopérative, société), M. Louette s'était prononcé en faveur de la création d'une société de droit commun à capitaux publics et d'une fondation.

Le nouveau président-directeur général de l'AFP, M. Emmanuel Hoog, réfléchit actuellement aux évolutions souhaitables que devrait connaître l'Agence pour lui garantir les moyens de rester la première agence de presse européenne et francophone et lui conserver sa crédibilité et sa légitimité tant au niveau national qu'à l'international.

Bâti sur une hypothèse de pure croissance interne, le plan d'affaires envisagé par la nouvelle direction n'inclut pas de développement ambitieux au-delà de la poursuite des efforts commerciaux et de la maîtrise des coûts qui ont permis à la précédente présidence de redresser les comptes et la trésorerie de l'Agence.

Ce plan doit **répondre aux évolutions de l'environnement économique et professionnel de l'AFP totalement bouleversé par la révolution numérique** en cours. Il vise notamment à développer l'action de l'Agence dans le domaine du multimédia, de la vidéo, des services à forte valeur ajoutée lui permettant de s'imposer dans des segments à fort potentiel où elle est désormais placée en position de concurrence directe avec de nouveaux acteurs issus des nouveaux acteurs du numérique

Ce projet implique sans doute de **moderniser ses organes de gouvernance et de clarifier ses relations contractuelles avec l'État**. La priorité est donc actuellement donnée à des aménagements statutaires destinés à clarifier la composition du conseil d'administration de l'Agence, ainsi que les relations que entretenues l'État, notamment à travers la définition de ses missions d'intérêt général. La nouvelle direction estime que la dotation en capital ne répond pas aux priorités immédiates de l'Agence. À cet égard, **le Rapporteur spécial tient à rappeler que le statut est un outil au service d'une stratégie – à redéfinir à l'ère du média global numérique –, non l'inverse.**

---

(1) En 2009, la part du chiffre d'affaires générée par les clients étrangers était de 30,6 %.

(2) En 2009 la part des abonnements de l'État dans le chiffre d'affaires était de 42%.



## CHAPITRE CINQUIÈME : LE LIVRE ET LES INDUSTRIES CULTURELLES

### I.- L'EFFORT PUBLIC EN FAVEUR DU LIVRE ET DE LA LECTURE

Le présent projet de loi de finances propose de consacrer à la politique de soutien au livre et à la lecture 247,8 millions d'euros en autorisations d'engagement et 252,8 millions d'euros en crédits de paiement. **La mise en œuvre de cette politique s'appuie notamment sur trois opérateurs : la Bibliothèque nationale de France (BNF), la Bibliothèque publique d'information (BPI) et le Centre national du livre (CNL).** De fait, la majeure partie – plus de 86 % – des crédits inscrits à l'action n° 3 *Livre et lecture* du programme 180 correspond à des subventions pour charges de service public allouées à ces trois établissements.

#### A.- LA BIBLIOTHÈQUE NATIONALE DE FRANCE

Établissement public à caractère administratif, la Bibliothèque nationale de France (BNF), a la responsabilité de collecter, notamment par la mise en œuvre du dépôt légal, de cataloguer, de conserver et d'enrichir le patrimoine national dont elle a la garde, notamment le patrimoine imprimé, graphique, audiovisuel, voire numérique. Elle doit permettre l'accès du plus grand nombre à ces collections, dans des conditions compatibles avec la conservation de celles-ci.

Rappelons qu'en 2009, **la BNF a signé avec l'État un contrat de performance couvrant la période 2009-2011** et articulé autour des axes stratégiques suivants :

- être une bibliothèque numérique de référence : l'objectif d'un total de 1 million de documents numériques en ligne a été dépassé en 2010, la cible étant de 1,2 million pour 2011 ;

- enrichir, signaler et préserver les collections nationales ;

- conduire la rénovation du Quadrilatère Richelieu et rationaliser le patrimoine immobilier ;

- accroître, diversifier et satisfaire les publics ;

- développer la présence de la BNF sur la scène nationale, européenne et mondiale ;

- préparer la BNF aux mutations de son environnement en garantissant les conditions de son développement.

Pour 2011, **il est proposé d'allouer à la BNF 206,2 millions d'euros** en autorisations d'engagement comme en crédits de paiement. **Celle-ci concentre donc 82 % de l'ensemble des moyens de l'action n° 3 *Livre et lecture*.**

Il convient de noter que **l'établissement s'est engagé à développer ses ressources propres**, dont la part dans les ressources totales est aujourd'hui relativement modeste (4 % environ). L'action de la BNF portera dans plusieurs directions afin d'augmenter ce taux (avec l'objectif d'une part supérieure à 5 %). La BNF entend notamment élargir ses publics, actualiser ses grilles tarifaires, valoriser au mieux ses activités commerciales, réviser ses contrats de concession, créer de nouvelles activités (valorisation des collections numériques par exemple), et proposer une offre de formation à titre onéreux.

#### 1.– Évolution de l'activité et de la fréquentation

La fréquentation de la BNF en 2009 a été **affectée par les fermetures partielles** du site Richelieu et de son annexe Louvois **au titre des travaux rénovation**. Elle s'établit ainsi à environ 1,3 million de visiteurs, soit une baisse de 3 % par rapport à 2008.

Les salles de lecture ont enregistré plus de 944 000 entrées, en diminution par rapport à 2008 (950 000 entrées). La BNF entend relancer la fréquentation et de diversifier les public. Dans ce cadre et d'ici 2013, elle envisage notamment de faire évoluer la politique documentaire en fonction des besoins et des nouveaux usages des lecteurs, d'améliorer l'accueil et la convivialité, et de développer l'offre numérique. La reconfiguration des salles permettra de répondre à des usages diversifiés (étude, travail en troupe, lecture, loisir, formation, consultations rapides etc.), des centres de ressources documentaires proposant une information sur les grands sujets d'actualité seront installés dans les salles, la salle de presse enrichira son offre de périodiques et les collections du département de l'audiovisuel seront rendues plus accessibles.

#### 2.– L'enrichissement des collections

De par sa nature et sa fonction, la BNF a vocation a enrichir les collections publiques dont elle a la garde, principalement par le biais du dépôt légal, mais également grâce aux acquisitions onéreuses ou par dons et legs, voire par des échanges.

**En 2009, la croissance des collections a été supérieure à celle de l'année précédente**, notamment grâce à l'arrivée sur le site François-Mitterrand du Centre national de la littérature pour jeunesse / La joie par les livres, lequel a permis l'entrée de 250 000 nouveaux documents consacrés aux cultures de l'enfance et de l'adolescence. Par ailleurs, 15 000 livres électroniques ont été acquis en 2009, témoignant des évolutions à l'œuvre dans la politique documentaire.

Au titre du dépôt légal, la BNF aura reçu :

– 66 595 livres, soit 3 % de plus par rapport à la moyenne observée sur la période 2005-2008 ;

– 328 667 périodiques (- 3 % par rapport à 2008) ;

– 26 713 documents audiovisuels ;

– 20 208 documents dits « spécialisés » (partitions, cartes et plans, globes, affiches, estampes etc.).

Rappelons par ailleurs que, depuis 2006 et en concertation avec l'INA, la BNF a également en charge le **dépôt légal de l'internet français**. Ainsi, en 2009, quelque 577 millions de fichiers auront été collectés, soit une augmentation de 11 % par rapport à 2008. **Les archives de l'internet sont accessibles au public depuis juin 2009 et représentent 13,67 milliards de fichiers.**

Enfin, la BNF poursuit une politique active d'acquisitions par dons, legs et *via* le mécénat. Parmi les acquisitions ayant rejoint les collections en 2009, citons les deux incunables *Traité des eaux artificielles* datant de 1484, et *L'histoire de la Belle Mélusine* daté d'environ 1479. Le mécénat a en outre permis d'acquérir deux globes, terrestre et céleste, de l'abbé Nollet et classés trésors nationaux. De nouvelles ressources ont aussi pu être levées afin de finaliser l'acquisition des archives de Guy Debord, également classées trésor national. Enfin, début 2010, et après plus d'un an de prospection, la BNF a pu acquérir les manuscrits de *L'Histoire de ma vie* de Giacomo Casanova.

### 3.– Le défi de la numérisation : le projet *Gallica*

Lancé en septembre 2007, le principal programme de numérisation de masse des imprimés vise à numériser et à convertir en mode texte quelques 300 000 documents en trois ans.

*Gallica* est une bibliothèque numérique, constituée à partir de documents libres de droits issus des collections de la BNF, des fonds numérisés de bibliothèques partenaires et, depuis mars 2008, d'une sélection de titres de l'édition contemporaine soumis aux droits d'auteur <sup>(1)</sup>.

La fréquentation de *Gallica* a connu une augmentation constante tout au long de l'année 2009 pour atteindre **plus de 4 millions de visites** (+ 28 % par rapport à 2008). **Le nombre de documents indexés et actuellement accessibles s'élève à 1,18 million**, contre environ 500 000 début 2009. Le site propose ainsi à la consultation près de 184 000 livres, plus de 772 000 fascicules de périodiques, près de 157 000 images, plus de 10 000 cartes et plans, près de 5 500 manuscrits,

---

(1) Sélection permise dans le cadre d'un partenariat avec le Syndicat national de l'édition, le Centre national du livre et le service du Livre et de la lecture.

plus de 3 000 partitions musicales et plus de 1 000 documents sonores, tous issus des collections de la BNF. Le nombre de documents en provenance des bibliothèques partenaires avoisine 26 000 et celui de l'édition contemporaine sous droit d'auteurs dépasse 27 500.

Rappelons que dans le cadre du Grand emprunt, la direction de la BNF a proposé au ministère de la Culture et de la communication plusieurs projets de numérisation. Ces programmes s'organisent autour de quatre grandes filières documentaires :

- livres imprimés ;
- presse ;
- documents spécialisés, rares et précieux ;
- audiovisuel et son.

Le premier programme porte sur la numérisation de 500 000 ouvrages imprimés dont la moitié proviendrait des fonds des bibliothèques partenaires de la BNF. Ce projet permettra d'une part de poursuivre le programme de numérisation de masse de la BNF, et d'autre part de l'ouvrir aux autres bibliothèques françaises.

Le deuxième programme porte sur la sauvegarde de la presse de 1870 à 1945. En effet, la presse constitue l'une des ressources documentaires les plus demandées, tant par les chercheurs que par le grand public. Toutefois, il s'agit d'un patrimoine menacé en raison de sa fragilité et de la nature de ses supports. Le programme porte sur quelque 20 millions de pages et a pour objectif de constituer en cinq ans une offre de presse francophone de première importance.

Le troisième volet de projets proposé par la BNF concerne les collections spécialisées. Le programme dédié vise à favoriser la numérisation de 5,5 millions d'images des collections de manuscrits, incunables, livres rares et précieux, monnaies, cartes et plans, estampes et autres photographies.

Enfin, la sauvegarde des collections sonores constitue le quatrième axe envisagé par la BNF. Quelque 715 000 documents sont concernés, notamment les disques qui sont les plus menacés par la dégradation progressive et irréversible des supports. À cet égard, une attention particulière doit être portée à la chanson française enregistrée entre les années 1895-1960.

## B.– LA BIBLIOTHÈQUE PUBLIQUE D'INFORMATION

La Bibliothèque publique d'information, **établissement public à caractère administratif**, est un organisme **associé au Centre national d'art et de culture Georges Pompidou**. Dans le respect de son décret constitutif<sup>(1)</sup>, la BPI est une bibliothèque encyclopédique et multimédia accessible gratuitement et sans formalités. Elle met à la disposition du public des ressources documentaires françaises et étrangères de toute nature à des fins de culture et de loisir, d'information et de formation. Elle participe également aux activités culturelles du Centre Pompidou.

Une double orientation a été définie pour 2011 :

– adapter la BPI aux nouvelles pratiques culturelles et éducatives des publics en tenant compte de l'importance croissante du numérique ;

– définir une stratégie cohérente de partenariats afin d'aider les bibliothèques publiques françaises dans leur développement et leur coopération mutuelle.

Pour ce faire, **le présent projet de loi de finances propose d'allouer 7 millions d'euros à la BPI**, soit une dotation en hausse de 3 % par rapport à l'année précédente.

## C.– LE CENTRE NATIONAL DU LIVRE

Le Centre national du livre est un établissement public à caractère administratif qui, *via* des actions de soutien aux différents acteurs de la chaîne du livre, **a pour missions de favoriser la création, l'édition, la promotion et la diffusion des œuvres de qualité sur le plan littéraire et scientifique**.

Il met ainsi en œuvre une **trentaine de dispositifs de soutien** qui peuvent prendre des formes très diverses : subventions, crédits de préparation, prêts à taux zéro, bourses. Ceux-ci sont attribués après avis de commissions consultatives organisées par domaine éditorial ou type d'intervention.

Au titre de l'année 2011, le CNL percevrait une dotation budgétaire de 2,8 millions d'euros. Rappelons toutefois que **le CNL est majoritairement financé par deux taxes affectées** :

– la **taxe sur les services de reprographie et d'impression**, assurant un produit de quelque 30,2 millions d'euros (budget prévisionnel 2010) ;

– la **taxe sur l'édition**, dont le produit fiscal atteint 5,1 millions d'euros.

---

(1) Décret n° 76-82 du 27 janvier 1976 Portant création de la Bibliothèque publique d'information (BPI), liée par convention à l'établissement public de Centre national d'art et de culture Georges Pompidou (CNAC).

## D.– LES CRÉDITS DÉCONCENTRÉS EN FAVEUR DU LIVRE ET DE LA LECTURE

Près de 13 millions d’euros des crédits relatifs au livre et à la lecture sont déconcentrés.

Plus de la moitié (7,6 millions d’euros) ont vocation à **soutenir le développement de la lecture et à aider la diffusion des œuvres par les bibliothèques**. Ces crédits s’analysent d’abord en une aide au fonctionnement des médiathèques de proximité, notamment dans les territoires où celles-ci sont le seul service public culturel à disposition du public.

D’autre part, ces dotations permettent de mener des **actions de formation continue à destination des professionnels** afin de les familiariser avec les nouvelles technologies et les services innovants. Ces formations s’inscrivent en complémentarité avec les actions menées dans le même domaine, notamment par le Centre national de la fonction publique territoriale (CNFPT) et par les Centres régionaux de formation aux carrières des bibliothèques (CRFCB).

Enfin, tant le Centre national du livre que les directions régionales aux affaires culturelles (DRAC) apportent leur soutien à diverses manifestations littéraires à rayonnement national, régional ou territorial.

## II.– LE SOUTIEN AUX INDUSTRIES CULTURELLES

Pour 2011, 26 millions d’euros seraient dédiés au soutien public en faveur des industries culturelles et divisés en trois sous-actions d’inégale importance.

### A.– LE SOUTIEN DANS LE DOMAINE DE LA MUSIQUE ENREGISTRÉE

Ensemble le plus modeste au sein de l’action n° 4 *Industries culturelles*, 0,68 million d’euros seraient versés au titre du soutien à la musique enregistrée.

Ces crédits s’analysent en des **aides apportées à diverses manifestations**, telles les Allumés du jazz, les Victoires de la musique, le Django d’or ou le Prix de la facture instrumentale. Ils sont également reversés pour partie au **Fonds pour la création musicale**. Au total, ces aides ont vocation à favoriser le renouvellement de la création et la promotion de nouveaux talents.

### B.– LES CRÉDITS EN FAVEUR DU CINÉMA

Plus de 11 millions d’euros seraient versées aux différentes cinémathèques et organismes engagés dans la recherche et la valorisation du patrimoine cinématographique.

La Cinémathèque française se verrait allouer la quasi-totalité de cette enveloppe (9,8 millions d'euros) au titre de sa subvention pour charges de service public. Les autres organismes – Cinémathèque de Toulouse, Institut Lumière de Lyon, associations diverses – bénéficiant de 1,3 million d'euros, tandis que 2,25 millions d'euros permettraient de consolider l'aide de l'État, notamment aux associations régionales de salles et autres associations de diffusion culturelle.

Rappelons que la **Cinémathèque française est une association de loi 1901** qui a pour objet de favoriser auprès du public le plus large la connaissance de l'art cinématographique. Ses missions sont notamment la collecte, la conservation, la sauvegarde, la restauration, la diffusion et la valorisation de sa collection de films. Elle a également vocation à montrer des films au travers de programmations thématiques et de sensibiliser le jeune public à l'art cinématographique.

#### C.– LES CRÉDITS DE FONCTIONNEMENT DE L'HADOPI

Créée par la loi n° 2009-669 du 12 juin 2009 favorisant la diffusion et la protection de la création sur Internet, la **Haute autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur Internet (HADOPI)** a été mise en place en 2010. Elle **bénéficierait en 2011 d'une subvention de 12 millions d'euros** en autorisations d'engagement comme en crédits de paiement, une telle dotation **constituant la totalité du budget de cette autorité administrative indépendante.**

Rappelons que l'HADOPI a pour mission le soutien au développement de l'offre légale et la protection des œuvres contre le téléchargement illégal. À ce titre, elle met en œuvre le dispositif de riposte graduée en direction des internautes (envoi de messages d'avertissement) et contribue à la labellisation des offres légales et des moyens de sécurisation. L'année 2011 sera la première année de plein exercice pour l'HADOPI.

**La lutte contre le piratage des œuvres sur l'internet est certes une nécessité, toutefois elle ne saurait à elle seule favoriser l'émergence de nouveaux équilibres économiques dans l'environnement numérique.** Des pistes ont été tracées en ce sens par la mission « Création et Internet » conduite par MM. Jacques Toubon, Patrick Zelnik et Guillaume Cerutti. L'évaluation de leurs préconisations est actuellement en cours.

\*

\* \*





## COMPTE RENDU DE LA COMMISSION ÉLARGIE DU 4 NOVEMBRE 2010

*(Application de l'article 117, alinéa 2, du Règlement)*

**M. le président Jérôme Cahuzac.** Monsieur le ministre de la culture et de la communication, je suis heureux de vous accueillir au nom de M. le président de l'Assemblée nationale ici présent, de Mme Michèle Tabarot, présidente de la Commission des affaires culturelles, et de Mme Martine Aurillac, vice-présidente de la Commission des affaires étrangères.

Vous étiez ce matin en séance publique pour le vote des crédits de la mission « Culture ». Cet après-midi, l'exercice sera un peu différent, car nous sommes réunis en commission élargie afin de vous entendre sur les crédits de la mission « Médias, livre et industries culturelles » pour 2011. Nous retrouverons néanmoins des sujets en commun, du fait du transfert contesté vers cette mission de crédits issus de la mission « Culture ».

Comme vous le savez, la procédure de commission élargie est destinée à permettre un dialogue vivant et direct entre le Gouvernement et les députés. Après que vous aurez répondu aux rapporteurs, je donnerai ainsi la parole aux collègues qui souhaitent s'exprimer.

**Mme la présidente Michèle Tabarot.** Monsieur le ministre, c'est la troisième fois cette semaine que j'ai le plaisir de vous entendre : la première fois, ce fut mardi après-midi pour les crédits de la mission « Culture » et la deuxième, ce matin, en séance publique, dans le cadre de l'examen de ces mêmes crédits.

Nous sommes réunis cet après-midi pour examiner le projet de budget de l'audiovisuel public, qui est d'autant plus important que le contexte, particulier, est celui de la mise en œuvre des réformes et du changement de président de France Télévisions.

Notre commission a mené une réflexion importante à la fois sur la question de la publicité et les activités commerciales de France Télévisions. C'est pourquoi nous sommes très attentifs au suivi de la réforme engagée dans le cadre de la loi de 2009.

Enfin, deux rapporteurs pour avis interviendront au nom de la Commission des affaires culturelles et de l'éducation : Mme Martine Martinel, qui a centré sa réflexion sur la mise en œuvre de la réforme de France Télévisions, et M. Michel Françaix, qui s'est penché sur le bilan des aides à la presse.

**Mme Martine Aurillac, présidente.** Je tiens tout d'abord à excuser le président de la Commission des affaires étrangères, M. Axel Poniatowski, qui n'a pu se joindre à nous cet après-midi.

Notre commission a toujours porté une attention particulière à l'audiovisuel extérieur de la France. Une mission d'information avait du reste été créée en 2007, laquelle avait formulé un grand nombre de propositions visant à guider les choix futurs en la matière, sans trouver, malheureusement, un véritable écho auprès du Gouvernement.

C'est donc tout naturellement que la Commission a décidé une nouvelle fois d'émettre un avis sur les crédits du programme « Action audiovisuelle extérieure », qui ne représente qu'une petite partie de la mission qui nous réunit aujourd'hui.

Notre rapporteur, M. Didier Mathus, a choisi cette année de s'intéresser, après TV5 Monde et RFI, au devenir de France 24.

**M. Patrice Martin-Lalande, rapporteur spécial, pour la mission « Médias, livre et industries culturelles » et pour les comptes spéciaux « Gestion et valorisation des ressources tirées de l'utilisation du spectre hertzien » et « Avances à l'audiovisuel public ».** Afin de respecter les cinq minutes qui me sont imparties, mon intervention se placera donc sous le signe du haut débit et de la compression de données...

Dans un contexte de maîtrise de la dépense publique, les crédits prévus en 2011 pour les médias sont, au total, préservés par rapport à 2010.

Cet effort budgétaire de l'État permettra, tout d'abord, d'assurer à l'audiovisuel public national 3,590 milliards d'euros et à l'audiovisuel public extérieur 332 millions d'euros pour accomplir leurs missions de service public, de tenir, ensuite, les engagements pris par l'État en faveur de la presse à l'issue des États généraux de la presse écrite avec 464 millions d'euros, et d'achever, enfin, en 2011, le passage au tout numérique avec 131 millions d'euros.

Monsieur le ministre, je suis désolé de ne pouvoir développer que quelques questions.

S'agissant de France Télévisions, l'État, en assurant plus de 85 % des ressources du groupe, garantit un financement plus solide que jamais. De plus, les recettes publicitaires sont, elles aussi, solides, comme en témoignent les excédents de 150 millions d'euros en 2009, de 200 millions prévus en 2010 et de 171 millions espérés à ce jour pour 2011. En laissant à France Télévisions l'essentiel de ses excédents, l'État renforce encore sa solidité financière, puisqu'il lui permet un retour à l'équilibre anticipé.

Toutefois, après le retour à l'équilibre, comment décider de l'utilisation de ces heureuses recettes supplémentaires par rapport à celles prévues au contrat d'objectifs et de moyens, d'autant qu'il ne s'agit pas d'un ajustement à la marge ? En 2011, cet excédent prévisionnel de 171 millions d'euros représentera plus de la moitié des ressources de l'audiovisuel extérieur de la France et plus que les crédits consacrés au passage à la TNT !

Deux solutions sont possibles.

Si les recettes publicitaires réalisées excèdent structurellement celles qui ont été prévues dans le cadre du contrat d'objectifs et de moyens initial, ne faudrait-il pas, en amont, réduire le montant de la compensation de la perte de recettes publicitaires, puisque les hypothèses de 2008 qui ont servi de base à ce calcul ne sont plus valables ?

Si, au contraire, on considère que ces excédents ne sont pas structurels, le Gouvernement est-il d'accord avec ma proposition de soumettre l'utilisation de ces recettes à la même discipline que toutes les recettes et les dépenses qui sont cadrées par le contrat d'objectifs et de moyens ? Des sommes dépassant les 100 millions d'euros valent bien un avenant au contrat, lequel est soumis aux avis du CSA et du Parlement ! C'est cette logique que je défendrai dans un amendement, cosigné avec Charles de Courson, tendant à encadrer l'utilisation future des éventuels excédents de recettes publicitaires de France Télévisions.

Quelle est, par ailleurs, la position du Gouvernement concernant ma proposition et celle du rapporteur général de fixer à cinq ans le moratoire sur la suppression de la publicité diurne, pour être cohérent avec la durée du mandat du président de France Télévisions et du nouveau contrat d'objectifs et de moyens qui sera mis en œuvre dans le cadre de ce mandat ?

Faut-il, enfin, aller au bout de la logique de suppression de la publicité après 20 heures en supprimant également le parrainage ou considérez-vous que l'encadrement de cette pratique *via* une charte élaborée par France Télévisions sera suffisant ?

Je tiens également à vous poser quelques questions sur la presse.

Les pouvoirs publics ont tenu les engagements forts pris à l'issue des États généraux de la presse écrite. La réciproque est moins vraie de la part des professionnels du secteur.

Ne craignez-vous pas que l'effort exceptionnel de financement de l'État ait été absorbé pour assurer un simple sursis à plusieurs titres, sans permettre de préparer la mutation voulue par les États généraux ?

Pour permettre à la profession de rattraper ce retard, puis-je savoir quand fonctionnera l'Observatoire sur les nouvelles attentes du lectorat et sur l'innovation éditoriale, structure qui doit être l'outil de veille et de recherche dont la presse française a besoin ? Ne faudrait-il pas organiser de nouveaux États généraux axés sur le développement des services innovants, comme la presse en ligne ? En matière de gouvernance des aides, quelles suites entendez-vous donner au rapport Cardoso, selon quelles modalités et suivant quel calendrier ?

J'aurais également aimé pouvoir m'exprimer sur d'autres sujets importants tels que la renégociation des conventions collectives et des accords d'entreprise dans l'audiovisuel public, l'éventuel changement de stratégie et de statut de l'Agence France Presse, le rééquilibrage du financement de TV5 Monde, l'adaptation des règles de concentration dans le domaine des médias, l'asymétrie de régulation entre les services audiovisuels traditionnels et Internet, le défaut de participation des opérateurs d'Internet au financement de la

production de contenus ou le rétablissement d'une architecture budgétaire propice à la lisibilité du budget et au suivi des crédits, tant il est illogique de mélanger « médias », « culture » et « livre ».

Enfin, monsieur le ministre, je suis désolé de ne pouvoir évoquer d'autres sujets tout aussi essentiels autrement qu'en langage SMS : « kan » un nouveau COM FTV ? « kan » un nouveau COM AEF ? « kan » une RNT ? « kan » une TMP ? Quelle réforme du CSMP ?

**Mme Martine Martinel**, *rapporteuse pour avis de la Commission des affaires culturelles, pour les médias, l'audiovisuel et les avances à l'audiovisuel public*. J'ai souhaité pour ma part, dans le cadre de l'examen du projet de loi de finances, dresser le bilan de la réforme de France Télévisions et faire plusieurs propositions pour l'avenir du groupe.

La loi du 5 mars 2009 nous aura donné un exemple parfait de mauvaise législation. Je rappelle en effet que la suppression de la publicité a été décidée et annoncée sans concertation avec l'entreprise et ses administrations de tutelle, et qu'elle a été mise en œuvre dans le mépris le plus total de la procédure parlementaire, sur la base d'une simple délibération du conseil d'administration, annulée par le Conseil d'État.

De plus, le comité qui devait être chargé du suivi de l'application de la loi n'a jamais vu le jour.

Par ailleurs, la taxe télécoms, créée pour financer la réforme, a été jugée non compatible avec le droit communautaire par la Commission européenne.

Enfin, la confusion la plus totale règne sur la question de la suppression de la publicité en journée.

L'analyse montre que, pour le téléspectateur, l'impact de la suppression de la publicité en soirée est modeste, voire négatif. Elle n'a eu aucun effet sur l'audience, qui poursuit son érosion et dont le vieillissement s'accélère. De plus, les programmes de deuxième partie de soirée sont certes mieux exposés mais l'évolution de l'audience entre 22 heures 30 et 22 heures 45 montre que les téléspectateurs ont profité des nouveaux horaires pour aller se coucher plus tôt.

S'agissant de la qualité des programmes, il convient de rappeler que le virage éditorial est antérieur à la suppression de la publicité. On constate toutefois – c'est peut-être le plus étonnant – une dégradation de la programmation sur certaines tranches horaires comme effet collatéral de la suppression de la publicité après 20 heures.

C'est ainsi qu'en 2009 la durée des journaux télévisés de 20 heures a été amputée de quelque cinquante-deux heures d'information. En journée, France Télévisions a joué du maintien de la publicité pour développer fortement ses recettes commerciales, en s'appuyant sur une programmation plus commerciale avec une augmentation notable des divertissements et des jeux, en contradiction avec les objectifs annoncés de la réforme.

Peut-on du reste vraiment parler de suppression de la publicité alors qu'on constate une augmentation globale de la publicité et du parrainage ? L'augmentation du temps de publicité sur France 2 avant 20 heures est telle qu'il y a désormais plus de publicité qu'avant la réforme, tendance qui se confirme et s'accroît en 2010 !

Les chiffres révèlent également une augmentation du parrainage, surtout en période de plus forte audience, notamment sur la tranche horaire stratégique allant de 20 heures 30 à 21 heures, tranche durant laquelle, précisément, le téléspectateur est censé être débarrassé des tunnels de publicité.

S'agissant du financement de la réforme, je rappelle que, pour ne pas augmenter la redevance, on a mis en place un système aberrant, fondé sur une dotation budgétaire qui fait chaque année l'objet de rabotages successifs alors qu'elle devait être financée par deux taxes, toutes deux remises en cause dans leur principe et leur montant.

Or, je tiens à le souligner, aucun financement n'a jamais été envisagé afin de compenser la suppression de la publicité en journée.

En ce qui concerne la réforme interne de l'entreprise liée à la création de l'entreprise unique, les auditions nous ont permis de constater que l'entreprise est totalement désorientée.

Ce constat nous vient non seulement de la direction, qui n'a aucune visibilité sur le financement, mais également des auteurs et des producteurs, qui sont très inquiets, du fait que l'entreprise commune a conduit à la mise en place d'une organisation à la fois très fidèle aux préconisations de la commission Copé, et illisible et hyperconcentrée, organisation que, du reste, le nouveau président, M. Rémy Pflimlin, remet en cause.

La nouvelle direction nous a de plus déclaré avoir constaté que les salariés sont désorientés. Une direction de la prévention des risques liés au travail, y compris les risques dits psychosociaux, a d'ailleurs été créée en urgence à la suite de plusieurs tentatives de suicide.

La situation actuelle est particulièrement inacceptable pour les 280 salariés de la régie France Télévisions Publicité, qui sont dans l'incertitude totale quant à leur avenir, en raison des attermoissements sur la question de la suppression de la publicité en journée.

Quant aux chaînes privées, elles ne s'estiment pas non plus satisfaites de la réforme.

Enfin et surtout, avec le nouveau mode de nomination de son président-directeur général, la loi a fait perdre à l'audiovisuel public une grande partie de son indépendance politique. Ce mode de désignation jette la suspicion, quelles que soient les qualités de M. Pflimlin, sur toutes ses nominations, notamment celle de M. Pierre Sled à la direction de France 3.

C'est pourquoi je souhaite faire mienne l'observation de M. Jérôme Clément, qui a déclaré lors de son audition devant notre commission : « Le principal reproche que l'on puisse faire à cette réforme, c'est qu'elle ait eu lieu ».

Pour l'ensemble de ces raisons, je proposerai par amendement le maintien de la publicité en journée et la réintégration des résidences secondaires dans l'assiette de la redevance, laquelle demeure le mode le plus légitime de financement de l'audiovisuel public.

J'ai également souhaité me concentrer sur l'avenir de France 4, qui demeure, et à juste titre, la chaîne la plus critiquée pour son absence d'identité affirmée. Dans l'hypothèse où la revente au groupe Lagardère des parts détenues par France Télévisions dans Gulli serait menée à son terme, je propose que soit envisagée la transformation de France 4 en chaîne spécifiquement dédiée à la jeunesse. Il s'agit là d'une mission incontestable du service public audiovisuel. En 2008, le CSA avait constaté que l'offre de France Télévisions en direction de la jeunesse ne répondait qu'imparfaitement aux attentes que ce public et les parents sont en droit d'attendre, d'autant qu'elle s'est réduite au fil des ans sous la pression des exigences d'audience, pour se concentrer uniquement dans les matinées.

En vue d'offrir un large éventail de programmes jeunesse, tous les grands services publics européens ont profité de l'arrivée de la TNT pour lancer des chaînes dédiées.

Monsieur le ministre, je suis certaine que vous êtes d'accord avec moi dans votre for intérieur. Pourrais-je avoir votre avis sur les points que j'ai évoqués ?

Je tiens pour finir à remercier nos services administratifs pour leur professionnalisme et leur diligence.

**M. Michel Françaix, rapporteur pour avis de la Commission des affaires culturelles, pour la presse.** Monsieur le ministre, la presse française est celle qui, dans le monde, est à la fois la plus aidée – plus d'1 milliard d'euros, soit quelque 12 % de son chiffre d'affaires –, la plus chère et la moins lue. C'est également celle qui, du moins sur le plan européen, se porte le plus mal.

De plus – comme nous sommes très logiques ! –, 35 % de ces aides vont à la presse magazine, qui se porte le mieux, 25 % à la presse spécialisée, qui ne se porte pas trop mal, 23 % à la presse régionale, qui commence à ne pas bien se porter et 15 % à la presse nationale, qui est en désespérance.

Certes, me direz-vous, il n'y a là rien de bien nouveau : les systèmes d'aides à la presse sont le fruit d'un héritage constitué au fil du temps, que tous les ministres ont ajusté sans jamais le réformer. Êtes-vous prêt enfin à remettre à plat les aides à la presse ?

Le Président de la République avait présenté les États généraux de la presse écrite comme le plan de la dernière chance. Beaucoup y avaient cru. Moi-même, je n'y avais pas été insensible. J'y avais même participé. C'est une occasion manquée. Je donnerai quelques exemples.

Au titre de l'aide au transport postal, huit magazines de télévision obtiennent 53 millions d'euros, c'est-à-dire plus que toutes les aides à la modernisation de la presse quotidienne, et quatre titres de presse de télévision obtiennent même une aide au transport postal supérieure à toute la presse quotidienne nationale. Quant à *France Soir*, qui vend son numéro à 50 centimes d'euro au lieu d'1 euro, il reçoit 52 centimes d'aide au numéro, tandis que *Liberation* reçoit 9 centimes et *Le Figaro* 19 centimes.

En ce qui concerne l'aide au portage, elle est passée de 8 millions à 70 millions sans que les ventes aient augmenté d'un seul numéro. Force est de constater que la mise en œuvre de ce plan est un fiasco, « un scandale », selon M. Bruno Mettling. Il a raison. En effet, aucune mutualisation des réseaux de la presse régionale et de la presse nationale ne s'est produite. Quant à la filiale Neopress de La Poste, elle n'a pas participé à ce plan, contrairement à l'engagement de cette dernière.

Les chiffres sont du reste éloquentes : 250 millions d'euros au titre de l'aide au transport postal, qui assure 33 % de la distribution, contre 70 millions au titre de l'aide au portage, lequel assure 20 % de la distribution. Or, chacun le sait, l'avenir est au portage : ne conviendrait-il pas dès lors d'infléchir les chiffres, d'autant que la presse régionale a bénéficié d'un véritable effet d'aubaine ? Elle a en effet reçu 72 % du montant de l'enveloppe sans avoir procédé, je le répète, à aucune mutualisation du portage

En ce qui concerne l'aide à la presse en ligne, insuffisamment ciblée, l'absence de réflexion préalable s'est traduite par un saupoudrage peu incitatif en termes d'innovation et de diversification. Du reste, en 2010, sur une enveloppe de 20 millions d'euros, seuls 15,5 millions ont été utilisés. Quant aux *pure players*, ils n'ont reçu que 6 %. De plus, cette aide a été caractérisée par une certaine opacité, un manque réel de transparence. Tout reste donc à faire en la matière.

De même, le subventionnement massif au développement des capacités d'impression en interne se fait au détriment du renouvellement de l'offre, de l'innovation et de la diversification. La défense de la presse écrite, monsieur le ministre, ne se réduit pas au subventionnement des rotatives.

Quant aux 8,5 millions d'euros spécifiquement consacrés aux projets destinés à favoriser le développement de la lecture de la presse par les jeunes, ils n'ont donné lieu à aucune évaluation. Tout laisse à penser que ce fut un effet d'aubaine pour les parents, qui ont choisi le titre qu'ils voulaient, sans que cela augmente la diffusion de la presse à destination des jeunes.

Par ailleurs, une aide de 4 000 euros a été versée en 2009 aux diffuseurs individuels, mais la réforme structurelle de leur activité a été abandonnée si bien que la situation des vendeurs de presse n'a pas changé : c'est un coup d'épée dans l'eau.

Monsieur le ministre, je vous propose une évolution révolutionnaire. Il conviendrait que les aides ciblent désormais les investissements d'avenir, la presse citoyenne – celle qui favorise le pluralisme – et la mutualisation des réseaux en matière de portage. Il faudrait également que la TVA soit réduite à 2,10 % pour la presse citoyenne – un taux de 0 % étant interdit par l'Union européenne – et soit élevée à 5,5 % pour la presse magazine. Je suis un grand lecteur de la presse spécialisée dans le tennis : je ne verrais aucun inconvénient à la payer au prix du consommateur. Il n'y a d'aides justes qu'inégalitaires. Ne calons pas sur le passé.

Il conviendrait également d'exiger des chartes rédactionnelles pour l'ouverture des droits aux aides. En effet, si le capital possède le matériel, c'est aux journalistes d'assurer l'immatériel au travers de telles chartes. Peut-être alors serions-nous moins inquiets sur les concentrations de presse qui s'opèrent actuellement. En effet, à partir du moment où la presse ne serait aidée que sur la base d'une charte rédactionnelle, nous serions assurés que le contenu du journal ne serait pas modifié par de telles concentrations. Quant à la gouvernance des aides, elle devrait s'effectuer dans le cadre d'une autorité pluraliste et non d'un guichet, afin de favoriser le développement de la démocratie dans le secteur.

L'échec ne répond à aucune fatalité. L'occasion manquée des États généraux ne doit pas avoir pour effet de supprimer l'aide à la presse – certains en rêvent peut-être du côté de l'Élysée, mais ce serait la pire des choses. Il convient de la recentrer sur les titres qui en ont le plus besoin, ceux de la presse citoyenne qui garantissent le pluralisme. Or, ils ne bénéficient que de 30 % de l'aide du contribuable.

J'aurais également aimé développer les questions relatives au ciblage des aides à l'investissement, au développement et à la mutualisation des réseaux de portage. Comme M. le rapporteur spécial l'a souligné, les failles actuelles de l'aide à la presse pourraient avoir pour effet sa suppression dans les trois prochaines années. Une conséquence éventuelle du rapport que je présente m'inquiète, s'il incite à orienter l'aide en direction de trois ou quatre grands groupes, ce qui favoriserait la concentration de la presse au détriment de la presse citoyenne et pluraliste, celle, j'en suis certain, monsieur le ministre, que vous souhaitez aider tout autant que moi. Mais peut-être ne bénéficiez-vous pas de la majorité requise pour le faire ?

**M. Didier Mathus**, rapporteur pour avis de la Commission des affaires étrangères, pour l'audiovisuel extérieur de la France. La Commission des affaires étrangères attache une importance particulière au rayonnement de l'audiovisuel extérieur de la France. Elle regrette donc la faible connexion entre ses propres réflexions sur le sujet et le travail entamé en juin par le Quai d'Orsay pour réformer l'action extérieure de notre pays.

Vous connaissez sans doute, monsieur le ministre, les paroles de la chanson de Bashung : « Ma petite entreprise ne connaît pas la crise ». Eh bien AEF, la société Audiovisuel extérieur de la France, c'est l'inverse : une entreprise en crise permanente, au point que je dois consacrer chaque année mon rapport à ses difficultés.

Voilà trois ans, une crise éclatait entre TV5 Monde et ses partenaires francophones ; l'an passé, RFI connaissait la plus longue grève de l'histoire de la radio ; cette année, nous assistons au pugilat incompréhensible entre le président d'AEF, M. de Pouzilhac, et la directrice déléguée, Mme Ockrent. La presse – y compris étrangère, ce qui est fâcheux – a employé des expressions aussi violentes que « Saint-Barthélemy » pour qualifier le conflit. On ne peut que s'étonner qu'une chaîne aussi récente que France 24, dont le développement a nécessité beaucoup de bienveillance et d'effort – y compris financier – de la part de l'État, soit déjà en proie à de tels soubresauts.

Les difficultés d'AEF sont à la fois surprenantes et navrantes. Surprenantes, parce que l'idée de regrouper toutes les forces existantes afin d'améliorer la capacité d'influence extérieure de la France en matière d'audiovisuel paraît simple et juste ; navrantes, parce qu'elles interviennent au moment où ce que les Anglo-saxons appellent le *soft power*, c'est-à-dire la capacité d'influence culturelle des États dans le monde, devient un enjeu majeur de la politique extérieure. Alors que les Chinois viennent de lancer une télévision à vocation internationale, et que le Brésil, l'Iran et d'autres pays commencent à consacrer des sommes très importantes à l'audiovisuel extérieur, celui de l'Hexagone est confronté à des querelles de personnes ! C'est fâcheux.

Il est vrai que l'audiovisuel extérieur de la France a une histoire compliquée. Dès la fin des années quatre-vingt-dix, on réfléchissait à la nécessité de créer une télévision de *breaking news*, c'est-à-dire d'information en continu. Mais son développement a lieu un peu tard : au moment où le monde entier est irrigué par Internet et les nouveaux réseaux, une chaîne de télévision ne paraît pas le meilleur moyen de développer notre capacité d'influence culturelle. Cette chaîne existe, cependant : il faut donc qu'elle fonctionne.

Le dispositif global est intéressant, et même remarquable : une radio, RFI, dont tout le monde souligne l'exceptionnelle capacité d'expertise, et qui est très écoutée dans certaines parties du monde comme l'Afrique ; une télévision, TV5 Monde, qui est la seule chaîne généraliste conçue pour une diffusion mondiale, et dont le réseau de distribution est le troisième au monde, mais qui reste pourtant sous-estimée en France – on l'évoque peu, sauf pour regretter son coût, alors qu'elle représente une richesse dont nous devrions prendre conscience – ; et enfin France 24 qui, en dépit de ses difficultés, a au moins le mérite d'exister et doit être consolidée.

Mais il faut reconnaître que cette dernière est très peu distribuée : bien souvent, les membres de la Commission des affaires étrangères, qui ont l'habitude de se déplacer dans différentes parties du monde, me demandent à leur retour où il est possible de la regarder ! En outre, France 24 est guettée par le risque d'une certaine « francité ». Ainsi l'hiver dernier, un des scoops de la chaîne a consisté à interviewer en direct, lors d'une période de grand froid, un de ses rédacteurs en chef coincé par la neige sur le périphérique ! Un tel reportage a le mérite d'être peu coûteux, mais il peut difficilement passionner les populations vivant dans d'autres parties du monde...

La chaîne doit donc se recentrer sur la dimension internationale et proposer des contenus susceptibles de parler au monde entier. Ce n'est pas simple, il est vrai, d'autant qu'elle vient après CNN et BBC World et souffre peut-être d'un manque de moyens. J'observe toutefois que son budget, avec 115 millions

d'euros, est loin d'être ridicule. À titre de comparaison, celui de BBC World – dont l'influence n'est certainement pas moindre – est de 50 millions de livres.

Les choses avancent, toutefois. Le rapprochement de RFI et de France 24 aura lieu à la fin de l'année 2011. Il est donc indispensable que les deux entreprises parviennent à fluidifier leurs rapports et à produire ensemble des contenus pour le Net et les nouveaux réseaux, dont la montée en puissance devrait entraîner mécaniquement une érosion de la radio et de la télévision.

Il convient également de débarrasser l'audiovisuel extérieur de tous les parasitages politiques, le grand enjeu étant la crédibilité. Pour avoir rencontré, à Londres, les dirigeants de la BBC, je sais qu'à leurs yeux, le principal atout de cette société est sa marque et la réputation d'indépendance qui lui est attachée. En France, nous sommes loin du compte.

Par ailleurs, il conviendrait d'unifier le pôle de l'audiovisuel extérieur sous un autre nom que celui d'AEF, car un tel acronyme parle bien peu à l'imaginaire mondial. Il serait sans doute temps de trouver autre chose.

Enfin, je m'interroge au sujet du contrat d'objectifs et de moyens d'AEF, attendu comme l'Arlésienne. D'abord promis pour la fin 2009, il est désormais annoncé pour la fin 2010, sans que rien ne soit sûr à ce sujet. Qu'en est-il exactement ?

**M. Frédéric Mitterrand**, *ministre de la culture et de la communication*. Je répondrai tout d'abord à M. Martin-Lalande au sujet du financement de France Télévisions et du partage des surplus de recettes.

La dotation publique allouée à France Télévisions pour 2011 est de 2,5 milliards d'euros. Ce chiffre tient compte des surplus de recettes commerciales, puisqu'il est inférieur de 76 millions d'euros au montant prévu par le plan d'affaires 2009-2012. Une telle réduction est cependant inférieure au surplus de recettes publicitaires lui-même, estimé à 171 millions d'euros pour 2011, et qui devrait permettre un retour plus rapide de la société à l'équilibre financier – ce dont nous ne pouvons que nous réjouir.

Par ailleurs, des charges supplémentaires de service public qui n'avaient pas été prévues vont devoir être financées : je pense notamment au renforcement des grilles des TV Pays en outre-mer et à la diffusion nationale de France Ô, qui implique une refonte de la grille et de plus grandes ambitions éditoriales. Enfin, des marges de manœuvre ont été laissées à France Télévisions afin de ne pas la mettre en situation de risque et de donner à ses dirigeants la possibilité d'engager de nouveaux projets – qui feront bien sûr l'objet de discussions avec l'État.

Je partage votre préoccupation de mieux encadrer l'affectation de ces recettes supplémentaires. Je vous propose, pour ma part, l'option consistant à ajouter dans la loi du 30 septembre 1986 la mention suivante : le contrat d'objectifs et de moyens précise le montant d'excédents de recettes de publicité et de parrainage au-delà duquel un avenant à ce même contrat prévoit qu'une part des ressources publiques affectées à France Télévisions correspondant à cet excédent est restituée au budget de l'État ou réaffectée à une activité particulière. Cet avenant pourrait faire l'objet d'une procédure de consultation accélérée – deux semaines pour l'avis des commissions parlementaires au lieu de six – et, sur la base de la nouvelle prévision de recettes de publicité et de parrainage présentée à l'automne par la société, être adopté dans le cadre de la loi de finances rectificative de fin d'année. Le cas échéant, la dotation publique serait réduite dans une mesure tenant compte non seulement des excédents de recettes propres, mais également des variations de charges affectant la période et de l'objectif d'équilibre financier.

J'en viens à l'extension du moratoire sur la suppression progressive de la publicité à France Télévisions, mesure importante de la réforme de l'audiovisuel public. Sur ce sujet, je ne porte pas la même appréciation que vous, madame la rapporteure pour avis : de nombreux sondages successifs confirment que les trois quarts des Français sont satisfaits de cette suppression. Peut-être se réjouissent-ils de se coucher plus tôt, mais on peut aussi penser qu'ils apprécient de pouvoir accéder plus rapidement à leurs programmes.

Compte tenu du cadre très contraignant enserrant nos finances publiques, il a été décidé de reporter l'entrée en vigueur de la suppression de la publicité en journée. Le Gouvernement a proposé un moratoire de deux ans, c'est-à-dire jusqu'en janvier 2014, tandis que certains parlementaires plaident pour un délai plus long – correspondant à la durée du mandat du président Rémy Pflimlin –, voire pour le maintien définitif de la publicité. Pour ma part, tout en étant partisan de l'application de la réforme, j'ai toujours insisté sur la nécessité d'une clause de rendez-vous. La situation des finances publiques nous conduit aujourd'hui à reprendre la

réflexion, mais dans ce domaine, ma position n'est nullement dogmatique. Je préfère donc laisser le débat parlementaire se dérouler dans la sérénité, et je m'en remettrai à la sagesse du Parlement.

La mise en place du contrat d'objectifs et de moyens de France Télévisions, qui sera signé au printemps prochain, constitue une étape importante, car ce contrat fixera le cap de la société pour les cinq ans à venir et déterminera les moyens dont elle disposera pour réaliser ses objectifs prioritaires.

Un de ces objectifs est la poursuite de l'investissement dans la création audiovisuelle et cinématographique. À cet égard, je suis très attentif aux concertations qui se déroulent avec les producteurs, les créateurs, les auteurs et les artistes. Je suis d'autant plus enclin à prendre bonne note de leurs demandes que je n'ai pas rompu, ni mentalement ni affectivement, avec ce qui fut trente ans de ma vie personnelle et professionnelle.

De même, un des enjeux importants de ce contrat d'objectifs et de moyens sera l'accélération de la prise en compte du tournant numérique. Dans ce domaine, je constate que le privé a pris une certaine avance sur France Télévisions.

Autre objectif : poursuivre la réforme de l'organisation de France Télévisions, notamment en précisant mieux la ligne éditoriale de chaque chaîne. À cet égard, j'ai bien noté les propos de Mme Martinel concernant l'identité de France 4. Même s'il est prévu depuis toujours que France 4 serait une chaîne d'innovation et de jeunesse, on n'a pas toujours le sentiment que cette volonté proclamée est respectée – même si j'ai pu m'apercevoir, en regardant la chaîne dimanche dernier, que les programmes allaient bien dans cette direction.

De la même façon, une véritable réflexion reste à mener sur l'identité de France 3. Nous avons vu que l'audience de la chaîne subissait une érosion ; mais j'ai aussi pu constater que sa ligne de production locale, auparavant relativement importante, avait quasiment disparu, seule restant la tranche d'information. Le renforcement de l'identité de France 3 passe selon moi par un renforcement des identités régionales de chacune des stations qui la composent.

Enfin, le contrat d'objectifs et de moyens doit conduire à approfondir les initiatives qui sont prises en matière de représentation de la diversité de la société française, dans les programmes comme au sein de l'entreprise. Dans ce domaine, je m'appuie beaucoup sur les conclusions de l'excellent rapport rédigé par Hervé Bourges, lequel offre de nombreuses pistes de réflexion et de travail.

La suppression du parrainage constitue une vraie question. Ayant recours, comme cela m'arrive parfois, à une formule un peu rapide, j'ai pu déclarer que la publicité, « sortie par la porte », avait tendance à « revenir par la fenêtre ». Ce propos m'a valu des commentaires variés, mais je maintiens qu'il n'est pas tout à fait faux, et je vous remercie, monsieur Martin-Lalande, d'avoir confirmé qu'il reflétait un sentiment répandu.

Cependant, le problème est compliqué par la diversité des outils statistiques : les chaînes privées et France Télévisions avancent des chiffres et, comme on pouvait s'y attendre, ces derniers ne coïncident pas. Je ne pourrai clarifier la situation qu'avec le concours des nouveaux dirigeants de France Télévisions, et notamment de Rémy Pflimlin, à qui j'ai demandé de me faire des propositions en ce sens. Une charte va encadrer le recours au parrainage sur France Télévisions, après en avoir défini le périmètre. Seront essentiellement concernés des programmes qui favorisent des thématiques d'intérêt général, d'accès à la culture, de développement durable, de diversité, de solidarité, d'emploi et de santé publique. Le parrainage devra être bien défini pour ne pas être un masque derrière lequel se cacherait la publicité. La charte prévoira également que les programmes courts ne seront plus diffusés sur France 2 et France 3 avant le début de la première partie de soirée – sauf les programmes de mission d'information de France Télévisions, c'est-à-dire la météo, l'information routière et éventuellement le loto, qui pourront être parrainés. Par ailleurs, les autres chaînes du groupe devront se limiter à un seul programme court entre le début de la première partie de soirée et la deuxième partie de soirée. La charte préparée par Rémy Pflimlin et son équipe, dont les dispositions clés ont vocation à intégrer le cahier des charges de France Télévisions qui sera adopté parallèlement au contrat d'objectifs et de moyens, devrait donc permettre de résoudre la question du parrainage.

J'en viens à la renégociation des conventions collectives et des accords d'entreprise dans l'audiovisuel. À la suite de modifications intervenues pour des raisons d'ordre juridique, la date à laquelle les nouveaux accords devront être signés est portée à octobre 2012, sauf pour les journalistes, pour lesquels ils devront l'être en février 2011. Ce calendrier sera mis à profit par l'ensemble des parties pour négocier des accords en phase avec les évolutions de l'organisation du travail et la modernisation des relations sociales. Je suis conscient, madame la députée, pour avoir vécu en d'autres temps des épisodes similaires, que l'arrivée



d'une nouvelle direction et les réorganisations auxquelles celle-ci a absolument le droit de procéder peuvent susciter une certaine inquiétude parmi les agents travaillant à France Télévisions. Cependant, la négociation des conventions collectives devrait être l'occasion de revenir sur certaines des difficultés que vous avez évoquées.

M. Mathus m'a interrogé sur le contrat d'objectifs et de moyens de la société AEF. Il est vrai que ce nom constitue à lui seul un problème – sauf à être nostalgique des cartes de géographie d'avant 1960, ce que je ne suis en aucun cas. La référence historique accroît d'ailleurs la nécessité de trouver une autre dénomination pour désigner l'audiovisuel extérieur de la France.

S'agissant du contrat d'objectifs et de moyens entre cette société et l'État, prévu par la loi du 5 mars 2009, les négociations sont en cours. Un arbitrage du cabinet du Premier ministre est intervenu sur la dotation publique pour la période 2011-2013, sur la base duquel le contrat pourra être finalisé rapidement puis transmis aux commissions parlementaires compétentes.

Vous avez souligné à bon droit, madame Martinel, que le virage éditorial de l'audiovisuel public avait été entamé avant la nomination du nouveau président et de ses équipes.

**M. Marcel Rogemont.** C'est en effet à porter au crédit de M. de Carolis.

**M. Frédéric Mitterrand,** *ministre de la culture et de la communication.* Et à celui de M. Duhamel. Ce virage éditorial a permis de différencier nettement le groupe France Télévisions de l'ensemble de la télévision. En tant que ministre de la communication, concerné par tous les problèmes de la télévision et par toutes les chaînes, et désireux de voir régner l'harmonie dans le paysage audiovisuel, je suis attentif à ce virage éditorial d'une maison à laquelle m'attachent de surcroît des relations anciennes.

La transformation du groupe effectuée sous la nouvelle direction a été l'occasion de renforcer son efficacité. Cependant, je constate depuis mon entrée au ministère la montée d'une inquiétude de la part des professions du cinéma et de la fiction télévisuelle, c'est-à-dire les producteurs, les créateurs et les artistes, sensibles aux risques liés au guichet unique. La décision du président Pflimlin et de ses équipes d'identifier plus fortement le portail d'accès dans chacune des chaînes, loin de compliquer le fonctionnement général de France Télévisions ou de rompre avec des habitudes anciennes, a donc au contraire permis un meilleur accueil des producteurs et des projets et, à l'arrivée, une plus grande transparence dans la prise de décision. Les producteurs, créateurs, réalisateurs et artistes sauront profiter comme il convient de ces nouvelles dispositions.

En ce qui concerne la nomination de tel ou tel, je n'ai pas de commentaires à faire : le président Pflimlin est maître chez lui – encore que cette qualification ne corresponde pas exactement à l'esprit de dialogue de ce dernier.

J'en viens à la presse – sachant que nous reviendrons certainement plus tard à différents points qui n'ont pas été abordés tels que Arte France, Radio France, l'Institut national de l'audiovisuel, les radios associatives ou encore le rapport Kessler sur la radio numérique terrestre.

J'ai écouté avec beaucoup d'attention l'intervention de M. Françaix. Je ne suis pas loin de partager nombre d'inquiétudes qui ont été exprimées et c'est d'ailleurs pourquoi j'aurai un suivi attentif du rapport Cardoso.

Peu après mon arrivée au ministère, j'ai en effet souhaité que me soit remis un rapport sur les aides publiques à la presse. Ce rapport, dont j'ai rencontré à plusieurs reprises l'auteur au cours de son travail, nous permet d'avancer dans la bonne direction, en tenant compte des préoccupations légitimes dont vous vous faites l'écho, monsieur le rapporteur pour avis. Il souligne, en particulier, la nécessité d'une meilleure gouvernance de l'ensemble des aides apportées à la presse, sans toutefois remettre en cause le principe même de l'aide, et dénonce l'opacité voire la complexité des interventions ainsi que les disparités – sans pour entrer dans le jeu délétaire de l'attribution de bons et de mauvais points – entre les entreprises bénéficiaires. Je ferai en sorte que ce diagnostic soit approfondi.

Lorsque j'ai rencontré les principaux acteurs de la filière, je me suis rendu compte que le rapport Cardoso avait été accueilli avec une certaine réticence et qu'il nécessitait des explications. Il est vrai qu'il porte sur des points névralgiques, sur lesquels la vérité est toujours plus blessante que l'illusion...

Le principe des aides à la presse doit être manié avec une très grande modestie et beaucoup de sagesse. En effet, lorsque nous aidons la presse, on nous soupçonne de vouloir la corrompre, mais si nous ne

l'aidons pas, on nous soupçonne de l'abandonner et de la laisser mourir. L'effort que nous avons accompli montre que ces soupçons sont parfaitement injustifiés.

Nous pouvons toutefois progresser dans un certain nombre de domaines. Le rapport Cardoso nous ouvre de nombreuses pistes. Il propose notamment le regroupement des aides versées aux éditeurs au sein d'un fonds stratégique homogène, dont les objectifs seraient clairs et fondés sur des engagements contractuels entre l'État et chaque bénéficiaire, avec en contrepartie le maintien des aides à un niveau très élevé jusqu'en 2016. C'est sur cet accord contractuel que je souhaite m'engager, sachant que le pluralisme de la presse, contrairement à tout ce que l'on peut entendre, est aujourd'hui défendu, notamment par la mise en œuvre précisément d'un plan de soutien.

Parmi vos nombreuses observations, j'ai retenu un point auquel j'attache une particulière importance et sur lequel j'ai demandé à mes services de travailler : il s'agit de la presse citoyenne et des fanzines de quartier. Cette forme de presse – souvent virulente, notamment à l'égard de votre serviteur ! – est peu reconnue et mérite d'être soutenue, en prenant garde naturellement à ne pas entraver sa liberté. Créée par des jeunes, garçons et filles, elle contribue fortement au lien social et joue un rôle considérable. J'en veux pour preuve le concert de 18 000 spectateurs que j'ai organisé au mois d'août et qui s'est terminé par une séance de deux heures au cours desquelles j'ai débattu avec de jeunes éditeurs de fanzines, échange qui m'a permis de prendre encore plus conscience, s'il en était besoin, de l'importance de la question.

Je n'aborderai pas la réforme de l'Agence France Presse, puisque le sujet n'a pas été abordé, mais nous y reviendrons certainement.

S'agissant du Conseil supérieur des messageries de presse (CSMP), cette instance de régulation du système coopératif de la distribution de presse ne semble pas très fiable ou du moins très transparente. Sa réforme a été annoncée par les états généraux de la presse. Dans la mesure où les services de mon administration et mon cabinet entretiennent des relations constantes avec les différents acteurs de la filière, il n'est pas indispensable de déclencher une nouvelle grand-messe qui ne ferait que répéter les mêmes choses, même si, dans un monde qui évolue très rapidement, les défis du numérique méritent de faire l'objet d'une discussion permanente avec les organes de presse.

La réforme du CSMP a pour objectif de moderniser et de transformer l'actuel conseil en association de presse, de le doter de la personnalité morale, de redéfinir ses missions, d'instaurer une procédure de conciliation obligatoire des litiges devant le Conseil supérieur avant toute action contentieuse et d'instituer une instance *ad hoc*, indépendante du collège professionnel, chargée du règlement des différends entre les acteurs de la distribution et de l'homologation normative des décisions du Conseil.

**M. Christian Kert.** Dans cette période qui se caractérise par la profonde mutation du paysage des médias, votre budget est au rendez-vous du bouleversement des nouvelles technologies. La pandémie de nostalgie qui atteignait les rapporteurs socialistes cet après-midi – Patrice Martin-Lalande s'étant pour sa part certainement fait vacciner contre cette épidémie – nous oblige à resituer votre budget dans son environnement, qui est de plus en plus concurrentiel. Le paysage audiovisuel tel que nous l'avons connu il y a seulement cinq ans a été totalement bouleversé par le passage au numérique, par le déplacement des modes de consommation, par la concurrence internationale et par les besoins nouveaux issus la réforme – qui est d'ailleurs loin de présenter les désavantages que notre collègue Martine Martinel semble lui trouver.

Le vrai défi de vos crédits est d'assurer la pérennité de l'audiovisuel public. Que n'avons-nous pas entendu, en 2009, lors des débats sur la réforme ! L'État allait abandonner l'audiovisuel ! Or, les crédits que vous nous présentez aujourd'hui témoignent bien de la volonté de préserver un audiovisuel public de qualité. Je rappelle à notre collègue rapporteure pour avis – qui, sachant son caractère, a dû se faire violence pour tenir de tels propos – que si le virage éditorial a été très bien négocié par l'équipe de Patrick de Carolis et de Patrice Duhamel, l'impulsion a été donnée par la réforme, qui a permis de déconnecter la préoccupation publicitaire – c'est-à-dire financière – de la préoccupation éditoriale. Je suppose que Rémy Pflimlin aura à cœur de poursuivre dans cette voie.

Si vous-même, monsieur le ministre, et la représentation nationale, du moins dans sa grande majorité, souhaitent pérenniser la publicité, c'est que le contexte publicitaire a beaucoup changé. Nous l'avons constaté ici même : avant même que le débat portant sur la réforme ne se termine, nous avons vu le marché publicitaire fléchir considérablement, ce qui nous a amenés à prendre certaines dispositions.

Une actualité économique favorable a permis à France Télévisions d'obtenir en 2009 un excellent résultat de 400 millions d'euros et il paraissait difficile, pour pérenniser un secteur public de qualité, de se

passer d'une telle manne ! Nous proposons donc non pas de remettre en cause la réforme, mais de conserver cette manne, tout en continuant à aider le secteur public.

Par ailleurs, réguler le secteur public, c'est réguler la totalité du périmètre de l'audiovisuel français, y compris les chaînes privées. C'est la raison pour laquelle nous avons proposé dans le projet de loi de finances d'adapter la taxe sur la publicité à la réalité économique en fixant le pourcentage à 0,5 % pour les chaînes historiques et à 0,25 % pour les nouvelles chaînes de la TNT. Il ne s'agit pas de faire des cadeaux à tel ou tel patron de chaîne, mais tout simplement de préserver un équilibre indispensable. Car si nous avons la responsabilité du secteur public, nous sommes conscients de la nécessité de veiller à l'équilibre du secteur audiovisuel dans son ensemble.

Contrairement à Martine Martinel, je ne pense pas que France 4 sera le principal problème que devra résoudre France Télévisions. C'est sur le devenir de France 3 que le groupe devra s'interroger. Cette grande chaîne doit-elle rester telle qu'elle est ou devenir la chaîne des régions ? C'est le chantier qui attend Rémy Pflimlin.

Reste que l'exigence de réaliser des économies est clairement signifiée dans le plan d'affaires de France Télévisions ainsi que dans le contrat d'objectifs et de moyens. Notre excellent collègue Patrice Martin-Lalande nous invitait tout à l'heure à soutenir un amendement portant sur les surplus publicitaires. Nous sommes plusieurs à penser que notre mission n'est pas de nous mêler de la gestion quotidienne de France Télévisions. Nous en laissons la responsabilité à l'équipe de direction et au contrat d'objectifs et de moyens.

S'agissant des aides à la presse, je trouve très sévère le constat de Michel Françaix, qui a pourtant participé aux états généraux de la presse. Il semble qu'il confonde ceux-ci avec les États généraux de 1789...

C'est grâce aux états généraux de la presse qu'un certain nombre de mesures ont pu être adoptées. Si elles n'ont pas servi le développement de la presse, elles ont au moins permis d'éviter des difficultés à des entreprises de presse dont certaines sinon ne seraient peut-être plus là aujourd'hui.

M. Françaix a semble-t-il gommé un peu facilement les aides au portage ainsi que l'opiniâtreté du ministre à suivre les conclusions du rapport Cardoso. Un travail intéressant a pourtant été accompli qu'il est difficile de nier. Les éditeurs de presse ne se déclarent-ils pas d'ailleurs publiquement satisfaits pour la plupart des résultats des états généraux de la presse ?

**M. Michel Françaix**, *rapporteur pour avis*. Nous ne devons pas rencontrer les mêmes !

**M. Christian Kert**. J'en viens à l'AFP. Ayant engagé à la demande de la présidente de la Commission des affaires culturelles une réflexion sur la réforme de l'Agence, nous avons auditionné son nouveau président. Pour notre part, nous sommes très favorables à la réforme que celui-ci a souhaité impulser. Sur ce plan également, je trouve notre collègue Michel Françaix bien suspicieux lorsqu'il se dit prêt à accompagner cette réforme sauf si elle devait se faire contre la presse et les salariés : les propos très clairs qu'a tenus devant nous Emmanuel Hoog montrent sa volonté de servir cette réforme en tenant en compte des pratiques de la presse et de l'intérêt des salariés.

Madame Martinel, la réforme de l'audiovisuel porte ses fruits. J'en veux pour preuve les excellents résultats des sondages d'opinion réalisés auprès des téléspectateurs. Ceux-ci se disent sensibles au confort qu'apporte l'absence de publicité à partir de 20 heures et à la qualité régénérée de la programmation de France Télévisions.

Monsieur le ministre, je ne vous poserai que deux questions.

Nous avons réfléchi, en Commission des affaires culturelles, à l'enjeu que représentent les télévisions locales. De nombreuses initiatives sont sur le point d'aboutir. Si nous voulons favoriser leur réussite, nous devons leur proposer un modèle économique. Mme Franceschini a rédigé un rapport sur le devenir des télévisions locales. Qu'en pensez-vous ?

J'en termine avec la télévision connectée, c'est-à-dire fusionnée avec le Web. Cette technologie, en progression constante et très rapide, va bouleverser la réglementation de l'audiovisuel public. Nous devons très rapidement établir de nouvelles règles. Comment comptez-vous faire face à ce nouvel enjeu ?

(*M. Gaël Yanno remplace M. le président Jérôme Cahuzac.*)

**M. Patrick Bloche.** Je commencerai mon intervention par une remarque empreinte d'une certaine solennité. Nous examinons les crédits des médias pour 2011. Or, il se trouve que l'examen des crédits à l'Assemblée nationale se déroule dans un contexte particulier, chaque jour apportant son lot de révélations sur la manière dont est entravé le travail d'investigation des journalistes, qui est pourtant le socle de la liberté d'informer de la presse.

Voilà quelques jours, nous apprenions le vol des ordinateurs de trois journalistes, qui travaillent tous trois, mais dans des médias différents, sur l'affaire dite Woerth-Bettencourt ; hier, nous apprenions les révélations du *Canard Enchaîné* sur l'utilisation par le pouvoir exécutif de la DCRI pour surveiller le travail d'investigation des journalistes ; aujourd'hui, nous apprenons que les journalistes de *Mediapart* travaillant sur l'attentat de Karachi et ses conséquences ont été surveillés par le biais de la géolocalisation.

Le groupe socialiste est particulièrement préoccupé par ces événements, d'autant qu'ils bafouent de façon manifeste une loi, votée ici même en début d'année, visant à renforcer la protection des sources des journalistes.

Le doute s'est installé. Les soupçons sont nombreux. Compte tenu de la gravité des faits, notre groupe déposera une proposition de résolution tendant à la création d'une commission d'enquête parlementaire.

J'en viens aux crédits affectés aux médias dans le projet de budget pour 2011. Avouez, monsieur le ministre, que si votre budget est en hausse, c'est en grande partie parce qu'il y a eu unanimité au Parlement sur deux points : l'indexation de la redevance sur l'évolution du coût de la vie, et la contribution des fournisseurs d'accès Internet au financement du compte de soutien à l'industrie des programmes audiovisuels – Cosip. Le groupe socialiste a ainsi contribué à la bonne santé du cinéma français et à la progressivité de la redevance audiovisuelle – je tenais à le rappeler...

En ce qui concerne les grands dossiers qui relèvent de votre ministère, et plus particulièrement France Télévisions, notre groupe se reconnaît dans l'excellent rapport de notre collègue Martine Martinel. Je trouve désolant que nous en soyons réduits à relancer un débat qui pour nous n'a plus de sens : faut-il être pour ou contre la publicité à la télévision ? D'autant qu'un an après la promulgation de la loi, nous en voyons les limites et l'échec partiel. Force est de constater que l'incertitude n'a jamais été aussi grande quant au financement à long terme de France Télévisions.

**M. Patrice Martin-Lalande, rapporteur spécial.** Vous ne pouvez pas dire cela !

**M. Patrick Bloche.** Mes chers collègues, une part d'incertitude existe sur le financement de France Télévisions ! Ce n'est pas parce que le Gouvernement, par la voix de Christine Lagarde, a choisi la facilité que le financement est assuré. Il n'en est rien ! Le Gouvernement, pour gagner du temps, a contesté devant la Cour européenne la procédure engagée par la Commission européenne pour amener notre pays à supprimer la taxe imposée au secteur des télécoms pour compenser le manque à gagner publicitaire de France Télévisions.

Vous avez fragilisé France Télévisions lorsque, dans la première partie du projet de loi de finances pour 2011, vous avez fait, sans aucune justification, un nouveau cadeau aux chaînes privées en réduisant à 0,5 % la taxe sur leur chiffre d'affaires publicitaire alors même que celui-ci était en progression.

Je ne peux donc que me réjouir du jugement que porte Christian Kert sur l'amendement de notre collègue Patrice Martin-Lalande, car si France Télévisions doit enregistrer des surplus de recettes publicitaires, profitons-en pour que l'audiovisuel public sorte de son sous-financement chronique que la réforme de 2009 a accentué !

Si nous voulons tout à la fois éviter le guichet unique, continuer à financer la création audiovisuelle – que France Télévisions assure à 50 % –, développer le numérique, faire de France 4 la chaîne jeunesse du groupe et engager une réforme ambitieuse de France 3 afin que celle-ci retrouve l'audience qu'on lui souhaite, il faut en donner les moyens à France Télévisions.

Plus que jamais, nous sommes opposés à la manière dont sont nommés, depuis la réforme de 2009, les présidents des trois sociétés de l'audiovisuel public. Vous avez été interrogé, monsieur le ministre, sur l'arrivée dans l'équipe de France 3 de Pierre Sled. Je pourrais également vous parler de La Matinale de France Inter et vous demander, après le départ de Stéphane Guillon et de Didier Porte, ce que vous pensez de celui de Gérald Dahan... Vous me répondrez sans doute que c'est Jean-Luc Hees qui a pris cette décision. Sauf que c'est vous, monsieur le ministre, ou plutôt le Président de la République, dont vous dépendez, qui a nommé

Jean-Luc Hees et qui, du coup, a fait peser sur chacune de ses décisions le soupçon dû à ce mode de nomination.

Sachant qu'il faut assurer le financement à long terme de France Télévisions, le moratoire est une fausse bonne réponse. Puisque vous vous en remettez à la sagesse de l'Assemblée, le groupe socialiste estime pour sa part que la publicité doit être maintenue dans la journée jusqu'à ce que les finances publiques de notre pays soient remises à flot – je pense, hélas, que nous en avons pour quelques années, peut-être jusqu'en 2014 – année où le mandat de Rémy Pflimlin prendra pris fin –, voire au-delà.

Je voudrais, monsieur le ministre, revenir sur ce que vous avez déclaré en réponse à notre collègue Michel Françaix. Selon vous, trop aider la presse risquerait de faire naître un soupçon de corruption par le pouvoir exécutif...

**M. Frédéric Mitterrand**, *ministre de la culture et de la communication*. Il s'agit d'une citation tronquée... Je vous ferai tenir le texte intégral de mon propos.

**M. Patrick Bloche**. Quoi qu'il en soit, l'expérience, française notamment, démontre que l'indépendance de la presse court plus de risques du fait de la concentration de titres aux mains de grands groupes industriels et financiers vivant de commandes publiques, qu'en raison d'aides publiques excessives.

**M. Frédéric Mitterrand**, *ministre de la culture et de la communication*. À cet égard, l'exemple du journal *Le Monde* est éloquent !

**M. Patrick Bloche**. Il est éloquent parce que, comme sans doute pour la nomination du président de France Télévisions, M. Sarkozy n'a pas atteint les objectifs qu'il s'était fixés.

Il reste aussi que, lorsque vous a été remis le rapport Cardoso, qui a provoqué beaucoup d'émoi dans la profession, vous avez déclaré qu'il était nécessaire que la presse atteigne à une autonomie financière qui la dispense de faire appel à l'intervention publique. Je voudrais que vous vous en expliquiez, même si le propos peut s'admettre quand on se situe dans un monde idéal.

M. Christian Kert a estimé qu'il était difficile de réformer l'AFP contre la presse et contre les salariés de l'agence. C'est une opinion que nous partageons largement, comme le démontre l'initiative que nous avons prise collectivement lorsque l'AFP traversait une crise sérieuse. Son nouveau président, M. Emmanuel Hoog, a formulé des propositions qui, pour le moment, n'engagent que lui. Vous engageront-elles aussi ? Certaines, en effet, exigent une traduction législative. Le Gouvernement va-t-il prendre ses responsabilités en déposant un projet de loi ? Il ne faudrait pas que, sur ce dossier également, vous vous en remettiez à la sagesse de l'Assemblée nationale ...

**M. Frédéric Mitterrand**, *ministre de la culture et de la communication*. Serait-ce une mauvaise chose que de s'en remettre à la sagesse de l'Assemblée nationale ? Je suis trop respectueux des droits du Parlement pour ne pas écouter ce qu'il a à me dire. Il s'agit d'un devoir républicain.

**M. Patrick Bloche**. Certes, mais si vous vous en remettez trop systématiquement au Parlement, on risque de se demander s'il existe encore un ministre de la communication. Je vous le déconseille donc : gouverner, c'est choisir. Or, vous vous en êtes déjà remis à l'Assemblée nationale sur le moratoire et sur la taxe applicable au chiffre d'affaires des chaînes privées. Je souhaiterais que vous assumiez vos responsabilités s'agissant de l'AFP.

Enfin, le CSA, avec une audace qu'on ne lui connaissait pas, a rendu, pour la première fois depuis des années, un avis négatif sur un projet de décret : celui qui concerne les services de médias audiovisuels à la demande (SMAD). L'autorité de régulation a considéré qu'il existait un risque économique en la matière – un danger de tuer dans l'œuf la poule aux œufs d'or, si je puis dire ... Quelle suite allez-vous donner à cet avis ?

**Mme Marie-George Buffet**. Je suis heureuse d'entendre ici parler d'indépendance des médias, de pluralisme de la presse, dans une période où, hélas, ces valeurs se trouvent remises en cause : par le mode de nomination des présidents, par les menaces qui pèsent sur la protection des sources des journalistes, par les atteintes à la liberté d'investigation sur des affaires brûlantes. Or il s'agit de piliers de la démocratie.

Vous n'ignorez pas, monsieur le ministre, le malaise qu'éprouvent actuellement les personnels de la télévision publique. Il est d'abord lié à l'incertitude sur le financement à venir de France Télévisions. J'aimerais donc savoir si vous considérez ou non que l'entreprise doit conserver le surplus de ses recettes

publicitaires, et pouvoir l'utiliser librement. Pouvez-vous aussi nous assurer que la publicité en journée sera maintenue tant que les finances de l'État ne pourront suppléer à sa suppression ? Par ailleurs, que pensez-vous de l'idée que nous avançons de moduler le montant de la redevance en fonction des revenus des ménages ?

Vous avez, à juste titre, relevé l'érosion de l'audience de France 3, mais nous vous avons déjà alerté sur la nécessité où se trouvait cette chaîne de développer sa production régionale afin d'élargir son public et d'accroître ses ressources commerciales. Il conviendrait pour cela de lui octroyer les moyens nécessaires. Quelle est votre position à ce sujet ?

Radio-France s'est vu confier – mais à moyens constants – de nouvelles missions. Une de celles-ci porte sur l'implantation de radios locales de proximité. Pour le moment, trois seulement sont prévues : au Mans, à Toulouse et, peut-être, à Saint-Étienne, avec des effectifs très limités. Quels objectifs vise-t-on, et quels moyens matériels et humains mettra-t-on en regard ?

Un de nos collègues a souligné l'excellence de Radio France Internationale (RFI). J'ai moi-même eu l'occasion, lors de déplacements à l'étranger, de vérifier qu'il s'agissait d'un des outils de communication extérieure les plus fiables du monde. Or, aujourd'hui, les attaques se multiplient contre RFI. Elle subit des réductions de production, des plans de départs volontaires, et, en situation financière difficile, n'a aucune certitude sur l'avenir de son budget. De plus, un article, publié dans un journal économique, a beaucoup inquiété ses personnels : il évoquait la possibilité d'une fusion avec France 24. Que pouvez-vous nous dire sur l'avenir de cette radio ? Son rayonnement et ses moyens seront-ils préservés ?

Le rapport Cardoso – que vous avez évoqué lors du repas de la presse, organisé dans le cadre de la fête de *L'Humanité* – laisse présager une concentration de l'aide publique sur un certain nombre de grands organes au détriment de la presse d'opinion. Pouvez-vous nous assurer que celle-ci continuera de bénéficier d'un soutien de haut niveau, dans l'intérêt du pluralisme ?

Enfin, que pensez-vous de la proposition du nouveau président de l'AFP, relative à la représentation de la presse au sein du conseil d'administration de l'agence ?

**M. Michel Herbillon.** Quel est, monsieur le ministre, votre sentiment sur la réforme de l'AFP proposée par son président ? Vous avez dit vouloir vous en remettre à l'Assemblée nationale pour les dispositions législatives nécessaires, mais que pensez-vous, par exemple de l'idée de commercialiser les prestations de l'agence auprès du grand public ? Avez-vous une idée de la façon dont le personnel et les syndicats de l'agence réagissent à ce projet ?

La question du livre numérique a été abordée lors de la discussion de la première partie du projet de loi de finances et le ministre du budget s'est engagé à saisir la Commission européenne du sujet dans les meilleurs délais. Ayant toujours été à la pointe de la législation pour défendre le livre, notamment avec la règle du prix unique, la France doit rester en première ligne dans ce combat. J'ai déposé, avec plusieurs de mes collègues, un amendement visant à aligner le régime du livre numérique sur celui du livre papier. Êtes-vous disposé à nous soutenir ?

Je relève avec plaisir l'accord de notre collègue, porte-parole du groupe socialiste, pour le maintien de la publicité en journée sur France Télévisions, aussi longtemps que ce sera nécessaire. C'est une démarche intéressante après toutes les circonvolutions auxquelles nous avons assisté sur cette question lors des travaux que nous avons menés en commun...

**M. Michel Françaix, rapporteur pour avis.** Notre position n'est pas nouvelle et nous n'en avons pas changé, contrairement à ce que vous affirmez.

**M. Michel Herbillon.** Je suis heureux de voir s'établir un consensus. Vous avez rejoint la position qui était la nôtre. Cela étant, maintenir cette publicité aussi longtemps que nécessaire signifie sans doute la maintenir pour longtemps, sinon pour toujours. Je souhaiterais recueillir l'avis du ministre sur ce point.

**M. Marcel Rogemont.** Je suis presque sans voix après ce que vient de dire M. Herbillon : jamais nous ne nous sommes posé la question de savoir si nous étions pour ou contre la publicité sur France Télévisions ! Seule nous a préoccupés celle d'un financement pérenne et assuré de la télévision publique. Le parti socialiste n'a défendu l'idée d'une absence de publicité que pour la chaîne « jeunesse » dont il demande la création à l'initiative de notre collègue Didier Mathus. Je tenais donc à rappeler notre position constante sur le sujet.

De nombreuses incertitudes demeurent par ailleurs car vous ne répondez pas avec précision, monsieur le ministre, aux questions que l'on vous pose. Cela vaut en particulier pour l'AFP. On ne peut oublier que le précédent président de l'agence a quitté ses fonctions parce qu'il se trouvait dans l'impossibilité de mener à bien une réforme de l'entreprise. Le nouveau président essaye de contourner l'obstacle et suggère des solutions nouvelles. Allez-vous le laisser dans l'incertitude ? Cela le condamnerait inévitablement à de grandes difficultés, notamment avec son personnel. Clarifier l'avenir de l'AFP relève de votre responsabilité.

Notre collègue Christian Kert, contrairement à ce qu'il nous a dit, n'a pas toujours tenu le même discours sur la taxe applicable aux télévisions privées : au moment du vote de la loi, il était favorable à un taux de 1,5 %, puis s'est prononcé pour 0,5 % en raison d'une crise des ressources publicitaires. Et, alors que ce secteur connaît plutôt une embellie, il reste en faveur de ce deuxième taux...

France Télévisions n'a besoin que d'une chose : de stabilité, pour ce qui est de ses rapports avec l'État et, plus largement, des conditions de son développement économique. Si lors de chaque budget, voire chaque trimestre, on prend, ou seulement suggère, des décisions mettant en péril la continuité de l'entreprise, on prend une responsabilité dont vous ne pouvez vous exonérer en vous en remettant à la sagesse de l'Assemblée nationale. Puisque France Télévisions a un nouveau président, donnez lui la chance d'aller jusqu'au bout de son mandat et, surtout, de pouvoir mener à bien son projet dans la sérénité.

La presse connaît une concentration de plus en plus forte. Nous avons donc besoin de définir un service public dans ce domaine, de distinguer entre la presse citoyenne et d'opinion et la presse de loisir. Il faut également assainir les relations entre les détenteurs des capitaux et les équipes journalistiques, dans un environnement, ici encore, de sérénité. Comment voyez-vous se dessiner l'architecture des rapports entre le capital et les rédactions ?

**Mme Françoise de Panafieu.** Le paysage audiovisuel bouge. Pour résumer la situation : TF1 semble mieux se porter, sans avoir pour autant retrouvé ses chiffres de 2007 ; dans le service public, France 2 a, ces dernières années, négocié un virage éditorial qui semble plaire aux téléspectateurs ; mais des questions se posent pour France 3. Nous connaissons cette chaîne en tant que télévision régionale et de proximité. Or, récemment, j'entendais le président de France Télévisions, M. Rémy Pflimlin, exprimer son souhait de la voir prendre une dimension européenne, au point même d'ouvrir ses journaux télévisés à la couverture d'événements européens, quitte pour cela à recourir à des journalistes d'autres rédactions, notamment de France 2. Comment marier proximité et identité européenne ? J'avoue mal percevoir comment cela peut se faire. Avez-vous un point de vue sur ce sujet et comment voyez-vous l'évolution de France 3 ?

**M. Henri Nayrou.** La révolution numérique dans le monde des médias emporte de lourdes conséquences pour l'avenir de la presse. Des plans d'action ont été annoncés en janvier 2009 à la suite des états généraux de la presse écrite. Ils devaient se concrétiser par des investissements de l'État permettant aux bénéficiaires des aides publiques de disposer d'une meilleure visibilité économique afin de mener à bien les transformations indispensables. Dans ce contexte de refondation, les aides publiques se situent-elles à la hauteur des objectifs visés ? Je souhaiterais connaître l'état de vos réflexions sur les contours du modèle économique à bâtir en vue d'assurer le développement de la presse.

Le passage à la télévision intégralement numérique est régi par la loi du 17 décembre 2009 qui a créé à cet effet un fonds d'aide pour les populations qui ne seront pas couvertes par la TNT après l'extinction du signal analogique. Je m'exprime là en tant qu'ancien président de l'Association nationale des élus de montagne (ANEM), qui a dû se battre contre le projet d'exclure 5 % des Français de la diffusion numérique, selon le système envisagé par votre prédécesseur, M. Renaud Donnedieu de Vabres. Celui-ci avait commis le péché d'autoriser les opérateurs à n'alimenter que 95 % de la population française en signal numérique, ce qui présentait une notable différence avec la loi de régulation postale qui avait transféré les 5 % résiduels du niveau national au niveau départemental. C'est à l'occasion du congrès annuel de l'ANEM en 2009, qui se tenait à L'Argentière-La-Bessée, dans les Hautes-Alpes, que Mme Nathalie Kosciusko-Morizet, après un arbitrage du Premier ministre, a annoncé la création du fonds prenant en charge, sans condition de ressources, les frais d'équipement satellitaire ou de tout autre équipement de réception dans les zones non couvertes par la TNT, dans le respect de la neutralité technologique. La fermeture de l'analogique doit être conduite avec rigueur. Il est temps de clarifier les choses si l'on veut éviter des écrans noirs au 1<sup>er</sup> décembre 2011. Disposez-vous, d'une première évaluation de l'efficacité de ce dispositif, même si vous n'êtes pas le seul ministre concerné, celui en charge de l'aménagement du territoire l'étant pareillement ?

**M. Franck Riester.** Je reviens d'abord sur les propos de nos collègues socialistes qui, bien souvent, se figent dans des postures politiciennes et caricaturales, ce qui est regrettable dans une commission de nature technique, et ce qui les conduit à se contredire. M. Patrick Bloche a ainsi dit qu'il fallait lutter contre le sous-

financement de France Télévisions, accentué selon lui par la réforme, et demandé ensuite que les surplus de ressources publicitaires soient conservés par l'entreprise. Il ne saurait y avoir à la fois sous-financement et surplus. J'approuve d'ailleurs l'idée de conserver celui-ci aux chaînes publiques.

M. Bloche a également, notamment lors des débats sur le dernier projet de loi relatif à l'audiovisuel, estimé que tout se décidait à l'Élysée. Et aujourd'hui que le ministre entend se fier à la sagesse du Parlement, en particulier sur le maintien de la publicité dans la journée, il nous dit que le Gouvernement n'assume pas ses responsabilités. Voulez-vous davantage de poids pour le Parlement ou non ? Acceptons donc un peu de coproduction législative !

Nous sortons d'une période où, de manière inacceptable, on a imputé tous les maux à M. Woerth, et voilà que l'on retombe dans ce travers qui consiste à multiplier les accusations. Il me semble pourtant que, sur un sujet aussi essentiel que la protection des sources des journalistes, il faudrait chercher un consensus. Cela n'empêche pas qu'on étudie de près les problèmes auxquels est confrontée la presse. Ainsi, je me réjouis que la délégation parlementaire au renseignement ait auditionné le directeur général de la police nationale et le directeur de la DCRI. Mais comment pouvez-vous soutenir que la protection des sources des journalistes serait remise en cause de notre fait quand notre majorité a fait voter une loi pour la garantir ?

**M. Marcel Rogemont.** Précisément : vous détournez cette loi !

**M. Franck Riester.** Sur quelles bases l'affirmez-vous ? Vous vous contentez d'accuser sans preuve, ce qui est contraire à la conception que nous devons avoir de la démocratie et de la présomption d'innocence. J'aimerais que l'on s'abstienne de tels procédés dans nos Commissions.

Monsieur le ministre, je ne vous poserai qu'une seule question, mais qui me tient à cœur : où en est le passage à la télévision tout numérique ?

**Mme Jeanny Marc.** Monsieur le ministre, j'appelle votre attention sur le coût des livres outre-mer, en particulier dans le département de la Guadeloupe. Bien que le coût du transport soit élevé, nous ne bénéficions d'aucune aide, alors même que, dans le cadre du Conseil interministériel de l'outre-mer, le Président de la République a inscrit la lutte contre l'illettrisme parmi ses priorités. En septembre, une enquête de l'INSEE a révélé qu'un Guadeloupéen sur quatre âgé de seize à soixante-cinq ans est en situation délicate face à l'écrit. Il faut traiter le problème à la source, en aidant les bibliothèques des collectivités, surtout rurales, à acquérir des livres.

Par ailleurs, on ne comprend pas qu'écoliers et lycéens qui ont commandé leurs livres dès la rentrée ne les aient toujours pas reçus au bout de trois mois. Les livraisons outre-mer, classées en catégorie 4, sont traitées après les expéditions vers l'étranger, ce qui pénalise évidemment les élèves.

Le soutien au pluralisme suscite en métropole des débats qui nous font rêver, tant il semble difficile de donner corps à ce principe sur des territoires aussi exigus que les nôtres. La Guadeloupe sera-t-elle concernée par le plan que vous avez évoqué ?

Ce mois-ci, notre île accédera à la TNT, ce dont nous nous réjouissons. Mais cette indéniable ouverture culturelle risque de causer du tort aux productions locales, étant donné le peu de moyens dont disposent nos télévisions locales et de proximité. Avez-vous pris des dispositions pour permettre leur installation sur le premier multiplex ?

Enfin, les ultramarins de métropole aimeraient disposer d'une radio hertzienne. Une fréquence – 99,9, me semble-t-il – serait disponible pour couvrir la couronne francilienne, ce qui permettrait à la diversité de l'outre-mer de s'exprimer et à tous les Français mieux connaître notre culture. Peut-on espérer la voir attribuer à cette fin ?

**M. François Loncle.** Monsieur le ministre, je regrette que vous n'ayez pas répondu aux questions de M. Mathus sur la crise qui frappe France 24, du fait de l'affrontement entre son président et sa directrice générale. Je ne prétends pas que vous deviez trancher, mais je pense que vous vous en préoccupez et que vous menez certaines concertations. Quoi qu'il en soit, vous devez répondre à la question qui vous a été posée.

Par ailleurs, n'en déplaise à M. Riester, M. Bloche a eu raison d'évoquer certains faits, qui ne relèvent en rien d'un procès d'intention. Des journalistes ont été suivis et espionnés. Leur bureau a été cambriolé. Ces faits sont graves pour la liberté de la presse. Mes questions compléteront les propos très pertinents de M. Bloche. Quelle a été votre réaction ? Avez-vous interpellé vos collègues de la justice ou de



l'intérieur ? Avez-vous abordé le problème avec le Premier ministre ou avec le Président de la République ? Je rappelle que vous êtes le garant de la liberté d'expression et de la liberté de la presse dans notre pays.

**M. Frédéric Mitterrand, ministre de la culture et de la communication.** Monsieur Loncle, les cambriolages comme les inquiétudes dont vous faites état, fondées au non, suscitent nécessairement l'attention du ministre de la culture et de la communication, au même titre que celle de tous les citoyens, car nous sommes tous garants de la liberté et du pluralisme de la presse.

Je rappelle qu'à l'initiative du Président de la République, des dispositions législatives ont été prises afin de renforcer tant la protection des sources que le pluralisme de la presse. Si des atteintes au droit sont constatées, c'est à la justice de s'en saisir, et à la police de mener l'enquête. Les ministres de la culture et de la justice ont certes évoqué le problème avec le Premier ministre et le Président de la République, mais nous ne sommes pas allés plus loin. Ce n'est pas à moi de saisir la justice, mais à ceux qui estiment qu'ils ont été menacés – ce qui ne m'empêchera pas de suivre le dossier avec attention.

Au reste, je mets en garde tous les citoyens qui auront connaissance de l'audition à laquelle a procédé la délégation parlementaire au renseignement. Gardons-nous du climat délétère qu'a décrit M. Riester. Des accusations fusent de toute part. Ce matin, j'ai entendu le directeur d'un célèbre hebdomadaire satirique avouer, au terme d'une interview, qu'il n'avait aucune preuve, aucun élément matériel pour soutenir ses accusations. Il faut donc raison garder, en attendant la fin de l'enquête et le moment où la justice prononcera éventuellement des sanctions.

J'ai longuement reçu les deux dirigeants de France 24 pour tenter entre eux une conciliation que j'estime nécessaire. Il se trouve que mes relations sont bonnes avec ceux que j'avais affublés, il y a un an, au temps où l'harmonie régnait entre eux, du pseudonyme de « Bonnie and Clyde ». À l'époque, ils étaient contestés par une partie du personnel qui leur reprochait le désir d'action qui les caractérise. Aujourd'hui où Bonnie et Clyde sont au bord du divorce, j'ai joué le mieux possible mon rôle de juge de conciliation. Ai-je obtenu le résultat que j'espérais ? Il semble que l'accalmie ait été de courte durée.

Sont là en présence deux fortes personnalités, et Christine Ockrent est une journaliste dont le talent est reconnu internationalement. Je ne crois pas devoir me mêler de ce conflit, sinon pour inciter les intéressés à trouver en eux-mêmes les motivations qui leur permettront de s'accorder. La chaîne, qui n'a que quatre ans d'existence, a encore du chemin à parcourir même si elle compte certains succès à son actif, dont celui d'émettre vingt-quatre heures sur vingt-quatre en langue arabe. Compte tenu des enjeux, cette crise au sommet doit – et devrait pouvoir – se résoudre. C'est là ce qui importe, et non l'aspect pittoresque du différend, dans lequel vous me pardonneriez de m'être complu un instant.

Madame Marc, nous avons eu l'occasion de nous entretenir de manière très franche et agréable en Guadeloupe. Vous savez que je serai votre ambassadeur auprès du CSA pour créer une radio francilienne, en espérant que ce sera possible. L'année 2011, année de l'outre-mer, apportera de toute façon des avancées sérieuses.

J'avais alerté mes services, dès mon retour de Guadeloupe, sur le prix des livres et sur les retards constatés dans l'acheminement des manuels scolaires. J'agirai auprès du Centre national des lettres pour obtenir une meilleure coordination, mais les instructions que j'avais données à mon cabinet ont déjà été suivies, puisque 4 millions d'euros seront consacrés à améliorer la diffusion des livres dans les territoires d'outre-mer.

J'ai pris une autre initiative pour le quart de la population dont la situation vis-à-vis de l'écrit est, comme vous le dites, délicate. Il m'a semblé qu'une édition en créole de certains chefs-d'œuvre de la littérature française faciliterait le contact avec le fonds culturel que nous avons en partage. N'est-ce pas à travers des traductions que la France a découvert la littérature américaine ? Une traduction en créole des grands classiques de la littérature française et francophone est d'ores et déjà en cours, avec l'appui du Centre national du livre.

Pour le reste, la feuille de route concernant les Antilles et la Guyane, que j'ai demandée à mes services à mon retour de voyage, sera prête dans quelques jours et je serai heureux de vous en donner connaissance.

Pour la TNT, monsieur Riester, le travail sera achevé fin 2011 sur l'ensemble du territoire métropolitain. J'ai suivi le dossier de très près, me rendant avec Mme Kosciusko-Morizet dans les environs de Cherbourg, afin de mieux comprendre comment s'opérait dans la pratique le passage au numérique. J'ai pu mesurer à cette occasion l'excellente organisation du groupement d'intérêt public. Chez une personne âgée, j'ai assisté à la mise à jour d'un téléviseur. J'ai aussi constaté que des incidents de réception étaient inévitables. Le plus grave a privé de connexion certains quartiers de Lisieux pendant plusieurs semaines, mais, le plus souvent,

les problèmes ont été réglés en moins de quarante-huit heures. Pour vous intéresser à ce dossier avec autant d'attention que d'imagination et avec le souci du bien public, vous savez que l'État a prévu un plan très complet afin d'aider les téléspectateurs des zones où persisteraient des difficultés.

À ce sujet, je veux assurer Mme Marc que j'ai à cœur la protection et la valorisation des chaînes de télévision locales outre-mer, qui contribuent éminemment au lien social. Le passage à la TNT, en élevant le coût de diffusion, risquait de les mettre en faillite. Nous avons donc créé un fonds spécial, qui leur permettra de faire face à ce coût. Le même problème se posait d'ailleurs, bien que de manière moins aiguë, pour la production locale de RFO, mais une solution a été trouvée, qui permettra de préserver son dynamisme.

M. Nayrou et M. Françaix m'ont interrogé sur cette question essentielle pour la modernisation de la presse qu'est l'attribution des aides à l'investissement pour la presse en ligne. Il y a un peu moins d'un mois, j'ai signé des lettres qui permettront à des organismes de presse d'en bénéficier. Auparavant, je m'étais fait expliquer par mes services comment les soutiens étaient attribués, quel en était le montant, quel budget avaient présenté les organismes de presse et comment se répartissaient subventions et prêts. Les réponses que j'ai obtenues m'ont rassuré et je veux vous faire partager ce sentiment. Je vous adresserai donc des éléments de réponse par écrit, car le sujet est complexe, mais sachez que l'attribution est décidée par une commission paritaire où siègent d'éminents représentants des secteurs concernés. Après examen, je n'ai rien trouvé à redire à la manière dont les opérations ont été instruites, sachant que certaines demandes n'ont pu être retenues, faute d'une étude budgétaire suffisante.

Madame de Panafieu, votre question peut appeler une réponse à deux niveaux. M. Rémy Pflimlin est un Alsacien qui a vécu intensément, dans sa chair et dans son cœur, le déchirement entre deux identités et l'amour douloureux d'une paix qui a été refusée à sa famille. C'est sans doute ce qui l'a doté de ce tropisme européen que nous réclavons mais qui nous fait parfois défaut. J'admire que M. Pflimlin l'ait mis en pratique. Mais son désir de rendre l'information européenne plus présente sur France 3 confortera l'identité de la chaîne et profitera à tous les citoyens. Je ne crois pas en effet que ce choix entre en contradiction avec la nécessité d'un solide enracinement dans les régions : au fur et à mesure qu'émerge le sentiment européen, celui des appartenances et des cultures régionales se trouve renforcé, dans ce qu'il a de positif. En ce sens, la réflexion de M. Pflimlin est celle d'un véritable Européen.

S'agissant de l'AFP, monsieur Rogemont, je suis tout à fait satisfait du travail avec Emmanuel Hoog. Ce professionnel reconnu, dont le travail à la tête de l'Institut national de l'audiovisuel a fait l'unanimité et qui porte une très grande attention aux questions d'objectivité, a tous les atouts pour mener un dialogue fructueux avec les forces sociales de l'agence, laquelle bénéficiera ainsi de sa forte personnalité.

Une des grandes questions auxquelles il est confronté a trait à la nécessité de faire évoluer l'organisation juridique de l'AFP, notamment la composition de son conseil d'administration, pour rendre à l'Agence les marges de manœuvre qu'elle a perdues. Il s'agit de permettre à l'agence de ne pas prendre de retard sur tous les enjeux de la mondialisation. L'AFP doit demeurer une grande agence, comme le permet la compétence des professionnels qui y travaillent, si elle veut répondre à la demande nationale et internationale. Or elle ne dispose, pour l'instant, ni du statut ni des moyens juridiques, ni des capitaux, ni d'une organisation du travail lui permettant de relever ce défi. Ce diagnostic est partagé par tous, même si les solutions proposées diffèrent. J'approuve l'approche très mesurée de M. Hoog, qui souhaite réduire la représentation des organes de presse dans le conseil d'administration. Il est vrai qu'il y a antinomie à participer à la gouvernance d'une société dont on est le premier client, et que cela est facteur de blocages.

Vous avez, comme M. Bloche, insisté sur l'urgence à décider dans ce domaine. Je vous rappelle qu'une proposition de loi sur l'AFP sera prochainement présentée, soit par M. Herbillon ici, soit par le président Legendre au Sénat – nous devons encore déterminer ensemble quelle sera la meilleure manière de procéder. Il s'agira de légiférer sur les divers aspects de l'activité de l'Agence, et de déterminer notamment s'il faut l'autoriser à diffuser en ligne des contenus à destination des particuliers contre rétribution. À cet égard aussi, M. Hoog fait preuve d'une approche extrêmement réfléchie et compétente.

J'appelle votre attention sur un point qui me tient particulièrement à cœur : la défense du photojournalisme, qui suppose l'établissement de principe clairs, notamment en matière de commercialisation.

Je dois avoir de mauvaises lunettes car j'ai du mal à discerner la concentration croissante des entreprises de presse à laquelle vous faites allusion. Je suis persuadé que vous saurez me fournir des éléments pour appuyer vos dires, mais je constate que l'opération qui a tout récemment concerné un grand journal du soir ne milite pas en faveur de votre thèse.

Quant à la stabilité de France Télévisions, je suis tout à fait d'accord avec vous : elle est essentielle. C'est pourquoi nous comptons, au lieu de « rafistoler » le contrat d'objectifs et de moyens à coups d'avenants successifs, signer un nouveau contrat, d'une durée au moins égale à celle du mandat de M. Pfmilin, de manière à assurer à la société les moyens de travailler convenablement.

Le livre numérique, monsieur Herbillon, est un des grands enjeux de nos débats, car il s'agit de l'évolution du véhicule de la création et de la transmission littéraires. S'il ne représente encore en France qu'un pourcentage infime de l'offre de lecture, il est appelé à connaître une progression très significative, similaire à celle qu'il connaît aux États-Unis. Cette évolution pose de graves questions. Il faut d'abord affirmer la nécessité d'une protection absolue du droit d'auteur, qui suppose la solidarité immédiate des éditeurs. Se pose ensuite la question du prix du livre numérique : le principe du prix unique s'appliquera-t-il, ou laissera-t-on les éditeurs fixer le prix ? À cet égard, des avancées extrêmement importantes ont déjà été réalisées : à la suite de l'élection d'Antoine Gallimard, personnalité à la légitimité incontestable, à la tête du Syndicat national du livre et des nombreuses concertations qui ont eu lieu au ministère, les éditeurs semblent décidés à définir une position commune, alors qu'ils s'apprétaient il y a quelques mois à avancer en ordre dispersé. La question de la TVA est également essentielle : il n'est guère admissible que le taux applicable au livre numérique soit quasi quadruple de celui qui s'applique au livre papier. Voilà un combat susceptible de nous mobiliser tous et où nous pouvons obtenir des résultats tangibles.

En ce qui concerne l'AFP, madame Buffet, je vous ai déjà donné tous les éclaircissements que je pouvais vous apporter dans les délais impartis à notre réunion d'aujourd'hui. Par ailleurs, madame, il n'a jamais été question, ni au sommet de l'État, ni au sein de mon ministère, de remettre en cause le principe d'une aide à la presse d'opinion.

Votre inquiétude à propos des radios locales de proximité me semble plus légitime. Je suis d'autant plus attentif au sujet que les radios locales, comme les radios associatives, qui regroupent des publics partageant les mêmes centres d'intérêt, jouent un rôle essentiel dans le maintien du lien social et doivent à ce titre pouvoir compter sur le soutien du ministère de la culture et de la communication.

Le réseau des stations locales de Radio-France dispose d'infrastructures importantes, lui permettant d'assurer un suivi rédactionnel et un haut niveau technique. Le ministère a la possibilité, pour permettre à ce réseau d'étendre son emprise sur le territoire, pourvu qu'il assure un service local, de préempter des fréquences, après notification au CSA. J'ai soigneusement veillé à ce que cela soit fait à chaque fois que c'était possible – le cas s'est déjà présenté à deux ou trois reprises depuis que je suis ministre.

En revanche, les radios associatives à caractère privé connaissent toutes des difficultés d'ordre matériel. Je souhaite rencontrer leurs représentants afin de planifier avec eux les moyens de résoudre ces difficultés. Je les considère en effet comme un élément important de la culture pour chacun, entendue comme le complément de la culture pour tous qui fonde l'action du ministère de la culture.

Je pense avoir déjà apporté des éléments de réponse susceptibles d'apaiser les inquiétudes suscitées par quelques vols d'ordinateurs.

**Mme Marie-George Buffet.** Et RFI ?

**M. Frédéric Mitterrand,** *ministre de la culture et de la communication.* Il s'agit certes d'une question importante, voire douloureuse pour les personnes dont l'emploi est en cause en dépit de leurs compétences et de leur courage. Mais pour l'instant RFI relève de l'audiovisuel extérieur de la France, l'AEF, et c'est aux dirigeants de cette structure de résoudre les problèmes qui se posent là. Nul ne peut nier que le rapprochement entre RFI et France 24 permettra une mutualisation des moyens et des compétences. La proximité avec une chaîne de télévision à vocation internationale sera sans aucun doute stimulante pour les équipes de RFI, la nouveauté, l'alliance, la rencontre offrant des occasions de dépassement. À terme d'ailleurs, les équipes de RFI et de France 24 partageront les mêmes locaux.

Les 206 postes supprimés l'ont tous été à la suite de départs négociés, et désormais l'ensemble est en ordre de bataille. Je ne saurais vous en dire plus sans empiéter sur les responsabilités dévolues aux dirigeants de France 24. Si la situation ne s'améliore décidément pas, il sera temps pour moi de reprendre l'initiative.

J'espère, monsieur Bloche, vous avoir apporté des apaisements à propos de l'AFP et de la future proposition de loi. Je ne souhaite pas polémiquer avec vous à propos des nominations, mais je constate que celles de Véronique Cayla à la tête d'Arte et de M. Pfmilin à la tête de France Télévisions ont été bien accueillies. Je sais par ailleurs que le soupçon a toujours existé, nourri par une certaine consanguinité entre le

monde politique et le monde des médias. Le récit par Édouard Balladur de sa cohabitation avec François Mitterrand, livre fort intéressant et fort bien écrit, m'a donné le sentiment que les choses ne changent guère de ce point de vue. Aux mêmes angoisses s'oppose la même réalité : celle d'un pluralisme maintenu et préservé.

Il faudrait encore, monsieur Kert, parler de la télévision connectée, une autre révolution encore, et si fulgurante que je ne l'avais pas vue arriver avant de devenir ministre. Le développement exponentiel de cette nouvelle technologie génère une série de problèmes annexes. En ce qui concerne les services de média audiovisuels à la demande, les SMAD, les services du ministère et le CSA sont parvenus à des conclusions différentes à partir d'analyses concordantes. Pour notre part, nous souhaitons que les SMAD contribuent de manière conséquente à la création artistique. Nous avons finalement trouvé la voie d'un compromis qui me semble susceptible de satisfaire tout le monde.

L'enjeu est de garantir, non seulement que la télévision connectée participe à l'effort de financement de la création en général, mais également qu'elle ne devienne pas un champ de bataille pour des groupes à qui leur exterritorialité permettrait de développer des stratégies industrielles et commerciales échappant à la loi française, notamment fiscale.

Voilà encore une question sur laquelle j'aurai besoin des lumières du Parlement – et de sa sagesse !

**M. Patrice Martin-Lalande**, *rapporteur spécial*. Je ne peux pas laisser caricaturer l'amendement que j'ai signé avec M. Charles de Courson, et qui vise à encadrer l'utilisation des recettes de publicité excédentaires. En vertu de la disposition que nous proposons, il sera loisible, aussi bien d'affecter la totalité des recettes, celles prévues par le contrat d'objectifs des moyens et les recettes supplémentaires, à France Télévisions que de ne lui en laisser aucune. Cet amendement laisse donc la plus grande liberté de fixer par la négociation le niveau des recettes supplémentaires. Voilà pourquoi je m'inscris en faux contre l'interprétation qui a été donnée de notre proposition par plusieurs intervenants, qui ne l'avaient probablement pas bien lue.

S'agissant de la procédure à suivre pour déterminer la part de recettes qui serait affectée à France Télévisions, nous proposons de passer par le contrat d'objectifs et de moyens, ce qui est quand même assez légitime, puisque c'est lui qui définit les moyens par lesquels on assure l'avenir de France Télévisions. Conformément à la logique contractuelle, la décision d'affecter tout ou partie des recettes supplémentaires à France Télévisions, voire de ne rien lui en laisser, serait négociée entre cette société et le Gouvernement et soumise, sous forme d'avenant au contrat, au Parlement et au CSA.

## EXAMEN EN COMMISSION

*Après l'audition de Monsieur Frédéric Mitterrand, ministre de la Culture et de la communication, lors de la commission élargie (voir le compte rendu de la réunion du 4 novembre 2010), sur la mission Médias, livre et industries culturelles, la commission des Finances examine les crédits de cette mission.*

**M. Charles de Courson, président.** Je vous informe que nous avons reçu, en application de l'article 12 de la loi organique relative aux lois de finances du 1<sup>er</sup> août 2001 (LOLF), huit projets de décret portant transfert de crédits. Ces documents sont à votre disposition, dans cette salle et au secrétariat.

À l'issue de la commission élargie au cours de laquelle nous avons entendu M. Frédéric Mitterrand, il a été décidé par les deux commissions concernées de procéder ultérieurement à l'examen des crédits. Nous sommes réunis à cette fin. Je vais donner la parole au Rapporteur spécial, M. Patrice Martin-Lalande, qui souhaite proposer à la Commission une observation et un amendement sur l'architecture des crédits de la mission, après quoi nous passerons au vote sur les crédits.

**M. Patrice Martin-Lalande, Rapporteur spécial.** Comme MM. Richard Dell'Agnola et Nicolas Perruchot ont précédemment eu l'occasion de l'indiquer, la nouvelle architecture budgétaire des missions *Culture* et *Médias* ne se distingue ni par sa cohérence, ni par son respect de l'esprit et de la lettre de la LOLF. Nous avons adressé, conjointement, un courrier au ministre à ce propos, et la Commission a adopté à l'unanimité, dans le cadre de l'examen des crédits de la mission *Culture*, une observation demandant au Gouvernement de revenir à une présentation distinguant clairement les moyens de la politique en faveur des médias et les moyens en faveur de la politique de la culture. En toute logique, je vous propose d'adopter cette même observation dans le cadre de la mission *Médias*.

**M. Charles de Courson, Président.** Pour la clarté du débat, je vais vous donner lecture de cette observation.

*« La Commission des finances :*

*– constatant les modifications de structure budgétaire proposées par le Gouvernement sur les missions « Culture » et « Médias » dans le projet de loi de finances pour 2011 ;*

*– considérant que ces modifications contreviennent à l'esprit comme à la lettre de la loi organique relative aux lois de finances, dont l'article 7 dispose qu'un « programme regroupe les crédits destinés à mettre en œuvre une action ou un ensemble cohérent d'actions relevant d'un même ministère » ;*

– *soulignant que la stabilité de la nomenclature budgétaire est une condition de qualité du contrôle ;*

– *rappelant que l'architecture du budget n'a pas à refléter l'organisation des administrations ni à épouser leurs changements ;*

– *estimant que les changements proposés ne favorisent ni la lisibilité budgétaire, ni le suivi des crédits, ni leur contrôle par le Parlement ;*

– *demande au Gouvernement de revenir à une présentation du budget distinguant avec clarté les moyens de la politique à l'égard des médias et ceux de la politique de la culture, en conservant au sein de celle-ci l'ensemble des crédits relatifs au livre, aux industries culturelles et à l'enrichissement des collections publiques. »*

**M. Henri Nayrou.** M'exprimant à la fois au nom du groupe socialiste et à titre personnel, je suis d'autant plus favorable à cette observation que j'ai formulé une critique similaire lors de l'examen de la mission *Sport, jeunesse et vie associative*. C'est l'esprit de la LOLF qu'on assassine en place publique, profitant de ce que ses deux « pères » ne sont plus parlementaires.

**M. François Goulard.** Je fais miens l'esprit comme la lettre de cette observation, mais je me demande s'il est constitutionnel d'adresser ce qui peut s'analyser comme une injonction au Gouvernement. Dès lors, notre seul recours ne serait-il pas plutôt de rejeter ces crédits ?

**M. Charles de Courson, Président.** Il s'agit d'une demande, et non d'une injonction. Je pensais que vous alliez proposer de nous rallier plutôt à un amendement de nomenclature, comme celui qui viendra en discussion dans un instant.

**M. Nicolas Perruchot.** Avec Richard Dell'Agnola, qui était également Rapporteur spécial pour la mission *Culture*, nous avons eu l'impression d'une volonté de contourner la LOLF. Nous avons besoin d'une architecture budgétaire stable pour procéder à des comparaisons année après année.

**M. Bernard Carayon.** Je suis d'accord avec ce qui nous est proposé. Toutefois, afin de donner au dernier paragraphe une formulation plus conforme à l'esprit de la V<sup>e</sup> République, nous pourrions remplacer « demande » par « prie de bien vouloir »...

**M. le Rapporteur spécial.** J'observe que nous sommes tous d'accord sur le fond, ce qui est déjà beaucoup. Nous demandons fréquemment des rapports au Gouvernement dans les projets que nous adoptons et, en tout état de cause, le verbe « demander » a davantage sa place dans une loi que le verbe « prier » !

*La Commission adopte l'observation proposée par le Rapporteur spécial.*

**M. Charles de Courson, Président.** Je constate que le vote est acquis à l'unanimité.

*Sur les crédits de la mission Médias, livre et industries culturelles, la Commission examine l'amendement II-CF-88 du Rapporteur spécial.*

**M. le Rapporteur spécial.** Conformément à l'observation que nous venons d'adopter, il s'agit de clarifier, autant que possible et dans les limites imposées par la LOLF, l'architecture budgétaire relative aux médias telle qu'elle a été modifiée dans le cadre de ce projet de loi de finances. Sans rien changer au montant des crédits de la mission, ni à leur répartition entre les différentes politiques publiques concernées, l'amendement tend à supprimer le programme *Presse, livre et industries culturelles*, à recréer l'ancien programme *Presse* regroupant les crédits relatifs aux abonnements de l'État à l'AFP et les dotations budgétaires afférentes aux aides à la presse, et à en créer deux autres, l'un dédié au livre et à la lecture, l'autre aux industries culturelles.

*La Commission adopte l'amendement II-CF-88.*

**M. Alain Rodet.** Une remarque de forme : il arrive que, dans les documents budgétaires, on distingue, parmi la presse d'information politique et générale, la presse nationale et la presse « locale ». Ce dernier terme me paraît un peu condescendant, sinon méprisant.

**M. le Rapporteur spécial.** C'est une appellation consacrée, depuis la loi sur la presse. L'expression « presse locale » désigne l'ensemble des publications non nationales, y compris la presse départementale et régionale.

*Suivant l'avis favorable du Rapporteur spécial, la Commission adopte les crédits de la mission Médias, livre et industries culturelles modifiés.*

*Après avis favorable du Rapporteur spécial, elle adopte successivement les crédits du compte spécial Gestion et valorisation des ressources tirées de l'utilisation du spectre hertzien et du compte spécial Avances à l'audiovisuel public sans modification.*

\*

\* \*





*Article 76*

**Report de l'échéance de suppression de la publicité sur les antennes de France Télévisions**

*Texte du projet de loi :*

A la deuxième phrase du premier alinéa du VI de l'article 53 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, les mots : « de l'extinction de la diffusion par voie hertzienne terrestre en mode analogique des services de télévision mentionnés au même I sur l'ensemble du territoire métropolitain » sont remplacés par les mots : « du 6 janvier 2014 ».

*Exposé des motifs du projet de loi :*

Le présent article vise à reporter au mois de janvier 2014 la suppression de la publicité entre 6h et 20h sur les services nationaux de France Télévisions. Cette suppression était initialement prévue dès l'extinction de la diffusion analogique en métropole, soit le 30 novembre 2011 selon le calendrier fixé par la loi. Elle devait faire suite à la suppression de la publicité entre 20h et 6h, effective depuis le 5 janvier 2009.

La suppression de la publicité sur France Télévisions donne lieu, aux termes de la loi du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision, à une compensation financière de l'État. Dans un contexte budgétaire difficile consécutif à la crise économique, il est proposé de décaler la suppression de la publicité avant 20h au début de l'année 2014.

*Observations et décision de la Commission :*

Le présent article vise à modifier le régime relatif à la suppression de la publicité diffusée entre 6 heures et 20 heures sur les services nationaux de France Télévisions.

Il propose de reporter au 6 janvier 2014 l'arrêt de la diffusion de ces messages publicitaires et modifie en conséquence l'article 53 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication.

**I.- LE LÉGISLATEUR A PRÉVU UNE SUPPRESSION DE LA PUBLICITÉ EN DEUX TEMPS**

**La loi n° 2009-258 du 5 mars 2009** relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision a, notamment, profondément modifié le régime économique du groupe France Télévisions en consacrant la **suppression progressive de la publicité commerciale sur les antennes du groupe audiovisuel public.**

En effet, cette suppression ne s'est opérée ni immédiatement, ni intégralement, le législateur ayant fait le choix d'un dispositif graduel, échelonné dans le temps.

Le mécanisme, prévu par l'article 53 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication prévoyait ainsi :

– dans un premier temps : la suppression des annonces publicitaires entre 20 heures et 6 heures sur les services nationaux de France Télévisions, celle-ci ayant été effective dès le 5 janvier 2009 après résolution du conseil d'administration du groupe en ce sens ;

– dans un second temps : l'arrêt de la publicité diurne, diffusée entre 6 heures et 20 heures, à compter de l'extinction de la diffusion par voie hertzienne terrestre en mode analogique des services de télévision édités par France Télévisions sur l'ensemble du territoire métropolitain.

De fait, la disparition totale de la publicité commerciale sur les écrans des chaînes de France Télévisions devait intervenir au 30 novembre 2011, date de passage à la diffusion numérique terrestre.

**Rappelons que le législateur a prévu des dérogations au principe de suppression** des annonces publicitaires<sup>(1)</sup>. Ainsi, l'interdiction de diffuser des messages publicitaires ne s'applique pas :

- aux décrochages régionaux et locaux ;
- à la publicité pour des biens et services présentés sous leur appellation générique ;
- aux campagnes d'intérêt général ;
- aux opérations de parrainage.

Afin de **compenser la perte de recettes** résultant de cette suppression et pour permettre à France Télévisions de s'acquitter des charges qui lui incombent au titre de ses missions de service public, la loi a prévu le versement, par le budget général de l'État, d'une dotation complémentaire à celle allouée au groupe au titre de la contribution à l'audiovisuel public. France Télévisions bénéficie donc, depuis 2009, d'un **financement public mixte** associant contribution à l'audiovisuel public et crédits budgétaires.

---

(1) Article 53 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication.

## **II.– LE MORATOIRE SUR LA SUPPRESSION DE LA PUBLICITÉ DIURNE : TENIR COMPTE À LA FOIS DE LA CONJONCTURE ET DE LA VOLONTÉ DU LÉGISLATEUR**

### **A.– LE DISPOSITIF PROPOSÉ PAR LE GOUVERNEMENT**

1.– Un moratoire nécessaire au regard de la maîtrise de la dépense publique

**Le présent article propose de reporter au 6 janvier 2014 la suppression de la publicité diurne sur les services nationaux de France Télévisions.** Celle-ci interviendrait donc un peu plus de deux ans après la date du 30 novembre 2011, échéance initialement prévue par la loi du 5 mars 2009.

De fait, ce report aurait pour conséquence de ne pas verser au groupe France Télévisions la dotation budgétaire complémentaire qui lui aurait été allouée au titre du mois de décembre 2011, soit 29 millions d’euros environ <sup>(1)</sup>.

Pour l’année 2012, qui aurait dû être la première année pleine de diffusion sans messages commerciaux, la dotation complémentaire aurait atteint quelque 212 millions d’euros <sup>(2)</sup>. En effet, la suppression de la publicité diurne se traduira par une augmentation du coût net de service public, et donc par une hausse corrélative du financement public.

**Le moratoire se traduit donc, en année pleine, par une économie substantielle pour le budget général de l’État.** Dans un contexte économique et financier dégradé marqué par la **nécessité de maîtriser la dépense publique**, une telle décision est non seulement légitime mais nécessaire.

Surtout, elle **ne remet nullement en cause l’équilibre financier de France Télévisions.** L’évolution des recettes publicitaires résiduelles du groupe démontre en effet la capacité de celui-ci à dégager les ressources propres nécessaires à son développement et à l’accomplissement de ses missions de service public (cf. *infra*).

Enfin, elle **reste conforme à la volonté du législateur** de suppression progressive de la publicité, celui-ci s’étant prononcé en faveur d’un dispositif graduel.

---

(1) Selon l’évaluation de la perte de recettes prévue par le plan d’affaires.

(2) Sources : ministère du Budget, des comptes publics et de la réforme de l’État et ministère de la Culture et de la communication.

## 2.– Le financement de France Télévisions préservé du fait du dynamisme de ses ressources publicitaires et de parrainage

Rappelons que le financement de France Télévisions est assuré à près de 87 % par les ressources publiques <sup>(1)</sup>. Pour autant, la réforme du service public audiovisuel n'a pas obéré la capacité de France Télévisions à mobiliser des ressources propres. Elle n'a notamment pas entamé les performances de la régie publicitaire du groupe, dont l'efficacité commerciale est reflétée par les surplus substantiels enregistrés depuis la mise en œuvre de la loi.

Ainsi, en **2009**, des **surplus** de recettes publicitaires et de parrainage à hauteur de **144,9 millions d'euros** ont été constatés par rapport aux prévisions du plan d'affaires.

En **2010**, le budget de France Télévisions prévoyait un nouveau surplus de 110 millions d'euros par rapport à ce même plan. En juin 2010, le conseil d'administration de France Télévisions a été informé que cet objectif serait à nouveau dépassé pour atteindre 372 millions d'euros de recettes de publicité et de parrainage, soit 142,6 millions d'euros de plus que les prévisions inscrites dans le plan d'affaires. Les dernières estimations effectuées au mois d'octobre 2010 laissent espérer un produit total de 430 millions d'euros, soit **une « sur-performance » de plus de 200 millions d'euros par rapport au plan d'affaires** et de près de 90 millions d'euros par rapport au budget initialement arrêté.

À la lumière de ces évolutions passées, il est alors raisonnable de considérer que **les recettes de publicité et de parrainage en 2011 dépasseront de plus de 171 millions d'euros les montants prévus au plan d'affaires** et se maintiendront à un niveau au moins égal au montant estimé à l'occasion de la première prévision de juin 2010, soit 372 millions d'euros.

Pour 2011, les ressources propres totales du groupe France Télévisions sont ainsi estimées à 384,9 millions d'euros, soit :

- 372 millions d'euros issues des recettes publicitaires et de parrainage ;
- 12,9 millions d'euros de recettes commerciales <sup>(2)</sup>.

**Au total, l'addition des ressources publiques** (contribution à l'audiovisuel public et dotation budgétaire) **et privées** (publicité, parrainage, autres recettes commerciales) **assureront au groupe France Télévision une assise financière solide** lui permettant de s'acquitter pleinement et efficacement de ses missions de service public.

---

(1) Pour 2011, le groupe doit bénéficier de 2 536 millions d'euros de ressources publiques (soit plus de 2 146 millions d'euros au titre de la contribution à l'audiovisuel public et près de 390 millions d'euros de crédits budgétaires), ses ressources propres étant estimées à près de 385 millions d'euros selon les dernières prévisions.

(2) Recettes diverses des diffuseurs (6,2 millions d'euros) et des recettes spécifiques liées au média global (6,7 millions d'euros).

**ÉVOLUTION DES RECETTES DE PUBLICITÉ ET DE PARRAINAGE  
DE FRANCE TÉLÉVISIONS 2007-2011**

*(en millions d'euros)*

2007	2008	2009		2010			2011	
Réalisé	Réalisé	Plan d'affaires / Budget	Réalisé	Plan d'affaires	Budget	Reprévisions	Plan d'affaires	Prévisions
788,5	591,3	260	404,9	229,4	339	juin : 372 octobre : 430	200,8	372

*Source : direction générale des médias et des industries culturelles.*

**B.- LA POSITION DU RAPPORTEUR SPÉCIAL : ALIGNER LE MORATOIRE  
SUR LA DURÉE DU MANDAT DU PRÉSIDENT DE FRANCE  
TÉLÉVISIONS ET DU COM**

Favorable au principe du moratoire, le Rapporteur spécial estime toutefois nécessaire d'en adapter les modalités d'application. Ainsi serait-il cohérent de **faire coïncider la durée du moratoire avec la durée du mandat du président de France Télévisions et du nouveau COM qui couvrira ce mandat.**

Le président du groupe ayant été nommé à compter du 22 août 2010 <sup>(1)</sup>, le Rapporteur spécial aurait pu proposer une extension du moratoire jusqu'au 23 août 2015. **Il propose un moratoire jusqu'au 4 janvier 2016.**

Il apparaît en effet préférable de maintenir le dispositif sur une année 2015 complète. Le moratoire couvrirait ainsi l'intégralité du mandat du président de France Télévisions tout en garantissant une nécessaire visibilité stratégique à la régie France Télévision Publicité comme aux investisseurs. En outre, cette extension ne lierait pas exagérément le futur président du groupe puisqu'elle subsisterait uniquement pendant les quatre premiers mois de son mandat.

Au regard de ces considérations, le Rapporteur spécial propose donc une suppression de la publicité diurne au 4 janvier 2016, date qui correspond au premier lundi de cette même année <sup>(2)</sup>.

\*

\* \*

*La Commission est saisie de l'amendement II-CF-24 du Rapporteur spécial.*

*(1) Décret du 22 juillet 2010 portant nomination du président de la société nationale de programme France Télévisions.*

*(2) La même logique avait présidé au choix de la date du 5 janvier 2009 quand il s'était agi de supprimer la publicité entre 20 heures et 6 heures.*

**M. Patrice Martin-Lalande, Rapporteur spécial.** Je vais laisser au Rapporteur général, cosignataire de l'amendement, le soin de le présenter.

**M. Gilles Carrez, Rapporteur général.** Le Gouvernement propose de repousser de 2011 à 2014 la suppression de la publicité en journée. L'amendement vise à retarder cette échéance de deux années supplémentaires, en la fixant à 2016, cela pour l'ajuster à la durée du mandat du président de France Télévisions et à celle du nouveau contrat d'objectifs et de moyens, qui courra jusqu'à la fin de l'année 2015.

**M. le Rapporteur spécial.** Il s'agit en effet d'une question de cohérence. En outre, nous devons donner à France Télévisions du temps pour qu'elle soit à même de mener une politique ambitieuse. Confrontée à l'évolution de son cadre juridique, à une crise de la publicité et à un développement d'Internet qui n'a pas encore produit tous ses effets, la régie publicitaire doit quant à elle trouver son rythme de croisière. Nous aurons en 2016 tous les éléments en main pour trancher clairement entre le maintien de la publicité diurne et la suppression de toute publicité.

**M. Charles de Courson, Président.** Selon une expression chère à notre Rapporteur général, il convient aussi de « protéger les recettes ».

**M. Henri Nayrou.** Cet amendement est bienvenu, sachant que France Télévisions va perdre 76 millions d'euros de dotation publique par rapport au plan d'affaires 2009-2012 qui figure dans l'avenant au contrat d'objectifs et de moyens.

**M. le rapporteur spécial.** M. Nayrou, il convient de prendre en compte l'ensemble des recettes – publiques comme privées – dont dispose France Télévisions. Le dynamisme des recettes de publicité et de parrainage depuis 2009 et les surplus enregistrés plaident pour un rebasage de la dotation publique. Au total le financement du groupe est pleinement assuré.

**M. François Goulard.** Chacun comprend bien pourquoi il faut autoriser la publicité diurne et interdire la publicité nocturne. Considérant que la durée du jour n'est pas constante tout au long de l'année, ne pourrait-on pas toutefois introduire une limite variable ?

**M. Charles de Courson, Président.** Nous avons débattu d'un problème similaire à l'occasion de la loi sur la chasse : qu'est-ce que l'aube et qu'est-ce que le crépuscule ? Je crois me souvenir que nous nous sommes alignés sur le calendrier des Postes, en ajoutant trente minutes à ce qu'il indique.

*La Commission adopte l'amendement II-CF-24.*

*Elle examine ensuite l'amendement II-CF-133 rectifié de M. Gaël Yanno.*

**M. Gaël Yanno.** La publicité « nocturne » sur les chaînes publiques a été supprimée, en métropole, à compter du premier lundi de l'année 2009 ; la

suppression totale des messages publicitaires devait intervenir au 30 novembre 2011, mais nous avons reporté la date au premier lundi de l'année 2016. Outre-mer, en revanche, la publicité diffusée en soirée n'a pas été supprimée. La loi prévoit, pour le moment, que la publicité y sera totalement supprimée au 30 novembre 2011.

Cet amendement, cosigné par le Rapporteur spécial, demande que la publicité en soirée soit supprimée outre-mer à l'extinction de l'analogique, c'est-à-dire au plus tard le 30 novembre 2011, et que la publicité en journée soit supprimée en même temps qu'en métropole, le premier lundi de l'année 2016, sous réserve qu'existe une offre de télévision privée. On pourrait dire qu'il s'agit d'un amendement de cohérence.

*La Commission **adopte** l'amendement II-CF-133 rectifié.*

*Suivant l'avis favorable du Rapporteur spécial, elle **adopte** ensuite l'article 76, rattaché, **modifié**.*

\*

\* \*





*Article additionnel après l'article 76*

**Encadrement des modalités de financement de France Télévisions**

Insérer l'intitulé et l'article suivants:

Médias, livre et industries culturelles

« Le dernier alinéa du VI de l'article 53 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication est ainsi complété :

« Le cas échéant, le montant de cette compensation est réduit à due concurrence du montant des recettes propres excédant le produit attendu de ces mêmes recettes tel que déterminé par le contrat d'objectifs et de moyens ou ses éventuels avenants conclus entre l'État et la société mentionnée au I de l'article 44. » »

\*

\* \*

*La Commission examine l'amendement II-CF-87 du Rapporteur spécial.*

**M. le Rapporteur spécial.** L'amendement vise à régler de manière satisfaisante le problème de l'excédent des recettes publicitaires et de parrainage de France Télévisions, dont le montant est loin d'être négligeable : près de 150 millions d'euros l'an dernier, probablement 200 cette année, dont plus de 142 sont déjà acquis, et, selon les prévisions, plus de 171 millions d'euros l'an prochain.

Actuellement, l'État actionnaire et France Télévisions signent un contrat d'objectifs et de moyens (COM), afin de couvrir les dépenses justifiées. On définit d'abord les objectifs, puis les dépenses, et on arrête les recettes en fonction de celles-ci. L'État, qui finance France Télévisions à 87 %, est particulièrement attentif à ce que les recettes publicitaires supplémentaires, qui, par définition, n'ont pas été prises en compte dans le contrat, soient utilisées à des dépenses jugées contractuellement indispensables. Cet amendement propose d'encadrer l'utilisation de ce surplus, pour la soumettre à la règle de droit commun s'agissant des recettes de l'entreprise : la contractualisation.

En cas d'excédent, l'État et France Télévisions examineront si des dépenses nécessaires n'ont pas été prises en compte dans le contrat d'objectifs et de moyens, et en évalueront le montant. On peut imaginer que celui-ci exige, pour être couvert, la totalité du surplus de recettes publicitaires, mais, puisque ce sont les dépenses qui justifient les recettes et non l'inverse, il faut aussi envisager le cas, actuellement probable, où ce surplus excéderait le surcroît de dépenses. Dans cette hypothèse, un avenant – négocié comme le COM entre l'État et France Télévisions et adopté après avis du CSA et du Parlement – sera ajouté au contrat

initial, établissant précisément le complément de dépenses indispensables et le complément de ressources correspondant.

Supposons qu'un accord s'établisse sur 100 millions d'euros de dépenses complémentaires justifiées, alors que 200 millions de recettes supplémentaires seraient comptabilisés : l'avenant prévoira que les 100 millions d'euros d'excédent restants viendront en déduction de la compensation versée par l'État, qui s'établira l'an prochain à 390 millions. Dans ce cas, l'État ne versera *in fine* que 290 millions, parce qu'il serait anormal que France Télévisions bénéficie de ressources ne correspondant pas à des besoins de dépenses, alors que l'État continuerait de lui verser, outre le produit de la contribution à l'audiovisuel public (ex-redevance audiovisuelle), une somme visant à la dédommager de la perte des recettes de la publicité diffusée après vingt heures.

**M. Gilles Carrez, Rapporteur général.** France Télévisions est financée par le produit de la contribution à l'audiovisuel public et par les recettes publicitaires. La suppression de la publicité, d'abord après vingt heures, puis totale à partir de 2012, a justifié le versement d'une dotation de compensation. Cependant, grâce à l'efficacité de la régie et au développement des parrainages après vingt heures, les recettes publicitaires excèdent assez largement les prévisions. Par ailleurs, l'« évasion » de la publicité de France Télévisions vers les chaînes privées a été moins importante qu'on ne le pensait – M. le Rapporteur spécial a d'ailleurs déposé un amendement à ce sujet, afin de réduire à 0,5 % le taux de prélèvement sur le chiffre d'affaires publicitaires des chaînes dites historiques, et à 0,25 % pour les nouvelles chaînes de la TNT.

Passer par un avenant au contrat d'objectifs et de moyens pour régler la question de ces excédents, pourquoi pas ? Cependant, je préférerais que la totalité des suppléments de recettes soit déduite de la dotation. Dès la création du groupe de travail présidé par M. Copé, je me suis opposé à la suppression de la publicité, estimant que les finances publiques n'étaient pas en état de se substituer aux recettes que celle-ci procure, ce qui est encore plus vrai depuis la crise. Il faut, autant que possible, alléger la dotation de l'État – c'est d'ailleurs la raison pour laquelle nous nous battons pour le maintien de la publicité avant vingt heures.

Cela dit, la voie contractuelle offre l'avantage de sauver les apparences. Si l'on affichait le principe selon lequel toute recette supplémentaire diminuera la dotation de l'État, France Télévisions n'aurait plus aucune incitation à bien gérer la manne publicitaire. Inversement, on aurait tort d'alléger la contrainte financière qui pèse sur France Télévisions, car si celle-ci est assurée de recettes budgétaires et qu'elle reçoit chaque année un bonus en fonction des recettes publicitaires, il sera difficile de lui demander d'améliorer sa productivité.

**M. Charles de Courson, Président.** Est-ce à dire que vous proposez de « durcir » l'amendement ?

**M. Gilles Carrez, Rapporteur général.** Je suis favorable à l'amendement, mais je souligne que les recettes supplémentaires ne devront pas systématiquement se traduire en dépenses supplémentaires pour France Télévisions, qui doit faire des économies.

**M. Charles de Courson, Président.** Reste une ambiguïté sur la formule « le montant de cette compensation est réduit à due concurrence » : faut-il comprendre à 100 % ou à un taux éventuellement moindre, fixé par un avenant ?

**M. Alain Rodet.** Dans l'hypothèse sans doute improbable où la date butoir ne serait pas reportée à janvier 2016, l'amendement II-CF-87 conserverait-il le même intérêt ?

**M. le Rapporteur spécial.** Même si nous n'avions pas voté l'amendement II-CF-24, l'amendement II-CF-87 resterait intéressant...

**M. Charles de Courson, Président.** ...pour les années 2011 à 2014.

**M. le Rapporteur spécial.** Par ailleurs, je confirme les propos du Rapporteur général. L'amendement pose pour principe que 100 % des recettes supplémentaires viendront en déduction de la compensation versée par l'État. Mais, si France Télévisions et l'État s'accordent sur un avenant qui conclut à la nécessité de nouvelles dépenses, une part de cet excédent, pouvant aussi bien être proche de zéro qu'égale à 100 %, pourra être affectée à l'entreprise. L'amendement ne préjuge donc de rien. S'il n'y a pas avenant, la contribution de l'État sera réduite du montant du surplus de recettes. S'il y a avenant prenant acte de dépenses indispensables, France Télévisions bénéficiera de ressources équivalentes. Ces recettes publicitaires seront alors utiles, et la régie publicitaire ne devrait donc pas être découragée de rechercher l'efficacité.

**M. Jean-Claude Flory.** Dès lors qu'il existe un cliquet à la baisse pour France Télévisions, il est bon qu'un cliquet à la hausse existe également au profit de l'État, mais il faut rappeler que les dépenses complémentaires éventuelles doivent être exceptionnelles et qu'elles ne pourront être pérennisées, compte tenu du caractère non pérenne des recettes supplémentaires.

**M. le Rapporteur spécial.** Tout à fait d'accord. J'insiste sur ce point : il ne peut y avoir d'avenant qu'après accord de l'État et, comme pour le contrat d'objectifs et de moyens, après avis du CSA et du Parlement.

*La Commission adopte l'amendement II-CF-87 du Rapporteur spécial.*



## AMENDEMENTS EXAMINÉS PAR LA COMMISSION <sup>(1)</sup>

**Amendement n° II-CF-24 présenté par MM. Martin-Lalande et Gilles Carrez :**

### *Article 76*

Remplacer les mots « du 6 janvier 2014 » par les mots « du 4 janvier 2016 ».

**Amendement n° II-CF-87 présenté par MM. Martin-Lalande et Charles de Courson :**

### *Article additionnel après l'article 76*

Insérer l'intitulé et l'article suivants:

Médias, livre et industries culturelles

« Le dernier alinéa du VI de l'article 53 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication est ainsi complété :

« Le cas échéant, le montant de cette compensation est réduit à due concurrence du montant des recettes propres excédant le produit attendu de ces mêmes recettes tel que déterminé par le contrat d'objectifs et de moyens ou ses éventuels avenants conclus entre l'État et la société mentionnée au I de l'article 44. » »

**Amendement n° II-CF-88 présenté par MM. Martin-Lalande :**

### *Article 48*

#### **État B**

#### **Mission « Médias, livre et industries culturelles »**

- I. – Supprimer le programme « Presse, livre et industries culturelles ».
- II. – Ajouter les programmes « Presse », « Livre et lecture », « Industries culturelles ».
- III. – En conséquence modifier ainsi les autorisations d'engagement :

*(en euros)*

<b>Programmes</b>	<b>+</b>	<b>-</b>
Presse, livre et industries culturelles	0	695 852 418
Contribution à l'audiovisuel et à la diversité radiophonique	0	0
Action audiovisuelle extérieure	0	0
Presse	422 029 375	0
Livre et lecture	247 818 970	0
Industries culturelles	26 004 073	0
<b>TOTAUX</b>	695 852 418	695 852 418
<b>SOLDE</b>		<b>0</b>

*(1) La présente rubrique ne comporte pas les amendements déclarés irrecevables ni les amendements non soutenus en commission. De ce fait, la numérotation des amendements examinés par la commission peut être discontinuée.*

- I. – Supprimer le programme « Presse, livre et industries culturelles ».  
 II. – Ajouter les programmes « Presse », « Livre et lecture », « Industries culturelles ».  
 III. – En conséquence modifier ainsi les crédits de paiement :

(en euros)

<b>Programmes</b>	<b>+</b>	<b>-</b>
Presse, livre et industries culturelles	0	699 352 418
Contribution à l'audiovisuel et à la diversité radiophonique	0	0
Action audiovisuelle extérieure	0	0
Presse	420 529 375	0
Livre et lecture	252 818 970	0
Industries culturelles	26 004 073	0
<b>TOTAUX</b>	<b>699 352 418</b>	<b>699 352 418</b>
<b>SOLDE</b>	<b>0</b>	

### EXPOSÉ SOMMAIRE

L'objet du présent amendement est de clarifier, autant que faire se peut et dans les limites imposées par la LOLF, l'architecture budgétaire relative aux médias telle que modifiée dans le cadre du présent projet de loi de finances.

Sans opérer aucune modification quant au montant des crédits de la mission ou quant à leur répartition entre les différentes politiques publiques concernées, l'amendement propose de :

- supprimer le programme *Presse, livre et industries culturelles* ;
- recréer l'ancien programme *Presse* regroupant d'une part les crédits relatifs aux abonnements de l'État à l'AFP, et d'autre part les dotations budgétaires afférentes aux aides à la presse ;
- créer un programme dédié au livre et à la lecture ;
- créer un programme spécifique *Industries culturelles*.

**Amendement n° II-CF-133 rectifié présenté par MM. Gaël Yanno et Patrice Martin-Lalande :**

#### Article 76

Compléter ainsi cet article :

« Après les mots : « par heure d'horloge donnée. », la fin du premier alinéa du VI de l'article 53 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication est ainsi rédigée :

« À compter du 30 novembre 2011, les programmes des services régionaux et locaux de télévision de la société mentionnée au I de l'article 44 diffusés entre vingt heures et six heures sur le territoire d'un département d'outre-mer, d'une collectivité d'outre-mer régie par l'article 74 de la Constitution ou de Nouvelle-Calédonie ne comportent pas de messages publicitaires autres que ceux pour des biens ou services présentés sous leur appellation générique, sous réserve de l'existence sur le territoire de la collectivité en cause d'une offre de télévision privée diffusée par voie hertzienne terrestre en mode numérique en clair. Sous cette même réserve et à compter de la mise en œuvre de la disposition mentionnée à la deuxième phrase du premier alinéa du présent VI, cette disposition s'applique également aux programmes des services régionaux et locaux de cette même société diffusés entre six heures et vingt heures. Elle ne s'applique pas aux campagnes d'intérêt général. Le temps maximal consacré à la diffusion de messages publicitaires s'apprécie par heure d'horloge donnée. » »

## **ANNEXE : LISTE DES PERSONNES AUDITIONNÉES PAR LE RAPPORTEUR SPÉCIAL**

### **1) Administration et autorités publiques**

#### **Ministère de la Culture et de la communication**

M. François Catala, conseiller audiovisuel et numérique au cabinet du ministre

Mme Julie Narbey, conseillère affaires budgétaires et fiscales, modernisation, développement durable au cabinet du ministre

M. Vincent Peyrègne, conseiller presse écrite, Internet et nouveaux médias au cabinet du ministre

#### **Direction générale des Médias et des industries culturelles**

Mme Laurence Franceschini, directrice générale

Mme Sylvie Clément-Cuzin, sous-directrice de la presse écrite

M. Frédéric Gaston, adjoint à la sous-directrice de la presse écrite

M. Jean-Christophe Levassor, chef de bureau du secteur audiovisuel public

Mme Clémence Marty, chargée de mission - bureau du secteur de l'audiovisuel public

Mme Gabrielle Boéri, chargée de mission - bureau du secteur de l'audiovisuel public

#### **Ministère du Budget des comptes publics et de la réforme de l'État**

M. Nicolas Ragache, conseiller « culture et médias » au cabinet du ministre

Mme Marie-Astrid Ravon, sous-directrice, 8<sup>ème</sup> direction, direction du Budget

**Mission de contrôle de l’audiovisuel public**

Mme Françoise Miquel, chef de la mission

M. Jean-Charles Aubernon, contrôleur général

M. Renaud Gace, contrôleur général

**Ministère des Affaires étrangères et européennes**

M. Jean-Christophe Fleury, sous-directeur de l’audiovisuel extérieur

**Conseil supérieur de l’audiovisuel**

M. Michel Boyon, président

M. Olivier Japiot, directeur général

**Autorité de la concurrence**

M. Bruno Lasserre, président

M. Fabien Zivy, chef de service du président

M. Eric Cuziat, rapporteur général adjoint

**Conseil économique social et environnemental**

M. Christian Dutoit, membre de la section des Activités productives, de la recherche et de la technologie

M. Philippe de Ratuld, administrateur

M. Fabrice Bergeron, administrateur adjoint



## **2) Audiovisuel public**

### **Radio France**

M. Jean-Luc Hees, président

M. Patrick Collard, directeur général délégué

Mme Bérénice Ravache, secrétaire générale

Mme Lucie Muniesa, directrice financière

### **ARTE-France**

M. Jérôme Clément, président

M. Jean Rozat, directeur général

Mlle Clémence Weber, responsable relations institutionnelles

### **France Télévisions**

M. Rémy Pflimlin, président-directeur général

M. Martin Ajdari, directeur général délégué à la gestion, aux finances et aux moyens

M. Patrice Papet, directeur général délégué à l'organisation, au dialogue social et aux ressources humaines,

M. Kim Pham, directeur général adjoint chargé de la gestion

Mme Anne Grand d'Esnon, directrice des relations institutionnelles

Mme Juliette Rosset-Cailler, direction des relations institutionnelles

### **Représentants des personnels de France Télévisions**

- CFTC

M. Bernard Persia

M. Sélim Fares

- SNJ-CGT

M. Jean-François Téaldi, secrétaire général

- SNRT-CGT

M. Marc Chauvelot, secrétaire général

- FO

M. Jean-Michel Seybald, délégué syndical central

- SUD

M. Jean Lemesle-Corneille

- SNJ

Mme Carole Donnet-Petit, secrétaire générale, SNJ France Télévisions

Mme Dominique Pradalié

- SITR

M. Gilles Julien, secrétaire général

- SRCTA-UNSA

M. Jean-Paul Askenasi, co-secrétaire général

M. Jacques Rutman, co-secrétaire général

- CFDT

M. Christophe Pauly, secrétaire général CFDT Médias

Mme Catherine Guilbault

- SNPCA-CGC

M. Nuno Marçal, délégué central SNPCA-CGC

M. Olivier Montabiol, grand reporter, SNPCA-CGC

M. Serge Léger, CGC

### **Audiovisuel extérieur de la France (AEF)**

M. Alain de Pouzilhac, président-directeur général

Mme Christine Ockrent, directrice générale déléguée

### **GIP France télé numérique**

M. Louis de Broissia, président

M. Olivier Gerolami, directeur général

### **3) Audiovisuel privé**

#### **TF1**

M. Nonce Paolini, président-directeur général

M. Laurent Solly, président de TF1 Digital, dorénavant directeur général de TF1 Publicité

M. Jean-Michel Counillon, secrétaire général

Mme Marie-Charlotte Guichet, directrice relations institutionnelles

#### **Canal +**

M. Bertrand Méheut, président-directeur général

M. Olivier Zegna-Rata, directeur des relations extérieures

#### **M6**

M. Nicolas De Tavernost, président du directoire

Mme Karine Blouët, secrétaire générale

#### **Groupe NextRadioTV**

M. Alain Weil, président

### **Représentants des chaînes de la TNT**

M. Léonidas Kalogeropoulos, conseiller de NRJ Group

Mme Françoise Marchetti, secrétaire générale du pôle télévision NRJ Group

Mme Peggy Le Gouvello, directrice des relations institutionnelles de Bolloré Média

M. Aurélien Pozzana, conseiller de BFM TV, groupe NextRadioTV

### **Lagardère Active**

M. Didier Quillot, président du directoire

M. Arnaud Decker, directeur des relations institutionnelles

### **Groupe Orange**

M. Xavier Couture, directeur des contenus

### **Institut national de l'audiovisuel**

M. Mathieu Gallet, président

M. Olivier Lombardie, secrétaire général

M. Max Benoit, directeur général délégué chargé de l'audit

## **4) Presse**

### **Agence France-Presse (AFP)**

M. Emmanuel Hoog, président-directeur général

M. Antoine Ludier, directeur administratif et financier

Mme Sylvie Vormus, directrice de la communication et de la marque

**Mission Cardoso**

M. Aldo Cardoso

M. Brice Blondel, co-rapporteur de la mission, auditeur à la Cour des comptes

**Conseil supérieur des messageries de presse (CSMP)**

M. Jean-Pierre Roger, président

**Presstalis**

Mme Anne-Marie Couderc, directrice générale

Mme Sophie Duhamel, directrice de la communication

Mme Hélène Sadaka, directrice du programme de transformation et des systèmes d'information

**Messageries Lyonnaises de Presse (MLP)**

M. Patrick André, directeur général délégué

M. Léonidas Kalogeropoulos, conseiller des MLP

**Syndicat de la presse quotidienne nationale (SPQN)**

M. Francis Morel, président

M. Denis Bouchez, directeur

**Syndicat de la presse quotidienne régionale (SPQR)**

M. Jacques Hardouin, président de *La Voix du Nord*

M. Vincent de Bernardi, directeur du SPQR

Mme Haude d'Harcourt, conseillère relations pouvoirs publics

**Syndicat de la presse magazine (SPM)**

M. Marc Feuillée, président

Mme Pascale Marie, directrice générale

**Syndicat de la presse indépendant d'information en ligne (SPIIL)**

M. Maurice Botbol, président du SPIIL, fondateur d'Indigo Publications

M. Pierre Haski, cofondateur de Rue 89

**Fédération nationale de la presse d'information spécialisée (FNPS)**

M. Fabrice Du Repaire, président

M. Charles-Henry Dubail, directeur de Victoires Editions

Mme Marianne Berard-Quelin, président-directeur général de la Société générale de presse

**Représentants de la presse gratuite**

M. Jean-Michel Arnaud, président du conseil d'administration de Publications Metro France

M. Pierre-Jean Bozo, président de 20 Minutes France

M. Emmanuel Beaurepaire, directeur des affaires publiques Le Public Système

**Ringier France**

M. Jean-Clément Texier, président de Ringier France, président-directeur général de la COFICOM

### **5) Personnalités qualifiées**

M. Jean-Marie Charon, ingénieur d'études au Centre national de la recherche scientifique

M. Patrick Eveno, professeur à l'Université Paris I Panthéon-Sorbonne

M. Bruno Patino, chef du pôle « Le choc d'Internet : quel modèle pour la presse écrite » - États généraux de la presse écrite

### **Fédération française des télécoms (FFT)**

M. Yves Le Mouël, directeur général

Mme Dahlia Kownator, directrice générale adjointe

### **Union des annonceurs (UDA)**

M. Gérard Noël, vice président-directeur général

M. Didier Beauclair, direction des médias et relations agences

### **Syndicat des industries de matériels audiovisuels électroniques (SIMAVELEC)**

M. Philippe Citroën, président

### **Syndicat des régies Internet (SRI)**

M. Luc Tran Thang, président

Mme Marie Delamarche, directrice déléguée