



N° 3805

ASSEMBLÉE NATIONALE

CONSTITUTION DU 4 OCTOBRE 1958

TREIZIÈME LÉGISLATURE

Enregistré à la Présidence de l'Assemblée nationale le 12 octobre 2011

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 2012** (n° 3775),

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
SYNTHÈSE	7
CHAPITRE PREMIER : UN EFFORT FINANCIER ADAPTÉ À L'ÉVOLUTION DES BESOINS DU SECTEUR	13
I.- UNE LÉGISLATURE 2007-2012 PROFONDÉMENT RÉFORMATRICE DANS LE DOMAINE DES MÉDIAS	13
A.- DES RÉFORMES TOUS AZIMUTS.....	13
B.- LE SUIVI DES RECOMMANDATIONS DE LA COUR DES COMPTES AUX ORGANISMES DE L'AUDIOVISUEL PUBLIC	16
II.- L'ACHÈVEMENT DE PLUSIEURS DOSSIERS MAJEURS PERMET UNE DIMINUTION DE LA DOTATION GLOBALE	19
A.- RAPPEL SUR LA PROGRAMMATION 2011-2013	19
B.- L'ACHÈVEMENT D'EFFORTS EXCEPTIONNELS : PLAN TRIENNAL POUR LA PRESSE, PASSAGE À LA TNT, CONSTITUTION DE L'AEF ET FINANCEMENT DE LA « CARTE MUSIQUE JEUNES »	19
III.- LA HAUSSE DE LA CONTRIBUTION À L'AUDIOVISUEL PUBLIC (CAP)	26
A.- LES MONTANTS UNITAIRES DE LA CAP EN 2012.....	26
B.- LA HAUSSE DU PRODUIT GLOBAL PERMET D'AUGMENTER LA PART ALLOUÉE À CHAQUE BÉNÉFICIAIRE, SAUF FRANCE TÉLÉVISIONS.....	27
C.- LES DÉGRÈVEMENTS DE CAP POUR 2011 : LA BAISSÉ TENDANCIELLE DES « DROITS ACQUIS »	29
IV.- LE COMPTE D'AFFECTATION SPÉCIALE RELATIF À L'UTILISATION DU SPECTRE HERTZIEN : UNE PREMIÈRE UTILISATION EN 2012 ?	31
V.- PLUS DE 195 MILLIONS D'EUROS D'AIDES FISCALES EN FAVEUR DE LA PRESSE	33
CHAPITRE DEUXIÈME : LE SERVICE PUBLIC AUDIOVISUEL	35
I.- L'AUDIOVISUEL À L'ÈRE DU NUMÉRIQUE ET DE LA MOBILITÉ	35
A.- LE SUCCÈS DU DÉPLOIEMENT DE LA TÉLÉVISION NUMÉRIQUE TERRESTRE	35
B.- LA TÉLÉVISION DE DEMAIN : LA TV CONNECTÉE.....	39
C.- DES INTERROGATIONS PERSISTANTES SUR LA TÉLÉVISION MOBILE PERSONNELLE.....	40
D.- LA RADIO NUMÉRIQUE TERRESTRE : BONNES OU MAUVAISES ONDES ?	41
II.- L'AUDIOVISUEL PUBLIC « HEXAGONAL »	44
A.- FRANCE TÉLÉVISIONS	44
1.- La visibilité du mode de financement jusqu'en 2016	44

2.– Clarifier les relations financières entre l'entreprise et l'État	45
3.– Les grandes orientations du COM 2011-2015	46
4.– Mener à bien la réorganisation du groupe	48
5.– L'évolution du coût de grille.....	51
B.– ARTE-FRANCE.....	52
1.– Des résultats satisfaisants en matière de gestion, mais par pour l'audience	52
2.– La stratégie de reconquête de la chaîne pour 2012	54
C.– RADIO FRANCE	55
1.– Des audiences stables en 2010	55
2.– La stratégie : identité des chaînes et nouvelles technologies.....	57
3.– La poursuite d'un chantier exceptionnel : la réhabilitation de la Maison de Radio France	58
D.– L'INSTITUT NATIONAL DE L'AUDIOVISUEL.....	59
1.– Les axes stratégiques : préservation, valorisation, formation	59
2.– La poursuite du Plan de sauvegarde et de numérisation	60
3.– L'École de l'INA : une insertion professionnelle réussie dès la première promotion	61
III.– ACHEVER LA CONSTITUTION DE L'AUDIOVISUEL EXTÉRIEUR	62
A.– HOLDING AEF : DES DOTATIONS CALIBRÉES À DES BESOINS RÉDUITS	62
1.– Des financements adaptés à la nouvelle situation de l'AEF	62
2.– Les orientations du futur (?) COM	62
B.– TV5 MONDE : L'ACHÈVEMENT DU PLAN STRATÉGIQUE 2009-2012	64
C.– FRANCE 24 : PERFORMANCES ET ORIENTATIONS POUR 2012	66
D.– RFI : CONCLURE LE PROCESSUS D'INCLUSION AU SEIN DE L'AEF.....	69
1.– Mener à terme les dernières opérations préalables à la fusion	69
2.– Les axes stratégiques pour 2012.....	70
CHAPITRE TROISIÈME : LE SOUTIEN PUBLIC À LA PRESSE	71
I.– LES DONNÉES ÉCONOMIQUES D'UN SECTEUR TOUJOURS MENACÉ	71
A.– LA BAISSÉ DE LA DIFFUSION SE POURSUIT	71
B.– DES CHIFFRES D'AFFAIRES STRUCTURELLEMENT DÉCROISSANTS.....	72
II.– LA NÉCESSAIRE REFONTE DU SYSTÈME DES AIDES À LA PRESSE : DU RAPPORT CARDOSO AUX CONCLUSIONS MAISTRE	74
A.– LES PRÉCONISATIONS DU RAPPORT CARDOSO	74
B.– LA MISSION MAISTRE : UNE CONCERTATION MENÉE AVEC LES PROFESSIONNELS.....	75

III.– LES AIDES À LA PRESSE POUR 2012 : UN EFFORT PUBLIC QUI DEMEURE SOUTENU	76
A.– UN REBASAGE DES DOTATIONS À UN NIVEAU DE SOUTIEN FORTEMENT SUPÉRIEUR À CELUI D'AVANT LES ÉTATS GÉNÉRAUX DE LA PRESSE	76
1.– Les aides à la diffusion : le soutien au portage reste important après l'effort exceptionnel	77
2.– Les aides au pluralisme : des dotations sanctuarisées	79
3.– Les aides à la modernisation : la création du fonds stratégique pour le développement de la presse	79
B.– LES DISPOSITIFS FISCAUX DE SOUTIEN À LA PRESSE	83
1.– Mettre fin à la discrimination fiscale en matière de TVA pour la presse en ligne	83
2.– La prorogation de deux dispositifs fiscaux en faveur de la presse	84
3.– Le mécénat	85
4.– Les exonérations et abattements de fiscalité locale	85
IV.– L'AGENCE FRANCE-PRESSE	86
A.– LE COM 2009-2013 : LA STRATÉGIE MULTIMÉDIA	86
B.– MAJORITAIREMENT AUTO-FINANCÉE, L'AFP CONTINUE DE BÉNÉFICIER DU SOUTIEN DE L'ÉTAT	87
C.– TOUJOURS EN SUSPENS, LA QUESTION DE L'ÉVOLUTION DU STATUT NE DOIT PAS ÉCLIPSER L'ESSENTIEL	87
CHAPITRE QUATRIÈME : LE LIVRE ET LES INDUSTRIES CULTURELLES	89
I.– LE FINANCEMENT PUBLIC DE LA POLITIQUE DU LIVRE ET DE LA LECTURE	89
A.– LA BIBLIOTHÈQUE NATIONALE DE FRANCE	89
1.– La rénovation du quadrilatère Richelieu	90
2.– L'évolution de la fréquentation	91
3.– La poursuite de la numérisation des œuvres	91
B.– LA BIBLIOTHÈQUE PUBLIQUE D'INFORMATION	92
C.– LE CENTRE NATIONAL DU LIVRE	93
II.– LE SOUTIEN PUBLIC AUX INDUSTRIES CULTURELLES	94
A.– L'AIDE À LA MUSIQUE ENREGISTRÉE	94
B.– LE BUDGET DE LA HADOPI	94
EXAMEN EN COMMISSION	97
AMENDEMENTS EXAMINÉS PAR LA COMMISSION	103
ANNEXE : LISTE DES PERSONNES AUDITIONNÉES PAR LE RAPPORTEUR SPÉCIAL	105

L'article 49 de la loi organique du 1^{er} août 2001 relative aux lois de finances (LOLF) fixe au 10 octobre la date limite pour le retour des réponses aux questionnaires budgétaires.

À cette date, 75 % des réponses étaient parvenues au Rapporteur spécial.

SYNTHÈSE

1.– Un effort financier adapté aux besoins du secteur des médias en 2012

• Le présent projet de loi de finances propose d'inscrire à la mission *Médias, livre et industries culturelles* **1 268,1 millions d'euros en autorisations d'engagement (AE) et 1 288,2 millions d'euros en crédits de paiement (CP), soit une diminution de 12,6 % pour les premières, et de 11,4 % pour les seconds** par rapport aux montants ouverts en loi de finances initiale pour 2011.

Une telle évolution témoigne non seulement de la **participation de la mission à l'effort de réduction de la dépense publique**, mais également de **l'achèvement de plusieurs dossiers majeurs** qui auront fortement mobilisé les crédits publics au cours des exercices précédents.

Ainsi, comme prévu, 2012 consacrerait une baisse de 187,6 millions d'euros de dépenses par rapport à 2011, avec notamment :

– la fin du soutien public au terme du basculement numérique de la diffusion télévisuelle (– 105 millions d'euros) ;

– la décroissance des crédits en faveur de la presse suite à l'achèvement de l'aide triennale 2009-2011 exceptionnelle décidée à l'issue des États généraux de la presse écrite – EGPE (– 31,7 millions d'euros) ;

– une diminution des investissements nécessaires à la constitution de l'Audiovisuel Extérieur de la France (– 11,6 millions d'euros) ;

– tandis que la « Carte musique jeunes » a été intégralement financée dès 2011, et que le CNC prendra en charge les budgets d'organismes qui relevaient jusqu'alors de la présente mission (– 38 millions d'euros).

En dehors de ces évolutions, prévues et anticipées, les crédits dédiés à la politique publique des médias, du livre et des industries culturelles sont donc préservés.

• La CAP demeure la principale voie de financement de l'audiovisuel public.

Ses montants unitaires s'établissent à 125 euros pour la métropole et 80 euros outre-mer, pour un produit global de **3 290,4 millions d'euros, soit une augmentation de 2,1 %** par rapport à l'année dernière.

• Les budgets alloués aux différentes composantes de l'audiovisuel public laissent apparaître les évolutions suivantes.

➤ France Télévisions : + 1,33 % de progression par rapport à 2011

Comme la société Audiovisuel Extérieur de la France, France Télévisions bénéficie d'un financement public mixte associant CAP et crédits budgétaires. De fait, en tenant compte de l'ensemble des ressources publiques qui lui sont allouées, l'effort public total en sa faveur s'élèverait à 2 570,2 millions d'euros, en progression de 1,33 % par rapport à 2011 (soit 2 126,3 millions d'euros de CAP et 443,9 millions d'euros de crédits budgétaires).

Le groupe pourrait en outre bénéficier d'un report de crédits de 2011 sur 2012 à hauteur de 28 millions d'euros. En prenant en compte cet élément, la progression des ressources de France Télévisions serait de + 3,6 % par rapport à 2011, à 2 598,2 millions d'euros.

Le Rapporteur spécial et le Rapporteur général ont fait part de leur scepticisme quant à l'intérêt d'un tel report et ont envisagé de le supprimer. Toutefois, prenant acte et se félicitant du soutien du Gouvernement à son amendement de principe tendant à régler le cas des surplus de recettes publicitaires (cf. *infra*), le Rapporteur spécial estime avoir été pleinement entendu sur le sujet essentiel des relations financières entre l'État et France Télévisions, et il ne s'opposera donc pas au report prévu à l'article 39 du présent projet de loi de finances.

Le Rapporteur spécial, appuyé par le Rapporteur général, le rappelle : d'une part la dotation publique versée au groupe doit strictement correspondre à la perte de recettes commerciales induite par la suppression de la publicité en journée, dans la limite de la couverture des charges de service public ayant fait l'objet d'un accord entre l'entreprise et sa tutelle dans le cadre du COM et, d'autre part, l'assainissement de la situation financière de l'État commande que toute opportunité de reconstitution des recettes publiques ou de réduction de la dépense publique soit pleinement saisie.

Il convient donc de poser le principe de la prise en compte intégrale des surplus de recettes publicitaires dans le calcul de la dotation de compensation, par l'État, des pertes de recettes commerciales, permettant une réduction de la dotation à due concurrence. Ce principe aurait cependant des exceptions, les besoins et les charges supplémentaires objectivement et clairement identifiés justifiant la mobilisation de ressources complémentaires fléchées. Ces cas dérogatoires seraient traités soit par un avenant au COM, soit par la prise en compte d'actions optionnelles prévues dans le COM initial.

Rappelons que le COM 2011-2015 prévoit 2 % de croissance annuelle du budget du groupe, la progression des charges étant contenue à 1 % par an, tandis que les dépenses de programme augmenteraient de 3 % en moyenne annuelle. Les obligations de financement de la création audiovisuelle sont augmentées pour passer de 360 millions d'euros en 2009 à 420 millions d'euros par an (dont 285 millions d'euros pour la fiction, 90 millions d'euros pour le documentaire, 30 millions d'euros pour l'animation, et 15 millions d'euros pour le spectacle vivant). Cet effort s'accompagne de la création d'un service d'audit des coûts des producteurs afin de rendre encore plus efficace ces investissements dans la création.

Autre objectif : l'augmentation de production de contenu spécifique en régions et outre-mer.

L'objectif de recettes publicitaires est de 425 millions par an. La conjoncture économique et la baisse des audiences due notamment aux concurrences nouvelles en font un objectif ambitieux.

Le numérique constitue l'objectif clef de France Télévisions, avec l'ambition de décliner sur tous les supports la diffusion des contenus. La création d'une direction du numérique répond à cette préoccupation.

Enfin, la constitution de l'entreprise unique sera pleinement effective avec l'adoption d'outils de gestion communs, des instances représentatives de l'ensemble du personnel, de nouvelles conventions collectives, et l'unification des services support.

➤ ARTE-France : + 7,3 % pour reconquérir le public grâce à une nouvelle offre éditoriale

La chaîne bénéficierait de **270,2 millions d'euros**, une dotation nécessaire pour mettre en œuvre ses orientations stratégiques. Elle permettra notamment de renforcer l'offre éditoriale en proposant une grille renouvelée, plus attractive, plus lisible et plus adaptée afin de reconquérir les publics. Dans la même perspective, la chaîne mobilisera également ses moyens pour enrichir et approfondir l'offre proposée sur les nouveaux médias.

➤ **Radio France : +3,8 % afin de poursuivre notamment la réhabilitation de la Maison de Radio France**

Les 629,8 millions d'euros alloués au groupe radiophonique public lui permettront notamment de poursuivre :

- le renforcement de l'identité de chacune de ses chaînes ;
- le développement des nouvelles technologies (refonte des sites internet et présence sur les nouveaux supports de diffusion et de consommation) ;
- le chantier de réhabilitation de la Maison de Radio France, point crucial de l'avenir du groupe.

➤ **L'AEF : –3,5 % au terme d'une période d'investissements lourds pour bâtir l'audiovisuel extérieur**

Une dotation de 320,3 millions d'euros, serait allouée à l'AEF, ce montant témoignant d'une diminution de 3,47 % par rapport à 2011 (soit 170,2 millions d'euros de CAP et 150,1 millions d'euros de dotation budgétaire). Après une année 2011 qui aura constitué le point culminant de l'effort public en faveur de la reconstitution de notre audiovisuel extérieur, cette dotation consacre une réévaluation du soutien conforme à l'entrée de l'AEF dans son rythme de croisière budgétaire, les investissements les plus importants ayant été opérés lors des exercices antérieurs.

Outre l'achèvement de la réforme avec la fusion juridique de toutes les composantes de l'AEF, il conviendra qu'un COM soit enfin signé entre la société et la tutelle. Toujours annoncé, il est sans cesse repoussé depuis trois ans. Les négociations sont en bonne voie, et le Rapporteur spécial souligne à nouveau l'urgence de les conclure.

➤ **L'Institut national de l'audiovisuel : +2,1 % pour poursuivre la stratégie de préservation, de valorisation et de formation de l'Institut**

L'INA obtiendrait 93,9 millions d'euros de financement public, un montant conforme avec ses objectifs et sa stratégie.

2.– L'audiovisuel face aux mutations technologiques : entre plein succès et pleine expectative

- Le succès indéniable de la Télévision Numérique pour Tous

Le 30 novembre prochain, il sera mis un terme à la diffusion analogique en France. À ce titre, il convient de **saluer l'action résolue des pouvoirs publics et du GIP France Télé Numérique**, qui ont permis un passage au tout numérique sans problème majeur et dans un temps record.

Le Rapporteur spécial tient toutefois à insister sur ce point : le suivi du passage au tout numérique nécessitera assurément une attention particulière des pouvoirs publics. **Il s'agira d'être vigilant quant à la vie du réseau post-passage** afin d'éviter toute déconvenue. Dans ce cadre, l'Agence nationale des fréquences (ANFR) pourrait être appelée à jouer un rôle important.

- La TV connectée : la télévision de demain

La TV connectée constitue une innovation technologique qui risque de bouleverser l'économie de l'audiovisuel comme le marché des communications électroniques.

Porteuse de grandes opportunités, elle soulève toutefois plusieurs questions tendant notamment :

- aux choix technologiques qui porteront son déploiement ; à cet effet, il conviendra de parer à toute tentative de concentration et de fragmentation de l'offre qui pourrait conduire à l'exclusion des consommateurs, producteurs de contenus et développeurs de service ;

- à la répartition de la valeur ajoutée entre producteurs et diffuseurs de contenus ;
- aux modalités de régulation des nouveaux contenus.

• TMP (télévision mobile personnelle) et RNT (radio numérique terrestre) : des dossiers en suspens face à la réserve des acteurs

Outre que l'équilibre économique de ces deux projets reste encore indéterminé, la conjoncture économique actuelle n'incite pas les acteurs à investir massivement dans de nouveaux types de réseaux qui supposent un effort financier conséquent que les professionnels comme les pouvoirs publics ne peuvent assumer à court terme.

3.– Le secteur de la presse reste solidement soutenu

2011 constituait la dernière année du plan triennal de soutien à la presse. Le projet de loi de finances pour 2012 en prend acte et propose d'attribuer un montant global de 424,8 millions d'euros au titre des aides budgétaires à la presse, en baisse de 8,5 % par rapport aux crédits ouverts en loi de finances initiale pour 2011 (agrégation des crédits inscrits aux missions *Économie et Médias, livre et industries culturelles*).

Sur le **programme Presse** de la mission *Médias, livre et industries culturelles*, les financements alloués atteindraient **272,8 millions d'euros** en crédits de paiement, et connaîtraient donc une **baisse substantielle de 10,4 %**.

Si la décroissance des crédits pour 2012 se réalise comme prévu, il n'en demeure pas moins que **le montant global des aides publiques à ce secteur reste largement supérieur au niveau qui était le sien en 2008, avant la réunion des États généraux de la presse écrite** (EGPE) et la mise en œuvre de leurs préconisations entre 2009 et 2011. En 2008, seuls 170 millions d'euros figuraient au programme 180 *Presse*. La dotation pour 2012, reste donc de 60 % supérieure à cette base.

Il était très difficile d'opérer un retour pur et simple des aides à la presse à un niveau équivalent au montant alloué avant le soutien exceptionnel triennal. **Le Rapporteur spécial tient toutefois à rappeler que l'effort public particulièrement soutenu accordé depuis 2009 n'est que transitoire**, qu'il a clairement été présenté comme tel par les pouvoirs publics et accepté comme tel par les professionnels du secteur. Les fortes revalorisations opérées ces trois dernières années sur les dispositifs d'aide ne sauraient donc se transformer en une dotation structurelle et pérenne à ce même niveau.

4.– L'Agence France-Presse : la question du statut ne doit pas éclipser l'essentiel, la poursuite de la stratégie multimédia

L'AFP bénéficierait de 117,5 millions d'euros au titre des missions d'intérêt général qu'elle assume et des abonnements que l'État souscrit auprès d'elle (+ 1,8 % par rapport à 2011).

La question de la réforme du statut de l'AFP fait toujours l'objet de vifs débats. Il paraît sage de ne pas brusquer le processus, au risque de mettre en péril la stratégie volontariste et efficace menée par l'AFP depuis plusieurs années. **En effet, si la question du statut revêt une importance indéniable, c'est la stratégie et le positionnement de la troisième agence de presse mondiale dans le nouvel environnement économique et technologique planétaire qui sont essentiels et sur lesquels doivent prioritairement porter les efforts.**

5.– L'effort public en faveur du livre : la poursuite des actions

Pour 2012, 263 millions d'euros de crédits de paiement seraient alloués au soutien au livre et à la lecture (+ 4,1 %). Cette politique est largement prise en charge par les trois opérateurs du programme que sont la Bibliothèque nationale de France (BNF), la Bibliothèque publique d'information (BPI) et le Centre national du livre (CNL).

6.– Les premiers succès de la « réponse graduée » et de l'offre légale

11,7 millions d'euros seraient inscrits à cette action, dont la quasi-totalité des crédits permettrait de couvrir le budget de la **Haute autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur Internet** (HADOPI).

Le dispositif de « **réponse graduée** » fait montre de résultats positifs. Fin septembre 2011, la HADOPI avait envoyé quelque 650 000 premières recommandations, 44 000 secondes recommandations, tandis qu'une soixantaine de dossiers étaient en instance d'instruction par la commission de protection des droits au stade de la troisième étape.

Un volet incitatif, complémentaire du volet répressif, est nécessaire afin de modifier les habitudes de consommation des internautes et de les orienter vers les offres légales. Tel est l'objet de la **labellisation**, par laquelle la Haute autorité identifie les sites et plateformes susceptibles de présenter aux internautes un catalogue attractif respectueux de la réglementation.

CHAPITRE PREMIER : UN EFFORT FINANCIER ADAPTÉ À L'ÉVOLUTION DES BESOINS DU SECTEUR

Rappelons à titre liminaire que le financement des médias repose sur deux ressources publiques :

– les crédits budgétaires, inscrits à la mission *Médias, livre et industries culturelles*, diminueraient de 12,59 % en autorisations d'engagement, passant de 1,450 milliard d'euros en 2011 à 1,268 milliard d'euros en 2012 ; les crédits de paiements seraient réduits de 11,41 %, passant de 1,454 milliard d'euros à 1,288 milliard d'euros ;

– la contribution à l'audiovisuel public (ex-redevance audiovisuelle), dont le produit – réservé à ce secteur – augmente de 2,1 % en passant de 3,222 milliards d'euros à 3,290 milliards d'euros.

Le total des ressources publiques diminuera donc de 114 millions d'euros en AE, en passant de 4,672 milliards d'euros à 4,558 milliards d'euros, et de 98 millions d'euros en CP, en passant de 4,676 milliards d'euros à 4,578 milliards d'euros.

Outre qu'elle contribue à la nécessaire diminution des dépenses publiques, cette évolution correspond aussi à l'achèvement bienvenu de plusieurs opérations qui pesaient encore l'an dernier sur le budget de l'État.

I.– UNE LÉGISLATURE 2007-2012 PROFONDÉMENT RÉFORMATRICE DANS LE DOMAINE DES MÉDIAS

A.– DES RÉFORMES TOUS AZIMUTS

Les réformes menées en faveur des médias ont occupé une place de choix dans l'activité des pouvoirs publics au cours de la XIII^{ème} législature. Une politique volontariste et particulièrement active a ainsi permis de modifier en profondeur l'ensemble des secteurs relevant du champ de la mission budgétaire analysée ici : audiovisuel « hexagonal », audiovisuel extérieur, presse, industries culturelles.

Ces réformes auront toutes fait l'objet de concertations approfondies avec l'ensemble des acteurs concernés : que l'on songe, par exemple, aux travaux de la commission relative à la nouvelle télévision publique dite « commission Copé », ou encore à la mission relative à l'audiovisuel extérieur de la France conduite par notre collègue Bernard Brochand.

Le Rapporteur spécial lui-même aura activement pris part à ces évolutions. Outre l'analyse et le suivi annuel qu'il opère dans le cadre de chaque projet de loi de finances, il aura présenté deux rapports d'information particuliers, l'un dédié à

la gestion des opérateurs de l'audiovisuel extérieur⁽¹⁾, l'autre relatif à la réforme de la redevance audiovisuelle⁽²⁾ (dorénavant contribution à l'audiovisuel public), et il aura participé, en tant que député, à tous les travaux législatifs qui ont porté ces réformes.

Le Rapporteur spécial aura en outre veillé à l'amélioration de la logique contractuelle qui régit les relations entre les différentes entités de l'audiovisuel public et les pouvoirs publics, en renforçant l'information le contrôle du Parlement sur les COM. En effet, la procédure de transmission des projets de COM aux commissions parlementaires compétentes⁽³⁾ et la possibilité pour elles de rendre un avis sur ces projets est le fruit de plusieurs amendements présentés par le Rapporteur spécial et adoptés par le Parlement à l'occasion des projets de loi de finances pour 2006 et 2007. Le Rapporteur spécial avait également plaidé pour un alignement de la durée des COM sur les mandats des présidents des sociétés et établissement de l'audiovisuel public.

Guidé par les mêmes préoccupations le Rapporteur spécial avait également porté, dans le cadre du projet de loi relatif au nouveau service public de la télévision, un amendement visant à étendre à Radio France et à l'AEF une disposition jusqu'alors applicable à la seule société France Télévisions : dorénavant, les dirigeants de ces trois sociétés rendent compte chaque année de l'exécution de leur COM devant les commissions parlementaires compétentes. Pour l'AEF, faute de conclusion d'un premier COM, cette disposition n'a pas encore été mise en œuvre.

On rappellera ici les principales évolutions intervenues dans le domaine de l'audiovisuel, de la presse et des industries culturelles, ces questions étant, le cas échéant, abordées plus en détail dans les parties thématiques du présent rapport.

- La réforme de France Télévisions : la nouvelle télévision publique

La loi n° 2009-258 du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision a permis de concrétiser la réforme voulue par le Président de la République et tendant à modifier en profondeur le régime économique et l'organisation de la télévision publique. La loi a ainsi prévu la suppression progressive de la publicité commerciale, la constitution d'une entreprise unique regroupant les différentes antennes de France Télévisions, et une nouvelle ambition éditoriale pour le groupe. En outre, cette réforme tend à favoriser l'émergence d'un « média global » visant à adapter l'offre éditoriale du service public télévisuel aux nouveaux modes de consommation et de diffusion numérique multi supports.

(1) *Rapport d'information n° 1087.*

(2) *Rapport d'information n° 671.*

(3) *Commissions des Finances et des Affaires culturelles, et, pour le cas de l'AEF, commissions chargées des Affaires étrangères.*

- La réforme de l’audiovisuel extérieur

La volonté de réformer l’audiovisuel public extérieur partait d’un constat partagé par le Gouvernement et les parlementaires. La faiblesse de pilotage stratégique de l’État, l’empilement de structures disparates auquel s’ajoutaient une multiplicité de tutelles et de sources de financement, l’insuffisante adéquation des modes de communication aux usages de chaque région du monde, la trop faible hiérarchisation de la diffusion par rapport aux nouvelles réalités géostratégiques, et l’absence de synergies entre des intervenants aux actions pourtant complémentaires nourrissaient depuis longtemps la critique sur le manque de cohérence de la politique audiovisuelle extérieure de la France.

Ainsi, une réforme a été décidée par le Président de la République, qui a vu la création de la société holding, Audiovisuel Extérieur de la France (AEF). La société AEF détient aujourd’hui 100 % du capital de RFI et de France 24 ainsi que 49 % du capital de TV5 Monde, celle-ci étant une entreprise multipartite, partenaire et non filiale de la holding AEF. Par ailleurs les crédits alloués à TV5 Monde, Radio France Internationale (RFI) et France 24 font désormais l’objet d’une enveloppe globale, la répartition des dotations incombant à la holding.

- Le basculement à la diffusion tout numérique

Conformément aux objectifs fixés par la Commission européenne, la loi n° 2007-309 du 5 mars 2007 relative à la modernisation de la diffusion audiovisuelle et à la télévision du futur a organisé l’extension de la couverture de la télévision numérique terrestre (TNT) et l’extinction anticipée de la diffusion hertzienne terrestre analogique. Elle fixe au 30 novembre 2011 la date d’extinction complète de la diffusion analogique en France. À ce titre, il convient de saluer l’action résolue des pouvoirs publics et du GIP France Télé Numérique, qui ont permis un passage au tout numérique sans problème majeur et dans un temps record.

- L’adaptation des obligations de financement de la production audiovisuelle

Le législateur a souhaité que la contribution à la production audiovisuelle porte « *entièrement ou de manière significative* » sur des œuvres dites patrimoniales, c’est-à-dire qui relèvent de l’un des genres suivants : fiction, animation, documentaires de création, y compris ceux qui sont insérés au sein d’une émission autre qu’un journal télévisé ou une émission de divertissement, vidéo-musiques et captation ou recréation de spectacles vivants.

Cette contribution des éditeurs de services peut en outre être réalisée « *en tout ou partie* » dans la production indépendante à leur égard, selon des critères d’indépendance rénovés par rapport au dispositif antérieur.

- Les États généraux de la presse écrite

La XIII^{ème} législature a été marquée par une revalorisation sans précédent des aides à la presse, en réponse aux difficultés structurelles que connaît le secteur, difficultés aggravées par une crise conjoncturelle qui a vu une dégradation de la situation économique et financière globale.

Outre des mesures d'urgence (revalorisation des dispositifs de soutien, report du volet tarifaire des accords Presse-Poste, aide exceptionnelle aux diffuseurs spécialistes et indépendants), les pouvoirs publics ont mené une action résolue visant à une refonte du soutien afin de faire émerger la presse de demain. Parmi ces mesures structurelles et de long terme, citons : le soutien en faveur du développement numérique de la presse (avec des aides dédiées et la consécration du statut d'éditeur de presse en ligne notamment), les mesures fortes en faveur de la diffusion (avec le soutien massif au portage et l'adaptation de la gouvernance du système de distribution *via* la réforme du CSMP en particulier), l'encouragement des jeunes à la lecture de la presse, la réforme en cours de la gouvernance des aides à la presse, ou encore la formalisation de nouvelles relations entre l'État et les professionnels fondées sur une logique contractuelle plus responsabilisante.

- Une lutte résolue contre le piratage des œuvres culturelles, couplée à une pédagogie incitative

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) concrétise la volonté résolue des pouvoirs publics de lutter contre le piratage des œuvres culturelles en ligne.

Cette politique a pris son essor en 2011 avec la mise en œuvre de la procédure de « réponse graduée ». En parallèle, les préconisations du rapport « Création et Internet » ont débouché sur la signature des « 13 engagements pour la musique en ligne » par l'ensemble de la filière musicale afin d'assurer le développement de la musique en ligne. Le lancement de la « Carte musique jeunes » complète le volet incitatif, en favorisant l'accès du jeune public aux offres légales de musique en ligne.

B.– LE SUIVI DES RECOMMANDATIONS DE LA COUR DES COMPTES AUX ORGANISMES DE L'AUDIOVISUEL PUBLIC

De longue date, le Rapporteur spécial est convaincu qu'un dialogue constructif et un travail mené en bonne intelligence entre les institutions chargées du contrôle des structures et des politiques publiques ne peut produire que des résultats bénéfiques aux contrôleurs comme aux contrôlés. Rappelons que le Rapporteur spécial avait été à l'origine de la première demande d'enquête formulée par la commission des Finances de l'Assemblée nationale à la Cour des

comptes ⁽¹⁾ sur le fondement de la mission d'assistance de celle-ci au Parlement, prévue par l'article 47 de la Constitution et précisée par l'article 58 de la loi organique du 1^{er} août 2001 relative aux lois de finances.

Partageant l'essentiel des observations formulées par la Cour des comptes à l'occasion de ses différents travaux, et sans détailler outre mesure des aspects qui seront traités dans les parties thématiques du présent rapport, le Rapporteur spécial a tenu à opérer un suivi des plus récentes recommandations de la Haute juridiction financière aux organismes de l'audiovisuel public :

- Radio France, contrôlée en 2005 ;
- l'INA, contrôlé en 2008 ;
- l'AEF, contrôlé en 2009 ;
- France Télévisions, laquelle a fait l'objet d'un rapport public thématique en octobre 2009 ⁽²⁾.

Le tableau suivant qui synthétise les suites données aux principales observations des magistrats financiers, notamment en matière de gestion.

(1) *Rapport d'information n° 1801 de M. Patrice Martin-Lalande* « Les conventions collectives des personnels de l'audiovisuel public ».

(2) France Télévisions et la nouvelle télévision publique.

**SUIVI DES RECOMMANDATIONS DE LA COUR DES COMPTES
AUX ORGANISMES DE L'AUDIOVISUEL PUBLIC**

Organisme contrôlé / Recommandations	Mise en œuvre effective	Mise en œuvre en cours ou partielle	En attente
INA			
Établir un plan de charge au terme du PSN (a)			
Recentrer la production et la formation			
Radio France			
Conclure un COM			
Mettre fin aux accords catégoriels			
Maîtriser les coûts de réhabilitation de la Maison de Radio France			
AEF			
Clarifier les missions			
Mutualiser les études et la commercialisation			
Définir les modalités de pilotage politique par l'État			
Opérer des synergies à moyen terme			
Conclure un COM			
Définir des objectifs en termes de ressources propres			
Procéder à des arbitrages en termes de zones et de langues de diffusion			
France Télévisions			
Approbation des contrats les plus importants par le conseil d'administration			
Détailler un plan précis et chiffré des synergies et économies attendues de l'entreprise commune			
Préciser la nature et le montant des ressources de diversification associées à la mise en place du média global			
Accélérer le déploiement d'outils de gestions partagés portant sur l'ensemble des métiers			
Privilégier un accord collectif plutôt qu'une série d'accords catégoriels dans le cadre de la renégociation ouverte par la loi du 5 mars 2009			
Mener à bien la refonte des conventions collectives et accords d'entreprise			
Procéder à un chiffrage « au premier euro » du coût de l'offre d'information définie dans le COM et en déduire les valeurs cibles à moyen terme des budgets alloués à cet effet			
Étendre la mutualisation des moyens de l'information au-delà des moyens techniques et limiter les exceptions aux seules fonctions contribuant directement à la ligne éditoriale des antennes			

II.- L'ACHÈVEMENT DE PLUSIEURS DOSSIERS MAJEURS PERMET UNE DIMINUTION DE LA DOTATION GLOBALE

A.- RAPPEL SUR LA PROGRAMMATION 2011-2013

La révision constitutionnelle du 23 juillet 2008 a consacré l'existence des lois de programmation des finances publiques⁽¹⁾ (LPFP), 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^{er} 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* ».

Dans ce cadre, les crédits de la mission Médias, livres et industries culturelles pour 2012 devaient s'élever à environ 1 261 millions d'euros en autorisations d'engagement et 1 281 millions d'euros en crédits de paiement.

ÉVOLUTION DES CRÉDITS DE LA MISSION MÉDIAS SUR LA PÉRIODE 2011-2013

(en euros)

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

(a) Suite à un amendement du Rapporteur spécial en PLF 2011, les crédits afférents font désormais l'objet d'une inscription distincte entre le programme 180 Presse et le programme 334 Livre et industries culturelles.

B.- L'ACHÈVEMENT D'EFFORTS EXCEPTIONNELS : PLAN TRIENNAL POUR LA PRESSE, PASSAGE À LA TNT, CONSTITUTION DE L'AEF ET FINANCEMENT DE LA « CARTE MUSIQUE JEUNES »

Le présent projet de loi de finances propose d'inscrire à la mission **Médias, livre et industries culturelles 1 268,1 millions d'euros en autorisations d'engagement (AE) et 1 288,2 millions d'euros en crédits de paiement (CP), soit une diminution de 12,6 % pour les premières, et de 11,4 % pour les seconds** par rapport aux montants ouverts en loi de finances initiale pour 2011. Le plafond déterminé en LPFP est donc dépassé.

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

Une telle évolution témoigne non seulement de la participation de la mission à l'effort de réduction de la dépense publique, mais également de **l'achèvement de plusieurs dossiers majeurs qui auront fortement mobilisé les crédits publics au cours des exercices précédents.**

Ainsi, 2012 verra notamment :

– la fin du soutien public au **bascullement numérique** de la diffusion télévisuelle ;

– la décroissance des crédits en faveur de la presse suite à **l'achèvement de l'aide triennale 2009-2011 exceptionnelle** décidée à l'issue des États généraux de la presse écrite (EGPE) ;

– une diminution des investissements nécessaires à **la constitution de l'audiovisuel extérieur de la France**, lequel va entrer dans son rythme de croisière budgétaire ;

– tandis que **la « Carte musique jeunes » a été intégralement financée dès 2011**, et que le CNC prendra en charge les budgets d'organismes qui relevaient jusqu'alors de la présente mission.

En dehors de ces évolutions, prévues et anticipées, les crédits dédiés à la politique publique des médias, du livre et des industries culturelles sont donc préservés. À cet égard, la diminution observée au niveau de la mission dans son ensemble reflète surtout les évolutions rappelées ci-dessus et ne doit donc pas masquer la réalité d'une **préservation responsable des financements pour 2012.**

• Les crédits du **programme 180 Presse** atteindraient 385,8 millions d'euros en AE et 390,3 millions d'euros en CP, en diminution de près de 8,5 % par rapport aux montants votés en loi de finances initiale (LFI) pour 2011. Si les crédits alloués à l'AFP au titre des abonnements que l'État souscrit et des charges de service public qui incombent à l'Agence sont préservés et en ligne avec les engagements des pouvoirs publics (117,5 millions d'euros, soit + 1,8 % par rapport à 2011 ; AE=CP), les aides à la presse connaîtraient **une diminution substantielle mais logique et anticipée, puisque 2011 constituait la dernière année du soutien exceptionnel au secteur.** Diminuant de 12,3 % en AE et de 10,4 % en CP, les crédits afférents atteindraient ainsi 268,3 millions d'euros pour les premières et 272,8 millions d'euros pour les seconds. On se reportera aux parties thématiques du présent rapport pour une analyse détaillée des différents dispositifs et de leur évolution au plan budgétaire.

• La diminution des crédits du **programme 334 Livre et industries culturelles – qui ne concerne pratiquement que les industries culturelles –** (– 13,2 % en AE à 259,3 millions d'euros et – 9,5 % en CP à près de 275 millions d'euros) s'explique aisément. D'une part la « **Carte musique jeunes** », d'un coût

de 25 millions d'euros, a été **financée en totalité l'an dernier** ⁽¹⁾. D'autre part, les financements antérieurement alloués aux organismes relevant de la politique cinématographique patrimoniale (Cinémathèque française, cinémathèques en régions etc.), soit plus de 13 millions d'euros en 2011, sont désormais pris en charge par le Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC).

• Le **programme 313 Contribution à l'audiovisuel et à la diversité radiophonique** connaîtrait une réduction importante de ses crédits de 9,75 % en AE et de 9,5 % en CP, uniquement due à la fin de l'effort public consenti en préparation du basculement à la diffusion tout numérique. En effet, **l'action dédiée Passage à la télévision tout numérique voit, logiquement, ses crédits passer à zéro** dans le cadre du présent projet de loi de finances puisque l'arrêt de la diffusion analogique sera effectif le 30 novembre prochain.

En revanche, les crédits alloués à l'expression radiophonique locale ⁽²⁾ **sont maintenus**, à hauteur de 29 millions d'euros en AE comme en CP.

Par ailleurs, les crédits de l'action France Télévisions bénéficieraient d'une revalorisation substantielle de 13,8 % par rapport à 2011, et s'établiraient à 433,9 millions d'euros (contre 389,9 millions d'euros en LFI 2011).

Les documents budgétaires indiquent que, « compte tenu de la bonne tenue des recettes publicitaires sur l'année 2011, la trajectoire financière annexée au COM 2011-2015 prévoit un moindre versement de l'État à l'entreprise de 28 millions d'euros en 2011 ».

De fait, le plan d'affaires fait figurer, pour cette même année 2011, une dotation publique de 2 464 millions d'euros alors que 2 492 millions d'euros avaient été inscrits en LFI 2011. Ce moindre versement de 28 millions d'euros se veut donc neutre pour le groupe, dont les surplus de recettes commerciales doivent couvrir ce moindre versement de crédits publics.

Toutefois, cette réfaction s'avère en réalité bénéfique pour l'entreprise : neutralisée pour 2011, elle se transforme en report de même hauteur pour 2012 puisque le présent projet de loi de finances propose de majorer de 28 millions d'euros la dotation publique allouée à France Télévisions.

Un tel report excédant le plafond de 3 % des crédits de paiement initialement inscrits au programme 313, il doit, en application de l'article 15 de la LOLF, faire l'objet d'une disposition spécifique dans le cadre du projet de loi de finances. Tel est l'objet de l'article 39 du projet de loi de finances portant majoration des plafonds de reports de crédits de paiement pour 10 programmes relevant de 7 missions différentes ⁽³⁾.

(1) Les crédits du programme avaient été abondés à hauteur de 25 millions d'euros par amendement gouvernemental.

(2) Action n° 3 Soutien à l'expression radiophonique locale.

(3) Action extérieure de l'État ; Conseil et contrôle de l'État ; Gestion des finances publiques et des ressources humaines ; Médias, livres et industries culturelles ; Relations avec les collectivités territoriales ; Sécurité civile ; Travail et emploi.

Le Rapporteur spécial et le Rapporteur général ont fait part de leur scepticisme quant à l'intérêt d'un tel report et ont envisagé de le supprimer. Toutefois, prenant acte et se félicitant du soutien du Gouvernement à son amendement de principe tendant à régler le cas des surplus de recettes publicitaires (cf. *infra*), le Rapporteur spécial estime avoir été pleinement entendu sur le sujet essentiel des relations financières entre l'État et France Télévisions, et il ne s'opposera donc pas au report prévu à l'article 39 du présent projet de loi de finances.

Le Rapporteur spécial, appuyé par le Rapporteur général, le rappelle : d'une part la dotation publique versée au groupe doit strictement correspondre à la perte de recettes commerciales induite par la suppression de la publicité en journée, dans la limite de la couverture des charges de service public ayant fait l'objet d'un accord entre l'entreprise et sa tutelle dans le cadre du COM et, d'autre part, l'assainissement de la situation financière de l'État commande que toute opportunité de reconstitution des recettes publiques ou de réduction de la dépense publique soit pleinement saisie.

Il convient donc de poser le principe de la prise en compte intégrale des surplus de recettes publicitaires dans le calcul de la dotation de compensation, par l'État, des pertes de recettes commerciales, permettant une réduction de la dotation à due concurrence. Ce principe aurait cependant des exceptions, les besoins et les charges supplémentaires objectivement et clairement identifiés justifiant la mobilisation de ressources complémentaires fléchées. Ces cas dérogatoires seraient traités soit par un avenant au COM, soit par la prise en compte d'actions optionnelles prévues dans le COM initial.

Il convient en effet de rappeler que, sur les deux exercices précédents, France Télévisions aura enregistré des surplus de recettes publicitaires qui ne s'étaient pas traduits par une minoration à due concurrence des crédits budgétaires versés : **il y a eu forte sur-compensation des pertes de recettes publicitaires.**

Ainsi, en 2009, alors que le groupe anticipait 260 millions d'euros de recettes publicitaires, 404,9 millions d'euros auront été réalisés, soit près de **145 millions d'euros de surplus**. Pour autant, l'entreprise avait conservé la quasi-totalité de sa dotation budgétaire. En effet, l'État n'avait opéré qu'une légère réfaction de 35 millions d'euros dans le cadre de la LFI 2010, laissant le surplus net à l'entreprise afin d'accélérer son retour à l'équilibre.

En 2010, le plan d'affaires prévoyait 229,4 millions d'euros de recettes publicitaires. Au final, France Télévisions aura enregistré 441,3 millions d'euros, soit une **surperformance de 211,9 millions d'euros** par rapport au plan d'affaires. Le Gouvernement avait alors opéré une nouvelle diminution de la dotation budgétaire en PLFR 2010 à hauteur de 34,6 millions d'euros.

Pour 2011, anticipant de nouveaux surplus, le Gouvernement avait décidé de réduire la dotation budgétaire de 76 millions d'euros dès la LFI 2011. De fait, alors que 200,8 millions d'euros de recettes publicitaires avaient été inscrits au

plan d'affaires au titre de 2011, le groupe comptait enregistrer 372 millions d'euros, soit un surplus net de réfaction de 95,2 millions d'euros. Ces bonnes performances devraient se confirmer puisque France Télévisions espère réaliser au moins 414 millions d'euros de recettes commerciales ⁽¹⁾ d'ici la fin de l'année. Par rapport au montant de recettes publicitaires renseigné dans le PAP 2011 – 372 millions d'euros –, ce surplus atteindrait 42 millions d'euros ⁽²⁾.

Or, d'une part la dotation publique versée au groupe doit strictement correspondre à la couverture des charges de service public ayant fait l'objet d'un accord entre l'entreprise et sa tutelle dans le cadre du contrat d'objectifs et de moyens (COM) et, d'autre part, l'assainissement de la situation financière de l'État commande que toute opportunité de reconstitution des recettes publiques ou de réduction de la dépense publique soit pleinement saisie.

Le tableau ci-dessous fait état de l'évolution des surplus réalisés sur la période 2009-2010 au regard des recettes prévues par les plans d'affaires, les réfections ayant été opérées sur le montant des recettes publiques inscrites à ces mêmes plans d'affaires.

SURPLUS RÉALISÉS PAR RAPPORT AUX PLANS D'AFFAIRES 2009-2010

(en millions d'euros)

	Recettes prévues au plan d'affaires	Recettes réalisées	Surplus	Réfaction	Solde
2009	260	404,9	+ 144,9	- 35	+ 109,9
2010	229,4	441,3	+ 211,9	- 34,6	+ 177,3
TOTAL	489,4	846,2	+ 356,8	- 69,6	+ 287,2

Au-delà de cette problématique spécifique, 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 publiques à disposition du groupe, les recettes disponibles en 2012 seraient supérieures à celles de 2011** (2 570,2 millions d'euros hors report contre 2 536,3 millions d'euros). Ce financement assure donc au groupe France Télévisions une **assise financière solide lui permettant de s'acquitter pleinement et efficacement de ses missions de service public**, sans pour autant l'exonérer d'un légitime effort tendant à contenir ses dépenses.

- Les moyens budgétaires dédiés à **l'audiovisuel extérieur** au titre du programme 115 seraient en diminution de 27,3 % et atteindraient 150,1 millions d'euros (AE=CP). Toutefois, en tenant compte du financement global de l'AEF (crédits budgétaires et contribution à l'audiovisuel public), la **baisse est inférieure**

(1) Ainsi que l'indique le budget 2011 révisé, la chaîne espère même atteindre 425 millions d'euros.

(2) Voir 53 millions d'euros, si les recettes publicitaires s'élèvent in fine à 425 millions d'euros.

à **3,5 %** (cf. *infra*). En tout état de cause, comme rappelé précédemment, une telle évolution est **conforme au passage de l'AEF en rythme de croisière budgétaire** après les investissements importants consentis les années précédentes au titre de sa montée en charge.

**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 2011	Demandés pour 2012	Variation 2012/2011
Mission Médias, livre et industries culturelles	1 450 821 233	1 268 135 741	- 12,59 %
180. Presse	421 477 426	385 813 692	- 8,46 %
01. Abonnements de l'État à l'AFP	115 428 200	117 505 908	+ 1,80 %
02. Aides à la presse	306 049 226	268 307 784	- 12,33 %
334. Livre et industries culturelles	298 823 043	259 345 850	- 13,2 %
01. Livre et lecture	247 818 970	247 664 850	- 0,06 %
02. Industries culturelles	51 004 073	11 681 000	- 77,10 %
313. Contribution à l'audiovisuel et à la diversité radiophonique	524 000 918	472 888 891	- 9,75 %
01. France Télévisions	389 900 000	443 888 891	+ 13,85 %
02. Passage à la télévision tout numérique	105 055 918	-	- 100,00 %
03. Soutien à l'expression radiophonique locale	29 045 000	29 000 000	- 0,15 %
115. Action audiovisuelle extérieure	206 519 846	150 087 308	- 27,33 %
01. Action audiovisuelle extérieure	206 519 846	150 087 308	- 27,33 %

Source : PAP 2012.

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 2011	Demandés pour 2012	Variation 2012/2011
Mission Médias, livre et industries culturelles	1 454 210 069	1 288 251 741	- 11,41 %
180. Presse	419 922 560	390 313 692	- 7,05 %
01. Abonnements de l'État à l'AFP	115 428 200	117 505 908	+ 1,80 %
02. Aides à la presse	304 494 360	272 807 784	- 10,41 %
334. Livre et industries culturelles	303 823 043	274 961 850	- 9,50 %
01. Livre et lecture	252 818 970	263 280 850	+ 4,14 %
02. Industries culturelles	51 004 073	11 681 000	- 77,10 %
313. Contribution à l'audiovisuel et à la diversité radiophonique	523 959 999	472 888 891	- 9,75 %
01. France Télévisions	389 900 000	443 888 891	+ 13,85 %
02. Passage à la télévision tout numérique	105 014 999	-	- 100,00 %
03. Soutien à l'expression radiophonique locale	29 045 000	29 000 000	- 0,15 %
115. Action audiovisuelle extérieure	206 504 467	150 087 308	- 27,32 %
01. Action audiovisuelle extérieure	206 504 467	150 087 308	- 27,32 %

Source : PAP 2012.

LA QUESTION DE L'EUROCOMPATIBILITÉ DE LA « TAXE TÉLÉCOMS »

Rappelons à titre liminaire que la loi du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision a institué deux taxes perçues au profit du budget général de l'État afin de financer le coût que représente cette réforme :

– une taxe assise sur les sommes versées par les annonceurs pour la diffusion de leurs messages publicitaires sur les services de télévision (article 302 *bis* HG du code général des impôts) ;

– une taxe assise sur le chiffre d'affaires des opérateurs de télécommunications, dite « taxe télécoms » (article 302 *bis* KH du CGI).

Cette dernière a fait l'objet d'une mise en demeure du Gouvernement français par la Commission européenne le 28 janvier 2010 au motif qu'elle ne serait pas compatible avec les dispositions de la directive 2002/20/CE du 7 mars 2002 relative à l'autorisation de réseaux et de services de communications électroniques, dite directive « autorisation », et notamment son article 12.

Les autorités françaises ont répondu le 24 mars 2010, indiquant que la taxe n'entrait pas dans le champ d'application de ladite directive et n'avait donc pas à remplir les conditions posées par son article 12.

Après avoir examiné la réponse du Gouvernement français, la Commission européenne, lui a adressé, le 30 septembre 2010, un avis motivé demandant l'abrogation de la taxe, avis auquel la France a répondu le 29 novembre 2010.

Dans son avis motivé, la Commission crée un lien direct entre la taxe et l'autorisation car elle considère que le fait générateur de la taxe est constitué par la détention de l'autorisation préalable auprès de l'Autorité de régulation des communications électroniques (ARCEP). Elle reproche ainsi aux autorités françaises d'avoir imposé aux opérateurs des charges pécuniaires autres que celles couvrant les frais de gestion, de contrôle et d'application de l'autorisation, les droits d'utilisation, les obligations spécifiques visées à l'article 6 paragraphe 2 de la directive « autorisation » et les frais afférents aux travaux de réglementation, contrevenant ainsi aux dispositions de l'article 12 précité.

Les autorités françaises maintiennent leur position et considèrent que la Commission procède à une interprétation erronée de l'article 12 de la directive « autorisation », tant en ce qui concerne sa lettre qu'en ce qui concerne ses objectifs. Selon elles, l'article 12 encadre uniquement les taxes administratives perçues en contrepartie de la délivrance d'une autorisation, pour en couvrir les coûts administratifs. Par ailleurs, d'après le Gouvernement français, le critère du lien direct entre la taxe et la détention d'une autorisation, retenu par la Commission, reviendrait à interdire toute taxation spécifique aux opérateurs du secteur des communications électroniques.

Au total, le Gouvernement français considère que l'analyse faite par la Commission résulte d'une confusion entre le champ d'application de l'article 302 *bis* KH et le fait générateur de celle-ci. Selon lui, le fait générateur de la taxe n'est pas la détention d'une autorisation délivrée par l'ARCEP, mais la réalisation des prestations de télécommunications facturées à un utilisateur final.

Le 14 mars 2011, la Commission a décidé de saisir la Cour de justice de l'Union européenne (CJUE) de cette question.

Il semble utile de rappeler que, dans le cas où la CJUE condamnerait *in fine* la France à réformer ou à abroger cette taxe, une telle décision serait sans incidence juridique sur le nouveau mécanisme de financement de France Télévisions issu de la loi du 5 mars 2009. En effet, le financement du groupe est assuré par les crédits de l'ensemble du budget général, en plus de la CAP.

Notifié à la Commission européenne, le nouveau mécanisme de financement de France Télévisions a été validé par celle-ci de manière pérenne *via* une décision adoptée le 20 juillet 2010. Dans cette décision, la Commission prend acte de la non-affectation juridique au financement de France Télévisions de la taxe prévue à l'article 302 *bis* KH et valide le dispositif d'une subvention budgétaire annuelle versée au groupe, en complément du produit de la contribution à l'audiovisuel public, afin de couvrir le coût net de ses missions de service public, renchéri par la suppression de la publicité.

III.– LA HAUSSE DE LA CONTRIBUTION À L'AUDIOVISUEL PUBLIC (CAP)

A.– LES MONTANTS UNITAIRES DE LA CAP EN 2012

De longue date, le Rapporteur spécial avait défendu le principe d'un financement pérenne du service public audiovisuel, lequel devait forcément passer par une revalorisation de la redevance audiovisuelle (dorénavant contribution à l'audiovisuel public), et notamment par son indexation sur le taux d'inflation.

C'est ainsi 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^{er} janvier 2009, **le montant de la contribution à l'audiovisuel public (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) ⁽¹⁾.

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.

En 2010, la CAP avait donc atteint, après indexation, 121 euros en métropole et 78 euros outre-mer ⁽²⁾.

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 **1,75 %**. Aussi, **pour 2012, le montant unitaire de la CAP s'établit à 125 euros pour la métropole et 80 euros pour les DOM**.

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

(2) 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 %.

B.– LA HAUSSE DU PRODUIT GLOBAL PERMET D'AUGMENTER LA PART ALLOUÉE À CHAQUE BÉNÉFICIAIRE, SAUF FRANCE TÉLÉVISIONS

Le montant total de la CAP atteindrait **3 290,4 millions d'euros TTC** ⁽¹⁾ en 2012, soit une **augmentation de 2,1 %** par rapport à l'année dernière (3 222 millions d'euros). 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 2012 :

– le produit des encaissements nets s'élèverait à 2 764 millions d'euros, soit une augmentation de 4,2 % par rapport à 2011 (2 652,2 millions d'euros) ;

– les dégrèvements connaîtraient une diminution de 7,7 %, du fait notamment de la baisse du nombre de personnes dégrévées au titre des « droits acquis » (cf. *infra*). Les compensations pour dégrèvements atteindraient alors 526,4 millions d'euros.

ÉVOLUTION DE LA CONTRIBUTION À L'AUDIOVISUEL PUBLIC ENTRE 2010 ET 2012

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

	Exécution 2010	LFI 2011	PLF 2012
Redevables particuliers	26 100 367	26 542 575	26 783 387
Encaissements bruts	2 587,9	2 695,6	2 808
Encaissements nets	2 558,7	2 652,2	2 764
Compensation pour dégrèvements	564,1	569,8	526,4
Dotation aux organismes publics	3 122,8	3 222	3 290,4

Pour 2012, le produit de la CAP serait partagé entre ses différents bénéficiaires selon les modalités suivantes :

– le groupe **France Télévisions** se verrait allouer **2 126,3 millions d'euros**, un montant en très légère diminution par rapport à 2011 (– 0,94 %) ;

– **ARTE-France** bénéficierait de **270,2 millions d'euros**, une dotation en hausse de 7,3 %, nécessaire pour mettre en œuvre ses orientations stratégiques (cf. *infra*) ;

– le groupe **Radio France** serait doté de **629,7 millions d'euros**, soit une croissance de 3,82 % conforme aux prévisions du COM lui permettant de poursuivre ses investissements (cf. *infra*) ;

– **l'Audiovisuel extérieur de la France** verrait sa part de CAP progresser de quelque 36 % pour atteindre **170,3 millions d'euros** ;

– **l'Institut national de l'audiovisuel** enregistrerait une hausse de 2,12 % de la part de CAP qui lui est attribuée, soit **93,9 millions d'euros** au total.

(1) La contribution à l'audiovisuel public est soumise à la TVA au taux de 2,1 %.

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

(en euros)

Numéro et intitulé du programme	Ouverts en LFI pour 2011	Demandés pour 2012	Variation 2012/2011
841. France Télévisions	2 146 460 743	2 126 294 421	- 0,94 %
842. ARTE France	251 809 230	270 187 230	+ 7,30 %
843. Radio France	606 591 415	629 763 010	+ 3,82 %
844. Contribution au financement de l'action audiovisuelle extérieure	125 197 562	170 264 179	+ 36 %
845. Institut National de l'Audiovisuel	91 941 050	93 891 160	+ 2,12 %
TOTAL	3 222 000 000	3 290 400 000	+ 2,12 %

Source : PAP 2012.

Comme il a été rappelé précédemment, **deux organismes bénéficient d'un financement public mixte : France Télévisions et la société Audiovisuel extérieur de la France**. De fait, en tenant compte de l'ensemble des ressources publiques qui leur sont allouées, leur financement public total s'élèverait :

– pour France Télévisions : à 2 570,2 millions d'euros, en progression de 1,33 % par rapport à 2011 (soit 2 126,3 millions d'euros de CAP et 443,9 millions d'euros de crédits budgétaires). En tenant compte du report de 28 millions d'euros prévu par l'article 39 du présent projet de loi de finances, l'augmentation atteindrait 3,6 % ;

– pour l'AEF : à 320,3 millions d'euros, en diminution de 3,47 % par rapport à 2011 (soit 170,2 millions d'euros de CAP et 150,1 millions d'euros de dotation budgétaire).

ÉVOLUTION DU FINANCEMENT PUBLIC TOTAL DE FRANCE TÉLÉVISIONS ET DE L'AEF

(crédits de paiement, en euros)

	Ouverts en LFI pour 2011	Demandés pour 2012	Variation 2012/2011
France Télévisions : contribution à l'audiovisuel public	2 146 460 743	2 126 294 421	- 0,94 %
France Télévisions : dotation budgétaire	389 900 000	443 888 891	+ 13,85 %
TOTAL France Télévisions	2 536 360 743	2 570 183 312	+ 1,33 %
AEF : contribution à l'audiovisuel public	125 197 562	170 264 179	+ 36,00 %
AEF : dotation budgétaire	206 504 467	150 087 308	- 27,32 %
TOTAL AEF	331 884 322	320 351 487	- 3,47 %

Source : PAP 2012.

L'évolution du financement public global de l'audiovisuel public entre 2011 et 2012 – toutes entités et toutes contributions confondues – est retracée dans le tableau suivant. Entre les deux exercices, la progression totale est de 1,7 %.

ÉVOLUTION DU FINANCEMENT DE L'AUDIOVISUEL PUBLIC 2011-2012

(en euros)

	Ouverts en LFI pour 2011	Demandés pour 2012	Variation 2012/2011
Contribution à l'audiovisuel public	3 222 000 000	3 290 400 000	+ 2,12 %
Dotations budgétaires	596 404 467	593 976 199	- 0,41 %
TOTAL	3 818 404 467	3 884 376 199	+ 1,73 %

C.- LES DÉGRÈVEMENTS DE CAP POUR 2011 : LA BAISSÉ TENDANCIELLE DES « DROITS ACQUIS »

Des dégrèvements de contribution à l'audiovisuel public sont accordés à certaines catégories de personnes, eu égard à une situation sociale ou personnelle particulière.

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

Hors titulaires du RMI et droits acquis, 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 redevables occupant dans les DOM, à titre d'habitation principale, un local dont la valeur locative n'excède pas 40 % ⁽¹⁾ de la valeur locative moyenne des locaux d'habitation de la commune.

S'y ajoutent les personnes bénéficiant de dégrèvements pour mesures transitoires après la suppression du RMI :

- dans les DOM uniquement, les personnes ayant perdu le bénéfice du RMI en 2010 et qui n'étaient pas bénéficiaires du RSA au 1^{er} janvier 2011, ont bénéficié en 2011 d'un dégrèvement de CAP sous réserve du respect de la condition de cohabitation prévue à l'article 1390 du code général des impôts ;

(1) Ou 50 %, sur délibération de la commune.

– dans les DOM uniquement, les personnes bénéficiaires du RSA au 1^{er} janvier 2011 et titulaires du RMI en 2010 ont bénéficié en 2011 du même dégrèvement de CAP, dans les mêmes conditions ;

– en métropole uniquement, les titulaires du RMI en 2009 ont bénéficié d'un dégrèvement de CAP due au titre de l'année 2009, de même que les titulaires du RSA au 1^{er} janvier 2011 ayant un revenu fiscal de référence de l'année 2010 inférieur au seuil de l'abattement mentionné à l'article 1414-A du code général des impôts.

Ces mesures transitoires de dégrèvement s'achèvent en 2011 et ne seront donc pas reconduites en 2012.

- Les « droits acquis ».

Le régime des « droits acquis » concerne les personnes âgées de plus de 65 ans au 1^{er} janvier 2004, sous conditions de revenus et de cohabitation, ainsi que certains mutilés ou invalides qui étaient dégrévés de CAP (à l'époque, redevance audiovisuelle) dans le dispositif antérieur à la réforme de 2005⁽¹⁾ 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 ;

(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.*

– les personnes âgées d’au moins 65 ans au 1^{er} 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 ⁽¹⁾.

Pour 2012, le coût budgétaire des « droits acquis » est estimé à 53 millions d’euros, en prenant pour base une décroissance de la population de 10 % par rapport à 2011.

ÉVOLUTION DE LA POPULATION DES « DROITS ACQUIS » ENTRE 2005 ET 2010

Année	Personnes âgées de plus de 65 ans	Infirmes ou invalides	Total	Variation N-1/N
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 %
2010	507 462	14 445	521 907	– 7,5 %

IV.– LE COMPTE D’AFFECTATION SPÉCIALE RELATIF À L’UTILISATION DU SPECTRE HERTZIEN : UNE PREMIÈRE UTILISATION EN 2012 ?

Ce 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 ⁽²⁾ et le développement de services innovants.**

(1) Article 23 du présent projet de loi de finances.

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

Les fréquences libérées par le ministère de la Défense et par le dividende numérique ⁽¹⁾ doivent être attribuées au cours des prochains mois. Il s'agit des 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.

Les calendriers d'attribution de ces fréquences ont été fixés par l'arrêté du 14 juin 2011 ⁽²⁾ ainsi que par les décisions de l'ARCEP en date du 31 mai 2011 ⁽³⁾.

Il est ainsi prévu que l'attribution de la bande 2 500-2 690 MHz intervienne d'ici la mi-novembre 2011, la date limite de dépôt des dossiers ayant été fixé au 15 septembre 2011. En revanche, l'attribution de la bande 790-862 MHz est fixée pour le début de l'année 2012, les candidats ayant jusqu'au 15 décembre 2011 pour déposer leurs dossiers.

Il convient de préciser que le montant des recettes relatives aux redevances qui devront être acquittées par les opérateurs privés ne peut être estimé de façon précise puisqu'il résultera des offres financières des candidats.

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 ⁽⁴⁾ a prévu 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, ces **recettes ne pourront être affectées au programme 761 Désendettement de l'État qu'à compter du 1^{er} janvier 2015.**

Une recette globale de 900 millions d'euros figure au CAS pour l'année 2012, ce niveau correspondant aux prévisions de dépenses inscrites pour cette même année. Ce montant est retenu à titre conventionnel pour ne pas préjuger du résultat des négociations relatives tant à l'attribution des bandes de fréquences susmentionnées qu'à la cession de l'usufruit des systèmes de communication militaires par satellites qui permettront de préciser la répartition de ces recettes sur la période 2011-2013.

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

(2) Arrêté du 14 juin 2011 relatif aux modalités et aux conditions d'attribution d'autorisations d'utilisation de fréquences dans les bandes 800 MHz et 2,6 GHz en France métropolitaine pour établir et exploiter un système mobile terrestre.

(3) Décisions n° 2011-0598 et 2011-0600.

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

Les ressources attendues pour 2012 serviraient d'une part à financer les dépenses liées à l'utilisation du spectre hertzien ou visant à améliorer cette utilisation ⁽¹⁾, 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.

À la faveur de son commentaire sur l'exécution 2010 des crédits du CAS ⁽²⁾, le Rapporteur spécial, constatant que le compte n'avait en réalité pas fonctionné depuis sa création en 2009, avait plaidé pour une suppression celui-ci, quitte à le recréer lorsqu'un calendrier précis de cessions serait établi. Il ne peut que formuler l'espoir que les recettes soient effectivement enregistrées et le CAS enfin mobilisé en 2012.

V. – PLUS DE 195 MILLIONS D'EUROS D'AIDES FISCALES EN FAVEUR DE LA PRESSE

D'après le projet annuel de performances pour 2012, les dépenses fiscales en faveur de la presse s'élèveraient à plus de **195 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 ⁽³⁾, **concentre pour ainsi dire la totalité de la dépense fiscale avec un coût évalué à 195 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 ⁽⁴⁾, dont le coût est estimé à 0,5 million d'euros ;

– le **régime spécial de provisions pour investissements en faveur des entreprises de presse** ⁽⁵⁾, dont le coût reste, comme les années antérieures, inférieur à 0,5 million euros.

Le Rapporteur spécial a tenu à ce que ces deux derniers dispositifs soient prorogés d'un an. 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 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 :

(1) 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.

(2) Rapport n° 3544 tome 2 Règlement des comptes et rapport de gestion pour 2010

(3) En vertu de l'article 298 septies du code général des impôts. Réserve depuis 1977 aux quotidiens et assimilés, le taux « super réduit » a été étendu à tous les périodiques à partir du 1^{er} 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.

– 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 adoptés en séance publique ⁽¹⁾.

Le Rapporteur spécial a en outre réitéré son appel à ce que soit enfin aligné sur le taux de TVA applicable à la presse papier celui appliqué 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 %. Lors de la présentation de son amendement, il a souligné que, dans le contexte de gratuité des contenus sur l’internet, la baisse de TVA sur la presse payante en ligne est une condition essentielle pour attirer de nouveaux lecteurs grâce à des tarifs abordables. À ce titre, **il se félicite que le Gouvernement, en réponse, ait réaffirmé son engagement à continuer d’agir que cette revendication légitime aboutisse au niveau communautaire ⁽²⁾.**

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 ⁽³⁾ 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.

*

* *

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

(2) Troisième séance du jeudi 20 octobre, 21 heures 30.

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

CHAPITRE DEUXIÈME : LE SERVICE PUBLIC AUDIOVISUEL

I.- L'AUDIOVISUEL À L'ÈRE DU NUMÉRIQUE ET DE LA MOBILITÉ

A.- LE SUCCÈS DU DÉPLOIEMENT DE LA TÉLÉVISION NUMÉRIQUE TERRESTRE

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 près de 94 % de la population métropolitaine. Ce taux de couverture sera supérieur à 95 % au basculement total prévu le 30 novembre 2011**, avec un minimum de couverture de 91 % de la population au niveau de chaque département ⁽¹⁾. De fait, seuls six départements très ruraux et montagneux, dont les foyers sont déjà très largement équipés de paraboles de réception satellitaire, n'atteignent pas, à l'heure actuelle, le taux de couverture locale de 91 %. À l'échelle nationale, le nombre des foyers dépendant encore de manière exclusive de la diffusion hertzienne analogique est désormais inférieur à 3 %.

Pour les foyers résidant dans des zones non couvertes par la TNT au terme du basculement, une offre gratuite par satellite du distributeur Canal+, disponible sur tout le territoire en application de la loi du 5 mars 2007 ⁽²⁾, permet depuis l'été 2007 de recevoir l'ensemble des chaînes nationales en clair de la TNT, sans abonnement ni frais de location. Une deuxième offre satellitaire – également sans abonnement ni frais de location – a été lancée par l'opérateur Eutelsat au mois de juin 2009 sur une position orbitale différente ⁽³⁾. En outre, les services gratuits de la TNT sont également accessibles dans certaines zones par le câble ou l'ADSL.

Rappelons que, au-delà de l'enrichissement de l'offre de chaînes au bénéfice du téléspectateur ⁽⁴⁾, le passage intégral à la TNT permet une réduction substantielle des coûts de diffusion : d'une part la fin du *simulcast* engendrera des économies dès le basculement, et, d'autre part, les coûts de diffusion en numérique sont structurellement moins élevés qu'en mode analogique.

Outre-mer, la TNT a été lancée le 30 novembre 2010 au moyen d'un multiplex comprenant 8 chaînes publiques ainsi que, selon les territoires, jusqu'à deux chaînes privées locales selon le bassin de diffusion. **Elle couvre en moyenne 95 % de la population ultramarine et présente sur chaque territoire une**

(1) Taux de couverture à atteindre lorsque la couverture analogique du département était au moins égale à ce celui-ci. Lorsque le taux de couverture analogique était inférieur à 91 %, l'objectif est de tendre vers cette valeur.

(2) Loi n° 2007-309 du 5 mars 2007 relative à la modernisation de la diffusion audiovisuelle et à la télévision du futur.

(3) Le Rapporteur spécial avait plaidé pour la constitution d'une seconde offre de TNT gratuite par voie satellitaire et avait défendu des amendements en ce sens.

(4) Soit une trentaine de chaînes publiques et privées, dont dix-neuf gratuites (sans compter les chaînes locales et la reprise de certaines chaînes en haute définition), là où seules six chaînes gratuites étaient auparavant disponibles.

couverture supérieure à celle du réseau analogique des chaînes de service public « Pays Premières ». La question du lancement d'un second multiplex, se heurte pour l'instant à l'intention exprimée notamment par les chaînes métropolitaines privées de ne pas répondre à un éventuel appel à candidatures, ce qui compromettrait naturellement le financement dudit multiplex. Les chaînes parlementaires n'ont pas non plus, à ce stade, souhaité être diffusées outre-mer par voie hertzienne terrestre, en raison des coûts afférents.

Le cadre juridique du passage à la TNT

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 ⁽¹⁾ 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 œuvre 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 ;

– 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 œuvre toute solution permettant d'assurer la réception des services de télévision.

Concernant plus spécifiquement l'outre-mer et conformément à l'habilitation prévue par l'article 23 de la loi du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision, 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.

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

Les pouvoirs publics auront consenti un effort financier conséquent afin d'assurer le succès plein et entier du passage au tout numérique. Afin de préparer, d'accompagner, et d'assurer dans les meilleures conditions possibles ce basculement, un groupement d'intérêt public (GIP) dédié a été créé, rassemblant l'État et les éditeurs de chaînes nationales hertziennes terrestres analogiques (TF1, France Télévisions, M6, Canal+, et ARTE-France) ⁽¹⁾.

Ainsi, sur la période 2009-2012, le GIP « France Télé Numérique » – présidé par Louis de Broissia et dirigé par Olivier Gerolami – a mené à bien les actions suivantes :

– la **campagne nationale d'information** destinée à informer les téléspectateurs des conditions de passage à la télévision tout numérique. Entièrement à la charge de l'État, son coût est estimé à 20,4 millions d'euros ;

– les **campagnes d'information régionales** ainsi que les frais de fonctionnement du GIP sont pris en charge pour moitié par l'État et pour l'autre moitié par les chaînes membres du GIP au *pro rata* de leurs voix : France Télévisions (15 %), ARTE-France (5 %) et TF1, Canal+, M6 (10 % chacun). Le coût de ces actions a été estimé à près de 65 millions d'euros pour l'État. La moitié environ des fonds alloués à ces actions a été dépensée à ce jour ;

– la **gestion des fonds d'aide** prévus par l'article 102 de la loi du 30 septembre 1986 et destinés à assurer la continuité de réception pour les foyers les plus démunis. L'État prend en charge intégralement les coûts de ces fonds initialement estimés à environ 150 millions d'euros et revus à la baisse depuis lors, suite aux premières opérations réalisées dans les régions ;

– l'**assistance technique** destinée à venir en aide aux personnes âgées de plus de 70 ans ou handicapées (taux d'invalidité supérieur à 80 %) est entièrement à la charge de l'État et son coût estimé à 15 millions d'euros.

Le coût du passage au tout numérique s'est révélé moins important que prévu. Un total de 326 millions d'euros avait été inscrit au plan initial de juin 2009. Révisé en décembre, ce budget atteignait 252 millions d'euros. Les dernières estimations de dépenses arrêtées en octobre 2011 s'établissent à 156 millions d'euros au global, soit une économie de 170 millions d'euros par rapport au budget 2009 initial, et de 96 millions par rapport à la reprévision de décembre 2010.

Il convient de préciser que **les fonds d'aide resteront ouverts pendant une période de six mois après le basculement au tout numérique, soit jusqu'au 30 mai 2012.**

(1) Cf. article 100 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, issu de la loi du 5 mars 2007 précitée.

À moins d'un mois du basculement total, **il convient ici de saluer l'action efficace et déterminante de tous les acteurs qui ont participé au succès de cette opération, et notamment le GIP, sa direction et ses équipes.**

Le Rapporteur spécial tient enfin à insister sur ce point : le suivi du passage au tout numérique nécessitera assurément une attention particulière des pouvoirs publics. **Il s'agira d'être vigilant quant à la vie du réseau post-passage** afin d'éviter toute déconvenue. Dans ce cadre, l'Agence nationale des fréquences (ANFR) pourrait être appelée à jouer un rôle important.

L'accompagnement financier du passage à la TNT

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, 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 dégrevés 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⁽¹⁾. Les aides peuvent ainsi atteindre⁽²⁾ :

– 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 ;

– 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⁽³⁾.

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 œuvre de ce dispositif au GIP France télé numérique.

(1) 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.

(2) Article 8 du décret n° 2009-1670.

(3) Taux d'invalidité supérieur à 80 %.

- 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 œuvre 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 ⁽¹⁾.

B.– LA TÉLÉVISION DE DEMAIN : LA TV CONNECTÉE

Présentés pour la première fois au public en 2008, les téléviseurs connectés à l'internet sont aujourd'hui disponibles sur le marché. **Ces nouveaux terminaux sont susceptibles de conduire à des évolutions majeures tant en ce qui concerne les modes production et de diffusion des contenus qu'en termes de consommation de ceux-ci.** La TV connectée constitue une innovation technologique qui risque de bouleverser l'économie de l'audiovisuel comme le marché des communications électroniques.

L'utilisation du téléviseur comme écran commun pour accéder à des services audiovisuels et à certains services délivrés sur l'internet n'est pas inédite, notamment en France, où la télévision par ADSL connaît un important succès.

L'avenir de la TV connectée dépendra de la réponse apportée à trois principales problématiques :

– le choix de technologies différentes par les constructeurs et l'existence d'éventuels accords d'exclusivité pourraient conduire à une fragmentation verticale de l'offre de contenus et de services préjudiciable pour les consommateurs, les producteurs de contenus et les développeurs de services ;

– par ailleurs, la possibilité d'accéder à différents types de services de médias depuis le terminal principal de réception de la télévision pourrait avoir un impact rapide et important sur la répartition de la valeur entre les différents acteurs, et sur le financement des infrastructures de réseau, de la création audiovisuelle et de la diversité culturelle ;

– enfin, la TV connectée soulève des questions relatives à la régulation des contenus audiovisuels et au respect de la propriété intellectuelle.

C'est dans cette perspective que le ministre de la Culture et de la communication et que le ministre chargé de l'Industrie, de l'énergie et de l'économie numérique ont confié à MM. Marc Tessier ⁽²⁾, Philippe Levrier ⁽³⁾, Martin Rogard ⁽⁴⁾, Takis Candilis ⁽⁵⁾, et Jérémie Manigne ⁽¹⁾, une mission de

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

(2) Président de Video Futur Entertainment SA.

(3) Président de la commission de soutien à l'exploitation du CNC.

(4) Directeur général France de Dailymotion.

(5) Président de Lagardère Entertainment.

réflexion sur la généralisation des téléviseurs connectables à l'internet, afin d'identifier, notamment, les éventuelles dispositions à prendre au niveau national, voire européen pour faciliter le développement maîtrisé de cette nouvelle technologie.

C.- DES INTERROGATIONS PERSISTANTES SUR LA TÉLÉVISION MOBILE PERSONNELLE

Rappelons que la **télévision mobile personnelle (TMP) consiste en une offre de services audiovisuels linéaires diffusés sur des terminaux mobiles individuels** (tablettes, 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 ⁽²⁾ 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 ⁽³⁾ 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.

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 – les chaînes – 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 CSA et les éditeurs et a conduit à la création d'une mission gouvernementale confiée à M. Cyril Viguier.

(1) Directeur général de l'innovation, des services et des contenus de SFR.

(2) Sur les réseaux dits de troisième génération.

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

Selon diverses sources, les coûts annuels de diffusion de la TMP sont estimés entre 3 et 4,5 millions d'euros par chaîne pour une couverture de 30 % de la population, et entre 8 et 9,5 millions d'euros par chaîne pour un taux de couverture de 60 % de la population. Les coûts de diffusion à la norme DVB-H2 représentent selon les éditeurs environ 95 % du montant total des coûts de fonctionnement.

Les négociations entre éditeurs et opérateurs mobiles sur le modèle économique et le partage de la valeur générée par la TMP ont été particulièrement difficiles depuis la sélection des services par le CSA, en raison des divergences de vue sur le projet :

– les éditeurs sont convaincus que la mobilité constituera un mode de consommation incontournable de la télévision dans un proche avenir. Ils appellent les opérateurs mobiles à s'entendre sur les conditions économiques d'une « offre de gros » proposée par la société TDF, souhaitent une meilleure visibilité sur les modalités de gestion de la société de multiplexe et, à plus long terme, sur les conditions de poursuite du déploiement du réseau au-delà des premières années ;

– les opérateurs mobiles semblent quant à eux peu pressés de financer un réseau dédié à la télévision mobile dans la mesure où ils peuvent s'appuyer aujourd'hui sur leurs réseaux mobiles de troisième génération et où ils prévoient d'investir massivement dans des réseaux de quatrième génération dans les années à venir, qui offriront davantage de capacité aux utilisateurs. Les opérateurs mobiles font également preuve d'une certaine réserve quant au choix de la norme terrestre retenue en avançant en particulier, outre les incertitudes du modèle économique, le manque de disponibilité des terminaux. Ils considèrent que le marché des terminaux à prendre en compte est *a minima* européen, voire mondial.

Les perspectives de déploiement de la TMP sont aujourd'hui au point mort. Il est vrai que la conjoncture économique actuelle n'incite pas les acteurs à investir massivement dans un réseau dont l'équilibre économique reste encore indéterminé.

D.– LA RADIO NUMÉRIQUE TERRESTRE : BONNES OU MAUVAISES ONDES ?

Comme la TMP, le dossier relatif à la radio numérique terrestre (RNT) semble marquer un coup d'arrêt. Le développement de la diffusion numérique pour le média radiophonique présenterait pourtant 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 ⁽¹⁾ ;

(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.

– 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.

Pour autant, son développement se heurte à la frilosité des différents acteurs. On ne saurait toutefois les en blâmer, tant sont grandes les incertitudes qui entourent les modalités de financement d'un investissement lourd, courant sur plusieurs années et dont le modèle économique reste sujet à interrogations. Des incertitudes qui sont par ailleurs renforcées par une conjoncture économique pour le moins morose.

Le dossier est particulièrement complexe. Selon les propres termes du président du CSA Michel Boyon, il s'agit du dossier « *le plus difficile sur lequel le Conseil ait à se pencher* ».

De fait, plusieurs missions à caractère prospectif ont été conduites, dont les conclusions ont systématiquement fait montrer d'une prudence certaine quant à l'opportunité de développer la RNT à court terme. **Le rapport remis par Marc Tessier** en novembre 2009, **fait état du 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.

Il 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.

Plus récent, **le rapport de David Kessler**, remis en mai 2010, **aboutit dans une large mesure aux mêmes conclusions**. Il souligne qu'à l'heure actuelle, toutes les conditions économiques ne sont pas réunies pour envisager un déploiement à grande échelle de la RNT.

Ce rapport rappelle les positions des éditeurs :

– Radio France est prête au lancement de la RNT. Il est vrai que son financement, issu de la contribution à l'audiovisuel public, est assuré ;

– les grands réseaux privés nationaux y sont plutôt opposés en regard des coûts importants en phase de double diffusion et du peu de recettes attendues *a priori* ;

– le syndicat des radios indépendantes (SRI) soutient le projet dans la mesure où la RNT permettrait un surcroît de couverture à ses membres, mais souhaite ne pas se précipiter ;

– les radios associatives y sont très favorables mais veulent des assurances en matière de financement (cf. *infra*).

De leur côté, les opérateurs de diffusion voient dans la radio numérique terrestre un relais de croissance et y sont donc favorables. Les équipementiers se montrent plus attentistes et attendent des signes tangibles de démarrage massif de la RNT pour s'investir plus avant.

En tout état de cause, le rapport Kessler énumère les **pré-requis indispensables au succès de la RNT** :

– abaisser les coûts pour les éditeurs, en particulier en ouvrant la possibilité à d'autres normes de diffusion (DAB+) moins coûteuses ;

– s'assurer que la RNT présente un véritable bénéfice pour l'auditeur par rapport à la FM, en matière de couverture et de qualité sonore de réception ;

– disposer d'une offre élargie de terminaux sur toutes les gammes ;

– garantir un engagement financier minimum des pouvoirs publics.

Le rapport propose une **alternative au déploiement rapide et à grande échelle de la RNT sous la forme d'un moratoire voire d'une expérimentation à l'échelle locale**. Un moratoire de deux ou trois ans est ainsi envisagé, durant lequel serait mis en place un observatoire relatif aux expériences étrangères, à la question des normes de diffusion ainsi qu'aux autres formes de numérisation du média radio. Placé sous l'égide du CSA, cet observatoire devrait regrouper les principales organisations des radios, les représentants des fabricants, des diffuseurs ainsi que les pouvoirs publics concernés.

Rappelons enfin que, sans aide spécifique, les radios associatives ne pourront pas assumer financièrement le coût du *simulcast* et ne pourront alors pas être présentes en mode numérique. 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**.

II.- L'AUDIOVISUEL PUBLIC « HEXAGONAL »

A.- FRANCE TÉLÉVISIONS

1.- La visibilité du mode de financement jusqu'en 2016

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 ⁽¹⁾.

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 dans le cadre de la loi de finances initiale pour 2011, eu égard aux contraintes pesant sur les finances publiques et à la lumière des performances enregistrées par la régie publicitaire de France Télévisions, le législateur a repoussé cette seconde échéance au 1^{er} janvier 2016 ⁽²⁾, la durée de ce moratoire coïncidant avec la durée du mandat du président de France Télévisions et du nouveau COM 2011-2015 couvrant ce mandat.

Le groupe bénéficie donc d'une visibilité certaine à moyen terme quant à son mode de financement, de même que les investisseurs – et notamment les annonceurs. Se pose néanmoins la question d'une éventuelle réorientation des investissements desdits annonceurs, en anticipation de la suppression des messages commerciaux. Corrélativement, se pose la question d'un soutien public en cas de réduction de tels investissements.

(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.

(2) Article 165 de la loi n° 2010-1657 du 29 décembre 2010 de finances pour 2011.

2.– Clarifier les relations financières entre l'entreprise et l'État

Le COM 2011-2015 entend répondre à cet éventuel changement de comportement des annonceurs en prévoyant une **clause de rendez-vous** avant la mi-2013, afin, le cas échéant, de définir les modalités de compensation, par la ressource publique, d'une baisse des recettes publicitaires.

Le Rapporteur spécial juge qu'une telle mesure ne serait effectivement pas illégitime si une chute brutale des recettes publicitaires mettait en péril l'équilibre financier du groupe et le bon accomplissement de ses missions de service public. Il estime toutefois qu'il **conviendra de s'assurer, le cas échéant, d'un partage équitable du fardeau entre l'État et France Télévisions**, les pouvoirs publics n'ayant pas vocation à compenser automatiquement l'éventuelle perte au premier euro. Aussi, il apparaît nécessaire que la tutelle et l'entreprise s'accordent, avant cette clause de rendez-vous, sur le seuil au-delà duquel l'État interviendrait, et en deçà duquel il reviendrait à France Télévisions de consentir des efforts en termes de redéploiements de moyens, de productivité et de réorientation de ses investissements.

Inversement, le COM précise que **si le niveau de recettes publicitaires s'avérait supérieur aux prévisions, le complément de ressources en résultant serait conservé par France Télévisions**.

Ainsi que l'a rappelé le Rapporteur spécial lors de sa communication en commission des Finances sur le projet de COM 2011-2015 ⁽¹⁾, France Télévisions est donc, dans une certaine mesure, **doublément assurée contre les aléas du marché publicitaire** :

– si celui-ci se contracte, le groupe verrait ses pertes compensées par une majoration de la dotation budgétaire ;

– s'il s'avère dynamique et profitable à la société, celle-ci conserve l'intégralité des recettes dépassant les prévisions initialement arrêtées, sans que soit prévue une minoration à due concurrence de la subvention versée.

Or, depuis la suppression des annonces commerciales entre 20 heures et 06 heures, le groupe a systématiquement enregistré des surplus de recettes, des arbitrages favorables de ses tutelles lui ayant permis d'en conserver la majeure partie (cf. *supra* commentaire de l'évolution des crédits de la mission).

Considérant que, d'une part, la dotation publique versée au groupe doit strictement correspondre à la couverture des charges de service public ayant fait l'objet d'un accord entre l'entreprise et sa tutelle dans le cadre du COM et que, d'autre part, le contexte de tensions sur les finances publiques implique la participation de l'ensemble de la sphère publique à l'effort de rééquilibrage des comptes nationaux, **le Rapporteur spécial avait proposé, dans le cadre du PLF 2011, un amendement visant à encadrer les modalités de compensation de la perte de recettes commerciales en cas de surplus publicitaires**.

(1) Réunion du mercredi 5 octobre, 16 heures 15.

Il posait le principe d'un retour intégral des sommes correspondantes à l'État *via* une réduction à due concurrence de la dotation budgétaire, sauf à ce que soient clairement identifiés, le cas échéant par le biais d'un avenant au COM, des besoins et charges objectives nécessitant la mobilisation de ressources complémentaires. Adopté par la commission des Finances, il avait été repoussé en séance publique.

Puisque le problème des surplus demeure, les préoccupations du Rapporteur spécial persistent, et il propose donc le même amendement dans le cadre du présent projet de loi de finances.

3.– Les grandes orientations du COM 2011-2015

Ces grandes orientations portent sur :

– le renforcement de la capacité des chaînes à s'adresser à tous les publics en s'appuyant sur des identités plus affirmées et plus complémentaires ;

– l'enrichissement de l'offre régionale de programmes en métropole et outre-mer ;

– le déploiement d'une stratégie numérique ambitieuse avec le développement de l'offre éditoriale sur tous les supports ;

– la poursuite des engagements du groupe dans le financement de la création audiovisuelle et cinématographique ;

– l'achèvement de l'entreprise commune dans son volet organisationnel, avec la convergence des systèmes d'information et la mutualisation des fonctions support, et dans son volet social, avec l'harmonisation des statuts (cf. *infra*).

Sur le plan financier, pour la période couverte par le COM, le plan d'affaires fait état d'un **taux de croissance annuel moyen de la ressource publique de 2,2 %**. Sans y être directement liée – France Télévisions bénéficiant également de crédits budgétaires –, cette trajectoire est cohérente avec l'indexation de la CAP sur l'indice des prix à la consommation hors tabac ⁽¹⁾ : ainsi la CAP a progressé en moyenne de 2,2 % sur les 12 derniers mois.

Le taux de croissance annuel moyen des ressources nettes totales disponibles, incluant les ressources publiques et les ressources propres ⁽²⁾, serait de 2 % sur la période 2011-2015.

Parallèlement, le coût de grille qui représente plus de 80 % des charges d'exploitation ⁽³⁾ du groupe, progresse de 2,8 % en moyenne annuelle sur la période du COM, soit une croissance supérieure à celle de la ressource publique et à celle des ressources totales disponibles. Cette évolution, qui traduit les

(1) Indexation prévue par la loi du 5 mars 2009 relative au nouveau service public de la télévision.

(2) Publicité, parrainage et autres ressources commerciales (produits dérivés par exemple).

(3) Soit 2 127 millions d'euros prévus pour 2012.

engagements du groupe en matière éditoriale, implique donc que France Télévisions parvienne à dégager en interne une partie des moyens nécessaires à la mise en œuvre de sa stratégie.

Saisie du projet de COM en application de l'article 53 de la loi n° 86-1067 relative à la liberté de communication, la commission des Finances a exprimé un avis favorable à celui-ci ⁽¹⁾. Toutefois, un tel avis ne constitue pas un blanc-seing pour l'entreprise et ses tutelles puisque la Commission, suivant les préconisations du Rapporteur spécial, l'a assorti de 11 recommandations notamment relatives au contrôle et au suivi en matière de gestion.

**LES 11 RECOMMANDATIONS DE LA COMMISSION DES FINANCES
SUR LE PROJET DE COM 2011-2015**

1. Mesurer le pourcentage et non le nombre de programmes du groupe proposés en télévision de rattrapage.

2. Assigner des objectifs précis à l'ensemble des indicateurs de mesure de l'audience (indicateurs 1.5.1.). *A minima*, renseigner un objectif global de part d'audience valable pour le groupe France Télévisions dans son ensemble.

3. Créer, pour chaque chaîne, un indicateur de suivi de la structure de son audience.

4. Retenir l'audience moyenne comme mesure de satisfaction des œuvres de fiction.

5. Prévenir l'inflation des coûts salariaux à l'occasion de l'harmonisation des statuts consécutive à la renégociation des conventions collectives et accords d'entreprise.

6. Créer un indicateur de suivi consolidé des économies et des synergies dégagées sur la période couverte par le contrat d'objectifs et de moyens.

7. Créer un indicateur de suivi de l'évolution des effectifs au niveau du groupe, complété par des sous-indicateurs dédiés à chaque chaîne.

8. Créer un indicateur de suivi du coût horaire de l'information, en distinguant information nationale et information régionale. Envisager la création d'un indicateur similaire pour l'ensemble des principaux genres de programmes : fictions, documentaires, sports, jeux et divertissements.

9. Créer un indicateur relatif aux audits des productions, avec une cible renseignant le pourcentage des dépenses de programmes auditées.

10. Poser le principe d'un partage équitable de la charge entre l'État et France Télévisions en cas de constat, à l'occasion de la clause de rendez-vous prévue mi-2013, d'une perte de recettes publicitaires par rapport aux prévisions inscrites au contrat d'objectifs et de moyens.

11. Poser le principe d'un reversement au moins partiel des surplus de recettes publicitaires au budget général de l'État, *via* une réduction de la dotation budgétaire en gestion ou un recalibrage de celle-ci à l'occasion du plus prochain projet de loi de finances.

(1) Avis adopté le 5 octobre 2011.

4.– Mener à bien la réorganisation du groupe

a) Achever la constitution de l'entreprise unique : la question cruciale de la convergence des systèmes d'information.

Rappelons que la réforme du service public audiovisuel portée en 2009 a profondément 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.

Parmi les chantiers essentiels nécessaires à l'achèvement de l'entreprise unique, figure la convergence des systèmes d'information.

Ce plan de convergence a été lancé à la mi-2009. Certains projets, comme l'intranet, ont pu être mis en œuvre très rapidement et être prêts dès début 2010. D'autres, plus complexes, et davantage articulés avec l'organisation et les processus de décision, nécessitent davantage de temps. Les plans de mise en production s'étalent donc jusqu'en 2013.

Ainsi, le projet « Ariane » (finance et gestion), lancé en janvier 2011, parachèvera la constitution d'une filière finance homogène et efficiente. « Oscar » (stocks et grilles de programmes) sera mis en fonctionnement début 2012 et permettra une plus grande fluidité et une visibilité d'ensemble dans la gestion des programmes.

Le logiciel « Siplan », dont le déploiement s'étalera entre fin 2011 et début 2013, doit pour sa part permettre de moderniser la planification des activités et des collaborateurs, et de faciliter l'établissement des devis et bilans de la fabrication de l'information et des programmes pour ses différents clients internes.

b) Les ressources humaines : le plan de départs volontaires et les orientations du COM

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 indéterminé, 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.** De fait, d'après les informations recueillies par le Rapporteur spécial, le taux de remplacement de ces départs est très élevé, de l'ordre de 75 %.

Au 1^{er} juillet 2011, la direction avait recensé 518 salariés prêts à quitter l'entreprise sur la période 2009-2012. À cette même date, 463 départs avaient été réalisés, les départs prévus étant estimés à 22 au second semestre 2011, et 32 pour l'année 2011 et trois en 2012. Rappelons que le coût moyen de l'incitation au départ est de 40 300 euros bruts.

Dans le cadre du COM 2011-2015, l'entreprise s'engage à assurer une stabilité des effectifs en 2011-2012 puis, à partir de 2013, à procéder à une « inflexion du volume global de l'emploi rendue possible par les gains de productivité ». Le Rapporteur lui en donne volontiers acte. Toutefois, afin de bénéficier d'une vision claire des données relatives aux ressources humaines et de leur perspective pour la période couverte par le COM, il avait proposé la création d'un indicateur de suivi de l'évolution des effectifs au niveau du groupe, complété par des sous-indicateurs dédiés à chaque chaîne (cf. *supra*). À la connaissance du Rapporteur spécial, cette recommandation n'a pas été suivie.

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.

Ces textes recouvrent des champs très divers, notamment : le droit syndical et la représentation du personnel ; les droits et obligations du personnel ; la durée du travail ; les rémunérations ; les congés ; la couverture sociale ; la discipline ; la cessation d’activité ; la nomenclature des emplois (métiers, fonctions et qualifications) et les barèmes de rémunérations ; différentes dispositions spécifiques à certaines catégories de personnel ou à certains métiers ou fonctions.

Autre 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 ⁽¹⁾ 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).

Un accord a été signé le 15 septembre dernier par le Syndicat National des Journalistes (SNJ), la CFDT et Force Ouvrière. Cet accord comprend l’essentiel des dispositions définissant le statut des journalistes de France Télévisions, à savoir les principes professionnels et la déontologie, la liste et la définition des fonctions, la grille de classification et le dispositif salarial qui l’accompagne.

(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.

Restent soumis à négociation :

– les dispositions communes aux journalistes et aux salariés PTA : commissions paritaires, droit syndical, temps de travail, prévoyance et subrogation retraite ;

– les accords collectifs applicables aux seuls PTA, avec deux grands ensembles : « emploi, métiers, fonctions, filières » et « grille de classification, rémunération ».

Les négociations doivent aboutir d'ici le 8 octobre 2012, l'objectif étant de parvenir à un accord au 31 décembre prochain.

Le Rapporteur spécial, conscient de l'ampleur d'une telle tâche dans un contexte de mutation profonde du média télévisuel et des métiers qui lui sont associés, salue l'effort d'**unification des statuts** permise par la renégociation des conventions collectives et accords d'entreprise. Il convient toutefois de **s'assurer que l'harmonisation de ceux-ci ne s'opère pas systématiquement « par le haut »**, avec un alignement sur les dispositions les plus favorables, ce qui se traduirait par une inflation des dépenses de personnel incompatibles avec les exigences de bonne gestion que France Télévisions s'engage par ailleurs à respecter.

5.– L'évolution du coût de grille

Le coût de grille de France Télévisions constatée à fin 2010 s'élève à 2 021 millions d'euros, soit une croissance de près de 4,2 % par rapport à l'année précédente.

Cette évolution traduit notamment :

– les effets d'une programmation sportive particulièrement riche en grands événements : couverture des Jeux Olympiques de Vancouver, mais également programmation des matches de la coupe du monde de football ;

– la nécessité de répondre à des objectifs nouveaux assignés par l'État, survenus ou précisés en cours d'exercice : diffusion de France Ô en national à partir de la mi-juillet et lancement en novembre des 9 Outremer 1ères dans le cadre du passage à la TNT. Ces réalisations se sont logiquement traduites par un enrichissement des grilles de programmes, et, conséquemment, par une croissance du coût de grille national et régional.

ÉVOLUTION DU COÛT DE GRILLE DE FRANCE TÉLÉVISIONS 2005-2011

(en millions d'euros)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Budget 2011
France 2	741,9	778	788,6	781,8	794,9	828,7	819,2
France 3	749,8	755	771	776,8	807,6	827,7	848,2
France 4	10,8	14,6	17,8	22,3	34,4	44,6	48,3
France 5	103,7	107,8	114,7	115	125	133,1	143,5
RFO	152,6	156,9	165,1	170,7	178,2	166,1	185,8
France Ô						20,8	28,3
TOTAL	1 758,8	1 812,3	1 857,2	1 866,6	1 940,1	2 021	2 073,3

Source : direction générale des médias et des industries culturelles.

Pour 2011, le coût de grille par chaîne témoigne des évolutions suivantes :

- France 2 : – 1,1 % ;
- France 3 : + 2,5 % ;
- France 4 : + 8,2 % ;
- France 5 : + 7,8 % ;
- France Ô : + 36,2 % ;
- Outremer 1ères : + 11,9 %.

Pour France 4, France Ô et les Outremer 1ères, la croissance du coût de grille traduit leur montée en puissance, conformément aux orientations stratégiques du groupe. Les Outremer 1ères notamment, en tant que chaînes complètes et décentralisées, ont vocation à se doter de programmes spécifiques, largement produits localement.

B.– ARTE-FRANCE

1.– Des résultats satisfaisants en matière de gestion, mais par pour l'audience

Pour 2010, ARTE-France présente des résultats satisfaisants. Seule exception, traditionnelle : les résultats relatifs à l'audience qui restent en deçà des objectifs fixés.

Concernant la gestion, fidèle à ses réalisations antérieures, la chaîne atteint voire dépasse l'ensemble des objectifs, à l'exception de la cible relative à la mobilité des personnels. Le Rapporteur tient à saluer ces bons résultats.

Ainsi, par rapport aux cibles du COM :

– la part des dépenses de personnel dans les ressources s'élève à 7,4 % contre 7,7 % ;

– la part des frais de structure dans les ressources atteint 2,34 % contre 2,85 % prévus dans le COM ;

– et le montant des recettes commerciales est de 1,59 million d'euros contre 1,33 million d'euros prévus dans le COM.

Enfin, les coûts moyens horaires d'achat, après avoir connu une hausse de + 21 % entre 2008 et 2009 en raison d'aménagements de la grille, retrouvent un niveau plus raisonnable en 2010 (36 000 contre 40 000 en 2009 et 33 000 en 2008).

En revanche, seuls 4,3 % des salariés ont bénéficié d'une mobilité dans l'année, pour une cible supérieure à 5 %.

Concernant la production de programmes, **ARTE-France continue de soutenir activement la création cinématographique et audiovisuelle**, conformément à ses obligations.

Parmi les données les plus révélatrices, rappelons que la chaîne a investi près de 65 millions d'euros dans ces contenus en 2010. Notamment :

– ARTE-France a produit 44 heures de fiction, dépassant l'objectif de 40 heures minimum ;

– 3,7 % des ressources ont été consacrés à la production d'œuvres cinématographiques, pour un objectif de 3,5 % ;

– 87,5 heures de programmes relatifs au spectacle vivant ont été produites, pour un objectif de 40 heures minimum ;

– les recettes relatives à l'exploitation des œuvres progressent : les ventes liées à la cession de droits de programmes (2,86 millions d'euros en 2010 contre 2,66 millions d'euros l'année précédente) ; le recul des ventes de DVD reste limité compte tenu de la mauvaise tenue du marché (5,08 millions d'euros contre 5,47 millions d'euros en 2009) ; les ventes de vidéo à la demande sont stables en valeur (0,25 million d'euros contre 0,24 million d'euros en 2009) alors qu'elles ont fortement progressé en volume (41 654 clients contre 29 104 en 2009), ce résultat étant lié à l'érosion de la marge commerciale liée au recours à de nouveaux canaux de distribution.

Concernant les audiences, ARTE-France reste confrontée à cette difficulté récurrente de progression sur les canaux de diffusion traditionnels, tandis que son audience internet progresse.

Sur le plan quantitatif, l'audience cumulée reste en deçà des objectifs et continue même à se dégrader (7 millions de téléspectateurs en 2010 pour un objectif de 10,5 millions), en particulier sur les « CSP - » et les 25-49 ans. Toutefois l'audience de la chaîne sur l'internet est en constante amélioration (avec environ 150 400 visiteurs uniques en 2010 pour un objectif de 150 000 et une réalisation 2009 de 121 661), de même que le nombre de téléchargements (27,2 millions contre 22,2 millions en 2009).

Sur le plan qualitatif, la structure de l'audience évolue elle aussi défavorablement, avec une augmentation de l'écart entre la structure du public d'ARTE France et celui de la télévision en général, que ce soit sur la part des « CSP - » ou des 25-49 ans.

En 2010, la part d'audience recueillie par la chaîne a été de 1,6 %, contre 1,7 % l'an dernier. Les dernières données, relatives au mois de juillet 2011, font état d'une part d'audience en journée de 1,8 %. Sur l'univers des exclusifs TNT, la part de la chaîne est restée relativement stable à 1,9 % contre 2 % en 2009.

Il n'en demeure par moins que **l'image de la chaîne reste très positive auprès du public**, ainsi qu'en témoignent les études quantitatives menées à ce sujet ⁽¹⁾.

2.- La stratégie de reconquête de la chaîne pour 2012

D'après les informations recueillies par le Rapporteur spécial, la stratégie de la chaîne pour l'an prochain devrait reposer sur trois grands axes :

- le renforcement de la singularité et de l'attractivité de l'offre des programmes ;
- la poursuite du développement numérique ;
- l'amélioration de la gestion.

Ils recourent les orientations prévues dans le cadre de la négociation du COM 2012-2016. La chaîne devra ainsi **s'affirmer comme le média global de référence pour la culture et la création européenne auprès d'un large public**. Il s'agira en outre de renforcer les liens avec les publics et d'élargir l'audience. ARTE-France devra enfin s'efforcer de créer un nouveau modèle de télévision *via* les nouveaux médias, la chaîne ayant fait figure de pionnière dans le développement de l'offre éditoriale sur l'internet.

Ainsi ARTE-France envisage notamment de **refondre sa stratégie éditoriale dès 2012, en proposant un renouvellement de son offre de programmes**. Celle-ci passera par un renforcement des programmes de journée et des deuxièmes parties de soirée, la chaîne envisageant en outre de développer une politique événementielle forte *via* des documentaires et des fictions.

(1) Baromètre IFOP.

Concernant les nouveaux supports de consommation et de diffusion, ARTE-France, entend poursuivre la politique novatrice qu'elle mène depuis plusieurs années ⁽¹⁾. Priorité devrait être donnée aux programmes mixtes conçus à la fois sur l'antenne traditionnelle et sur les nouveaux médias, favorisant ainsi une mutualisation des contenus entre les différents canaux, et une cohérence de l'offre éditoriale.

Le projet de loi de finances pour 2012 propose d'attribuer **270,2 millions d'euros à ARTE-France, une dotation en croissance de 7,3 %** par rapport à celle ouverte en loi de finances initiale pour 2011. Les ressources propres devraient atteindre 4,2 millions d'euros, en croissance de 1,8 million d'euros par rapport à l'an dernier.

Cette **progression substantielle de la dotation est conforme à la stratégie ambitieuse définie entre la chaîne et sa tutelle**. Elle permettra notamment de renforcer l'offre éditoriale en proposant une grille renouvelée, plus attractive, plus lisible et plus adaptée afin de reconquérir les publics.

La chaîne mobilisera également ses moyens pour enrichir et approfondir l'offre proposée sur les nouveaux médias, avec un effort porté sur la production de programmes innovants et hybrides adaptés tant à l'antenne traditionnelle qu'aux nouveaux supports de diffusion et de consommation. Elle procédera également au renforcement de ses plateformes numériques, dont le succès ne se dément pas. De fait, en 2012, les charges de la chaîne augmenteront de 7,9 %, soit 19,8 millions d'euros, dont l'essentiel sera fléché vers des dépenses de programmes.

C.— RADIO FRANCE

1.— Des audiences stables en 2010

Au niveau global, une embellie s'observe sur l'ensemble du média radio. En effet, alors que le nombre d'auditeurs régressait depuis six ans, la saison 2010-2011 ⁽²⁾ révèle une légère reprise de l'audience. En semaine, du lundi au vendredi, l'audience cumulée ⁽³⁾ du média sur un jour moyen s'établit à 81,8 % et progresse de 0,4 point. En revanche, la durée d'écoute reste stable à 174 minutes en moyenne. Toutefois, le week-end, les données sont en baisse de 1,3 point le samedi avec une audience cumulée de 72,9 % et de 0,7 point le dimanche avec 66 % d'audience cumulée.

(1) Avec notamment la création des plateformes et sites ARTE Live Web, ARTE +7 et ARTE Créative.

(2) Couvrant la période de septembre 2010 à juin 2011.

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

Pour le groupe Radio France dans son ensemble, l'audience cumulée atteint 25,5 % et sa part d'audience (PDA) ⁽¹⁾ est de 22,1 % (+ 0,2 point). Le week-end, le groupe enregistre ses meilleures parts d'audience, à 23,6 % le samedi et 24,8 % le dimanche.

Par antennes, les performances sont les suivantes.

- **France Inter** reste stable par rapport à la saison précédente, avec une audience cumulée de 10,2 %, soit 5,35 millions d'auditeurs quotidiens, et une PDA de 9,5 %. Les auditeurs restent en moyenne 132 minutes sur la station.

Le week-end, ses performances sont en ligne avec les résultats de l'année précédente, avec une audience cumulée de 8,5 % le samedi et de 8 % le dimanche. Au total, France Inter se classe troisième radio en audience cumulée du lundi au vendredi, ainsi que le samedi. Le dimanche elle est deuxième radio, place qu'elle occupe également en part d'audience en semaine ainsi que le week-end.

Durant la journée, France Inter est première radio sur la tranche 12h-13h45 ainsi qu'entre 18h45 et 20h30. Son pic d'audience se situe à 8 heures et atteint 3,6 % soit 1,9 million d'auditeurs.

- Toujours soumise à une concurrence intermédias très forte et sans cesse croissante sur son univers de spécialité, **France Info** parvient toutefois à juguler la baisse de l'audience cumulée observée lors des deux saisons passées : celle-ci s'établit à 8,7 %, en légère progression de 0,1 point.

Au cours du premier semestre 2011 France Info a été la radio la plus écoutée en semaine par les cadres supérieurs, les professions libérales et par les hommes actifs, ses cibles privilégiées.

- **France Bleu** continue de progresser avec 7,2 % d'audience cumulée, soit une hausse de 0,1 point par rapport à son record de l'an dernier. La PDA suit la même évolution et s'établit à 6,2 %.

- **France Culture** présente une audience cumulée stabilisée, à 1,7 %. En moyenne, en semaine, 900 000 auditeurs rejoignent la station.

- **France Musique** enregistre une performance équivalente à la saison précédente avec une audience cumulée de 1,3 %. De fait, le format thématique de ses programmes lui permet de fédérer un public essentiellement occasionnel.

- **FIP** attire 368 000 auditeurs.

- Les performances du **Mouv'** reflètent les changements substantiels intervenus dans l'offre de programmes et qui ont, fort logiquement, entraîné une baisse de l'auditoire à court terme. Ainsi, l'audience cumulée a-t-elle reculé de 0,3 point à 0,5 % par rapport à la saison précédente.

(1) *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.*

2.– La stratégie : identité des chaînes et nouvelles technologies

Le présent projet de loi de finances propose d'allouer **629,8 millions d'euros au groupe Radio France, une dotation en hausse de 3,8 %** par rapport au financement attribué en loi de finances initiale pour 2011. Cette progression est **en ligne avec la trajectoire du COM 2010-2014**, sous réserve d'un écart de 2 millions d'euros qui ne seront pas versés en raison du décalage du départ de RFI, locataire de la Maison de Radio France qui, à ce titre, continuera de verser un loyer de même montant en 2012.

La stratégie du groupe pour 2012 sera conforme aux orientations du COM, dont les trois axes principaux sont :

- l'amélioration de l'offre de radio et des formations musicales ;
- l'adaptation aux nouveaux usages de diffusion et de consommation du média radio *via* les technologies numériques ;
- l'évolution de l'entreprise et de l'organisation du travail.

Plus précisément, l'activité 2012 sera centrée sur cinq volets principaux.

Radio France devra tout d'abord poursuivre le renforcement de l'identité de chacune de ses chaînes. En 2011, le réseau France Bleu aura connu une extension avec le lancement d'une nouvelle station à Toulouse. L'année 2012 verra l'ouverture d'une nouvelle antenne à Saint-Étienne. Par ailleurs, c'est l'an prochain que le groupe pourra tirer les enseignements des évolutions portées sur les grilles de 2011 pour France Musique et le Mouv'. Naturellement, Radio France sera fortement mobilisée afin de couvrir les différentes échéances électorales françaises et internationales, notamment par le biais d'une nouvelle émission politique.

Le développement des nouvelles technologies constituera le deuxième axe de la politique du groupe. La refonte des sites internet se poursuivra en 2012 et concernera France Info, France Bleu et France Musique. Radio France développera par ailleurs sa présence sur tous les autres supports en améliorant les applications *smartphones* et en établissant une charte sur l'utilisation des réseaux sociaux.

Malgré les fortes incertitudes entourant le déploiement de la RNT (cf. *supra*), le groupe continuera de se préparer à cette perspective, ou à tout autre développement numérique du média radio.

Le chantier de réhabilitation de la Maison de Radio France sera évidemment poursuivi (cf. *infra*).

Autre chantier d'importance, celui qui a trait la **renégociation de l'accord d'entreprise**, le groupe ayant jusqu'au mois d'octobre 2012 pour trouver un accord relatif aux personnels techniques et administratifs.

Enfin, Radio France s'attachera à poursuivre la **modernisation des moyens techniques**, en procédant notamment à la refonte du système d'information, au renforcement des processus de supervision, et à la modernisation des moyens techniques de production et d'antenne. Cette montée en puissance des investissements techniques, planifiée sur la durée du COM, doit permettre de tirer tout le parti des évolutions technologiques et s'articuler avec les contraintes liées à la rénovation de la Maison de Radio France.

3.– La poursuite d'un chantier exceptionnel : la réhabilitation de la Maison de Radio France

Lancé le 8 juin 2009 et prévu pour s'achever à l'été 2016, le chantier 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 devait 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 ⁽¹⁾ :

– 259,5 millions d'euros pour les travaux ⁽²⁾ ;

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

– 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).

Le respect de cette enveloppe globale constitue une priorité pour le groupe. Pour les dépenses à venir, une révision de prix prévisionnelle a été calculée en appliquant à l'index BT01 ⁽³⁾ 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.

(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.

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

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. Au 30 août 2011, aucun surcoût par rapport à l'enveloppe globale n'est à déplorer.

En sus des dépenses d'investissement, Radio France devra faire face à des dépenses de fonctionnement en raison de la réalisation du chantier en site occupé et exploité, avec la poursuite de l'intégralité des activités radiophoniques et musicales du groupe. Ces dépenses sont **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 axes stratégiques : préservation, valorisation, formation

Le projet de loi de finances pour 2012 propose d'allouer à l'INA 93,9 millions d'euros, une dotation en progression de 2,1 % par rapport à l'année précédente (+ 2 millions d'euros).

Ces ressources sécurisées permettront à l'Institut de mener à bien une **stratégie axée autour de six volets principaux** :

– **la sécurité de l'exploitation des archives** : afin de garantir à la fois la sécurité des données numériques archivées et la continuité d'exploitation des activités de l'Institut en cas d'incident grave du système informatique, le plan dit de « reprise d'activité » (PRA) devra entrer dans une phase opérationnelle ;

– **la lutte contre l'obsolescence des supports** : l'INA lancera le transfert des programmes conservés sous la forme de Betacam Numériques, HDCAM, HDCAM-SR dans un format fichier informatique de très haute qualité (JPEG 2000) ;

– **l'insertion professionnelle des diplômés** : suite à la loi de 2007 relative à l'autonomie des universités, l'insertion professionnelle et l'orientation sont devenues des préoccupations d'autant plus prégnantes pour l'INA dans son volet

« formation ». À cet effet, le contrat d'objectif et de moyens intègre un indicateur sur le taux d'insertion professionnelle des diplômés ;

– **la valorisation des collections** : le site ina.fr poursuivra sa croissance grâce à différents facteurs : l'enrichissement du fonds disponible en ligne, le développement de la plateforme de blogs et de la nouvelle offre photo, ainsi qu'une meilleure valorisation des partenariats et des fonds régionaux ;

– **l'élargissement des activités du dépôt légal** : l'INA poursuivra le dépôt légal du web. Cette activité, en collaboration avec la Bibliothèque nationale de France, permet de garder une image fidèle des évolutions du paysage de l'internet dans le milieu de l'audiovisuel ;

– **la consolidation de l'activité de la formation continue** : à cet effet, l'Institut doit notamment poursuivre son travail d'analyse de la demande clients afin d'adapter ses offres en conséquence.

2.– La poursuite du Plan de sauvegarde et de numérisation

Le **plan de sauvegarde et de numérisation** des fonds menacés de dégradation physico-chimique (PSN) a débuté en 1999. Il est entré dans sa phase opérationnelle en 2002 et son achèvement est prévu en 2015.

Son périmètre initial couvre les fonds télévisuels sur supports film, sur les supports vidéo analogiques les plus anciens (2 pouces, 1 pouce et $\frac{3}{4}$ de pouce), le fonds radiophonique national (sur bandes 6,25 mm disques 78 tours et DAT) et le fonds photographique.

Près de 10 ans après le démarrage du PSN, pour faire face à l'évolution rapide des technologies numériques et la diversification des usages des archives audiovisuelles, l'INA se prépare à migrer les fonds numérisés vers des technologies, formats et supports, plus récents et adaptés aux usages. Ainsi, comme indiqué précédemment, le JPEG 2000 a été adopté en 2011 comme format de fichier d'archivage à long terme de ses archives professionnelles stockées sur support informatique LTO5.

Les données relatives à l'état d'avancement du PSN selon les supports témoignent des réalisations suivantes :

- fonds télévisuel : 90 % est sauvegardé, pour un total de 285 772 heures ;
- fonds radiophonique national : 54 % du fonds total a été sauvegardé, représentant 241 209 heures ;
- fonds photographiques : 27 % des 1,2 million de photos sont numérisés, soit 32 591 objets.

3.– L'École de l'INA : une insertion professionnelle réussie dès la première promotion

L'École supérieure de l'audiovisuel et du numérique, ou École de l'INA a ouvert ses portes en octobre 2007. Sa vocation est de 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.

Les études sont organisées en enseignements fondamentaux et en enseignements professionnels propres à chaque spécialité. Le programme de cours communs porte sur l'histoire, le droit, l'économie et la gestion du secteur audiovisuel, les techniques numériques de production et de création, la fabrication d'une œuvre audiovisuelle, la programmation des chaînes, la place de l'informatique et de la vidéo dans les mouvements artistiques contemporains, l'anglais de l'audiovisuel et les principes du management. Un stage en entreprise obligatoire renforce l'ouverture professionnelle de ces formations.

Chaque promotion compte entre 35 et 40 étudiants (entre 15 et 20 selon la spécialité) titulaires d'un diplôme de niveau minimum bac + 3.

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'Institut 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.

La première promotion a été intégralement diplômée à la fin de l'année 2009. Six mois après l'obtention de leur diplôme, les étudiants affichaient un taux d'insertion professionnelle de 68,5 %. Ce résultat à six mois dépasse l'objectif inscrit dans le COM 2010-2014, qui faisait figurer une cible de 70 % dans l'année suivant l'obtention du diplôme.

III.- ACHEVER LA CONSTITUTION DE L'AUDIOVISUEL EXTÉRIEUR

A.- HOLDING AEF : DES DOTATIONS CALIBRÉES À DES BESOINS RÉDUITS

1.- Des financements adaptés à la nouvelle situation de l'AEF

Après une année 2011 qui aura constitué le point culminant de la montée en charge du soutien public à la constitution du nouvel outil audiovisuel extérieur de la France, **2012 voit un rebasage logique des financements accordés à l'AEF, l'essentiel des investissements nécessaires à sa création ayant été réalisés ou en se trouvant en cours de finalisation.** En outre, des économies issues de synergies sont attendues de la réorganisation des différentes entités participant à la politique audiovisuelle extérieure de notre pays.

Ainsi, le présent projet de loi de finances consacrerait une **diminution globale de près de 3,5 %** des dotations allouées à l'AEF, décomposée comme suit :

– une forte croissance de la part de contribution à l'audiovisuel public (CAP) qui lui est allouée : 170,3 millions d'euros contre 125,2 millions d'euros l'an dernier ;

– une baisse toute aussi importante de crédits budgétaires qui lui sont versés *via* le programme 313 : 150,1 millions d'euros contre 206,5 millions d'euros en 2011.

Au total, ce sont donc 320,3 millions d'euros qui bénéficieraient à l'AEF, contre 331,9 millions d'euros accordés l'année précédente.

2.- Les orientations du futur (?) COM

En application de la loi n° 2009-258 du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision, l'AEF est devenue une société nationale de programmes.

En conséquence, 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-ci, attendu depuis plusieurs années, voit sa conclusion repoussée d'exercice en exercice. Si l'entreprise et sa tutelle font, chaque année, montre d'un optimisme certain, force est de constater que les négociations n'ont toujours pas abouti. Il est vrai que **la mise en place de l'AEF s'est révélée particulièrement complexe au niveau organisationnel, financier et social**, la direction et sa tutelle ayant dû mener à bien plusieurs réformes délicates qu'il convient d'achever avant

la conclusion du COM, sauf à faire de cet instrument essentiel une coquille vide sans portée réelle.

D'après les informations recueillies par le Rapporteur spécial, **quatre axes stratégiques devraient constituer la trame du futur COM.**

- Développer la présence française dans le paysage audiovisuel mondial en vue de contribuer à l'influence de la France, à la francophilie et à la promotion de la francophonie

Dans cette optique, le COM devrait déterminer des objectifs et des priorités claires en termes de zones géographiques et de langues à développer.

À cet égard, le Maghreb et le Proche et Moyen-Orient sont considérés comme des zones prioritaires. C'est pourquoi l'AEF doit développer son pôle arabophone, l'arabe étant considéré comme une langue de base de diffusion qui doit permettre d'accroître l'audience de France 24 et de relancer celle de Monte Carlo Doualiya (MCD).

L'AEF doit également conserver sa notoriété et ses audiences en Afrique francophone, et renforcer sa présence en Afrique anglophone, tout en développant sa distribution en Asie-Pacifique, sans délaisser les zones Europe, Amérique du Nord et Amérique Latine.

Pour ce faire, la tutelle reconnaît que l'AEF doit mettre en place des outils de mesure d'audience cohérents et fiables, ce dont le Rapporteur spécial se félicite.

De même, le groupe devrait mettre en place sur un maximum de pays un indicateur de performance annuel permettant de situer les antennes dans leur univers concurrentiel, ce qui, assurément, semble particulièrement pertinent.

- Proposer à tous les publics ciblés une offre pluri et multimédia, reflet de la diversité culturelle et linguistique ainsi que de la culture et des valeurs françaises et francophones

L'AEF doit continuer de s'adresser aux « leaders » d'opinion, qui constituent son cœur de cible, mais également au grand public, particulièrement en Afrique francophone. À cet effet, l'AEF devra utiliser les possibilités offertes par les nouveaux modes de consommation et de diffusion afin de toucher ces auditeurs et téléspectateurs. Une telle stratégie passera par la création de sites web et le développement d'application mobiles et une politique de présence sur les portails des opérateurs de téléphone mobile dans le monde.

De telles ambitions ne pourront se concrétiser qu'après avoir procédé à la modernisation des sites internet existants (RFI et France 24). Le groupe devra notamment utiliser toutes les potentialités d'internet pour proposer en ligne l'intégralité de ses antennes, en diffusion en direct et en flux, à la carte et à la demande (*via* des podcasts audio ou vidéo).

- Améliorer l'efficacité de l'audiovisuel extérieur et la qualité de leur offre

Dans ce cadre le groupe doit accroître ses ressources propres, ce qui passe notamment par des partenariats, le développement de produits marketing, et la commercialisation des sons, images, archives et autres droits dont il est propriétaire.

Par ailleurs, comme les autres entités de l'audiovisuel public, l'AEF doit réaliser des synergies en matière d'organisation (organigrammes simplifiés, maîtrise de la masse salariale, cohérence des politiques et des outils), de contenu (reportages communs, mutualisation des correspondants à l'étranger), mais aussi concernant la diffusion et la distribution, les achats et les frais généraux.

- Améliorer et moderniser la gestion de l'audiovisuel extérieur de la France

Comme l'ensemble de la sphère publique, l'AEF devra faire preuve de rigueur dans la gestion en assurant une maîtrise de sa masse salariale et de l'emploi, et en modernisant sa gestion financière.

B.- TV5 MONDE : L'ACHÈVEMENT DU PLAN STRATÉGIQUE 2009-2012

La stratégie de la chaîne est définie par le plan stratégique 2009-2012, lequel avait fait l'objet d'un accord entre les représentants des différents États bailleurs de fonds réunis lors de la conférence à Vancouver organisée en novembre 2008.

Dans un contexte de bouleversements technologiques, de changements profonds des modes de diffusion et de consommation du média télévisuel, et de concurrence accrue sur ce support, la chaîne multilatérale se donnait pour objectifs :

- d'enrayer les menaces pesant sur sa distribution ;
- de résister à la pression à la baisse sur ses audiences ;
- de renforcer sa politique de sous-titrage ;
- de redonner plus de visibilité aux productions du Sud ;
- de rattraper son retard en matière de diversification multimédias ;
- de réaffirmer la crédibilité de son information ;
- de relancer son chiffre d'affaires publicitaire.

Pour ce faire, le **plan stratégique s'articulait autour de trois axes**. Il s'agissait tout d'abord de diversifier les supports de distribution dans l'optique d'une transformation en média global afin de consolider et d'élargir l'audience de la chaîne. TV5 Monde devait par ailleurs renforcer l'identité de son offre éditoriale. Enfin, la chaîne souhaitait assurer et valoriser la présence de sa marque le plus largement possible *via* une stratégie de communication dynamique.

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

Sur l'amélioration de la distribution, la chaîne mène des actions de dédoublement de certains signaux, notamment en Afrique et en Asie.

En outre, afin de toucher un maximum de public, TV5 Monde propose de renforcer sa politique de sous-titrage. En effet, le caractère résolument francophone de la chaîne ne doit pas représenter un obstacle à l'élargissement de son audience en direction d'un public certes francophile, mais pas nécessairement francophone. Dans ce cadre, les priorités de la chaîne en la matière visent à :

- l'introduction du sous-titrage en anglais, en Afrique et en Europe ;
- l'introduction du sous-titrage polonais en Europe et l'utilisation de l'espagnol, notamment, pour les versions latino-américaines ;
- l'introduction de langues asiatiques dans la zone Asie.

Par ailleurs, le développement du « média global » se poursuit. Il s'agit, entre autres, d'améliorer la visibilité du site internet, de développer l'interactivité avec les internautes, d'expérimenter les WebTV destinées à des publics spécifiques (programmes jeunesse notamment), ou encore de développer la présence de TV5 Monde sur les nouveaux supports mobiles (*smartphones* en particulier, *via* des applications dédiées).

- Une offre éditoriale diversifiée et cohérente

Dans cette optique, la chaîne tient à revendiquer et renforcer les valeurs de la francophonie dans son offre de programmes.

Elle entend par ailleurs renforcer son identité éditoriale, ce qui passe notamment par une action résolue en direction des productions propres spécifiques à la chaîne et par une réaffirmation de la singularité de l'information délivrée par son antenne.

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

TV5 Monde entend déployer une stratégie de marque et de communication volontariste afin de fidéliser l'audience existante et d'attirer de nouveaux publics. En effet, ces derniers ne peuvent se tourner vers les programmes proposés par la chaîne que s'ils sont connus.

Dans ce but, la chaîne s'efforce notamment de rénover la communication antenne en proposant un habillage des programmes dynamique et en renforçant sa politique d'autopromotion. Par ailleurs, elle développe sa communication externe afin de faire connaître et de valoriser la marque TV5 Monde.

C.- FRANCE 24 : PERFORMANCES ET ORIENTATIONS POUR 2012

France 24, chaîne d'information internationale, a pour vocation et pour mission d'offrir au public international un point de vue français sur l'actualité du monde et de contribuer, par ce biais, au rayonnement international de la France. Son cœur de cible est constitué des leaders d'opinion, notamment les décideurs politiques et économiques, mais, plus généralement, elle s'adresse naturellement à l'ensemble du public régulier des chaînes d'information internationale. En outre, la structure de son audience a pu évoluer à la faveur notamment des printemps arabes, lesquels ont élargi la visibilité de la chaîne au-delà de ses cibles traditionnelles.

La chaîne s'efforce de promouvoir les valeurs démocratiques et républicaines et la diversité des cultures française et francophones. À cet égard, l'offre multilingue – français, anglais, arabe – permet de toucher un public varié. **Le 12 octobre dernier, France 24 a ainsi fêté le premier anniversaire de la diffusion 24h/24 en arabe, l'orientation stratégique portée l'an dernier s'étant révélée particulièrement pertinente à la lumière de l'actualité de ces derniers mois** (cf. *infra*). Le Rapporteur spécial tient à en féliciter la direction et les équipes de la chaîne.

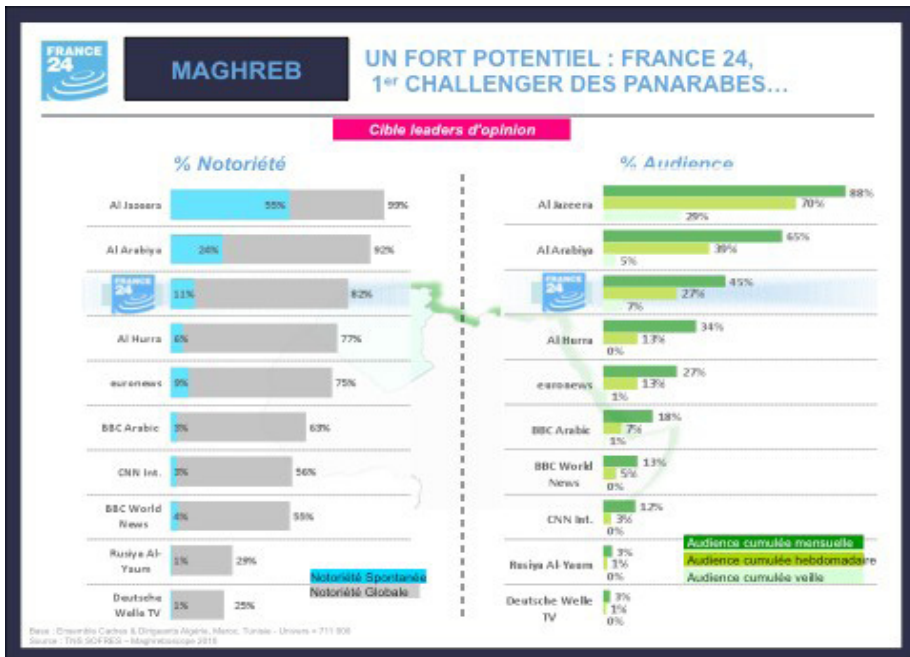
Le bilan de la couverture de France 24 est positif puisqu'**en moins de cinq ans, le nombre de foyers pouvant recevoir la chaîne a plus que doublé**, passant de 80 millions lors de son lancement en 2006 à près de 170 millions au troisième trimestre 2011. La répartition géographique des foyers est la suivante :

- Europe : 104 millions ;
- Afrique du Nord et Moyen Orient : 43 millions ;
- Asie Pacifique : 10 millions ;
- Amériques : 7 millions ;
- Afrique subsaharienne : 6 millions.

Ces 170 millions de foyers TV peuvent recevoir la version française et/ou anglaise et/ou arabe. Avec 159 millions de foyers, la version anglaise est la mieux distribuée, suivie de la version française avec 127 millions de foyers, et enfin la version arabe avec 87 millions de foyers.

Grâce aux différentes empreintes satellitaires, France 24 est aujourd’hui accessible dans ces trois langues sur tout le continent européen, au Moyen-Orient et en Afrique du Nord. Elle est accessible en français et en anglais en Afrique subsaharienne. En Asie, la chaîne peut être reçue en français et en anglais. Les Amériques peuvent recevoir la version française de France 24, la version anglaise étant uniquement disponible en Amérique du Nord.

Lors des crises qui ont ébranlé le Maghreb, France 24 s’est révélée comme la seule chaîne occidentale à émerger face aux chaînes d’informations panarabes, ainsi qu’en témoignent les données figurant ci-dessous.





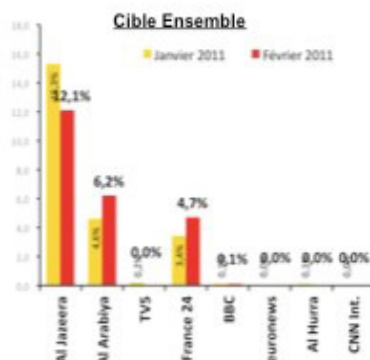
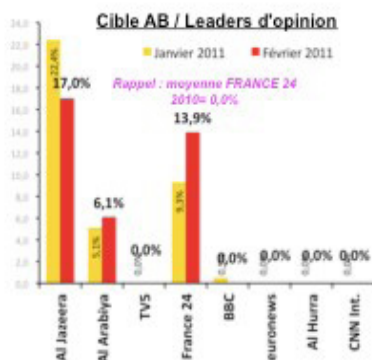
TUNISIE

LES ÉVÉNEMENTS EN TUNISIE CRÉENT UNE NOUVELLE DYNAMIQUE ...

La paysage des chaines d'information internationales en Tunisie **début 2011**:

FRANCE 24 : challenger d'Al Jazeera sur les leaders d'opinion et des panarabes en général sur l'ensemble population

Audience quotidienne Tunisie



Source : SKGMA - Mars 2011 - Base population tunisienne 10 ans et + / échantillon : 7848 individus



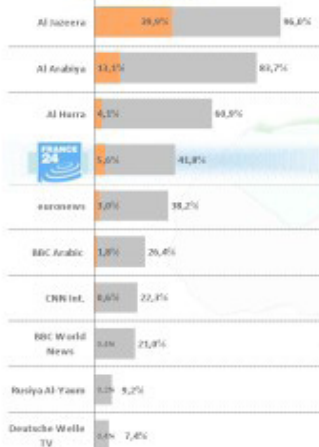
MAGHREB

... Y COMPRIS SUR LE GRAND PUBLIC

% Notoriété

Cible 15 ans et +

% Audience



Note : Croyance population 15r Algérie, Maroc, Tunisie - Univers +11 503 500

Source : SKGMA 2011 - Maghrebzone 2011

La chaîne s'est fixée cinq grandes priorités stratégiques pour 2012. Il s'agira tout d'abord de développer ses audiences et sa notoriété dans toutes ses langues de diffusion et en particulier en arabe, les résultats enregistrés au Maghreb étant encourageants. En outre, la chaîne entend améliorer sa distribution afin d'assurer une couverture mondiale de ses programmes. Comme l'ensemble des acteurs de l'audiovisuel public, France 24 devra également développer sa présence sur tous les supports de diffusion et de consommation du média télévisuel, adaptés à sa vocation de chaîne d'information (réseaux sociaux, sites internet partenaires, terminaux mobiles, tablettes numériques etc.). Un effort devra être entrepris pour augmenter les ressources propres, notamment grâce à la vente de programmes et de produits dérivés. Enfin, conformément à la réforme organisationnelle de l'audiovisuel extérieur, la chaîne approfondira les synergies de contenus et de moyens avec les autres filiales de l'AEF.

D.– RFI : CONCLURE LE PROCESSUS D'INCLUSION AU SEIN DE L'AEF

1.– Mener à terme les dernières opérations préalables à la fusion

RFI poursuit sa réorganisation, en phase avec la constitution et la consolidation de l'AEF. Rappelons qu'en application de la loi n° 2009-258 du 5 mars 2009, la radio est devenue une filiale de la holding AEF.

Dans ce cadre, deux **chantiers majeurs restent à concrétiser** : le déménagement des équipes en vue d'un regroupement de l'ensemble des personnels de l'AEF sur un même site, et la fusion juridique. Force est de constater que, à l'image des réformes précédemment menées au sein de la station (réorganisation des langues de diffusion et plan global de modernisation notamment), ces évolutions se déroulent dans un **climat social tendu qui pourrait induire des retards dans leur mise en œuvre**. Ainsi, le 31 août dernier, le comité d'hygiène de sécurité et des conditions de travail (CHSCT) a demandé une expertise sur les projets de fusion juridique et de réorganisation opérationnelle. Le délai d'expertise étant d'environ deux mois, la fin de la procédure d'information-consultation est prévue le 24 novembre prochain, la même procédure concernant le plan de départ volontaire devant également expirer à cette échéance.

Le bail prévoyant le déménagement de RFI dans un immeuble contigu à France 24 a été approuvé par le conseil d'administration extraordinaire d'AEF du 11 avril 2011. Les opérations d'aménagement sont en cours, avec le début des travaux électriques et de climatisation ont commencé. Le déménagement des équipes devrait pouvoir débuter à la fin de l'année 2011.

Sur le plan éditorial, RFI poursuit sa réorganisation avec notamment la création d'une rédaction unique multilingue et multi-supports, articulée autour de deux responsables éditoriaux, l'un en charge de toutes les diffusions vers l'Afrique, quels que soient la langue et le support, l'autre en charge du reste du

monde. Une conférence de rédaction unique a été initiée pour l'ensemble des langues de RFI, avec pour objectif d'impulser une ligne éditoriale unique, quelle que soit la langue de diffusion. RFI entend en outre développer le caractère bi-média de sa rédaction, en mêlant radio et internet, ce dont le Rapporteur spécial se félicite.

Par ailleurs, le rôle de certaines langues d'un intérêt géopolitique dans l'expression d'un regard français sur l'actualité a été réaffirmé. Il s'agit notamment du mandarin, du persan ou encore du russe.

Rappelons qu'en en juillet dernier, une nouvelle langue, le swahili, a été lancé depuis Dar Es Salam en Tanzanie sur le modèle du haoussa, diffusé depuis Lagos au Nigéria et qui attire, trois ans après son lancement, quelque 7 millions d'auditeurs pour ce pays. Au total la radio émet donc en douze langues : français, anglais, espagnol, portugais/brésilien, russe, persan, mandarin, vietnamien, cambodgien, roumain (*via* une filiale), swahili et haoussa ⁽¹⁾.

2.– Les axes stratégiques pour 2012

RFI axe sa stratégie autour de cinq volets principaux. Il s'agit en premier lieu de poursuivre la relance des audiences, en capitalisant sur les améliorations observées sur les derniers exercices. Afin d'atteindre un tel objectif, il conviendra de tirer profit de tous les modes de diffusion : *via* la bande FM naturellement, mais également par le biais des nouveaux médias avec la web radio, et les *smartphones* notamment.

En outre, RFI s'attachera à poursuivre la politique de relance des langues sur la base des grilles renouvelées qui ont été lancées au printemps 2011 et en favorisant de meilleures synergies entre toutes les langues de diffusion autour d'une ligne éditoriale commune (cf. *supra*).

La station s'efforcera aussi de développer et d'approfondir son caractère multimédia, en s'appuyant notamment sur sa rédaction hybride radio-internet.

Logiquement, dans le cadre de la fusion pleine et entière au sein de l'AEF, il conviendra de réaliser un maximum de synergies – tant en ce qui concerne les fonctions support qu'en matière éditoriale – avec France 24, Monte Carlo Doualiya (MCD), la holding AEF et avec TV5 Monde.

Enfin, RFI poursuivra le développement de MCD dans le cadre du pôle arabophone de l'AEF, dont les récents bouleversements géopolitiques ont souligné la pertinence et la qualité. Rappelons que l'année 2010 aura vu une remontée certaine des audiences de MCD. Alors que la radio avait perdu quelque 5,5 millions d'auditeurs depuis 2004, pour un nombre d'auditeurs hebdomadaires s'élevant à 5 millions, elle a réussi à attirer de nouveau le public grâce notamment à un renouvellement de son offre éditoriale. De fait, selon les dernières données disponibles, MCD fédérerait dorénavant quelque 7,6 millions d'auditeurs.

(1) Le recentrage de la diffusion sur les zones prioritaires avait vu la suppression des rédactions en : albanais, allemand, laotien, polonais, serbo-croate et turc.

CHAPITRE TROISIÈME : LE SOUTIEN PUBLIC À LA PRESSE

I.- LES DONNÉES ÉCONOMIQUES D'UN SECTEUR TOUJOURS MENACÉ

A.- LA BAISSSE DE LA DIFFUSION SE POURSUIT

En 2009, le tirage de l'ensemble de la presse « éditeur » est en baisse, à 7,59 milliards d'exemplaires contre 8,12 milliards en 2008 et 8,3 milliards en 2007. Sur ce volume, 6,43 milliards ont été distribués en 2009, de façon gratuite ou payante. Rappelons que, pour 2000, les chiffres étaient de 8,27 milliards d'exemplaires tirés (– 1,8 % en 2009 par rapport à 2000).

Concernant la seule presse payante, 5,53 milliards d'exemplaires ont été imprimés en 2009, contre 5,69 milliards en 2008 (– 11,8 % par rapport à 2000). Sur ce volume total, 4,38 milliards ont été distribués, ce qui correspond à une baisse de 15,8 % par rapport à l'année 2000.

La diffusion est donc en plus forte diminution que le tirage par rapport au début de la décennie. Aucun secteur de la presse payante n'est épargné par cette lente érosion de la diffusion. Les évolutions observées à ce titre sont différentes selon les familles de presse.

La **presse nationale d'information politique et générale (IPG)**, qui s'était stabilisée (– 0,2 %) en 2008, connaît un **fort recul de sa diffusion en 2009** (– 5,6 %), après un progrès notable de près de 2,1 % en 2007. Au sein de cette famille de presse, les quotidiens diminuent dans les mêmes proportions (– 5,3 % contre – 2,1 % en 2008), alors qu'ils avaient progressé de 1,8 % en 2007. En 2009, le rééquilibrage des modes de diffusion de la presse quotidienne vers les abonnements, au léger détriment des ventes au numéro, semble se renforcer de manière significative.

La **presse locale** poursuit une **décroissance régulière mais relativement limitée**, avec une très légère diminution de la diffusion de la presse quotidienne régionale et départementale de – 0,9 % en 2009 contre – 1,07 % en 2008 ⁽¹⁾.

La diffusion de la **presse spécialisée grand public** est de nouveau **en recul** en 2009. La perte est de 4,75 % (contre 2 % en 2008) en volume, soit environ 80 millions d'exemplaires sur l'année.

La **presse radio-télévision**, concurrencée par les suppléments dominicaux des quotidiens, **poursuit son érosion** entamée en 1998 (– 3,6 % en 2009 comme en 2008). La presse sportive perd 3,9 % de sa diffusion en 2009 par rapport à l'année précédente. La presse de loisirs perd 5,2 % en 2009 (contre 3,8 % en 2008).

(1) Soit une perte de 45 000 exemplaires par jour environ.

La **presse féminine**, qui a su renouveler son offre à travers le lancement de plusieurs titres, ne perd que 1,3 % de son volume diffusé en 2009, contre 1,4 % en 2008, chiffre déjà le plus faible des grandes catégories cette année.

La diffusion de la **presse technique professionnelle** poursuit en 2009 un déclin de sa diffusion, entamé depuis longtemps (– 2 % après – 3,5 % en 2008), soit environ une perte de 3,5 millions d'exemplaires entre 2009 et 2008. Sur le très long terme, le tirage et la diffusion de la presse technique et professionnelle baissent régulièrement depuis 1991.

La **presse agricole** accuse en 2009 une perte de 5,5 % de son volume diffusé par rapport à l'année précédente. La presse médicale est en recul de 8,1 % en 2009 et la presse des services marchands est, fait notable, la seule à progresser (+ 8,8 %).

Dans cet ensemble, la **presse payante d'annonces** accuse une nouvelle diminution de – 10 % en 2009 par rapport à l'année précédente, après l'effondrement constaté de – 32,3 % en 2008. Ce recul considérable ne vaut cependant que pour un volume relativement modeste par rapport à l'ensemble de la presse grand public.

B.– DES CHIFFRES D'AFFAIRES STRUCTURELLEMENT DÉCROISSANTS

Le chiffre d'affaires global de l'ensemble de la presse écrite en 2010 atteint 9,43 milliards d'euros et se trouve de nouveau en **décroissance de 2,1 %** par rapport à l'année précédente (9,63 milliards d'euros).

- L'ensemble de la **presse nationale d'IPG** représentait 19,3 % du chiffre d'affaires total de la presse éditeur en 1990 ; elle ne représente plus que 14,2 % en 2010, soit une perte de 7 millions en euros moyenne annuelle sur les deux dernières décennies.

Pour cette famille de presse, le volume du chiffre d'affaires des ventes par abonnement progresse régulièrement sur le très long terme (1990-2010). Il passe de 240 millions d'euros courants en 1990 à 390 millions en 2010, soit un gain de 150 millions d'euros, qui ne résulte pas d'un simple transfert de volume des ventes au numéro, puisque sur la même période, ces dernières ne totalisent qu'une perte d'environ 80 millions d'euros courants.

Les recettes d'annonces sont en constante régression et passent de 31 % du chiffre d'affaires total de la presse écrite en 1990 à moins de 5 % de ce même total en 2010 (de 320 à 27 millions d'euros courants), accusant en 2010 une nouvelle baisse exceptionnelle, équivalente à celle de l'année précédente (– 31,5 %). Le marché des annonces est en profonde mutation et affecte aussi l'ensemble de la presse d'IPG, support ancien et privilégié de cette source de revenus.

• La **presse locale d'IPG** représentait 26 % de l'ensemble du chiffre d'affaires de la presse « éditeur » en 1990 ; cette part progresse pour atteindre presque 32 % en 2010. Il s'agit de **l'ensemble de presse qui résiste le mieux à la crise actuelle**, étant déjà le seul ensemble en 2009 à bénéficier d'une progression sur le poste des recettes tirées des ventes.

En 2010, le volume des recettes de ventes par abonnement progresse encore (+ 3,5 % contre + 14,4 % en 2009). Ce résultat traduit notamment le choix fait par les éditeurs – et largement soutenu par les pouvoirs publics (cf. *infra*) – de renforcer le portage à domicile des titres quotidiens, lequel constitue la composante majeure de cet ensemble dans le volume du chiffre d'affaires (90 %).

Si les recettes d'abonnements poursuivent leur augmentation (+ 27 millions d'euros courants), les ventes au numéro enregistrent un recul, toutefois moins important (– 2,5 % en 2010, soit - 24 millions d'euros courants).

Au total, on observe donc une très légère progression de l'ensemble du chiffre d'affaires des ventes en 2010 pour la presse locale. Ce résultat positif des ventes ne compense cependant pas la dégradation des recettes de publicité commerciale (– 1,1 % en 2010) ni celle, plus importante, des recettes d'annonces (– 4,1 % en 2010).

• En termes de chiffre d'affaires, le poids de la **presse spécialisée grand public** reste très important, puisqu'elle représente près de 38 % de l'ensemble en 2010 (41 % si l'on ne considère que la seule presse payante).

Concernant les seules ventes au numéro, cette catégorie de presse reste prépondérante dans le circuit de distribution, car elle vaut à elle seule pour plus de la moitié du volume total en 2010 (53,2 %).

Le chiffre d'affaires de la presse spécialisée grand public est, en 2010, en légère diminution par rapport à l'année précédente (– 1,4 %). Après avoir régulièrement progressé de 1990 à 2001, puis stagné aux alentours de 4 milliards d'euros jusqu'en 2008, le chiffre d'affaires retombe aujourd'hui en euros courants au niveau atteint en 1996.

Sur les deux dernières années, après la chute des recettes publicitaires observée en 2009 (– 21,2 %), celles-ci parviennent à se redresser en 2010 (+ 1 %) alors que les recettes d'annonces continuent de subir une forte dégradation sur la même période (– 21,2 % et – 19,6 %).

• La **presse technique et professionnelle** ne voit progresser aucune des composantes de son chiffre d'affaires en 2010 et enregistre un nouveau recul de 3,5 % de l'ensemble de son chiffre d'affaires (contre – 9,2 % en 2009). Tous les postes de recettes de ce type de presse sont en régression d'environ 3 à 5 % par rapport à 2009. Le chiffre d'affaires de cette famille de presse représente désormais moins de 9 % de l'ensemble de la presse « éditeur », alors qu'il en représentait plus de 12 % en 1990.

- Pour la **presse gratuite d'annonces**, la très forte baisse observée en 2008 (– 11,8 %) et poursuivie avec en 2009 (– 24,8 %) continue en 2010 (– 21 %). L'ampleur de cette dégradation sur le très long terme est d'autant plus éloquente qu'elle succède à une période faste (2003-2007) ayant eu pour cause principale une embellie du marché immobilier.

Le développement des sites internet, encouragés et gérés par les éditeurs eux-mêmes, a conduit ces derniers à une très profonde remise en cause de l'ensemble de leurs activités. Cette réorientation est d'autant plus imposante qu'elle se conjugue avec une forte expansion du commerce en ligne directe entre particuliers et à une forme de crise particulière du marché de l'immobilier, deux des piliers de ce secteur.

- Un tassement du chiffre d'affaires de la **presse gratuite d'information** s'observe depuis 2009.

La crise du marché publicitaire affecte moins la presse gratuite d'information générale que les autres secteurs de la presse écrite. Toutefois, étant l'unique source de revenu de cette famille presse, elle se traduit fortement dans sa réalité économique. Le développement géographique de la presse gratuite d'information s'est poursuivi en 2010, avec l'implantation d'éditions locales.

II.– LA NÉCESSAIRE REFONTE DU SYSTÈME DES AIDES À LA PRESSE : DU RAPPORT CARDOSO AUX CONCLUSIONS MAISTRE

Le Rapporteur spécial a eu l'occasion de le réaffirmer à plusieurs reprises : il était indispensable de 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**. Par ailleurs 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 pouvait 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.

A.– LES PRÉCONISATIONS DU RAPPORT CARDOSO

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 services 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. Cette préconisation est partiellement mise en œuvre dans le cadre du présent projet de loi de finances.

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.

B.– LA MISSION MAISTRE : UNE CONCERTATION MENÉE AVEC LES PROFESSIONNELS

De fait en janvier 2011, le ministre a installé l'instance de concertation professionnelle en charge de définir les modalités d'application des orientations retenues par l'État dans le cadre de la réforme de la gouvernance des aides publiques à la presse.

La présidence de cette instance a été confiée à M. Roch-Olivier Maistre, conseiller maître à la Cour des comptes. Elle a réuni les représentants des différentes familles de presse écrite et numérique bénéficiaires des aides, ainsi que plusieurs personnalités qualifiées reconnues pour leur expertise du secteur de la presse.

Le périmètre de la réforme a concerné les aides directes aux éditeurs. En ont été exclues les aides fiscales indirectes ou les accords postaux qui font l'objet d'une convention jusqu'en 2015. Il a par ailleurs été considéré que les aides au pluralisme devaient être sanctuarisées.

Les travaux de l'instance de concertation se sont déroulés au premier semestre 2011 et ses conclusions remises au ministre de la Culture et de la communication le 4 juillet 2011. La mise en œuvre concrète des préconisations relève du domaine réglementaire. Toutefois, le présent projet de loi de finances en prend d'ores et déjà acte, avec notamment l'inscription du fonds stratégique pour le développement de la presse (cf. *infra*).

L'instance de concertation a pu dégager une position consensuelle autour de trois axes principaux.

Le premier axe était celui d'une **gouvernance rénovée des aides à la presse** : il a été décidé en premier lieu la création d'une conférence annuelle des éditeurs de presse, composée des représentants de toutes les familles de presse, de l'État (ministères chargés de la culture et du budget) et de personnalités qualifiées. Cette conférence a vocation à constituer un lieu de débat et de réflexion sur les orientations stratégiques qui doivent guider, dans un souci d'efficacité et d'efficience accrues, l'évolution et l'adaptation du dispositif d'aide à la presse. Elle s'appuiera notamment sur des évaluations régulières de l'efficacité et de la pertinence des différentes aides.

Par ailleurs, dans un **souci de transparence**, l'état annuel des montants attribués et leur ventilation par bénéficiaire, seront désormais rendus publics, dans le respect du secret des affaires.

Les travaux ont également conclu à la nécessité d'une **adaptation de certaines aides afin d'atteindre d'une plus grande efficacité** : elle se manifeste notamment par la création d'un fonds stratégique pour le développement de la presse qui fusionne les deux principaux fonds actuels d'aide aux projets industriels (fonds de modernisation de la presse) et numérique (fonds d'aide au développement des services de presse en ligne) autour de trois compartiments : l'un consacré aux opérations de modernisation industrielle, le deuxième aux projets d'innovation numérique et le dernier à la conquête de nouveaux lectorats (cf. *infra*).

Enfin, les travaux ont abouti à faire émerger un **partenariat renouvelé entre les pouvoirs publics et les entreprises de presse** autour du principe de **contractualisation** des aides, pour les titres les plus dépendants du soutien public (ceux qui reçoivent plus de 1,5 million d'euros en moyenne sur plusieurs années, ou dont les aides sont supérieures à 20 % de leur chiffre d'affaires en moyenne au cours des trois dernières années). Une convention-cadre sera passée pour une durée de trois ans avec chaque éditeur se trouvant dans cette situation ; elle permettra aux entreprises de préciser leur stratégie de développement sur cette période.

III.- LES AIDES À LA PRESSE POUR 2012 : UN EFFORT PUBLIC QUI DEMEURE SOUTENU

A.- UN REBASAGE DES DOTATIONS À UN NIVEAU DE SOUTIEN FORTEMENT SUPÉRIEUR À CELUI D'AVANT LES ÉTATS GÉNÉRAUX DE LA PRESSE

Le projet de loi de finances pour 2012 propose d'attribuer un montant global de 424,8 millions d'euros au titre des aides budgétaires à la presse, en baisse de 8,5 % par rapport aux crédits ouverts en loi de finances initiale pour 2011.

Sur le seul programme *Presse* de la mission *Médias, livre et industries culturelles*, les financements alloués atteindraient 272,8 millions d'euros en crédits de paiement⁽¹⁾, et connaîtraient donc une baisse substantielle de 10,4 % par rapport aux crédits ouverts à l'occasion de l'exercice précédent, 2011 constituant la dernière année du soutien triennal exceptionnel à la presse.

Si la décroissance des crédits pour 2012 est certaine, il n'en demeure pas moins que **le montant global des aides publiques à ce secteur reste largement supérieur au niveau qui était le sien en 2008, avant la réunion des États généraux de la presse écrite (EGPE)** et la mise en œuvre de leurs préconisations entre 2009 et 2011. Rappelons qu'en LFI 2008, seuls 170 millions d'euros figuraient au programme 180 *Presse*. La dotation pour 2012, reste donc de 60 % supérieure à cette base.

Conscient qu'il était impossible d'opérer un rebasage « sec » des aides à la presse à niveau équivalent au montant alloué avant le soutien exceptionnel triennal, le Rapporteur spécial tient toutefois à rappeler que **l'effort public particulièrement soutenu accordé depuis 2009 n'est que transitoire** et que les fortes revalorisations opérées ces trois dernières années sur les dispositifs d'aide à la presse ne sauraient se transformer en une dotation structurelle et pérenne. S'il est effectivement légitime d'opérer une décroissance progressive du soutien, il n'en demeure pas moins que **la perspective reste, à terme, un retour à un niveau d'aide plus modeste mais mieux ciblé, donc plus efficace**, conformément aux décisions prises dans le cadre des EGPE et qui avaient souligné le caractère nécessairement temporaire de la hausse des dotations.

1.– Les aides à la diffusion : le soutien au portage reste important après l'effort exceptionnel

• **L'aide au transport postal demeure élevée, représentant quelque 259,2 millions d'euros au total.** Les crédits afférents font toujours l'objet d'**une double imputation budgétaire toute aussi illogique que les années précédentes** : 152 millions d'euros restent inscrits au programme *Développement des entreprises et de l'emploi* de la mission *Économie*, et 107,2 millions d'euros⁽²⁾ restent hébergés par le programme *Presse* de la mission *Médias, livre et industries culturelles*. Il semble qu'en dehors des ministères financiers, cette répartition qui contrevient frontalement à toute logique de la LOLF ne satisfait personne : ni le Rapporteur spécial, ni la Cour des comptes, ni la direction générale des Médias des industries culturelles. Pour autant, l'éclatement du dispositif se retrouve à chaque projet de loi de finances. Les parlementaires ne pouvant pas opérer de transferts de crédits entre les programmes de missions différentes, **reste à espérer qu'à force de répétition, les demandes de respect de la LOLF formulées notamment par le Rapporteur spécial finiront par être entendues.**

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

(2) Dont 27,6 millions au titre de la compensation à la Poste, par l'État, du report de la mise en œuvre de l'accord *Presse-Poste* relatif aux hausses tarifaires.

● **La compensation de la réduction du tarif SNCF pour le transport de presse** atteindrait, comme en 2011, 5,5 millions d’euros. Une telle mesure de compensation à la SNCF par l’État se fonde sur l’article 41 du cahier des charges de l’entreprise, en vertu duquel l’État peut lui demander la fourniture de prestations de transport spécifiques. Une convention annuelle détermine alors les conditions de prise en charge par les pouvoirs publics d’une partie du coût du transport de la presse.

● **À juste titre, le portage reste fortement aidé car il constitue l’un des outils les plus efficaces pour la reconquête des lecteurs.** Rappelons que l’aide versée à ce titre était passée en 2009 de 8,25 millions d’euros à 70 millions d’euros, un montant qui avait été maintenu en 2010 et 2011 (67,9 millions d’euros pour cette dernière année). Pour 2012, le soutien au portage connaîtrait une baisse substantielle à 45 millions d’euros, le niveau d’effort public restant toutefois largement supérieur à l’aide accordée avant les EPG.

Rappelons que le dispositif est accessible à tous les titres nationaux, régionaux et départementaux d’IPG, ainsi qu’aux publications qui apportent régulièrement des informations et des commentaires sur l’actualité de l’ensemble des disciplines sportives. Il comprend 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 précédant celle de son attribution (dite « **aide au stock** »). En 2010, 139 bénéficiaires étaient éligibles à ces aides, et 146 en 2011, ce nombre devant rester stable en 2012. Plus de 1 million d’exemplaires auront été portés quotidiennement en 2010.

RÉPARTITION DE L’AIDE AU PORTAGE PAR FAMILLE DE PRESSE : PRÉVISIONS 2012

Famille de presse	Estimation du montant de l’aide (en euros)	Part estimée dans le soutien total	Estimation du nombre de titres bénéficiaires	Estimation du montant moyen de l’aide (en euros)
PQR et PQD	32 850 000	73 %	70	469 286
PQN	11 250 000	25 %	12	937 500
PHR	450 000	1 %	62	7 258
News magazines et autres magazines d’IPG	450 000	1 %	2	225 000
TOTAL	45 000 000	100 %	146	308 220

Source : PAP 2012.

● Venant en complément de l’aide au portage, l’**exonération de charges patronales pour les vendeurs-colporteurs et porteurs de presse (VCP)** a été instituée lors de la loi de finances rectificative du 20 avril 2009. Concrètement, elle prend la forme d’une compensation versée à la sécurité sociale par le budget général de l’État et dont le montant, évalué à 15,5 millions d’euros pour 2012,

devrait permettre la prise en charge des cotisations patronales de quelque 37 500 bénéficiaires (soit 17 300 porteurs de presse payante et 20 200 porteurs de presse gratuite ⁽¹⁾).

2.— Les aides au pluralisme : des dotations sanctuarisées

• **L'aide aux quotidiens d'information politique et générale à faibles ressources publicitaires serait reconduite** au niveau inscrit LFI 2011, soit 9,15 millions d'euros. Son nombre de bénéficiaires devrait également rester stable, sept titres de presse étant potentiellement concernés. Rappelons que ce dispositif a vocation 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. Le fonds financeur de ce soutien est divisé en deux sections correspondant à ces deux situations. Une troisième section devrait être créée en 2012, au bénéfice des titres éligibles à la première section lors des trois années précédant l'année d'attribution de l'aide, mais dont les recettes publicitaires dépassent 25 % de leurs recettes totales au cours de l'année d'attribution. Toutefois, comme indiqué précédemment l'enveloppe dédiée au dispositif global restera identique au montant 2011.

• **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. Un montant de 1,4 million d'euros, identique au niveau de soutien 2011, devrait bénéficier à 16 titres en 2012.

• **L'aide à la presse hebdomadaire régionale** vise à soutenir 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 même montant qu'attribué en 2011 devrait être reconduit en 2012, soit 1,42 million d'euros.

3.— Les aides à la modernisation : la création du fonds stratégique pour le développement de la presse

• **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. La dotation prévue à ce titre en 2012 serait en diminution d'environ 11 % par rapport à 2011 et atteindrait 24,5 millions d'euros (- 3,1 millions d'euros). Versés dans le cadre des cessations d'activité, ils bénéficieraient à 294 allocataires pour la PQN et 1 050 pour la PQR, pour des coûts respectifs de 7,9 millions d'euros et 16,6 millions d'euros ⁽²⁾.

(1) Le montant mensuel de l'exonération étant de 44,21 euros pour les premiers, et de 26,48 millions d'euros pour les seconds.

(2) Soit en moyenne 26 870 euros par allocataire PQN, et 15 809 euros par allocataire PQR.

● **L'aide à la modernisation de la distribution de la presse** a été créée en 2002⁽¹⁾. 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 – c'est un euphémisme – 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 », impliquant un montant d'investissement de 150 millions d'euros sur cinq ans.

À compter de 2012, le soutien attribué au titre de la modernisation de la presse est divisé en deux sections. La première serait dotée de 18 millions d'euros afin de couvrir une partie des surcoûts liés à la distribution et à la modernisation du réseau. La seconde est beaucoup plus modeste et regrouperait 0,85 million d'euros de crédits mobilisables pour contribuer à la diffusion de la presse française d'IPG à l'étranger.

● **L'aide à la modernisation des diffuseurs de presse** a pour objet d'accompagner ces derniers dans leurs efforts d'allègement des lourdeurs de gestion et d'accroissement de leurs performances commerciales. Après avoir été revalorisée suite aux EGPE, le présent projet de loi de finances propose de rebaser cette aide à hauteur de 6 millions d'euros, qui devrait couvrir environ 2 000 projets (informatisation, modernisation de l'espace de vente). Le Rapporteur spécial souligne l'urgence à améliorer les conditions d'exercice et de rémunération des diffuseurs de presse, attendues par la profession depuis trop longtemps. C'est notamment pour répondre à questions essentielles qu'a été entreprise la réforme du niveau 2 (dépositaires). Par ailleurs, le Rapporteur spécial tient à faire part de ses inquiétudes quant à la diminution du nombre de points de vente principaux, et notamment les plus importants d'entre eux, tels les kiosques ou les maisons de la presse.

● La création du **fonds stratégique pour le développement de la presse** résulte des travaux de l'instance de concertation sur la réforme des aides à la presse mise en place suite aux conclusions de la mission Cardoso (cf. *supra*). Il fusionne plusieurs dispositifs existants : le fonds de modernisation de la presse quotidienne d'IPG, le fonds SPEL⁽²⁾, ainsi qu'une partie du fonds d'aide à la distribution de la presse française à l'étranger. Le fonds sera divisé en trois sections aux objectifs différents :

(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.

(2) Fonds d'aide au développement de services de presse en ligne.

– la première section viserait à soutenir les opérations de mutation et de modernisation industrielles, notamment au sein des imprimeries ;

– la deuxième section serait consacrée aux aides à l'innovation technologique (développement numérique en particulier) ;

– la troisième section soutiendrait les actions de (re)conquête du lectorat (jeunes notamment) et les projets à destination des publics dits « empêchés » (personnes détenues, patients en hôpital etc.), de même que des aides à l'exportation.

Le présent projet de loi de finances propose d'allouer 38,3 millions d'euros de crédits de paiement au fonds stratégique, la distribution indicative envisagée entre ses trois sections étant la suivante : 40 % pour la première, 45 % pour la deuxième, et 15 % pour la troisième.

LES AIDES BUDGÉTAIRES À LA PRESSE 2011-2012

(crédits de paiement, en milliers d'euros)

	Projet de loi de finances pour 2011	Projet de loi de finances pour 2012
Programme 134. Développement des entreprises et de l'emploi (mission Économie)		
Aide au transport postal	159 000	152 000
Programme 180. Presse (mission Médias, livre et industries culturelles)		
1. Aides à la diffusion		
Aide au transport postal de la presse d'information politique et générale (mission Médias) et compensation au titre du report des accords Presse-Poste	109 500	107 212
Réduction du tarif SNCF pour le transport de presse	5 500	5 500
Aide à la distribution et à la promotion de la presse française à l'étranger	1 950	
Aide au portage de la presse	67 900	45 000
Exonération de charges patronales pour les vendeurs-colporteurs et porteurs de presse	14 000	15 500
Sous-total aides à la diffusion	198 850	173 212
2. Aides au pluralisme		
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
Sous-total aides au pluralisme	11 975	11 975
3. Aides à la modernisation		
Aide à la modernisation sociale de la presse quotidienne d'information politique et générale	27 616	24 493
Aide à la modernisation de la distribution de la presse	18 000	18 850
Aide à la modernisation des diffuseurs de presse	10 670	6 000
Aide au développement des services de presse en ligne	18 000	
Fonds stratégique pour le développement de la presse		38 277
Aide à la modernisation de la presse quotidienne et assimilée d'information politique et générale	20 000	
Sous-total aides à la modernisation	94 286	87 620
Total des aides budgétaires à la presse	464 101	424 807
– dont : Total pour la mission Médias, livre et industries culturelles	305 101	272 807

B.– LES DISPOSITIFS FISCAUX DE SOUTIEN À LA PRESSE

1.– Mettre fin à la discrimination fiscale en matière de TVA pour la presse en ligne

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.**

Il s'agit de rendre abordable la presse en ligne en réduisant son coût, réduction particulièrement nécessaire face à la concurrence des contenus gratuits qui caractérise l'internet.

Conscient que le dénouement de cette situation « *invraisemblable* », selon les propres termes du Président de la République, passe par un accord au niveau communautaire 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 préconisait 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⁽¹⁾, 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.

À cet égard, il convient de saluer le travail effectué par M. Jacques Toubon au titre de sa mission de réflexion et de proposition relative aux défis de la révolution numérique face aux règles fiscales européenne. Nul doute que ses conclusions constitueront un apport déterminant afin d'appuyer le Gouvernement dans ses négociations au niveau communautaire.

Rappelons enfin que certaines publications bénéficient d'une **l'exonération totale de TVA.** Il s'agit des **publications des collectivités publiques et des organismes à but non lucratif⁽²⁾**, le coût de cette dépense fiscale étant estimé à 1 million d'euros pour 2012.

(1) Première séance du jeudi 20 octobre, 21 heures 30.

(2) En application de l'article 298 duodecies du code général des impôts.

2.– La prorogation de deux dispositifs fiscaux en faveur de la presse

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 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⁽¹⁾ et consacrer au moins le tiers de leur surface rédactionnelle à cet objet⁽²⁾.

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⁽³⁾;

▶ 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.

(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).

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. Le coût du dispositif est évalué à moins de 500 000 euros.

- 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.

47 entreprises auront bénéficié de ce dispositif en 2010.

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 exonérations et abattements de fiscalité locale

En sus des dispositifs de portée nationale, la presse peut se voir appliquer des règles plus favorables en matière de fiscalité locale.

Ainsi existe-t-il de larges exonérations en matière de contribution économique territoriale (CET). En bénéficiant, en application de l'article 1447-0 du CGI :

- 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 et 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.

IV.– L'AGENCE FRANCE-PRESSE

A.– LE COM 2009-2013 : LA STRATÉGIE MULTIMÉDIA

L'Agence a programmé sur la durée du COM une progression de sa marge d'exploitation : à taux de change constants, elle passerait de 17 à 27 millions d'euros, soit une progression annuelle moyenne de près de 12 %.

Les recettes commerciales, hors revenus de la convention d'État, devraient augmenter en moyenne de 4,7 % par an, passant de 168 millions d'euros en 2009 à 203 millions d'euros en 2013. Cette croissance porte notamment sur deux marchés stratégiques : le multimédia et les zones géographiques à fort potentiel (cf. *infra*).

L'AFP s'engage en outre à maîtriser ses charges d'exploitation, qui devraient passer de 261 millions d'euros à 293 millions d'euros sur la période couverte par le COM (soit une augmentation moyenne de 3 % par an). La progression des frais de personnel sera limitée, devant s'élever à 219 millions d'euros au terme du COM, contre 196 millions d'euros en 2009 (soit une augmentation annuelle moyenne de 2,84 %).

La réussite de la stratégie de l'Agence passera notamment par la modernisation de son outil de production. C'est pourquoi elle a lancé le projet XML, désormais baptisé **Iris**, lequel lui fournira un système de production homogène capable de gérer tous les objets multimédia nécessaire à travers un poste de travail du producteur commun à tous les utilisateurs mono média ou multimédia. Iris constitue un investissement essentiel pour le développement de l'Agence en lui permettant d'offrir à ses clients des produits multimédia et à ses salariés la possibilité d'enrichir en contenu leur production.

Grâce à ce développement technique, l'AFP espère une croissance additionnelle de son chiffre d'affaires multimédia, estimé à un surcroît de recettes de l'ordre de 10 millions d'euros par an. Toutefois ce résultat ne peut pas être atteint au début du COM, compte tenu de la mise en œuvre progressive d'Iris sur la période.

Le coût total d'Iris est estimé à 30 millions d'euros. L'AFP dégagera sur ses ressources propres une capacité d'autofinancement de 2 millions d'euros par an, soit 10 millions d'euros au total. En sus, afin de couvrir les 20 millions d'euros restants, l'État contribue au financement de cet investissement, sous la

forme d'un contrat de prêt portant intérêt à hauteur de 5,28 % par an et qui prévoit un remboursement au bout de vingt ans. La convention a été conclue le 7 janvier dernier.

B.– MAJORITAIREMENT AUTO-FINANCÉE, L'AFP CONTINUE DE BÉNÉFICIER DU SOUTIEN DE L'ÉTAT

Le projet de loi de finances pour 2012 propose de doter l'Agence de 117,5 millions d'euros au titre des missions d'intérêt général qu'elle assume et des abonnements que l'État souscrit auprès d'elle. Cette dotation est en hausse de 1,8 % par rapport à 2011, en ligne avec les engagements pris par les pouvoirs publics dans le cadre du COM signé avec la société (cf. *infra*).

Rappelons que **l'AFP est majoritairement auto-financée**, grâce à des recettes commerciales qui représentent 60 % de son chiffre d'affaires total, un résultat en augmentation, conformément avec les objectifs assignés à l'Agence. Ainsi le chiffre d'affaires hors dotation publique s'est élevé à 171,4 millions d'euros en 2010, pour un chiffre d'affaires total de 282,9 millions d'euros.

Il est particulièrement intéressant de souligner l'évolution des chiffres d'affaires provenant d'une part des marchés à fort potentiel de croissance (Amérique du Nord, Amérique latine, Moyen-Orient, Asie), et, d'autre part, de l'offre multimédia. Les deux agrégats sont en hausse constante, témoignant du dynamisme de l'AFP et de la pertinence de sa stratégie commerciale visant à atteindre de nouveaux clients sur les zones les plus prometteuses, et sur tous les supports. Ces chiffres d'affaires ont atteint respectivement 36,5 millions d'euros (+ 11,6 %) et 21,2 millions d'euros (+ 19,7 %) en 2010. Pour cette même année, le résultat net est à l'équilibre.

C.– TOUJOURS EN SUSPENS, LA QUESTION DE L'ÉVOLUTION DU STATUT NE DOIT PAS ÉCLIPSER L'ESSENTIEL

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.

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

Le PDG Emmanuel Hoog, successeur de Pierre Louette, a quant à lui proposé des aménagements statutaires destinés à clarifier d'une part la composition du conseil d'administration de l'Agence, et d'autre part les relations que celle-ci entretient avec l'État, notamment au travers de la définition de ses missions d'intérêt général. Il a en revanche estimé que la dotation en capital de l'AFP ne répondait pas à ses priorités immédiates.

C'est dans ce contexte relativement incertain qu'une proposition de loi a été déposée par le sénateur Jacques Legendre⁽¹⁾, et qui aborde deux problématiques principales :

– la gouvernance : le texte propose d'allonger la durée des mandats des membres du conseil supérieur, du conseil d'administration et celui du PDG pour les porter de trois à cinq ans, durée correspondant à celle du COM. En outre, il prévoit de diminuer sensiblement la représentation des médias d'information au sein du conseil d'administration ; occupant aujourd'hui plus de la moitié des sièges, ils ne seraient plus que trois, soit un par grand type de média (presse écrite papier, presse numérique, audiovisuel), et à parité avec les représentants de l'État. En sus des deux représentants des salariés, des personnalités qualifiées complèteraient le conseil ;

– les relations financières entre l'AFP et l'État : afin de garantir la compatibilité des sources de financement de l'AFP avec les règles européennes, il convient de clarifier les relations financières que celle-ci entretient avec l'État et de distinguer plus clairement les sommes qui lui sont allouées au titre de l'accomplissement des missions d'intérêt général dont elle a la charge. Pour ce faire, la proposition de loi envisageait d'en inscrire les grandes lignes au niveau législatif⁽²⁾, et de les préciser au sein du COM.

Il est sans doute nécessaire de procéder à une remise à plat de certains volets du statut de 1957 et de clarifier certaines dispositions pour s'assurer de leur compatibilité avec la réglementation communautaire. Toutefois, il paraît sage de ne pas brusquer le processus, au risque de mettre en péril la stratégie volontariste et efficace menée par l'AFP depuis plusieurs années. **Si la question du statut revêt une importance indéniable, c'est la stratégie et le positionnement de l'AFP dans un nouvel univers de référence en plein bouleversement technologique qui sont essentiels et sur lesquels doivent prioritairement porter les efforts.**

(1) Proposition de loi relative à la gouvernance de l'Agence France-Presse, n° 522 du 17 mai 2011.

(2) Article 2 de la loi n° 57-32 du 10 janvier 1957 portant statut de l'Agence France-Presse.

CHAPITRE QUATRIÈME : LE LIVRE ET LES INDUSTRIES CULTURELLES

I.- LE FINANCEMENT PUBLIC DE LA POLITIQUE DU LIVRE ET DE LA LECTURE

Pour 2012, près de 248 millions d'euros en autorisations d'engagement et 263 millions d'euros en crédits de paiement seraient alloués au soutien au livre et à la lecture. Les AE seraient alors stabilisées en valeur (-0,06 %), tandis que les CP progresseraient de 4,1 %.

Cette politique est largement prise en charge par les trois opérateurs du programme que sont la **Bibliothèque nationale de France (BNF)**, la **Bibliothèque publique d'information (BPI)** et le **Centre national du livre (CNL)**. Aussi, les crédits inscrits à ce titre ont-ils d'abord vocation à financer les subventions pour charges de service public attribuées à ces institutions.

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.

Comme tous les grands opérateurs, la BNF a contractualisé ses relations avec l'État *via* un contrat de performance couvrant la période 2009-2011. Le 28 juin dernier, le conseil d'administration de l'établissement a approuvé un avenant prolongeant notamment, par cohérence avec la reconduction de M. Bruno Racine à sa tête et pour la période 2011-2013, les objectifs inscrits au COM. Rappelons que le COM est 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.

En 2012, la BNF inscrira ses actions dans la continuité de ces orientations. Elle devra notamment s'assurer de la mise en place des programmes de numérisation et de valorisation des collections dans le cadre des Investissements d'avenir, suite au lancement en juillet 2011 d'un appel à partenariat. Elle devra également poursuivre la mise en œuvre des projets ambitieux pour lesquels elle s'est engagée et qui visent à renouveler et moderniser les services offerts au public (rénovation du quadrilatère Richelieu en particulier cf. *infra*).

Il s'agira aussi d'approfondir et d'intensifier les efforts de modernisation et de réorganisation de certains services ou activités⁽¹⁾, dans le double objectif d'améliorer l'efficacité et la qualité des services rendus et de dégager les marges de manœuvre nécessaires au développement des activités de l'établissement dans un contexte contraint.

Afin d'honorer ces engagements, le présent projet de loi de finances propose **d'allouer 205,7 millions d'euros** à la BNF (AE=CP). **Celle-ci reste donc l'opérateur majeur de la politique du livre et de la lecture puisqu'elle concentre près de 75 % des crédits de paiements de l'action éponyme.**

1.– La rénovation du quadrilatère Richelieu

Pour 2012, 25,6 millions d'euros participeraient à cette opération⁽²⁾. Rappelons que les espaces du site historique du quadrilatère Richelieu seront partagés entre la BNF, l'Institut national d'histoire de l'art (INHA), et l'École des Chartes (ENC).

Leur rénovation répond à trois objectifs principaux :

– réhabiliter les bâtiments et les équipements du site afin de mieux assurer la sécurité et le confort des personnes, des biens, et des collections (20 millions de documents sont conservés sur le site). Dans ce cadre, il s'agit notamment de renouveler et de mettre aux normes les équipements techniques (chauffage, électricité, plomberie notamment) ;

– étendre les services proposés au public grâce à des salles de lecture plus adaptées et plus fonctionnelles, à la numérisation des collections, et à un rapprochement entre les trois institutions BNF, INHA et ENC ;

– ouvrir plus largement les espaces concernés : notamment, à l'issue des travaux, un parcours de visite libre permettra au public d'admirer des espaces patrimoniaux jusque-là invisibles tandis qu'une galerie des trésors de la BNF sera ouverte.

(1) Plusieurs filières métiers sont concernées : reproduction, catalogage des ouvrages étrangers, dépôt légal.

(2) Dont 10 millions d'euros ouverts par voie de fonds de concours.

Le coût actualisé de l'ensemble des opérations est de 211 millions d'euros, financé à 80 % par le ministère de la Culture et de la communication ⁽¹⁾ (MCC) – dont 12 millions d'euros pris en charge par la BNF –, et à 20 % par le ministère de l'Enseignement supérieur et de la recherche ⁽²⁾ au titre de la tutelle qu'il exerce sur l'ENC, et la double tutelle partagée avec le MCC sur l'INHA.

2.– L'évolution de la fréquentation

La fréquentation physique de l'ensemble des activités de la BNF sur ses différents sites dépasse 1,26 million de visites, soit un taux de réalisation de 99,8 % de la cible revue. L'année 2010 se traduit notamment par une progression de la fréquentation des salles de lecture de la bibliothèque de Recherche, qui enregistre un record de fréquentation avec 400 735 entrées.

La fréquentation des expositions virtuelles et des ressources pédagogiques a elle aussi progressé avec près de 3,4 millions de visites et 48 millions de pages vues (contre 36 millions en 2009), dans un contexte d'enrichissement de l'offre proposée avec le lancement à la rentrée 2010 de la Bibliothèque numérique des enfants, projet réalisé dans le cadre du programme « Services numériques culturels innovants » du ministère de la Culture et de la communication. On soulignera également le développement de l'offre de conférences en ligne, avec près de 150 conférences proposées sur le site *bnf.fr* à la fin de l'année 2010, et qui ont enregistré 36 000 visites sur l'année.

3.– La poursuite de la numérisation des œuvres

La BNF a engagé des programmes de numérisation importants, soit, depuis 2005, en numérisation interne, dans ses trois ateliers (Tolbiac, Richelieu, Sablé-sur-Sarthe), soit en numérisation externe, par le biais de marchés, depuis une dizaine d'années.

Ces programmes de numérisation alimentent la bibliothèque numérique *Gallica* dont le fonds a dépassé, en juillet 2011 le million et demi de documents consultables (livres, manuscrits, cartes, images, presse et revues, documents sonores notamment).

De 2004 à 2011, la BNF a ainsi été engagée dans 21 marchés de numérisation différents, dont les plus importants ont concerné la numérisation des monographies antérieures à 1930, de grands titres de presse du XIX^{ème} siècle et début XX^{ème} siècle, des microformes (microfilms et microfiches) réalisées dans la décennie précédente, des documents iconographiques, des ouvrages précieux (collections spécialisées, livres rares), et des documents audiovisuels.

(1) Soit 171 millions d'euros, dont 33,4 millions d'euros financés par le programme 175 Patrimoines de la mission Culture pour la partie « monuments historiques ».

(2) Soit 40,1 millions d'euros.

Actuellement la BNF numérise grâce à trois marchés :

– ses imprimés ainsi que ceux des bibliothèques partenaires grâce à un marché notifié le 28 avril 2011 pour 4 ans et portant sur 29 millions de pages sur les trois premières années. Une particularité de ce marché est la prise en compte à hauteur de 30 % d'ouvrages conservés dans des bibliothèques partenaires, selon les orientations documentaires définies pour la constitution de *Gallica*. Il permet aussi de numériser des documents sous droits, avec l'accord des ayants droit ;

– les documents figurés (estampes, photographies, manuscrits, cartes et plans, musique imprimée) grâce à un marché conclu en 2010 pour quatre ans et portant sur 2 millions de pages par an ;

– des reproductions sous forme transparente (microformes, clichés, ektachromes etc.) de documents spécialisés grâce à un marché passé en 2010 pour quatre ans et concernant 2 millions de pages par an.

La production totale est de plus de 58 millions d'images depuis 2004 sur les marchés et de plus de 4 millions depuis 2005 dans les ateliers internes. Le volume de numérisation sur les marchés est de 14,7 millions d'images par an.

B.– LA BIBLIOTHÈQUE PUBLIQUE D'INFORMATION

Créée en 1976, la Bibliothèque publique d'information, est un **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⁽¹⁾, 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 (400 000 documents consultables). Elle participe également aux activités culturelles du Centre Pompidou.

L'année 2012 verra le développement d'un projet d'établissement prévoyant une réorganisation de la bibliothèque conformément aux orientations ministérielles. Dans ce cadre, les objectifs assignés à la BPI sont les suivants :

– diversifier les publics et augmenter la fréquentation physique ;

– donner la priorité aux contenus et à la médiation ;

– explorer de nouvelles voies innovantes pour faire de la lecture une véritable expérience, créer un laboratoire de lecture pour les contenus numériques ;

(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).

– dynamiser encore davantage les pôles d'excellence de la BPI : l'actualité, l'apprentissage tout au long de la vie, le cinéma documentaire, la création littéraire, l'accès des personnes handicapées, la cohésion sociale, la culture numérique ;

– améliorer l'intégration de l'institution au sein du Centre Pompidou ;

– rendre les espaces évolutifs afin d'y permettre davantage d'actions culturelles, de médiations et d'expérimentations ;

– redynamiser la mission de coopération nationale et internationale ;

– réviser l'organisation interne afin d'impliquer davantage les personnels.

En outre, la BPI entend lancer un nouveau schéma directeur des systèmes d'information et finaliser le nouveau portail d'accès aux ressources. Parallèlement, un nouveau projet sera lancé en 2012 en vue de créer un véritable webmagazine valorisant les contenus et les activités de l'institution sur internet.

Afin d'accompagner ces développements **le présent projet de loi de finances propose d'allouer 7 millions d'euros à la BPI**, une dotation équivalente à celle de 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.

Le projet de loi de finances pour 2012 entend attribuer une dotation de 2,8 millions d'euros au CNL, un montant égal à celui perçu en 2011. Il s'agit d'une ressource de complément puisque le Centre est **majoritairement financé par le produit de deux taxes affectées dont le rendement s'élève à 35 millions d'euros environ :**

– la **taxe sur les services de reprographie et d'impression**, devant rapporter quelque 30,2 millions d'euros ⁽¹⁾ ;

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

(1) Son taux a été relevé de 2,25 % à 3,25 % dans le cadre de la loi de finances initiale pour 2010.

En 2012, le CNL poursuivra une politique organisée autour de trois grands axes :

- ouvrir et donner davantage de visibilité à ses actions, en France comme à l'étranger ;
- assurer la cohérence et l'adaptation de ses interventions faces aux enjeux du secteur dont il assure le soutien ;
- améliorer l'efficacité de ses dispositifs.

II.- LE SOUTIEN PUBLIC AUX INDUSTRIES CULTURELLES

En 2012, 11,7 millions d'euros seraient fléchés vers le soutien aux industries culturelles. La baisse substantielle des crédits alloués à ce titre s'explique par :

– le départ des financements relatifs à la Cinémathèque française, des cinémathèques en régions et des autres organismes relevant de la politique cinématographique à caractère patrimoniale, lesquels seraient dorénavant assurés par le Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) ;

– les besoins de financement de la « Carte musique jeunes », couverts en totalité dès 2011.

A.- L'AIDE À LA MUSIQUE ENREGISTRÉE

La même dotation que celle allouée en 2011 – 0,68 million d'euros – serait versée au titre du soutien à la musique enregistrée.

Les crédits afférents correspondent au soutien public apporté 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.

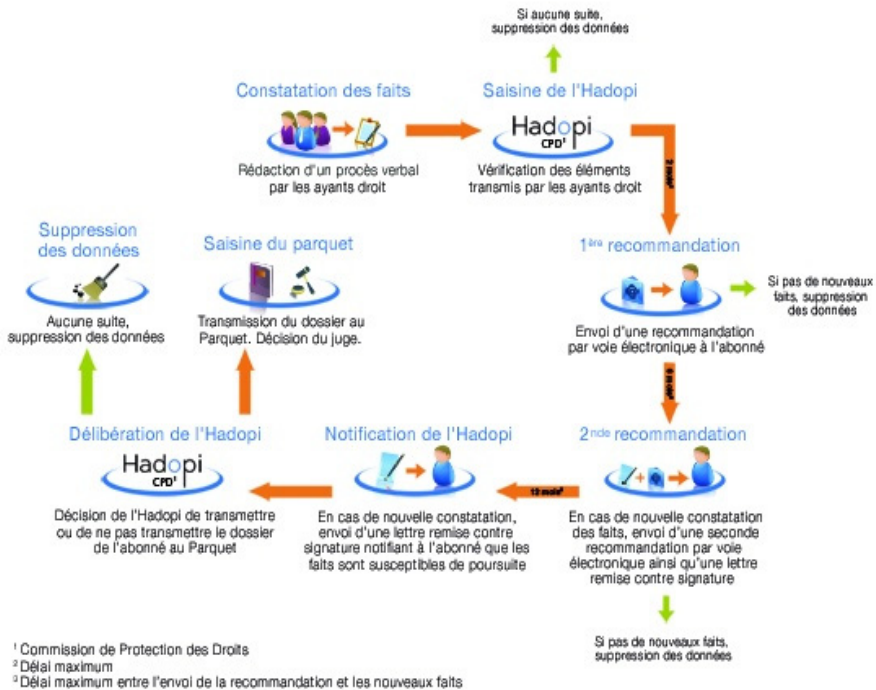
B.- LE BUDGET DE LA HADOPI

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. Pour 2012, elle serait financée à hauteur de 11 millions d'euros (AE=CP), cette dotation couvrant l'intégralité de son budget.

(1) Due par les éditeurs à raison des ventes d'ouvrages de librairie, elle est perçue au taux de 0,2 % sur la même assiette et dans les mêmes conditions que la TVA. Sont exonérés les éditeurs dont le chiffre d'affaires de l'année précédente n'excède pas 76 000 euros.

Rappelons que la 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 réponse graduée en direction des internautes et contribue à la labellisation des offres légales et des moyens de sécurisation.

LE DISPOSITIF DE RÉPONSE GRADUÉE



Naturellement, le dispositif de **réponse graduée** ne saurait à lui seul assurer la protection pleine et entière des droits sur internet. Pour autant, après 18 mois d'activité, il semble que la HADOPI s'acquitte efficacement de sa mission. Pour imparfaites que soient de telles mesures, des sondages récents indiquent que 16 % des internautes français déclarent s'être tournés vers les offres légales durant les 6 premiers mois de la réponse graduée, et que 50 % d'entre eux ont été incités par la Haute autorité à consommer plus régulièrement des œuvres culturelles sur des sites respectueux du droit d'auteur. En outre 44 % des internautes ayant déclaré un usage illicite et connaissant la HADOPI se disent « tout à fait » ou « plutôt » incités à changer leurs habitudes de consommation de biens culturels sur l'internet.

Fin septembre 2011, la HADOPI avait envoyé quelque 650 000 premières recommandations, 44 000 secondes recommandations, tandis qu'une soixantaine de dossiers étaient en instance d'instruction par la commission de protection des droits au stade de la troisième étape. Pour l'instant, aucun n'a été renvoyé devant les juridictions.

Un volet incitatif, complémentaire au volet répressif, est nécessaire afin de modifier les habitudes consommations des internautes et de les orienter vers les offres légales. Tel est l'objet de la **labellisation**, par laquelle la Haute autorité identifie les sites et plateformes susceptibles de présenter aux internautes un catalogue attractif respectueux de la réglementation. Fin juin 2011, une vingtaine d'offres s'étaient vues décerner ce label, la HADOPI enregistrant cinq à six nouvelles demandes de la labellisation par mois.

LES OFFRES LABELLISÉES PAR LA HADOPI

Demandeur	Nature de l'offre	Nombre d'œuvres proposées
Beezik Entertainment	Œuvres musicales	3 325 092
Blogmusik	Œuvres musicales	9 600 518
Vidéo à volonté	Œuvres audiovisuelles	3 208
CD1D	Œuvres musicales	55 978
DBR Prod	Œuvres musicales	250
Fnac Direct	Œuvres musicales	7 086 412
Fotolia	Œuvres photographiques	12 908 441
GIE Orange Portalis	Œuvres musicales	3 114 778
Musicoverly	Œuvres musicales	152 856
Nexway (a)	Jeux vidéos et logiciels	9 607
Qobuz	Œuvres musicales	2 805 255
Universal Music France	Œuvres musicales	16 540 224
Universal Music On line (a)	Œuvres musicales	387 792
Allomusic	Œuvres musicales	1 788 193
Spotify	Œuvres musicales	11 853 054
		69 631 658

Source : rapport d'activité de la HADOPI.

(a) Nexway et Universal Music On line ont obtenu trois labels correspondant à trois offres distinctes.

*

* *

EXAMEN EN COMMISSION

Au cours de sa séance du jeudi 27 octobre 2011 à 9 heures, la Commission examine les crédits de la mission Medias.

Après l'exposé du rapporteur spécial, plusieurs intervenants prennent la parole.

M. Marcel Rogemont. Je tiens à féliciter le Rapporteur spécial pour son excellent travail. La page 22 du projet de rapport rappelle que la disparition totale de la publicité commerciale sur les écrans des chaînes de France Télévisions, qui devait intervenir au 30 novembre 2011, a été repoussée au 1^{er} janvier 2016 « *eu égard aux contraintes pesant sur les finances publiques* ». Ma première question prend acte du fait que l'échéance de 2016 pour un retour à meilleure fortune des finances publiques est à tout le moins hypothétique. Il conviendrait donc de fixer une date indéterminée pour la suppression totale de la publicité sur le service public.

Ma deuxième question propose de revenir sur la loi du 5 mai 2009 qui a supprimé les annonces publicitaires entre 20 heures et 6 heures sur les services nationaux de France Télévisions, afin de rétablir un financement publicitaire de l'ordre de 425 millions au bénéfice du service public.

Par ailleurs, l'idée d'ajuster la dotation budgétaire aux recettes supplémentaires du service public n'est pas en adéquation avec la loi de 2009 qui prévoyait le développement de recettes différentes de la publicité comme celle du parrainage. Le contrat d'objectifs et de moyens (COM) 2011-2015 prévoit que ce type de recettes doit être conservé par France Télévisions et les produits correspondants ne doivent pas être rognés.

M. Patrice Martin-Lalande, Rapporteur spécial. Vous proposez de repousser au-delà de 2016 la suppression totale de la publicité à France Télévisions. J'attire votre attention sur le fait que l'échéance du 1^{er} janvier 2016 sécurise en fait les recettes publicitaires de France Télévisions jusqu'à cette date. Cette échéance a été fixée en cohérence avec le COM afin de prévoir un système de financement stable et clarifié.

Votre deuxième proposition est celle d'un retour à la publicité entre 20 heures et 6 heures. Cela constituerait une régression par rapport à la situation actuelle, aussi bien sur le terrain de la satisfaction des téléspectateurs que sur celui de la réaffirmation de la spécificité du service public. En effet, le service public assure une diffusion exempte de publicité à partir de 20 heures, au sein d'un océan de programmations audiovisuelles qui reposent sur la publicité. La publicité n'est pas une manne pour le service public alors qu'elle assure l'équilibre de financement des chaînes de la télévision numérique terrestre (TNT). Le seuil de 2016 ne doit donc pas être mis en cause.

M. Alain Rodet. Je constate que les crédits prévus pour l'Audiovisuel Extérieur de la France (AEF) sont en diminution. J'espère que TV5 Monde ne sera pas concerné par la diminution des moyens. Je m'interroge également sur la question de savoir si cette diminution des moyens à quelque chance de calmer les soubresauts caractérisant la gouvernance de l'AEF.

Mme Martine Martinel. Le Rapporteur parle de rythme de croisière à propos de l'AEF alors que les flots sont à tout le moins tumultueux et que sa direction n'est pas assurée. En matière d'Audiovisuel Extérieur de la France, M. Frédéric Mitterrand, Ministre de la Culture et de la communication a envisagé que l'échéance de 2016 soit repoussée. Le COM vient d'être adopté et l'on se demande pourquoi surgissent des amendements qui remettent en cause ces dispositions en matière des ressources de France Télévisions. Le service public participe déjà à l'effort budgétaire et a obtenu des résultats très significatifs grâce à sa régie publicitaire.

Mme Aurélie Filipetti. Depuis 2008, France Télévisions est la victime d'une grande instabilité juridique, une nouvelle fois illustrée par les deux amendements qui nous sont soumis. Après les menaces qui pèsent sur le Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC), c'est maintenant France Télévisions qui risque un affaiblissement de ses moyens. Alors que le COM 2011-2015 vient de recevoir un avis favorable, il est remis en question par les deux amendements.

La compensation budgétaire ne doit donc pas être diminuée puisque les anticipations de surplus de recettes annoncées sont fort aléatoires. La crise s'aggrave, et la politique d'allers et retours budgétaires est préjudiciable à France Télévisions, alors que le service public doit financer de nouvelles missions : la couverture intégrale du territoire et le soutien à la production audiovisuelle par exemple.

Les deux amendements II-CF-113 et II-CF-6 auraient pour conséquence de fragiliser France Télévisions.

M. Patrick Bloche. L'amendement II-CF-113 du Rapporteur s'inscrit dans le cadre de ce que l'on peut qualifier de feuilleton bien connu, il fait suite à des propositions déjà formulées lors des discussions budgétaires précédentes. L'autre amendement II-CF-6 du Rapporteur général, M. Gilles Carrez a une autre portée puisqu'il a pour objectif de raboter la subvention.

Notre point de vue n'est pas inspiré par la démagogie mais les choix de la majorité ont des conséquences graves qu'il convient de prévenir. Nous avons connu la réforme sur la taxe des services de télévision (TST) qui a été plafonnée à 700 millions d'euros, ce qui a eu pour effet de fragiliser son régime au regard de la réglementation communautaire. Dans le cas du coup de rabot au budget de France Télévisions, le problème est « franco-français » : la prévision d'une croissance exponentielle des ressources publicitaires n'est pas seulement aléatoire mais illusoire, alors que le lancement de chaînes gratuites augmente la concurrence.

L'amendement II-CF-6 du Rapporteur qui prévoit un ajustement contractuel de la subvention versée par l'État à France Télévisions dans l'hypothèse de surperformances publicitaires ne devrait donc pas avoir d'applications concrètes. Par contre, l'amendement II-CF-113 du Rapporteur général prend prétexte de recettes constatées (425 millions en 2011) au regard de prévisions alléguées (200 millions) alors que ces dernières sont inexactes. Alors que le Rapporteur spécial a salué la performance de la régie de France Télévisions depuis 2009, il convient de prévenir l'Assemblée nationale du caractère illusoire des ressources envisagées.

M. Patrice Martin-Lalande, Rapporteur spécial. Il n'est pas porté atteinte au contrat d'objectifs et de moyens puisque les amendements sont justifiés par des prévisions de dépassement de recettes propres. Par ailleurs, le COM ne peut prévaloir sur la loi, et si nous changeons le cadre législatif, c'est au COM d'être adapté par avenant. J'ai déjà plaidé en ce sens.

M. Patrice Martin-Lalande, Rapporteur spécial. Les 28 millions d'euros sur lesquels porte mon amendement ne représentent que de l'ordre de 1 % des quelque 2,6 milliards d'euros de recettes publiques qui bénéficient à France Télévisions. Il serait tout de même assez inquiétant qu'un organisme public ne soit pas à même de dégager des économies à hauteur de 1 % de son budget : considérer que cela est impossible reviendrait à lui ôter toute crédibilité.

Il faut, mes chers collègues, savoir hiérarchiser les objectifs : il me semble en tout cas que le sauvetage des finances publiques doit prévaloir sur toute autre considération.

M. Alain Rodet m'a interrogé sur l'Audiovisuel extérieur de la France (AEF) : sa dotation est réduite de 3,5 % en 2012, ce qui est conforme aux prévisions qui avaient été faites. AEF a bénéficié d'un effort important lors de son lancement, il est normal que cet effort diminue à partir du moment où il entre en régime de croisière. Quant au financement de TV5 Monde, il est garanti, car le niveau de ses dotations est régi par un accord entre les différents États contributeurs, qui sont donc contraints de s'y conformer.

Pour répondre à Mme Filippetti, je tiens à souligner que nous ne remettons pas du tout en cause le financement de France Télévisions : en effet, il ne s'agit pas de revenir sur le principe de la compensation de la perte des recettes publicitaires, mais simplement de corriger une surcompensation que l'on a pu constater. La question est au fond celle de savoir à quel niveau il est justifié de surcompenser le manque à gagner de France Télévisions du fait de la suppression de la publicité, face à notre objectif global de maîtrise des dépenses. Il s'agit donc bien de réguler la surcompensation sans toucher à la compensation. En ce sens, mon amendement est parfaitement conforme à la loi de 2009 et constitue même un retour à son esprit. France Télévisions n'a jamais connu de meilleure garantie de ses ressources : la société était auparavant très dépendante de ses recettes de publicité ; celles-ci représentent désormais 425 millions d'euros sur près de 3 milliards d'euros de budget total.

M. Henri Emmanuelli. C'est de l'étatisme !

M. Patrice Martin-Lalande, Rapporteur spécial. C'est de la défense du service public ! Avec 85 % de crédits publics, France Télévisions dispose désormais d'une grande visibilité et d'une garantie sur l'évolution de son budget.

Quant à M. Bloche, j'apprécie qu'il comprenne le principe à mon amendement, qui se contente de dire que quand un supplément existe, il faut l'utiliser pour réduire le déficit de l'État et non pour conforter France Télévisions : il me semble que c'est là le rôle de la représentation nationale. Les recettes de publicité sont tenues pour 2011, et elles devraient également être au rendez-vous en 2012.

M. Marcel Rogemont. Je rappelle que lorsque a été votée la loi du 5 mai 2009, la crise était déjà là ! La dotation de compensation a été fixée à 450 millions d'euros, et on va maintenant aller chercher 27 ou 28 millions d'euros : c'est incohérent ! Il faut le dire : ce n'était pas le moment de faire cette loi.

M. Patrice Martin-Lalande, Rapporteur spécial. La loi de 2009 a prévu un mécanisme de compensation à France Télévisions de la perte des recettes due à la suppression de la publicité. Or, une partie de cette compensation est de la surcompensation, et c'est pourquoi je propose de supprimer cette part.

La Commission *examine* l'amendement II-CF 113 de M. Gilles Carrez.

M. Gilles Carrez, Rapporteur général. L'amendement que je propose est inspiré par un souci d'équité. Nous avons posé une règle générale selon laquelle les principaux acteurs de la sphère publique, en particulier les opérateurs de l'État, mais également les collectivités territoriales, bénéficiaient de la garantie des ressources qu'ils avaient perçues jusqu'alors. Si certains d'entre eux bénéficient de taxes affectées – en l'occurrence, la contribution à l'audiovisuel public pour France Télévisions – qui augmentent plus rapidement que l'inflation, ou par rapport à l'année précédente, le supplément de recettes est écrêté, pour réduire le déficit de l'État. C'est une règle sévère, je le concède, mais elle est simple et claire.

Or, France Télévisions apparaît, dans ce cadre général, comme un cas particulier, en raison du contrat d'objectifs et de moyens qu'il a signé, et qui comporte notamment une prévision de ressources sur 4 à 5 ans pour France Télévisions. Je m'interroge, mes chers collègues : un contrat d'objectifs et moyens a-t-il une portée supérieure à des décisions prises successivement dans les différentes lois de finances rectificatives, et en particulier à l'annonce du ministre de l'Économie de la révision à la baisse de la prévision de croissance du PIB, qui sera d'ailleurs confirmée ce soir par le chef de l'État ?

Quand il a été décidé de supprimer la publicité dans l'audiovisuel public, je l'ai toujours affirmé : il faudrait la compenser. Je n'étais pas favorable à cette suppression, car j'étais convaincu que cela conduirait à faire davantage dépendre

France Télévisions d'un État impécunieux, alors même que la situation des finances publiques commençait déjà à se dégrader. La loi de 2009 a prévu que la dotation budgétaire évoluerait en fonction des recettes prévisionnelles publicitaires de France Télévisions. Or, la régie publicitaire de la société est très efficace : nous avons ainsi constaté que pour une prévision de recettes de 260 millions d'euros en 2009, les recettes réalisées se sont élevées finalement à 405 millions d'euros ; de même, en 2010, les prévisions tablaient sur des recettes à hauteur de 229 millions d'euros, alors qu'elles s'établiront finalement à 441 millions d'euros. La réalisation est deux fois supérieure à la prévision ! Dans ces conditions, il me semble nécessaire de proposer des ajustements.

Il est proposé de garantir pour 2012 à France Télévisions la totalité de ses ressources constatées en exécution 2011, autrement dit, d'appliquer la règle du « zéro valeur ». Mon amendement propose donc de réduire de 62 millions d'euros la dotation budgétaire versée à France Télévisions pour 2012. On pourrait également envisager d'appliquer la règle du « zéro volume », c'est-à-dire d'ajuster la dotation de l'État au niveau de l'inflation : cela conduirait à une diminution de 13 millions d'euros des crédits. Je tiens à informer mes collègues que nous n'avons pas le soutien du ministre de la Culture et du Gouvernement sur cette initiative. Mais dans le contexte actuel, comment expliquer à des opérateurs comme l'Agence de financement des infrastructures de France (AFITF) ou le Commissariat à l'énergie atomique (CEA), ou d'ailleurs aux collectivités locales, qu'une règle stricte et nécessaire leur est appliquée alors qu'on ne l'applique pas à France Télévisions. Il me semble qu'il revient à l'État de fixer la règle et d'en tirer les conséquences en modifiant le contrat d'objectifs et moyens signé avec France Télévisions. Je ne mets pas en cause la présidence de France Télévisions : il est normal qu'au vu des prévisions de recettes supplémentaires, la société prévoie de financer des dépenses supplémentaires.

S'agissant du Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC), il me semble que le blocage des taxes n'est pas la bonne solution. Le CNC a en effet prévu une accélération de la numérisation de l'ensemble des salles de cinéma en province : est-ce bien nécessaire de procéder à une telle opération dans le contexte actuel ?

M. Patrice Martin-Lalande, Rapporteur spécial. Les années passées, des décisions concernant l'affectation des recettes publiques ont été prises sans qu'elles aient donné lieu à la signature d'un avenant au contrat d'objectifs et de moyens. Je trouve dommage que ce travail n'ait pas été fait cette fois. Avec l'initiative de Gilles Carrez qui réduirait la dotation de l'État de 13 millions d'euros par application de la règle du « zéro volume » et la mienne qui propose une réduction de 28 millions d'euros, une modification du contrat d'objectifs et de moyens devra en effet être envisagée, par la signature d'un avenant, car il me semble important de flécher la diminution des ressources, de la même manière qu'il conviendrait de flécher une éventuelle augmentation des crédits. Ainsi, la démarche contractuelle sera pleinement respectée.

M. Gilles Carrez, Rapporteur général. Je corrige donc mon amendement II-CF 113, pour proposer de limiter la réduction des crédits à 13 millions d'euros, soit à une progression tenant compte de l'inflation.

L'amendement II-CF 113 est *rejeté*.

La Commission examine l'amendement II-CF-6 présenté par M. Patrice Martin-Lalande.

M. Patrice Martin-Lalande, Rapporteur spécial. Cet amendement a pour objet d'ajuster contractuellement le montant de la subvention versée par l'État à France Télévisions, dans l'hypothèse d'un excès de recettes publicitaires de cette dernière. Car si la clause de garantie de ressources joue au bénéfice de FTV, aucun mécanisme n'est prévu dans l'hypothèse où les recettes publicitaires sont plus élevées, ainsi que cela s'est produit en 2009 et en 2010, années pour lesquelles les prévisions inscrites aux plans d'affaires ont été dépassées de 145 et 211 millions. Les principes de discipline contractuelle et de maîtrise des dépenses publiques imposent d'ajuster le montant de la subvention afin de respecter le montant de ressources globales inscrites dans le contrat d'objectifs et de moyens. Le système proposé par les auteurs de l'amendement pose le principe d'une restitution de l'excédent de recettes publicitaires *via* une diminution à due concurrence de la dotation budgétaire, et l'exception d'une conservation, sous condition, de tout ou partie de l'excédent, si le contrat venait à le prévoir lors de sa conclusion ou à la suite d'un avenant.

L'amendement n'est pas adopté.

Le vote sur les crédits de la mission est réservé.

M. Yves Censi, président. Je regrette les conditions de l'examen de cet amendement, alors que de nombreux commissaires sont retenus en séance publique pour l'examen du projet de financement de la sécurité sociale.

*

* *

AMENDEMENTS EXAMINÉS PAR LA COMMISSION

Amendement n° II-CF 6 présenté par MM. Patrice Martin-Lalande, Gilles Carrez, Jean-François Mancel, Charles de Courson, Michel Bouvard

ARTICLE ADDITIONNEL APRÈS L'ARTICLE 52

Mission « Média, 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 113 présenté par M. Gilles Carrez

ARTICLE 32

État B

Mission « Média, livre et industries culturelles »

Modifier ainsi les autorisations d'engagement et les crédits de paiement :

(en euros)

Programmes	+ (majorer l'ouverture de)	- (minorer l'ouverture de)
Presse		
Livres et industries culturelles		
Contribution à l'audiovisuel et à la diversité radiophonique		62 000 000
Action audiovisuelle extérieure		
TOTAUX		
SOLDE		- 62 000 000

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement a pour objet de réduire de 62 millions d'euros la dotation budgétaire attribuée à France Télévision inscrite sur le programme 313.

Cette dotation est en principe destinée à compléter le financement des missions de service public de France Télévision du fait des pertes de recettes commerciales occasionnées par la disparition partielle de la publicité depuis 2009. Évaluées à environ 220 millions d'euros par an en moyenne, ces recettes ont en exécution plus que doublé par rapport à la prévision : 405 millions d'euros en 2009, 441 millions d'euros en 2010 et 425 millions d'euros estimés pour 2011.

En revanche, la dotation budgétaire prévue pour 2012 sera d'un montant de 471 millions d'euros, soit d'un niveau équivalent à celle prévue en 2009 (473 millions d'euros). Elle se décompose comme suit : 443,9 millions d'euros au titre de la dotation budgétaire inscrite sur le programme 313 et 28 millions d'euros de report de crédits de 2011 sur 2012 prévu par l'article 39 du présent projet de loi de finances.

Par ailleurs, la contribution à l'audiovisuel public (redevance) versée à France Télévision s'élèverait à 2 082 millions d'euros hors taxe en 2012 contre 2 102 millions d'euros en 2011. Enfin, les recettes commerciales de France Télévision sont évaluées à 425 millions d'euros en 2012 contre une prévision de 200 millions d'euros en 2011.

Au total, l'ensemble des ressources budgétaires et fiscales de France Télévision progresseraient de 10,4 % en 2012, passant de 2 704 millions d'euros hors taxe en prévision 2011 à 2 988 millions d'euros hors taxe en prévision 2012. Par rapport à la prévision d'exécution 2011 fixée à 2 897 millions d'euros hors taxe, l'ensemble des ressources de France Télévision progresserait de 3,1 %, soit 90 millions d'euros.

Or, dans le contexte budgétaire actuel, il devient urgent d'associer France Télévision à l'effort de modération des dépenses publiques qui impose à l'État, à ses opérateurs et aux collectivités territoriales d'aller au-delà du simple respect de la norme « zéro valeur » en 2012.

Le présent amendement propose donc de geler, en 2012, les ressources de France Télévision par rapport à la prévision d'exécution pour 2011. Ce gel équivaut à une réduction de 90 millions d'euros de ses crédits, répartie comme suit : suppression du report de 28 millions d'euros prévu par l'article 39 du projet de loi de finances pour 2012 et réduction de 62 millions d'euros de la dotation budgétaire inscrite sur le programme 313.

Ces mesures de modération de la dépense ne remettraient pas en cause l'équilibre financier de France Télévision qui verrait tout de même l'ensemble de ses ressources budgétaires et fiscales progresser de 7 % par rapport aux ressources prévues lors du vote de la loi de finances initiale pour 2011.

ANNEXE : LISTE DES PERSONNES AUDITIONNÉES PAR LE RAPPORTEUR SPÉCIAL

1) Administrations, autorités publiques et opérateurs

Ministère de la Culture et de la communication

M. Frédéric Mitterrand, ministre

Mme Élodie Perthuisot, directrice de cabinet du ministre

Mme Annabelle Archien, conseillère affaires budgétaires et fiscales, modernisation et développement durable

M. François Catala, conseiller audiovisuel et numérique au cabinet du ministre

M. Richard Eltvedt, conseiller à l'Assemblée nationale, au Sénat, et au Parlement européen

M. Vincent Peyrègne, conseiller presse écrite, Internet et nouveaux médias au cabinet du ministre

Mme Gabrielle Boéri-Charles, chef du bureau de l'audiovisuel public

M. Michel Granade, adjoint au bureau du régime économique de la presse

Direction générale des Médias et des industries culturelles

Mme Laurence Franceschini, directrice générale

Mme Sylvie Clément-Cuzin, sous-directrice de la presse écrite

M. Roland Husson, sous-directeur de l'audiovisuel public

M. Frédéric Gaston, adjoint à la sous-directrice de la presse écrite

M. Masafumi Tanaka, adjoint au chef du bureau de l'audiovisuel public

Ministère du Budget des comptes publics et de la réforme de l'État

M. Maxime Tassin, conseiller culture et médias au cabinet du ministre du Budget

Mme Marie-Astrid Ravon, sous-directrice, 8^{ème} direction, direction du Budget

M. Aymeric Mellet, rédacteur à la direction du Budget

Mission de contrôle de l'audiovisuel public

Mme Françoise Miquel, chef de la mission

M. Jean-Charles Aubernon, contrôleur général

Ministère des Affaires étrangères et européennes

Mme Delphine Borione, directrice de la politique culturelle et du français

M. Jean-Christophe Fleury-Tallard, sous-directeur de l'audiovisuel extérieur.

Conseil supérieur de l'audiovisuel

M. Michel Boyon, président

M. Emmanuel Gabla, conseiller

M. Olivier Japiot, directeur général

Haute autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur Internet (HADOPI)

Mme Françoise Marais, présidente

M. Éric Walter, secrétaire général

Mme Elsa Hervy, directrice des finances et du développement

Mme Marion Scappaticci, chargée des relations institutionnelles et parlementaires

Centre national du livre

M. Jean-François Colosimo, président

Mme Véronique Trinh Muller, directrice générale

2) Audiovisuel public

ARTE-France

Mme Véronique Cayla, présidente

Mme Anne Durupty, directrice générale

Mme Clémence Weber, chargée de mission auprès de la directrice générale

Audiovisuel extérieur de la France (AEF)

M. Alain de Pouzilhac, président-directeur général

M. Thierry Delphin, directeur financier

M. Franck Melloul, directeur de la stratégie et du développement

France Télévisions

M. Rémy Pflimlin, président-directeur général

M. Martin Ajdari, directeur général délégué à la gestion, aux finances et aux moyens

M. Kim Pham, directeur général adjoint chargé de la gestion

Mme Anne Grand d'Esnon, directrice des relations institutionnelles

M. Yves Rolland, secrétaire général

M. Arnaud Esquerré, chargé de mission

Mme Juliette Rosset-Cailler, responsable de projets

GIP France télé numérique

M. Louis de Broissia, président

M. Olivier Gerolami, directeur général

Institut national de l'audiovisuel

M. Mathieu Gallet, président-directeur général

M. Franck Laplanche, directeur administratif et financier

M. Serge Schick directeur du pôle enseignement et recherche

M. Frédéric Schlesinger, directeur délégué à la production et aux éditions

Radio France

M. Jean-Luc Hees, président-directeur général

M. Patrick Collard, directeur général délégué

Mme Lucie Muniesa, directrice générale adjointe, chargée des affaires économiques et financières

Mme Bérénice Ravache, secrétaire générale

3) Audiovisuel privé

TF1

M. Nonce Paolini, président-directeur général

Mme Marie-Charlotte Guichet, directrice relations institutionnelles

Mme Nathalie Lasnon, chef de service des études réglementaires

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

M. Aurélien Pozzana, conseil

Représentants des chaînes de la TNT

M. Arnaud Decker, directeur des relations institutionnelles de Lagardère Active

M. Léonidas Kalogeropoulos, conseiller de NRJ Group

Mme Françoise Marchetti, secrétaire générale du pôle télévision de NRJ Group

Mme Peggy Le Gouvello, directrice des relations institutionnelles de Bolloré Média

Syndicat interprofessionnel des radios et télévisions indépendantes (SIRTI)

M. Philippe Gault, président

M. Mathieu Quétel, vice-président

M. Tarek Mami, secrétaire national

4) Presse

Agence France-Presse (AFP)

M. Emmanuel Hoog, président-directeur général

M. Rémi Tomaszewski, directeur général

M. Antoine Ludier, directeur administratif et financier

Conseil supérieur des messageries de presse (CSMP)

M. Jean-Pierre Roger, président

Guy Delivet, directeur délégué

Presstalis

Mme Anne-Marie Couderc, directrice générale

M. Stéphane Bribard, directeur des relations extérieures et institutionnelles

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. Marc Feuillée, président

M. Denis Bouchez, directeur

Syndicat de la presse quotidienne régionale (SPQR)

M. Jean Viansson-Pontet, président

Syndicat de la presse magazine (SPM)

M. Bruno Lesouëf, président

Mme Pascale Marie, directrice générale

Syndicat de la presse indépendant d'information en ligne (SPIIL)

M. Maurice Botbol, président

M. Edwy Plenel, secrétaire général

5) Personnalités qualifiées

CNRS

M. Jean-Marie Charon, ingénieur d'études

Cour des comptes

M. Roch-Olivier Maistre, conseiller-maître

École des hautes études en sciences sociales (EHESS)

M. Dominique Cardon

Google France

M. Arnaud Esper, directeur

Mission RNT

M. David Kessler

M. Arnaud Esquerré

Mission TV connectée

M. Marc Tessier, président de Vidéo Futur Entertainment SA

Union des annonceurs (UDA)

M. Gérard Noël, vice président-directeur général

M. Didier Beauclair, direction des médias et relations agences

Mme Christiane Vulvert, ex directrice générale de France Soir