

A S S E M B L É E N A T I O N A L E

X I V ^e L É G I S L A T U R E

Compte rendu

Commission des affaires culturelles et de l'éducation

- Audition de Mme Fleur Pellerin, ministre de la culture et de la communication, sur les enjeux et missions de France Télévisions2
- Présences en réunion..... 19

Mardi

10 mars 2015

Séance de 17 heures 15

Compte rendu n° 31

SESSION ORDINAIRE DE 2014-2015

**Présidence de
M. Patrick Bloche,
*président***



COMMISSION DES AFFAIRES CULTURELLES ET DE L'ÉDUCATION

Mardi 10 mars 2015

La séance est ouverte à dix-sept heures dix.

(Présidence de M. Patrick Bloche, président de la Commission)



La Commission procède à l'audition de Mme Fleur Pellerin, ministre de la culture et de la communication, sur les enjeux et missions de France Télévisions.

M. le président Patrick Bloche. Madame la ministre, le moment est particulièrement bien choisi pour que vous vous exprimiez, au nom du Gouvernement, sur ce que la tutelle attend de France Télévisions pour la période 2015-2020. Il est également heureux que vous vous exprimiez devant la commission de l'Assemblée nationale compétente en matière d'audiovisuel puisque le Parlement, représenté au sein des conseils d'administration des sociétés de l'audiovisuel public, participe à cette tutelle.

France Télévisions emploie 10 000 salariés et fonctionne grâce à un budget de près de 3 milliards d'euros dont les deux tiers proviennent de la redevance, c'est-à-dire de l'argent public. Il revient donc bien aux représentants de la nation que nous sommes de traduire les attentes des Français à l'égard de cet opérateur public.

Nous avons adopté la loi du 15 novembre 2013 relative à l'indépendance de l'audiovisuel public, qui a restitué au Conseil supérieur de l'audiovisuel, autorité administrative indépendante, le pouvoir de nomination du président de France Télévisions. Nous avons même voté un amendement qui permet que cette nomination ait lieu trois mois avant la fin du mandat du président en poste, si bien que nous entrerons dès le mois prochain dans la séquence active durant laquelle le CSA sélectionnera puis auditionnera les candidats. Toute cette séquence ne concerne ni le Gouvernement ni les parlementaires car nous sommes autant respectueux de l'indépendance de l'audiovisuel public que de celle du Conseil supérieur de l'audiovisuel.

Nous avons néanmoins le droit et même le devoir d'exprimer nos attentes. Ce fut le souci du Gouvernement lorsqu'il a confié à M. Marc Schwartz la coordination d'un groupe de travail chargé de faire un état des lieux de France Télévisions et de mener une réflexion stratégique sur l'avenir du groupe à l'horizon 2020. La semaine dernière, lors de la remise du rapport issu de ces travaux, *France Télévisions 2020 : le chemin de l'ambition*, vous avez présenté avec M. Michel Sapin, ministre des finances et des comptes publics, et M. Emmanuel Macron, ministre de l'économie, de l'industrie et du numérique, les enjeux et missions de France Télévisions. Nous sommes certains que les candidats au poste de président de France Télévisions tireront profit des attentes exprimées par la tutelle et de nos échanges.

Mme Fleur Pellerin, ministre de la culture et de la communication. Je vous remercie pour votre invitation qui me permet de vous présenter les travaux menés avec M. Marc Schwartz depuis plusieurs mois.

Dès ma prise de fonction, j'ai estimé qu'il était indispensable que l'État, actionnaire de France Télévisions, trace les grandes orientations de la feuille de route qui sera assignée au

futur président du groupe. Il semble en effet logique qu'il fixe ses priorités à l'audiovisuel public, largement financé par des fonds publics. Il est même étonnant que cela n'ait pas été le cas plus tôt. Le grand nombre d'indicateurs de gestion et de performance – près de soixante-dix – au caractère parfois contradictoire, qui m'a été fourni à mon arrivée au ministère, témoignait d'un problème de gouvernance et de relation entre l'entreprise publique et la tutelle, qu'il était nécessaire de régler dans l'intérêt de l'ensemble de nos concitoyens.

La détermination des enjeux et des missions de France Télévisions est un exercice de prospective qui se veut également opérationnel. Il n'a en aucun cas vocation à se substituer aux pouvoirs qui ont été réattribués au CSA pour la nomination du président de France Télévisions. Pour reprendre votre expression, monsieur le président, la représentation nationale et l'État actionnaire ont bien le droit et le devoir de fixer ces priorités.

Les terribles événements du mois de janvier nous l'ont tristement rappelé : nous avons besoin d'un espace commun d'échange et de partage, un espace où la parole publique soit libre et où l'information de qualité rende compte du pluralisme des idées, un espace dans lequel chacun puisse se reconnaître et partager des valeurs communes. Qui mieux que l'audiovisuel public peut assumer ces missions ?

Aujourd'hui, France Télévisions doit réaffirmer sa singularité et ses valeurs de service public. Elles font de France Télévisions, bien plus qu'une entreprise, un acteur déterminant de la politique culturelle de notre pays et de son rayonnement, un outil au service de la citoyenneté et du vivre ensemble.

Nous avons retenu quelques grands axes majeurs qui pourront inspirer les candidats qui se soumettront à la procédure désormais entre les mains du collège du CSA.

Le premier axe est celui de l'ambition renouvelée.

Le rapport remis par M. Marc Schwartz dresse un constat qui me paraît exhaustif des défis auxquels sont confrontées toutes les sociétés de l'audiovisuel public, que ce soit en France ou à l'étranger. Le groupe de travail a effectué un travail passionnant de comparaisons internationales et établi la liste des bouleversements technologiques, économiques, sociétaux, créatifs ou concurrentiels, qui ont transformé le paysage audiovisuel et notre société. Il en ressort que le triptyque traditionnel « éduquer, informer, distraire », sur lequel s'appuie l'audiovisuel public depuis l'ORTF, a besoin d'un nouveau souffle. Il apparaît essentiel de conjuguer désormais trois nouveaux verbes : comprendre, rayonner, participer.

« Comprendre », tout d'abord, parce qu'aujourd'hui, être citoyen, c'est pouvoir décrypter un environnement complexe et comprendre le monde qui nous entoure, alors que les canaux d'information ont été démultipliés et que nous sommes entrés dans l'ère de la profusion.

Toutes les sources n'ont toutefois pas le même statut et les mêmes modalités de production. Le rôle de France Télévisions est précisément d'apporter une information riche et indépendante qui permette l'expression du pluralisme, l'épanouissement du débat d'idées, et qui favorise la mise en perspective. Cette mission me paraît fondamentale dès lors que l'on s'adresse aux plus jeunes dont il faut former l'esprit critique devant la masse de données disponibles sur internet ou sur divers réseaux. La situation n'a plus rien à voir avec l'époque où nous n'étions informés que par quelques chaînes de télévision.

L'information doit permettre le décryptage de la réalité et contribuer à la formation de l'esprit critique du téléspectateur. Cette mission doit être au cœur des préoccupations du service public : il s'agit de mettre à la portée du plus grand nombre les débats et les pensées qui agitent le monde contemporain, que cela concerne les sciences humaines et sociales, la géopolitique ou l'économie. Nous attendons du prochain dirigeant de France Télévisions des propositions pour renforcer l'offre publique d'information en poursuivant la modernisation des rédactions déjà engagée, en étroite coopération avec les autres entreprises du service public de l'audiovisuel également productrices d'information. Je souhaite aussi que les salariés de France Télévisions, qui sont fiers de leur entreprise et de leur mission de service public, soient mobilisés pour participer à des actions d'éducation aux médias ou de décryptage de l'information et que cet engagement citoyen soit reconnu et valorisé.

« Rayonner », ensuite, parce France Télévisions est un acteur du rayonnement de la création et de la créativité française, et qu'il doit être, beaucoup plus encore qu'il ne l'est déjà, un aiguillon de l'innovation.

Le principal risque, aujourd'hui, c'est de ne pas en prendre. France Télévisions doit faire preuve d'audace créative, proposer des formats innovants et des écritures nouvelles, mais aussi accompagner les artistes et les créateurs pour leur permettre de révéler tout leur talent. Soutenir la création française, la langue française, est un enjeu essentiel de la diversité culturelle, de la différenciation de l'offre du service public par rapport, notamment, à celle des géants de l'internet. Avec la francophonie, les œuvres françaises ont vocation à toucher un public mondial en plein développement – je pense notamment aux populations francophones d'Afrique subsaharienne et du Maghreb.

Le service public doit jouer son rôle d'incubateur et faire émerger une nouvelle génération de créateurs pour faciliter le renouvellement de la création et des talents. Pour France Télévisions, cela concerne notamment la production de fictions et de séries. La France exporte encore relativement peu de séries alors qu'il s'agit d'un genre très créatif en pleine expansion, désormais exploré par de grands noms du cinéma, qui parle à tous les publics, y compris aux plus jeunes. Un renouveau créatif a été amorcé dans notre pays avec *Les revenants*, *Braquo*, *No limit*, mais tous les talents sont réunis pour faire beaucoup mieux et pour exporter davantage. Nous avons les auteurs, les créateurs, une filière de production très dynamique et une filière de distribution. France Télévisions, qui a su proposer *Un village français* ou *Fais pas ci, fais pas ça*, doit aussi pouvoir inventer des formats plus innovants, les *Borgen*, les *Real Humans*, les *House of Cards* de demain. J'ajoute que la réussite de tels projets ne doit pas uniquement se jauger en termes d'audience. L'État actionnaire, qui incite à la prise de risques et à l'audace créative, est prêt à accepter que des critères de qualité soient pris en compte au-delà des seules audiences : des indicateurs pourront être mis en place en ce sens. Évidemment, il ne peut pas y avoir de télévision publique sans public. Mais la créativité, l'ambition artistique, la générosité de l'intelligence sont des critères dont France Télévisions doit davantage tenir compte. Le soutien des tutelles lui est désormais acquis en la matière.

« Participer », enfin, parce que les médias doivent aujourd'hui repenser leur rapport au public. Dans cet exercice, l'information locale et les médias de proximité doivent jouer un rôle essentiel. Il appartient à France Télévisions de fédérer les initiatives afin, par exemple, que se nouent des coopérations plus fortes entre les différentes composantes de l'audiovisuel public. C'est un sujet que le Président de la République a déjà évoqué. Une nouvelle fois, l'État prendra toutes ses responsabilités, en instituant un comité de pilotage stratégique rassemblant toutes les entreprises de l'audiovisuel public pour leur permettre d'échanger,

notamment sur leur développement et leur politique d'investissement, et éventuellement d'élaborer des projets communs.

Le deuxième axe traduit notre souhait de faire une télévision qui ressemble aux Français. Pour que ces derniers parlent positivement de France Télévisions, France Télévisions doit parler d'eux, avec eux. Deux priorités doivent animer cette volonté de faire de la télévision publique la télévision de tous les Français : attirer la jeunesse et promouvoir la diversité.

La question de la jeunesse nous préoccupe d'autant plus que les chiffres révèlent un vieillissement du public de France Télévisions. L'une des missions centrales du service public doit être de favoriser l'entrée de la jeunesse dans le monde. France Télévisions doit recréer un lien fort avec la jeunesse de notre pays et proposer une offre adaptée à ce public, sur tous les supports.

Cela passe par l'exploitation des genres qui sont les siens – la musique, la culture urbaine, la fiction et l'animation –, mais aussi par l'appropriation de leurs codes, notamment l'humour et le décalage. Des émissions comme le *Daily Show* aux États-Unis ou, aujourd'hui, *Silex and the city* en France, ont montré la voie pour parler de sujets de société à un public d'adolescents ou de très jeunes adultes.

Cela implique aussi, à travers l'offre en ligne, de faire d'internet un espace où l'offre publique, lisible et attractive pour les jeunes, vienne concurrencer les messages antirépublicains qui fleurissent parfois sur les réseaux sociaux.

Une autre mission du service public consiste à s'adresser à tous les Français et à être représentatif de notre société dans toute la richesse de sa diversité. France Télévisions doit être le reflet de cette richesse et non le miroir des blocages de la société française. Cela passe par la promotion de nouveaux talents, mais aussi par un lien renforcé avec les médias citoyens et de proximité.

La poursuite de la transformation numérique constitue le troisième axe.

Aujourd'hui, le hertzien ne touche déjà plus que la moitié des téléspectateurs car le câble et l'ADSL deviennent dominants. Demain, lorsque la télévision sera massivement distribuée sur internet, les alternatives à France Télévisions ne seront plus une poignée de chaînes mais une multitude de propositions numériques. La télévision doit donc être aux avant-postes de cette révolution si elle veut s'adapter aux pratiques de nos concitoyens et diversifier ses ressources propres.

Aujourd'hui, le contenu même de la télévision évolue, avec des programmes interactifs. France Télévisions doit être au cœur de ces nouvelles manières de vivre l'expérience télévisuelle.

France Télévisions doit aussi enrichir et mieux mettre en valeur son offre de vidéo à la demande pour mieux exposer les nombreux genres et formats qu'elle est seule à détenir et qui constituent un patrimoine précieux.

France Télévisions doit, enfin, se faire la voix du service public sur internet où les discours porteurs de valeurs républicaines et respectueuses de la déontologie de l'information sont parfois minoritaires.

Pour respecter ces trois axes, faire face à l'ensemble de ces enjeux et mettre en œuvre ces priorités, l'entreprise devra retrouver de l'agilité dans un environnement très changeant et améliorer l'efficacité de la gestion.

Arrêtée lors de la conclusion du contrat d'objectif et de moyens (COM), la trajectoire des ressources publiques de France Télévisions sera, au mieux, stable. Elle pourrait plus probablement s'inscrire dans l'évolution à la baisse constatée ces dernières années, dans le contexte contraint des finances publiques alors que le secteur audiovisuel est poussé à faire des économies, que ce soit en France, en Europe ou dans le monde. M. Michel Sapin a rappelé que les conditions n'étaient pas réunies pour une modification du régime publicitaire de France Télévisions.

Pour assurer un retour à l'équilibre, l'État incitera et accompagnera l'entreprise dans le développement de ses recettes de diversification. Cela implique de faire des choix structurants en matière de gestion et de budget.

Le travail conduit par les services de l'État a permis d'identifier plusieurs pistes en la matière. Il est important de mieux affirmer la cohérence du bouquet et de préciser l'identité et la ligne éditoriale de chaque chaîne car elles n'apparaissent pas toujours clairement aujourd'hui. En dépit des efforts consentis, France 3 reste ainsi confrontée à un triple enjeu : éditorial, d'organisation et de gestion. Si cette chaîne a vocation à être redynamisée, je réaffirme l'attachement du public et de l'État à des télévisions régionales. Il faudra par ailleurs continuer d'améliorer la gestion de la filière de production et du réseau outre-mer.

Pour chacun de ces chantiers, l'État sera aux côtés du prochain président ou de la prochaine présidente de France Télévisions, dans un partenariat renouvelé grâce à l'exercice de simplification et de clarification des missions qu'il a engagé. En identifiant trois missions prioritaires – comprendre, rayonner, participer – et quatre valeurs cardinales – la singularité, l'indépendance, l'exemplarité, l'intérêt général – destinées à guider l'entreprise dans la conduite de son activité, l'État se donne les moyens de simplifier ses attentes à l'égard de France Télévisions. Il évitera les injonctions contradictoires : les missions seront centrées sur un nombre limité – une dizaine environ – d'objectifs clairs et cohérents, en lien avec le calibrage financier. Il simplifiera les modalités d'exercice de la tutelle qui se traduit aujourd'hui par une multiplicité d'objectifs et d'indicateurs peu lisibles. Il réhabilitera le rôle du conseil d'administration et de ses comités spécialisés.

Quant à l'entreprise, elle devra également clarifier sa gouvernance interne. L'État ne sous-estime ni les perturbations que la mise en place de l'entreprise unique a engendrées ni l'investissement considérable de l'opérateur, de ses salariés et de sa direction dans ce projet structurant. Il s'agit cependant de clarifier maintenant les processus de décision et les lignes de responsabilités pour fluidifier le fonctionnement de l'entreprise et améliorer sa réactivité dans un environnement extrêmement changeant.

Nous avons pris nos responsabilités en proposant au Parlement d'augmenter la redevance pour sécuriser le financement et le rendre vraiment indépendant, en supprimant progressivement la subvention budgétaire versée à France Télévisions par l'État. De même, nous prenons nos responsabilités en travaillant à une modernisation de l'assiette de la redevance, comme le Président de la République l'avait annoncé. Mais il est certain que France Télévisions devra poursuivre ses efforts pour que l'entreprise soit plus agile et plus souple.

En définitive, France Télévisions a besoin d'un projet audacieux en prise avec son époque, ce qui implique que l'État et son opérateur assument des choix exigeants afin de moderniser un service public cher au cœur des Françaises et des Français – plusieurs enquêtes l'ont montré.

Parce que la télévision publique est l'affaire de tous, parce qu'elle occupe une part importante de la vie de tous les Français, et qu'elle est susceptible de créer ou de recréer un lien entre eux, un horizon d'avenir commun, notre ambition doit être immense.

M. le président Patrick Bloche. Madame la ministre, vous avez évoqué l'avenir de France 3. Les rapports qui se succèdent – pour certains rédigés par les membres de notre commission – comportent des préconisations qui me semblent souvent difficilement conciliables. Le bilan quadriennal de France Télévisions établi par le CSA critiquait l'insuffisante différenciation des propositions éditoriales de France 2 et de France 3, deux chaînes généralistes. Le rapport de Mme Anne Brucy appelle au maintien du modèle actuel et exclut l'idée d'un recentrage sur l'information. Au contraire, celui de M. Marc Schwartz préconise ce recentrage qui ne serait pas sans conséquence sur la filière de production. Il serait utile que les candidats à la présidence de France Télévisions aient une vision claire de ce que la tutelle attend de France 3 pour les années à venir.

Mme Martine Martinel. Le rapport remis par M. Marc Schwartz trace des perspectives ambitieuses pour l'avenir du service public, mais il fait aussi des constats assez mitigés et parfois paradoxaux. L'attachement du public à France Télévisions est ainsi une réalité tout autant que la perte d'audience et le vieillissement des téléspectateurs.

Le rapport souligne aussi l'existence de « *lourdeurs internes* » et d'« *incertitudes pesant sur le financement du groupe* » mais précise que « *le groupe de travail est également convaincu que la télévision publique est plus que jamais nécessaire dans cet environnement fragmenté, éclaté, mondialisé* ». Parmi ses nombreuses propositions, celle qui est relative au développement des offres numériques pourrait constituer une réponse au vieillissement préoccupant de l'audience.

Madame la ministre, à quelques mois de la nomination transparente et démocratique du nouveau président ou de la nouvelle présidente de France Télévisions par le CSA, vous publiez une feuille de route avec deux autres membres du Gouvernement, qui, loin de constituer une ingérence de l'État dans la conception du service public, montre l'intérêt légitime et nécessaire de la tutelle pour un service public dont l'État est le premier financeur. Il s'agit de renouer un contrat de confiance avec les citoyens en proposant une « télévision qui ressemble aux Français ». Comment ce pari sera-t-il tenu ?

Le rapport Schwartz insiste sur la nécessité d'adopter pour le prochain cahier des charges « *une expression sensiblement plus ramassée des missions et obligations de service public* ». De votre côté, vous recommandez le choix d'un projet audacieux pour un service public libéré de la crainte de l'audimat, dont la mission se fondera sur un nouveau triptyque : comprendre le monde, faire rayonner la culture et la créativité française, faire participer les Français en repensant le rapport au public. Vos propos sur le sujet étaient complets mais pouvez-vous nous en dire encore plus ?

Vous annoncez un engagement sans faille de l'État en faveur de la télévision publique, ce qui n'empêchera pas de veiller à la bonne gestion de l'argent public. Les dispositifs indispensables pour mesurer l'efficacité d'une gestion saine de France Télévisions

existent-ils ? Quelle politique commerciale l'entreprise publique pourrait-elle mettre en œuvre ?

Le rapport rendu le mois dernier par le sociologue Henri Vacquin à la demande de France Télévisions met l'accent sur le climat social dégradé et les risques psycho-sociaux au sein de l'entreprise publique. On pense notamment aux salariés de France 3 qui disent souvent leur désarroi et leur sentiment d'être quasiment déclassés. Madame la ministre, peut-on envisager de donner un cap précis à France 3 sans se contenter de naviguer entre les préconisations contradictoires des rapports cités par le président Bloche ? Quel serait ce cap ? Est-il possible de prendre en compte le désarroi des salariés ?

Nombreux sont ceux qui se désolent de l'insuffisance du recours à la production en interne. Quels choix ferez-vous en la matière ?

La nouvelle présidence devra-t-elle mettre ses pas dans ceux de la présidence actuelle, ou bien des réformes mal perçues ou mal expliquées, comme le projet Info 2015, pourront-elles être gelées ou repoussées afin d'être renégociées et retravaillées ?

La même attention sera-t-elle portée à Radio France qui semble peiner dans les négociations salariales au point qu'une grève y est annoncée ? Je rappelle que des salariés de France Télévisions sont également en grève, même si cela est peu perçu. C'est le cas depuis quelques jours à l'initiative de la CGT et de la CFDT, qui étaient pourtant les premiers à signer les accords salariaux.

M. le président Patrick Bloche. Lorsque j'ai évoqué les rapports relatifs à France 3, issus de notre commission, je pensais évidemment aux travaux de Mme Martine Martinel et de M. Stéphane Travert. Dans le cadre de l'examen du projet de loi de finances pour 2014, ce dernier avait notamment consacré la partie thématique de son avis budgétaire aux antennes régionales de France 3.

M. Christian Kert. Madame la ministre, je ne reprendrai pas ce que je vous ai dit au nom du groupe UMP en vous interrogeant en début d'après-midi lors des questions au Gouvernement. Il reste que deux lectures de votre démarche sont possibles. Là où vous pensez tracer un chemin, nous voyons pour notre part une ingérence dans le travail de nomination que doit effectuer le CSA. Ceux que vous aviez convaincus que la nomination du président des opérateurs publics de l'audiovisuel devenait l'affaire exclusive d'un CSA, autorité indépendante, doivent être déçus.

Je retiens deux éléments principaux du rapport de qualité remis par M. Marc Schwartz.

France Télévisions croule sous un cahier des charges trop complexe. Tous les deux ou trois ans, l'entreprise publique va d'un COM à un avenant : un tel rythme est préjudiciable à la bonne gouvernance du groupe. Il montre à quel point les relations avec la tutelle sont compliquées. Demander toujours plus avec toujours moins ne peut conduire qu'à signer de nouveaux avenants.

La ressource publique diminue, et elle continuera à diminuer, comme l'a confirmé le ministre des finances et des comptes publics. L'État donne aux opérateurs publics des moyens largement inférieurs à ceux qui sont prévus par les COM qu'il a lui-même négociés. Pour ce qui concerne France Télévisions, s'ajoute un problème spécifique puisque vous faites

disparaître, sans autre forme de procès, la fameuse dotation visant à compenser la suppression de la publicité après vingt heures. Depuis 2012, l'État actionnaire n'a pas joué cartes sur table, privant son opérateur de l'opportunité de développer une stratégie de compensation à l'égard des annonceurs. Nous ne pouvons en conséquence que soutenir la proposition du rapport Schwartz qui préconise un renforcement du pilotage stratégique par l'État. Il est grand temps que le Gouvernement renoue avec un projet pour l'audiovisuel public plutôt que de réduire les dotations au fil de l'eau sans vision directrice. L'heure de la construction d'un véritable projet est-elle réellement venue ?

Deux nouvelles orientations sont présentées dans le document relatif aux enjeux et aux missions de France Télévisions que vous avez présenté la semaine dernière à l'occasion de la remise du rapport de M. Marc Schwartz.

Vous évoquez, d'une part, l'amélioration de la cohérence du bouquet et l'éventuelle disparition d'une chaîne. Tout comme le groupe de travail, vous écrivez qu'« *en tout état de cause, et sans préjuger des choix de l'entreprise, l'État considère que maintenir cinq chaînes hertziennes ne sera possible, dans le cadre économique des cinq prochaines années, que si des réformes de gestion ambitieuses sont réalisées.* » Pouvez-vous nous en dire plus ? Les réformes peuvent-elles se faire sans qu'une chaîne disparaisse, ou cette disparition constitue-t-elle à vos yeux la réforme elle-même ?

Vous souhaitez, d'autre part, reconquérir le jeune public car, à l'instar de Radio France qui peine à trouver le public de *Mouv'*, France Télévisions a du mal à s'adresser à la jeunesse. Tabler sur une stratégie numérique plutôt que sur une charte de programmes s'adressant aux jeunes, n'est-ce pas reconnaître son échec ?

À la suite des événements dramatiques du mois de janvier dernier, nous nous sommes tous interrogés sur le rôle de l'école. Dans cette logique citoyenne, nous devons aussi penser à l'audiovisuel, qui est un acteur majeur de la cohésion sociale.

Sur un tout autre sujet, madame la ministre, selon nos informations, il semble que le CSA ne dispose pas des moyens d'exercer sa mission de contrôle sur des chaînes diffusées en France à partir des zones les plus dangereuses du monde. Je crois que nous serions unanimes pour vous soutenir si vous souhaitiez donner au CSA les outils pour accomplir cette très importante mission.

Mme Barbara Pompili. Les écologistes partagent les conclusions du rapport Schwartz relatives à la nécessité de rationaliser et de simplifier les objectifs de France Télévisions. L'État actionnaire a toute sa part à prendre dans l'élaboration d'objectifs clairs. Le manque de lisibilité est à l'origine de problèmes pérennes et délicats qui restent encore à résoudre.

Le choix de relever le défi du numérique nous semble particulièrement intéressant, notamment en ce qui concerne la mise en commun des ressources des diverses entreprises de l'audiovisuel public. Le renforcement des synergies, par exemple avec les radios, a fait ses preuves ailleurs. Nous préconisons en conséquence la mise en place d'une arche numérique de service public. Le rapport incite aussi, à juste titre, sur la prise en compte des nouveaux modes de consommation des médias – le *replay* est par exemple de plus en plus utilisé. Ces évolutions peuvent susciter des inquiétudes de la part des personnels, notamment en ce qui concerne les polycompétences ; il faut y répondre.

J'en viens au projet Info 2015. En matière d'information, la mise en commun des équipes de France 2 et de France 3 peut faire l'objet d'un consensus à condition que le projet soit bien expliqué, que les personnels y soient associés et qu'ils voient où ils vont. Ce n'est malheureusement pas le cas, et le rapport Vacquin, cité par Mme Martine Martinel, a bien montré que certaines rédactions et certaines professions sont désormais dans une véritable situation de détresse. Nous aurions tort de prendre les inquiétudes de ces personnels à la légère. Nous devons absolument trouver ensemble les moyens pour que la fusion se déroule le mieux possible.

La différenciation des identités des chaînes doit également être plus prononcée. Il nous semble important de réaffirmer le rôle de France 3. On entend répéter que France 3 est la chaîne des territoires et non une chaîne nationale aux décrochages régionaux. Nous avons également dit notre préoccupation concernant l'impact de la réforme territoriale qui ne doit pas être l'occasion d'éloigner les antennes régionales du niveau local. Malgré le consensus qui se dégage, nous ne voyons pas comment les choses se mettent en place concrètement.

Il nous paraît important d'adapter France Télévisions à la façon dont la jeunesse consomme les médias pour la faire revenir vers la télévision de service public. Que pensez-vous de l'exemple de *BBC Three* qui a lancé des productions exclusives sur Twitter et sur Snapchat ?

Il est nécessaire d'augmenter la diversité dans l'audiovisuel public – elle ne doit pas être cantonnée à France Ô –, ainsi que la présence des handicapés qui doivent aussi apparaître à l'antenne. Le service public devrait être exemplaire sur ces sujets ; ce n'est pas le cas.

Le CSA a émis des mises en demeure concernant le traitement des attentats de janvier dernier. Ce qui s'est produit pose des questions sur la façon dont nous envisageons la liberté de la presse. Les journalistes eux-mêmes s'interrogent sur la gestion de l'information en concomitance avec des réseaux sociaux très rapides qui ne sont pas du tout encadrés. Comment gérer la liberté d'expression dans un tel cadre ?

Madame la ministre, vous avez évoqué l'extension de l'assiette de la redevance : quelles pistes suivez-vous en la matière ? Envisagez-vous un financement par la création ?

M. Rudy Salles. France Télévisions, qui vient de traverser une décennie au cours de laquelle son modèle économique et médiatique s'est considérablement dégradé du fait d'un environnement audiovisuel particulièrement évolutif, se trouve à la croisée des chemins. La concurrence d'un univers médiatique mondialisé et fragmenté, l'érosion de son audience, la tension budgétaire qui pèse sur son financement, son organisation managériale sont autant de défis dont dépendent, à terme, sa place dans l'audiovisuel public et, sans doute, sa capacité à assurer sa mission de service public.

France Télévisions dispose naturellement d'atouts indéniables pour relever ces défis. Il n'en reste pas moins que la situation est préoccupante. Le projet qui sera mis en œuvre lors du prochain mandat est, par conséquent, décisif pour son avenir.

Madame la ministre, je souhaite vous interroger sur trois points.

Les mutations profondes de l'environnement créent des défis majeurs pour France Télévisions, notamment en matière de transition numérique et de diversification des formats, alors même que le soutien financier de l'État ne pourra pas se renforcer. Aussi, je souhaite

savoir s'il est envisagé, à l'heure actuelle, que les contenus enrichis et les nouveaux usages fassent l'objet d'une valorisation, et par conséquent d'une contrepartie distincte de la redevance audiovisuelle ?

Ma deuxième question porte sur le rayonnement de la culture et de la créativité française, qui devront être au cœur du prochain mandat, ainsi que vous avez déjà eu l'occasion de le souligner. Vous entendez notamment encourager la production de séries de fiction innovantes, genre pour lequel il existe une demande internationale forte, en particulier de la part du public jeune. Cela implique, tant pour l'État que pour l'entreprise, de mettre en place de nouveaux outils de mesure de l'impact des programmes, qui ne soient pas liés aux seuls taux d'audience. Pouvez-vous nous préciser à quel type d'outils vous pensez et nous indiquer comment ils garantiront l'équilibre entre ambition culturelle et performance économique ?

Enfin, ma troisième interrogation a trait au CSA. Depuis sa nomination à la tête de cet organisme de régulation, son président fait l'objet d'un certain nombre de critiques, concernant notamment une conception du pouvoir très centralisatrice. On relève que près de huit personnes lui sont directement attachées. Si une telle pratique existe bien dans les cabinets ministériels, c'est du jamais vu dans cette institution. Madame la ministre, sans m'éloigner de notre sujet, je voudrais revenir sur les propos que vous avez tenus sur France Inter le 5 mars dernier : « *Il appartient au président du CSA de choisir celui qui sera le prochain président de France Télévisions.* » Cette déclaration va à l'encontre des procédures légales de désignation des présidents des organismes publics de radio et télévision, la décision relative à leur nomination devant être prise collégialement par les huit membres du CSA. Ces propos indiquent-ils que le président du CSA détiendrait des pouvoirs nouveaux que nous ne lui connaissons pas, ou bien revenez-vous sur ces déclarations qu'il faudrait alors seulement remiser sur les étagères des maladresses gouvernementales ?

Mme Valérie Corre. Certains épisodes récents ont mis l'accent sur la perte de crédibilité des médias traditionnels par rapport aux informations diffusées sur internet par l'intermédiaire de sites qui ne sont malheureusement pas toujours sérieux. Les remises en cause du déroulement des tragiques attentats de janvier dernier, ou l'écho recueilli l'année dernière par la journée de retrait de l'école montrent que les médias traditionnels font l'objet d'une certaine méfiance et qu'ils ne sont plus une source d'information unique. Afin de lutter contre cette évolution, quelles pistes faudrait-il suivre selon vous pour rédiger un cahier des charges qui permette d'attirer un public plus jeune vers l'information à la télévision ? Je pense notamment à la possibilité que le journal télévisé soit plus ouvert sur la société française dans toute sa diversité, sachant que de nombreux Français ne se sentent pas aujourd'hui représentés par la télévision publique.

Mme Annie Genevard. À côté du triptyque traditionnel « informer, cultiver, divertir », d'autres missions incombent au service public audiovisuel parmi lesquelles l'exception culturelle française trouve à s'épanouir dans la complexité que la France affectionne : refléter la diversité de la société et des territoires, remplir des missions citoyennes, fournir des programmes de qualité, financer la création, lutter contre les violences faites aux femmes, mettre en avant la préservation de l'environnement et le développement durable... Rien d'étonnant à ce que le cahier des charges de France Télévisions compte soixante-dix articles. Le rapport Schwartz constate « *qu'il est trop dense et trop précis* » et qu'il en résulte « *une certaine lourdeur d'adaptation* ». Le groupe de travail recommande d'adopter « *une expression sensiblement plus ramassée des missions pour le prochain cahier des charges* » qui permettra de conférer à l'entreprise « *une plus grande agilité* ». Fort des

intéressantes comparaisons internationales qu'il a effectuées, il constate que « *la définition des missions de service public de la BBC occupe deux pages du contrat passé entre le gouvernement britannique et la société publique* ». Cette dernière n'en fonctionne pas plus mal ! Comptez-vous suivre les préconisations du rapport Schwartz dans ce domaine ?

Soutenir la langue et la culture françaises, avez-vous déclaré dans votre propos liminaire, est un enjeu majeur pour la diversité culturelle. A-t-on à ce point oublié que cette langue et cette culture sont notre patrimoine commun et fondateur pour les reléguer en instruments de la diversité, à laquelle on ne cesse de revenir ? Dans son acception traditionnelle, la diversité renvoie à d'autres cultures que la française : sans exclure aucun mode d'expression, bien entendu, le temps n'est-il pas venu de rétablir l'ordre naturel des choses, c'est-à-dire de défendre aussi notre culture et notre langue ? Affirmer leur primauté serait même le moyen de renforcer la cohésion d'un corps social divisé par des oppositions quand il n'est pas, dans certains territoires, en état de dislocation.

Mme Sophie Dessus. Je veux revenir, en espérant ne pas donner le sentiment de rabâcher, sur les éditions locales dont les salariés, techniciens comme journalistes, ont exprimé de fortes inquiétudes, que la divergence des conclusions de rapports qui les concernent n'est pas de nature à apaiser. Au printemps 2014, la direction de France 3 a commandé une étude qualitative sur quatre antennes excentrées – Toulon, Bayonne, Le Havre et Boulogne-sur-Mer –, étude dont la non-officialisation a ouvert la voie à toutes les spéculations : les salariés, notamment, y voient la preuve que ses conclusions allaient à l'encontre des projets de la direction. Selon ce document, les téléspectateurs regarderaient l'ancrage local comme un atout exclusif et identitaire de France 3 et demanderaient, en plus de la diffusion hertzienne, une diffusion *via* la *box* et le satellite. Chacun comprend les contraintes financières et accepte l'idée que le maillage territorial évolue, mais ces contraintes ne doivent pas remettre en cause la qualité de l'information : c'est là toute la difficulté.

Il n'y a pas de hasard : tout à l'heure, j'assistais à une conférence d'Edgar Morin qui nous rappelait que nous vivons dans un monde qui accorde une confiance excessive aux calculs et aux sondages, au risque d'appauvrir la connaissance. La leçon vaut pour la télévision, au vu de son impact dans notre quotidien, dans l'éducation et l'approche de la citoyenneté. « Enseigner à vivre », selon le titre du dernier ouvrage d'Edgar Morin, est aussi le rôle qui peut être celui d'une télévision publique de proximité et de qualité.

M. François de Mazières. Vous avez été fort précise, madame la ministre, sur l'ambition que vous avez pour France Télévisions mais, s'agissant des économies, vous laissez l'initiative au futur président du groupe... Nous aimerions vous entendre davantage sur ce point. Ainsi le rapport Schwartz, page 107, met clairement en question la pérennité de France Ô sous sa forme actuelle : quelle est votre opinion à ce sujet ?

Les interviews réalisées par France 2 ou France 3 mobilisent des équipes bien plus nombreuses que celles des chaînes d'information en continu : cette donnée n'est jamais prise en compte, bien que les journalistes des dites chaînes, lorsqu'on leur en parle, aiment à la souligner. Les moyens de production sont plus complexes, les enregistrements sont la règle et le son fait l'objet d'un traitement spécifique. N'est-il pas de la responsabilité de la tutelle de donner, sur ces questions très techniques, une grande liberté au président du groupe et de l'assurer de son soutien ? Cela n'a pas été le cas sous le mandat de Rémy Pflimlin.

M. Jean-Pierre Allossery. La semaine dernière, madame la ministre, vous avez présenté votre stratégie pour le groupe France Télévisions, stratégie qui, pour vous citer, doit

prendre « *le chemin de l'ambition* ». Partant du constat que les médias doivent faire face à des bouleversements de toutes sortes, vous déclinez les missions du groupe selon le triptyque : « comprendre, rayonner, participer ». En tant que membre de la commission des affaires culturelles, je ne puis que m'en réjouir, notamment en ce qui concerne le rayonnement de notre culture à l'étranger. Mais force est de constater que notre voix ne porte guère, car nos chaînes d'information internationales, TV5 Monde et France 24, souffrent de leurs divisions. Une réforme est-elle envisagée ?

M. Patrick Hetzel. La communication gouvernementale, de même que le document de présentation des enjeux et missions de France Télévisions, mettent en exergue un travail interministériel dont il faut bien entendu se féliciter ; néanmoins, l'influence de Bercy dans ce travail ne révèle-t-elle pas un déclin de celle de la Rue de Valois, sinon de la ministre qui y est installée ?

On peut lire, page 9 du document que je viens d'évoquer, que « *l'entreprise [France Télévisions] pourra compter sur l'engagement sans faille de l'État* ». Cette affirmation, forte, apparaît en décalage par rapport à la réalité, au vu des désengagements financiers décidés par la majorité depuis 2012. Ainsi, les dotations annuelles prévues dans le COM et ses avenants successifs n'ont pas été respectées ; pour l'année en cours, ce sont 4,6 millions d'euros de dotations de l'État qui manquent à l'appel au regard des engagements contractuels. Bref, le Gouvernement est en retrait par rapport à ses annonces.

D'autre part les taxes sur les recettes publicitaires des chaînes privées et sur le chiffre d'affaires des télécoms, instaurées en 2009 afin de financer l'audiovisuel public, et dont le produit a atteint 280 millions d'euros en 2013, servent désormais à abonder le budget général de l'État. Là encore, le décalage entre les mots et les actes est patent, et le téléspectateur en fait les frais puisqu'il finance le manque à gagner à travers l'augmentation continue de la redevance.

La présence « bercyenne » dans le dossier France Télévisions atteste-t-elle une mainmise budgétaire ? Le Gouvernement changera-t-il d'attitude vis-à-vis du groupe, en tout cas sur la question des dotations ?

Mme Julie Sommaruga. Parmi vos priorités, vous avez évoqué l'éducation aux médias. Quels partenariats peut-on envisager avec l'éducation nationale en ce domaine ?

D'autre part, je veux insister sur la nécessité d'ouvrir des espaces permettant à chacun d'être représenté, sur et par le service public.

Mme Isabelle Attard. Puisqu'il a été question des missions de France Télévisions et de son financement, je veux évoquer la publicité à destination des enfants, au sujet de laquelle j'avais déjà interrogé, au nom du groupe écologiste, Aurélie Filippetti et Rémy Pflimlin. En cette matière, la Suède, la Belgique et le Luxembourg ont des exigences supérieures aux nôtres puisque ces pays ont décidé, depuis plusieurs années déjà, de supprimer la publicité avant, pendant et après les programmes destinés aux moins de douze ans sur les chaînes publiques, considérant qu'à cet âge, les enfants sont incapables de distinguer entre une information et un message publicitaire. Au Québec, la réglementation est plus stricte encore puisque, depuis 1978, l'Office de la protection du consommateur donne une définition précise de ce qu'est une publicité pour enfants, toute publicité destinée aux moins de treize ans étant interdite.

Sans aller jusqu'à une solution aussi radicale, ne pourrait-on envisager d'améliorer les messages adressés aux plus jeunes ? Les publicités pour des céréales soulèvent des problèmes de santé publique, qu'il s'agisse de l'obésité ou des carences alimentaires ; or, sur une tranche de vingt-quatre heures, soixante-et-onze spots pour ce type de produits sont diffusés aux États-Unis, contre trente en France et seulement deux en Suède. Un sujet aussi sensible mérite que le législateur s'y penche ; au reste, Rémy Pflimlin m'avait lui-même répondu qu'il attendait, pour agir en ce domaine, une décision de notre part. Quel est votre avis sur la question ?

M. Frédéric Reiss. Pour défendre votre triptyque : « comprendre, rayonner, participer », vous avez invoqué les événements tragiques du mois de janvier. À titre personnel, je trouve que France Télévisions les a traités de façon satisfaisante, voire remarquable, et sans tomber dans les excès de certaines chaînes privées.

Vous avez dressé, comme c'est votre rôle, un tableau idéal des défis que le groupe aura à relever à l'horizon 2020 ; néanmoins, ne s'apparentent-ils pas à la quadrature du cercle ? Le rapport Schwartz suggère que France Télévisions doit être une entreprise leader et un acteur de référence du monde des médias : c'est là un vaste programme, qui ne doit toutefois pas faire oublier le rôle de France 3 en matière de proximité régionale – et à l'échelon qui est celui, non de la réforme territoriale, mais des régions actuelles.

La tutelle, dites-vous, acceptera la prise de risques pour la création française, quand bien même celle-ci ne rencontrerait pas le succès populaire. Vous entendez ainsi répondre aux attentes des Français de toutes générations, notamment des jeunes, tout en redressant durablement la situation financière du groupe : ces deux objectifs ne sont-ils pas contradictoires ? Le nouveau président ne devra pas avoir les yeux rivés sur les courbes d'audience, est-il écrit dans le rapport : comment concilier ambition culturelle et réalités financières dans un contexte économique plus que morose et avec des recettes publicitaires en baisse ?

M. le président Patrick Bloche. Ces nombreuses questions traduisent l'intérêt que notre commission, relayant en cela les préoccupations de nos concitoyens, porte à l'audiovisuel public – dont l'objectif prioritaire n'est pas de favoriser les ventes de Coca-Cola, pour paraphraser quelqu'un...

Mme la ministre. Mme Martinel, M. Kert, M. Salles, Mme Genevard, Mme Dessus et M. Reiss ont évoqué le problème de la conciliation entre les missions de France Télévisions et les objectifs financiers qui lui sont assignés. L'une de mes préoccupations est de simplifier les relations entre l'entreprise publique et sa tutelle, relations qui n'ont évidemment rien à gagner, s'agissant de leur clarté, dans la production d'une multitude de documents d'orientation énumérant chacun des dizaines d'indicateurs et d'objectifs parfois contradictoires entre eux. Dans l'optique de renforcer la responsabilité de l'entreprise, le Gouvernement veillera à limiter ses injonctions dans le COM et le cahier des charges, et surtout à éviter qu'elles ne soient contradictoires. Les objectifs, fixés en concertation avec le futur président du groupe, seront bien sûr définis en lien avec le calibrage financier que le Gouvernement, je m'y engage, respectera scrupuleusement. Cette démarche de simplification requerra bien entendu l'implication du Parlement, dans la mesure où les missions de France Télévisions sont définies par la loi. Il est donc de notre responsabilité collective de redonner à l'entreprise un cadre clair, qui lui permette de remplir au mieux ses missions.

Plusieurs d'entre vous, en particulier Sophie Dessus, ont insisté sur l'importance d'une télévision de proximité, sur le fond comme sur la forme. Les Français y sont en effet très attachés. Aussi une attention toute particulière doit y être apportée, notamment dans le cadre du débat citoyen et à travers l'information locale sur France 3 : c'est là un objectif essentiel si nous voulons que la télévision publique s'adresse à tous.

Martine Martinel m'a interrogée sur la bonne utilisation des deniers publics : cette réflexion, essentielle dans le contexte actuel, devra être posée dans le cadre du COM, et elle requiert la définition d'indicateurs pertinents. La qualité et l'audace d'un programme sont difficiles à mesurer, c'est vrai ; mais l'on peut encourager France Télévisions, par exemple, à développer des coproductions internationales, à l'instar de ce que fait Arte avec la télévision suédoise – c'est là une piste pour favoriser la diversité dans la fiction – ou instaurer des indicateurs de satisfaction. Reste que l'on ne doit pas demander à France Télévisions de publier chaque jour ses scores d'audience, *a fortiori* pour des programmes non accompagnés d'écrans publicitaires. Un programme peut être universel, même si la chose n'est pas simple, mais sans doute faudra-t-il réfléchir à la définition de programmes différenciés quant à leur audience, de façon que la télévision s'adresse à tous, l'objectif étant de faire revenir certains téléspectateurs ou auditeurs qui se sont détournés de l'audiovisuel public.

Il convient aussi de s'interroger sur le recours aux moyens techniques de production interne qui, en tout état de cause, doit se faire au meilleur coût. La France possède un bel écosystème de producteurs, notamment indépendants, avec lesquels France Télévisions devra conclure un nouveau type de partenariat compte tenu de son rôle, majeur, dans la production audiovisuelle. Comme je l'ai indiqué à l'occasion du Festival international de programmes audiovisuels, le FIPA, qui se tenait à Biarritz, ce partenariat devra se faire dans une plus grande transparence et selon une prise de risques mieux équilibrée entre les diffuseurs et les producteurs : une réflexion est en cours sur le sujet.

M. Kert et M. Hetzel jugent laborieuse la procédure de désignation du futur président par le CSA ; mais l'on ne peut souhaiter que l'État définisse un nouveau projet pour France Télévisions et lui reprocher de le faire ! Vous vous félicitez que le rapport Schwartz définisse des orientations qui vous paraissent souhaitables tout en dénonçant une prétendue ingérence dans les travaux du collège du CSA – puisque c'est bien son collège qui décide et non son président seul, je ne reviendrai plus sur ce lapsus. N'y a-t-il pas là une contradiction de votre part ? L'État est dans son rôle lorsque, en association avec le Parlement, il définit les orientations de l'audiovisuel public, qui chaque année reçoit beaucoup d'argent public. Notre discussion d'aujourd'hui montre d'ailleurs que ce travail était nécessaire, et qu'il aurait même dû avoir lieu avant : cela aurait simplifié la tâche de l'actuelle direction comme des précédentes.

Vous pourrez interroger le président du CSA sur la façon dont il conçoit sa mission. La procédure de nomination du président de France Télévisions qui a été définie s'étalera sur un mois, au cours duquel les candidats présenteront leurs projets à la lumière des orientations, évidemment générales, que nous avons fixées. Le CSA se prononcera donc en toute indépendance entre le 22 avril et le 22 mai, à l'issue de la procédure de sélection qu'il a fait connaître début février. Je souhaite que cette procédure, qui n'a pu être appliquée à la désignation du président de Radio France pour des raisons de calendrier, soit désormais reconduite car elle est très démocratique ; elle me semble aussi correspondre au rôle constructif que l'État peut avoir dans l'exercice de sa tutelle.

Quant à Bercy, il était bien normal qu'il soit présent puisqu'il est, à travers l'Agence des participations de l'État, l'actionnaire du groupe. Le groupe de travail réuni autour de M. Schwartz a été piloté et coordonné par le ministère de la culture, et j'ai présenté ses conclusions en présence de mes collègues concernés, avec lesquels j'ai travaillé en bonne intelligence. Le Gouvernement entend en effet promouvoir une approche collégiale sur les ambitions assignées à l'audiovisuel public, y compris sur la question des moyens.

Les Français sont attachés à l'identité de France 3, chaîne nationale à vocation en partie régionale. Le rapport souligne la nécessité d'une relance, sur le volet éditorial comme sur la gestion ; cela n'implique nullement que la chaîne renonce à son ancrage territorial, même si la réforme territoriale en cours appelle une réflexion sur l'organisation de la chaîne, de façon qu'elle réponde aux attentes du public en matière d'information et de proximité : nous attendons des propositions des candidats en ce sens.

J'ai pris connaissance, Madame Martinel, du rapport Vacquin sur la prévention et la qualité de vie au travail au sein du groupe France Télévisions ; je suivrai avec attention les suites données à ses préconisations par la direction de ce groupe qui a dû mettre en œuvre des réformes complexes, à commencer par la mise en place de l'entreprise unique. Il faut d'ailleurs saluer, sur ce point, le travail de l'actuelle direction.

Dans un paysage audiovisuel marqué par l'influence croissante des géants de l'internet et la convergence des supports, madame Pompili, monsieur Allossery, il importe que les diverses composantes de l'audiovisuel public se rassemblent pour atteindre une taille critique. Le potentiel de synergies est fort entre France Télévisions, Radio France, Arte, France Médias Monde et l'Institut national de l'audiovisuel (INA) : le comité de pilotage stratégique conduira la réflexion en ce domaine, d'abord à travers la belle notion d'arche numérique, ainsi que le Président de la République l'avait d'ailleurs appelé de ses vœux. Il incombe aussi à l'audiovisuel public de contrer, par ses propres messages, ceux qui, diffusés sur internet en dehors de toute régulation, portent atteinte aux valeurs républicaines. Encore une fois, le Gouvernement n'entend pas dicter les projets des dirigeants de l'audiovisuel public dans leur détail, mais fixer des orientations de nature à les éclairer ; en l'espèce, le numérique est un vecteur essentiel pour s'adresser à la jeunesse, qu'il s'agisse de l'offre culturelle ou de l'information.

Sur la jeunesse et la diversité, madame Pompili, madame Sommaruga, les initiatives de la BBC me semblent très intéressantes ; aussi j'invite les candidats à faire preuve d'innovation et d'audace dans leurs projets à destination des jeunes, y compris en passant par les codes auxquels ceux-ci se réfèrent. Les usages évoluent, ce n'est pas faire un constat d'échec que de le dire, et la télévision linéaire n'est plus le modèle dominant : l'audiovisuel public doit aussi être présent dans les nouveaux médias.

L'éducation aux médias, madame Sommaruga, fait déjà l'objet d'un partenariat avec l'éducation nationale à travers le service « lesite.tv » ; la chaîne Arte, de son côté, produit un journal télévisé junior. Je suis favorable à des coopérations sur tous les canaux disponibles, avec la communauté éducative bien entendu, mais aussi avec d'autres médias, comme les médias citoyens ou de proximité.

La télévision doit en effet mieux refléter, sur la base d'indicateurs à définir, la diversité de la société, y compris, madame Pompili, par la prise en compte du handicap, aspect souvent négligé – les nouvelles technologies, par exemple, offrent des solutions pour les malentendants. Le Gouvernement y veillera dans le cadre du COM.

Les chiffres que vous avez cités sur les publicités pour enfants étaient éclairants, madame Attard ; je rappelle toutefois que, pour l'heure, sur France 4 et France 5, aucune publicité n'est diffusée pendant les programmes qui, tels « Les Zouzous », s'adressent aux plus jeunes. Des initiatives existent cependant, vous avez raison, en matière de nutrition et de lutte contre l'obésité ; elles pourront être prises en compte dans la réflexion, même si, comme on l'a dit, il faut aussi limiter le nombre d'injonctions.

Je comprends que l'intervention du CSA sur le traitement médiatique des événements de début janvier ait provoqué un certain émoi chez les journalistes, qui, ayant travaillé dans des conditions difficiles, ont pu avoir le sentiment que le régulateur restreignait paradoxalement une liberté d'expression pour la défense de laquelle le pays venait de se mobiliser. Mais ce n'est pas de cela qu'il s'agit en l'espèce : les chaînes ont signé des chartes sur le traitement de l'information, au nom desquelles elles s'engagent notamment à ne pas mettre en danger la vie d'autrui et à ne pas entraver le travail de la police ou de la justice ; c'est seulement dans ce cadre que le CSA a émis un certain nombre de recommandations ou de mises en demeure.

La vraie difficulté est que le CSA a compétence pour réguler l'audiovisuel traditionnel et non les réseaux sociaux, où peuvent donc circuler des images prohibées dans les grands médias, soumis à des règles déontologiques en matière de production de l'information. Le Gouvernement réfléchit à des propositions, dans le cadre européen ou national, pour définir des modes de régulation adaptés à ces réseaux ou plateformes, la difficulté étant que les entreprises visées, souvent domiciliées à l'étranger, ne reconnaissent pas les juridictions françaises et coopèrent mal avec les autorités locales. Le travail que je mène sur le sujet avec Axelle Lemaire et les ministères de la justice et de l'intérieur n'entend évidemment pas porter atteinte à la liberté d'expression sur internet, mais celui-ci ne doit plus constituer une exception aux règles qui régissent notre vie en société. De tels sujets appellent d'ailleurs un dialogue avec le Parlement.

En octobre dernier, le Président de la République a indiqué qu'une réflexion devait s'engager sur le financement de l'audiovisuel public, et ce afin de tenir compte de l'évolution des pratiques de visionnage : le rapport Schwartz le montre bien, la télévision est devenue le second écran derrière la tablette ou le smartphone. Assoir la contribution à l'audiovisuel public sur les seuls postes offrant un accès à la télévision hertzienne n'a plus guère de sens. Nous réfléchissons donc à d'autres pistes avec les services du ministère. La représentation nationale sera bien entendu associée à ce travail dont l'aboutissement relève, par définition, d'une loi de finances. L'objectif n'est au demeurant pas de trouver des ressources nouvelles mais, à rendement constant, d'élargir l'assiette pour la rendre plus juste et plus conforme aux usages.

Soutenir la langue et la création françaises est un enjeu essentiel de la diversité culturelle, de la différenciation de l'offre du service public par rapport aux géants de l'internet : voilà, madame Genevard, ce que j'ai dit. La création française, on le sait, est en concurrence avec les grandes productions anglo-saxonnes ; or, à l'échelle internationale, la diversité culturelle impose d'éviter l'hégémonie d'un modèle. La France possède des mécanismes de financement de la création que beaucoup de pays lui envient, et grâce auxquels elle a conservé un cinéma très dynamique, le troisième dans le monde avec plus de deux cents films produits chaque année, ainsi qu'un formidable réseau d'équipements culturels, de librairies et de salles de cinéma sur l'ensemble du territoire. Défendre la langue et la création françaises sont donc bel et bien des enjeux pour la diversité culturelle à

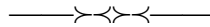
l'extérieur de nos frontières – et non à l'intérieur, bien entendu –, la francophonie ayant naturellement un rôle à jouer à cet égard.

Mon propos n'est pas de me prononcer sur telle ou telle chaîne et son périmètre : ce point relève des projets présentés par les candidats. Reste que France Télévisions doit s'adresser à tous les Français, donc aussi à nos compatriotes d'outre-mer, lequel doit par conséquent avoir toute sa place dans les programmes.

Le Gouvernement, par la voix de mon ministère, soutiendra en effet la future présidence de France Télévisions, y compris dans le nécessaire effort de rationalisation de la gestion de l'entreprise. Le rapport Schwartz montre bien, d'ailleurs, l'ampleur des efforts en cours dans les autres entreprises de l'audiovisuel public. Sans aller jusqu'à l'exemple de l'Espagne, où l'audiovisuel public a subi les conséquences de sévères restrictions budgétaires, la BBC doit faire face à une réduction de ses dotations de 700 millions de livres entre 2014 et 2017. Bref, tous les audiovisuels publics, au niveau international, sont appelés à rationaliser leurs moyens de production et à s'adapter aux nouveaux usages, en particulier numériques : France Télévisions, qui s'est déjà engagée dans cette voie, devra poursuivre ses efforts. C'est en tout cas ce que le Gouvernement attend des projets des candidats à sa présidence.

M. le président Patrick Bloche. Merci, madame la ministre, d'avoir eu le souci de répondre à chacun. Le 25 mars prochain, nous aurons l'occasion de revenir sur ces sujets en séance avec le débat, à l'initiative des groupes écologiste et GDR, sur le rapport d'information de Martine Martinel relatif au COM de France Télévisions ; ce faisant nous pourrons ainsi anticiper sur le prochain COM.

La séance est levée à dix-huit heures cinquante.



Présences en réunion

Réunion du mardi 10 mars 2015 à 17 heures 15.

Présents. – M. Jean-Pierre Allossery, Mme Isabelle Attard, M. Patrick Bloche, M. Emeric Bréhier, Mme Valérie Corre, M. Pascal Demarthe, Mme Sophie Dessus, Mme Sophie Dion, M. William Dumas, Mme Annie Genevard, M. Patrick Hetzel, M. Christian Kert, Mme Martine Martinel, M. François de Mazières, Mme Barbara Pompili, M. Frédéric Reiss, M. Rudy Salles, Mme Julie Sommaruga

Excusés. – Mme Laurence Arribagé, M. Ary Chalus, M. Bernard Debré, Mme Sandrine Doucet, Mme Sonia Lagarde, M. Dominique Le Mèner, Mme Lucette Lousteau, M. Victorin Lurel, M. Alfred Marie-Jeanne, Mme Dominique Nachury, Mme Régine Povéda

Assistait également à la réunion. – M. Régis Juanico