

...le projet de loi de finances pour 2022

AVIS AUDIOVISUEL PUBLIC

L'examen des crédits de l'audiovisuel public pour 2022 constitue l'occasion de dresser un bilan de la situation des six entreprises de l'audiovisuel public (France Télévisions, Radio France, INA, ARTE France, France Médias Monde et TV5 Monde) et de l'action du Gouvernement depuis cinq ans.

D'où partions-nous ? En 2017, Netflix engrangeait déjà les abonnés par millions mais Disney+ n'existait pas et Amazon Prime n'en était qu'à ses débuts. C'est ce moment qu'a choisi le Président de la République, Emmanuel Macron, pour déclarer que l'audiovisuel public était « *une honte pour les citoyens* » et qu'il fallait changer sa gouvernance, son organisation et son offre de programmes.

Après une telle charge, on était en droit d'attendre un projet ambitieux qui allait changer la face de l'audiovisuel public au cours du quinquennat. Ce projet a effectivement été élaboré en 2019 avec un projet de loi qui aurait pu changer à la fois la gouvernance, la définition de la stratégie et les modalités de la répartition de la ressource publique. **En abandonnant cette réforme au printemps 2021, le Gouvernement a non seulement renoncé à renforcer l'audiovisuel public pour lui permettre de mieux affronter les défis de notre époque numérique mais il a également acté son inéluctable déclassement compte tenu des évolutions structurelles qui touchent les médias privés.**

Il reviendra donc au prochain Gouvernement de reprendre à zéro les chantiers concernant l'audiovisuel public qu'il s'agisse de la réforme de la contribution à l'audiovisuel public (CAP) qui a été renvoyée à 2023, de l'organisation des entreprises de l'audiovisuel public et de la détermination des moyens nécessaires à l'accomplissement de leurs missions. Le projet de loi de finances pour 2022 se contente, pour sa part, de mener à son terme la trajectoire baissière de la ressource publique arrêtée en 2018 sans clarifier ni la stratégie ni les moyens nécessaires à l'accomplissement des missions.

1. LES CRÉDITS CONSACRÉS À L'AUDIOVISUEL DANS LE BUDGET DE L'ÉTAT

A. LA DERNIÈRE ANNÉE D'APPLICATION DE LA TRAJECTOIRE BUDGÉTAIRE 2018-2022

1. Une trajectoire budgétaire maintenue pour réduire les moyens de 190 M€ sur la période 2018-2022

Le bilan du Gouvernement concernant l'audiovisuel public au terme du quinquennat s'identifie, pour l'essentiel, à une cure d'austérité opérée à travers une baisse des moyens à hauteur de 190 M€.

La dernière étape de cette baisse des moyens interviendra en 2022 à hauteur de 17,4 M€ Deux entreprises ont eu à supporter l'essentiel de ces baisses depuis quatre ans, France Télévisions à hauteur de 160 M€ et Radio France pour près de 20 M€. Ces économies n'ont pas porté sur le financement du cinéma ni de la création audiovisuelle. Elles se sont traduites par des plans de départs dans les deux entreprises qui ont été financés par l'État aux deux tiers mais qui sont encore loin d'avoir produit leurs effets sur la masse salariale, en particulier à France Télévisions. Parmi les autres leviers qui ont été actionnés,

on peut citer la baisse du coût du programme national et régional des chaînes de France Télévisions et des arbitrages sur les moyens de diffusion pour Radio France, France Médias Monde et TV5 Monde.

La commission de la culture a soutenu cette volonté de mieux gérer les entreprises de l'audiovisuel public tout comme elle a également approuvé la « reprise en main » du chantier de la maison de la Radio intervenue en 2018 ainsi que le plan de soutien de 70 M€ adopté l'année dernière pour faire face à la crise sanitaire. **Ce travail d'accompagnement et d'assainissement était nécessaire. Il constitue sans doute le seul véritable acquis du quinquennat dans ce secteur.**

À l'issue de l'application de cette trajectoire baissière, le ministère de la Culture estime, tout comme les entreprises concernées, qu'un **prolongement de cette trajectoire baissière lors du prochain quinquennat ne pourrait faire l'économie d'une réduction du périmètre**, c'est-à-dire, d'une diminution du nombre de chaînes ou d'une réduction de l'offre de services.

2. Un maintien de France 4 sans moyens supplémentaires

La réduction du périmètre de France Télévisions a déjà été mise en œuvre au cours de ce quinquennat avec la suppression de France Ô dont le signal s'est éteint le 1^{er} septembre 2020. La suppression de France 4 qui avait été repoussée à l'été 2021 et dont le principe avait été inscrit dans le contrat d'objectifs et de moyens (COM) de France Télévisions, a été quant à elle abandonnée le 18 mai 2021 suite à l'annonce faite par voie de tweet par le Président de la République. Le rapporteur rappelle que **ce revirement faisait suite à l'adoption par la commission de la culture du Sénat d'un amendement¹ prévoyant d'inscrire dans la loi le maintien d'une chaîne de France Télévisions dédiée à la jeunesse et à la culture.**



Le coût du maintien de France 4 - estimé à 12 M€ pour la période allant de septembre à décembre 2021 - devrait selon la DGMIC s'élever entre 20 et 40 M€ en 2022 en fonction du niveau d'ambition retenu. Or **le Gouvernement n'a prévu aucun crédits supplémentaires pour permettre à l'entreprise de faire face à cette dépense** de telle sorte que cette charge devrait peser sur la trésorerie du groupe et peut-être nécessiter de présenter des comptes en déficit en 2022.

Le rapporteur ne peut que déplorer que la chaîne publique de la jeunesse continue à ne pas être une priorité de ce Gouvernement.

B. UNE RÉFORME DE L'AUDIOVISUEL ABANDONNÉE EN PLEINE OFFENSIVE DES « GAFAN »

1. Un renoncement synonyme d'affaiblissement pour l'audiovisuel public

Le quinquennat qui s'achève aura été marqué par l'annonce de deux projets de rapprochements stratégiques, entre TF1 et M6 d'une part et entre Vivendi et Lagardère d'autre part. Face à l'absence de réforme de fond du secteur de l'audiovisuel et de sa réglementation, les médias privés se sont résolus à engager des rapprochements pour peser davantage sur leur marché, concentrer leurs moyens et réduire leurs coûts. **Confronté aux**

¹ <http://www.senat.fr/rap/l20-557/l20-5576.html#toc133>

mêmes défis, il est paradoxal de constater que le secteur public aura été le seul à faire du sur-place alors même que, depuis 2015, un projet de gouvernance commune et un nouveau modèle économique avaient été proposés par des travaux sénatoriaux communs¹ à la commission de la culture et à la commission des finances. Cela fait six ans que notre commission plaide pour un regroupement des quatre entreprises de l'audiovisuel public (FTV, Radio France, FMM et INA) au sein d'une holding afin, en particulier, de concentrer les moyens sur le numérique.

Il a fallu attendre la nomination de Franck Riester en octobre 2018 pour que ce projet prenne la forme d'un projet de loi² qui a été discuté en première lecture à l'Assemblée nationale avant d'être abandonné en mars 2020 à la faveur de la crise sanitaire. **Rien n'empêchait le Gouvernement de reprendre le cours du débat de ce texte au printemps 2021.** Au lieu de cela, c'est un texte portant essentiellement sur la régulation du secteur de l'audiovisuel qui a été adopté par le Parlement³ et qui ne résout aucune des difficultés existentielles du service public de l'audiovisuel.

Alors que la ministre de la culture a pris ses distances lors de son audition au Sénat avec le projet défendu par son prédécesseur, il n'est pas inutile de rappeler que, lors de leur propre audition, les dirigeants des entreprises de l'audiovisuel public ont tous indiqué au rapporteur **que la création d'une gouvernance commune constituait un objectif indispensable, en dépit des difficultés inhérentes à la mise en œuvre d'un tel projet.**

2. Un rapprochement entre France 3 et France Bleu improvisé, partiel et insuffisant

Le rapprochement entre France 3 et France Bleu commencé en 2019 avec le lancement de six matinales communes à la radio et à la télévision met beaucoup de temps à se concrétiser puisqu'il **faudra attendre 2023 pour que l'ensemble des matinales communes annoncées deviennent effectives.**

Dans son avis sur les crédits de l'audiovisuel public dans le projet de loi de finances pour 2019, Jean-Pierre Leleux⁴ avait regretté les ambiguïtés de nature à contrarier ce projet de coopération. La première tenait au fait que ce rapprochement devait d'abord, dans l'esprit de ses concepteurs, permettre de faire des économies. Or, comme le remarquait notre collègue : *« compte tenu des coûts induits par l'augmentation des programmes locaux et des ajustements techniques, il n'y aura pas d'économies massives même si l'évolution des méthodes de travail peut permettre des gains de productivité importants »*. **La seconde ambiguïté concernait la place accordée au numérique dans le projet.** Dès le début, face aux difficultés identifiées pour créer des matinales communes à la radio et à la télévision **les syndicats avaient indiqué qu'il aurait mieux valu commencer par créer des plateformes numériques communes.** Comme le remarquait déjà en 2018 Jean-Pierre Leleux : *« on ne peut que s'étonner, dans ces conditions, que les deux réseaux France 3 et France Bleu n'aient pas mis en chantier la création de plateformes communes numériques locales bénéficiant d'une marque unique »*.

Il aura donc fallu trois années pour que l'État actionnaire annonce le lancement d'ici la fin du premier trimestre 2022 de cette « offre numérique de proximité partagée » qui proposera des contenus de France 3 et France Bleu sur une plateforme commune. Cette annonce apparaît néanmoins comme limitée dans ses ambitions puisqu'elle exclut tout regroupement des moyens et, notamment, la création d'une rédaction commune. Le recours à un GIE aurait pu préfigurer la création d'une sorte de « filiale commune » dotée de moyens nouveaux avec une ambition éditoriale offensive ; ce cadre ne devrait, en réalité, constituer qu'une coquille vide ayant pour vocation de diffuser les productions des deux entités qui conserveront leur identité. Faute d'avoir fait l'objet de concertations avec les syndicats, l'initiative ministérielle a déjà suscité une large opposition des personnels. La précipitation qui semble entourer cette annonce renforce le sentiment d'une initiative dépourvue de vision stratégique présentée quelques mois avant l'élection présidentielle pour faire oublier l'échec du projet de réforme de l'audiovisuel public abandonné en mars 2020.

¹ <https://www.senat.fr/notice-rapport/2014/r14-709-notice.html>

² https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/15/textes/l15b2488_projet-loi#D_TITRE_III_75

³ <http://www.senat.fr/dossier-legislatif/pjl20-523.html>

⁴ <https://www.senat.fr/rap/a18-151-41/a18-151-412.html>

C. DES MOYENS ET DES MISSIONS TOUJOURS INCERTAINS À L'ISSUE DU QUINQUENNAT

1. Une réforme de la CAP reportée au mieux à 2023

L'échec de la réforme du modèle économique de l'audiovisuel public constitue l'autre face de l'échec de la réforme de la gouvernance. Le projet de réforme de 2015 élaboré par le Sénat prévoyait de moderniser la contribution à l'audiovisuel public (CAP) pour en faire une taxe universelle dont le produit aurait été réparti par la holding afin de garantir l'indépendance. Cette réforme devait s'accompagner d'une suppression progressive de la publicité et d'une augmentation des ressources issues des droits attachés à la production.

Force est de constater que la CAP ne sera pas réformée avant 2023 et peut-être même 2024 si une période de transition devait être nécessaire afin de conduire une véritable réforme. **En outre, les recettes publicitaires constituent toujours la seule marge de manœuvre de France Télévisions et Radio France.** Cette situation crée une grande incertitude et nourrit un certain attentisme du côté des dirigeants de ces entreprises.

ÉVOLUTION DES RECETTES PUBLIQUES TOTALES DE L'AUDIOVISUEL PUBLIC (TTC)

(en millions d'euros)

	2017	2018	2019	2020	Prév. 2021	PLF 2022	Évolution Prév. 2021 - PLF 2022 en valeur absolue
Encaissements nets CAP	3 174,0	3 220,5	3 236,3	3 135,5	3 138,3	3 140,5	+ 2,2
Dégrèvements CAP	592,2	589,4	623,3	653,5	580,7	560,8	- 19,9
Total CAP (TTC)	3 766,2	3 809,1	3 859,6	3 789,0	3 719,0	3 701,3	- 17,7
Part du produit de la TOCE (net)	164,4	85,5	-	-	-	-	-
Totaux	3 930	3 894,6	3 859,6	3 789,0	3 719,0	3 701,3	- 17,7

Source : réponse au questionnaire budgétaire

2. Des offres numériques publiques dispersées et dépourvues de puissance face aux concurrents privés

Les offres numériques de l'audiovisuel public demeurent dispersées, désordonnées et, au final, assez décevantes. Après avoir pris l'initiative de créer Salto, France Télévisions pourrait être amenée à se retirer de cette offre si le rapprochement de TF1 et M6 devait aller à son terme. **France Télévisions n'aurait alors plus de véritable stratégie numérique.**

Quatre ans après l'annonce du rapprochement entre France 3 et France Bleu, la ministre vient seulement d'annoncer lors de son audition au Sénat un projet d'offre commune d'ici mars 2022 mais il semble acquis qu'il s'agira davantage d'un outil de distribution des programmes des deux groupes que d'une nouvelle offre dotée de moyens propres et d'une ligne éditoriale commune.

Concernant l'éducation, France Télévisions et ARTE ont créé deux offres concurrentes. On pourrait aussi évoquer la jeunesse où chaque acteur propose ses programmes de son côté.

Alors que Netflix, Disney, Amazon comptent maintenant des dizaines de millions d'abonnés en France et que deux pôles privés semblent devoir émerger autour de TF1/M6 et Canal +, **l'audiovisuel public ne peut revendiquer que trois avancées à l'issue de ce quinquennat** : la plateforme de podcasts de Radio France, l'offre numérique d'ARTE (qui dépasse en fréquentation celle de France Télévisions) et la plateforme numérique de France Info. **C'est évidemment un bilan très insuffisant pour des entreprises qui bénéficieront en 2022 de plus de 3,7 milliards d'euros de dotations publiques.**

Si les directions des entreprises publiques ont évidemment contribué à cet échec en freinant trop longtemps les coopérations, c'est d'abord à l'État actionnaire qu'incombe la responsabilité de ce fiasco.

2. L'ANALYSE DES CRÉDITS PAR OPÉRATEURS

Si le rapporteur ne manque pas de souligner les interrogations que lui inspirent tant l'absence de réorganisation du secteur de l'audiovisuel public que certains aspects de la stratégie des entreprises qui le composent, il demeure important de rappeler que compte tenu de l'importance des dotations publiques dans leurs budgets, aucune d'entre elles ne se trouve dans une situation financière problématique.

Les audiences se tiennent bien et – à part l'Institut national de l'audiovisuel (INA) dont le modèle économique dépend beaucoup de ses recettes commerciales – on peut considérer que **ces entreprises ont plutôt bien traversé la crise sanitaire**. Un point de vigilance concerne néanmoins la transformation des modes de production, car l'absence de perspectives claires et le défaut d'information tendent à dégrader le climat social.

ÉVOLUTION DES DOTATIONS NETTES DES OPÉRATEURS DE L'AUDIOVISUEL PUBLIC

(en millions d'euros)

	LFI 2018	Exécution 2020	LFI 2021	PLF 2022	Évolution LFI 2021-PLF 2022 en valeur absolue	Évolution LFI 2021-PLF 2022 en %	Effort d'économie depuis 2018
	AE/CP	AE/CP	AE/CP	AE/CP	AE/CP	AE/CP	AE/CP
France Télévisions	2 516,9	2 430,8	2 371,3	2 357,3	- 14	- 0,6%	- 159,6
Arte France	279,5	275,3	273,3	272,9	- 0,4	- 0,14%	- 6,6
Radio France	596,3	587,3	579,3	576,7	- 2,6	- 0,4%	- 19,7
France Médias Monde	257,8	255,2	254,7	254,2	- 0,5	- 0,2%	- 3,6
Institut national de l'audiovisuel	88,6	86,4	87,9	87,9	0	0,0 %	- 0,7
TV5 Monde	77,4	76,2	76,2	76,2	0	0,0 %	- 1,2
Total	3 816,5	3 711,1	3 642,5	3 625,1	- 17,4	- 0,48%	- 191,4

Source : réponse au questionnaire budgétaire

A. FRANCE TÉLÉVISIONS : DES DIFFICULTÉS PERSISTANTES À CONCILIER BAISSÉ DES MOYENS ET RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE

1. Une situation financière maîtrisée malgré la crise sanitaire

France Télévisions a connu en 2021 un rebond de ses recettes de publicité et de parrainage ainsi qu'un soutien de 45 M€ issu du Plan de relance qui ont permis à l'entreprise de se rétablir. Selon la DGMIC, la reprévision 2021 devrait permettre à l'entreprise d'afficher un résultat positif de 16 M€ en nette hausse par rapport aux prévisions.

Après une baisse de la ressource publique de 146 M€ entre 2018 et 2021, l'année 2022 sera marquée par une **nouvelle baisse de 14 M€ des crédits publics**.

2. Une transformation de l'entreprise à confirmer

La baisse de la masse salariale devait constituer un des principaux leviers permettant d'absorber la baisse des crédits publics. Si les effectifs ont effectivement baissé de 14 % depuis 2012, ils connaissent un palier depuis 2020.

Alors que le budget pour 2021 a été construit avec des effectifs stables par rapport à 2020, ces derniers devraient en fait augmenter pour atteindre 9 061 postes, ce qui illustre les difficultés de mise en œuvre de la rupture conventionnelle collective.

Les résultats du plan de départs volontaires sont aujourd'hui décevants du fait tant de la conjoncture économique et sanitaire que de l'insuffisance du ciblage.

3. Des interrogations à lever sur la stratégie de l'entreprise

Faute de pouvoir agir véritablement sur la masse salariale, c'est donc sur le « coût de grille » que porteront les efforts en 2022 avec une baisse des crédits de tous les postes et notamment des moyens dévolus à l'information nationale, aux programmes national et régional en métropole comme en Outre-Mer.

Dans ces conditions, il est à craindre que l'absence de moyens nouveaux pour financer le maintien de France 4 se traduise par la baisse de qualité de cette chaîne dédiée à la jeunesse et à la culture.

Les investissements dans Salto (48 M€ depuis 2020) peuvent de ce fait légitimement interroger alors que l'entreprise ne communique pas sur son nombre d'abonnés et que ce projet apparaît de plus en plus menacé au regard des priorités respectives de ses trois actionnaires.

B. ARTE : DES PROJETS DE DÉVELOPPEMENTS FRAGILISÉS PAR UN DÉFAUT DE SOUTIEN DE LA PARTIE FRANÇAISE

1. Une baisse des moyens publics préjudiciable à la qualité de l'offre culturelle

ARTE France devrait connaître en 2022 une baisse du budget de ses programmes pour absorber la diminution de la dotation publique de 0,4 M€ à laquelle s'ajoutera une augmentation de la contribution d'ARTE France au financement du GEIE, la structure commune située à Strasbourg.

Lors de son audition, le président de l'entreprise, Bruno Patino, a confirmé que cette baisse des moyens aurait nécessairement un impact sur la qualité des programmes à travers l'augmentation des rediffusions et la diminution de la part des inédits.

Le quinquennat qui s'achève aura ainsi été pour ARTE France celui de la baisse des ressources après une hausse continue de 33 % entre 2011 et 2018. Or, contrairement à France Télévisions et Radio France, ARTE France ne dispose pas de marges de manœuvres significatives pour réduire sa masse salariale qui représente moins de 7,7 % du budget de la chaîne (7,4 % en 2020 et 2021). **Faute de levier possible concernant les charges de fonctionnement ce sont donc les programmes qui subissent les conséquences de la baisse de la ressource publique** alors même que la ligne éditoriale comme la programmation de la chaîne franco-allemande font l'objet d'un très large assentiment.

2. Un hiatus croissant dans l'engagement franco-allemand en faveur de la culture européenne

Depuis plusieurs années, le groupe ARTE a multiplié les initiatives à la fois pour étendre sa diffusion à l'Italie, la Pologne, la Grande-Bretagne et l'Espagne et pour mettre en valeur les créations audiovisuelles des pays européens notamment ceux issus du Nord de l'Europe. Ces développements ont occasionné en particulier une hausse des dépenses de traduction qui s'élèvent à 17 M€ pour ARTE France.

La partie allemande accompagne ces développements à la fois dans le temps à travers une programmation pluriannuelle qui porte son effort jusqu'en 2024 et en termes de moyens avec des engagements supérieurs à ceux de la France.

Une asymétrie s'est installée aujourd'hui entre les deux pays qui nuit à l'avenir de la chaîne.

3. Un projet de plateforme numérique européenne en quête de financement

Le projet de plateforme européenne d'ARTE constitue sans doute une des rares initiatives de nature à répondre, au moins partiellement, au défi lancé par les plateformes américaines. Compte tenu de sa maîtrise des technologies, de son large catalogue de droits au niveau européen (4 000 heures de programmes déjà disponibles) et de sa diffusion en six langues, **cette nouvelle plateforme gratuite devrait pouvoir trouver rapidement sa place dans un univers des médias en profonde transformation.**

Le budget de ce projet évalué à 30 M€ demeure modeste au regard des sommes engagées par les grandes plateformes américaines. Pourtant, la direction d'ARTE France espère encore un soutien de sa tutelle qui tarde à débloquer une participation qui permettrait de lancer le projet en démarchant des partenaires.

C. RADIO FRANCE : DES SUCCÈS ET DES INTERROGATIONS

1. Une situation financière stabilisée en 2022

Radio France devrait maintenir en 2022 l'équilibre des comptes retrouvé en 2021 après la dégradation observée en 2020 du fait de la crise sanitaire qui avait sensiblement dégradé les ressources propres (billetterie). Le plan de rupture conventionnelle collective se déroule de manière satisfaisante avec un impact positif sur la masse salariale. Son coût est estimé à 27 M€ et il devrait, grâce à son ciblage, permettre d'engager la réduction de la masse salariale.

La trésorerie de l'entreprise sera positive à la fin 2021. **Radio France réussit donc à absorber la baisse des dotations publiques grâce à son effort de transformation et cela alors même que les ressources publicitaires ont à nouveau été plafonnées à 42 M€** comme le demandait le Sénat lors de l'examen du COM.

Le chantier de la maison de la Radio a pris six mois de retard du fait de la crise sanitaire mais il devrait s'achever fin 2022 pour la partie historique. Le coût du chantier est évalué à 34 M€ en 2022.

2. Des interrogations sur la gestion de la transformation de l'entreprise

L'audition de représentants du personnel a mis en évidence des difficultés dans la formation des managers qui ne seraient pas préparés à accompagner le changement dans l'entreprise. Dans ces conditions la multiplication des projets devient une source d'inquiétude pour de nombreux salariés et des blocages peuvent surgir du fait d'un défaut d'information soulignent en particulier les représentants de l'UNSA.

L'absence de perspectives concernant tant la réforme de la CAP après 2022 que la stratégie de l'entreprise à l'issue du COM 2020-2022 constitue un motif d'inquiétude supplémentaire pour les salariés engagés dans une transformation profonde de l'entreprise. Il appartiendra au prochain gouvernement d'apporter des réponses rapides à ces interrogations.

3. Un débat sur la neutralité du service public en période électorale

Interrogée par le rapporteur sur le manque de neutralité politique de certains journalistes de Radio France, la présidente-directrice générale du groupe public, Sibyle Veil, a évoqué un paysage médiatique de plus en plus fragmenté et concurrentiel et des mises en cause plus nombreuses. Elle a rappelé la mission du service public de proposer une information fiable dans un contexte marqué par les infox. Le rapporteur souligne pour sa part la nécessité de mieux faire respecter le principe d'impartialité du service public au nom, en particulier, du respect des Français dans la diversité de leurs sensibilités politiques.

D. L'INA : UNE TRANSFORMATION DE L'ENTREPRISE ET UNE RELANCE DES COOPÉRATIONS

1. Un retour à l'équilibre à saluer

L'INA a été **l'entreprise de l'audiovisuel public la plus fragilisée par la crise sanitaire.** La baisse des recettes commerciales à hauteur de 5,5 M€ a occasionné un déficit de 4,5 M€ en 2020. L'INA a bénéficié de 2 M€ au titre du Plan de relance et a pu récupérer le produit

d'une ancienne créance de 3 M€ auprès d'ARTE France. L'entreprise a également souscrit un emprunt de 3 M€ pour rétablir sa situation financière.

2. Une transformation de l'entreprise à poursuivre

La maîtrise de la masse salariale avait été rendue très compliquée du fait d'un accord salarial adopté en 2012 qui prévoyait une hausse annuelle générale de 1,1% des salaires. Outre son coût pour l'entreprise, cet accord ne permettait plus de récompenser le mérite individuel des salariés. **La renégociation de l'accord collectif d'entreprise fin 2020 a permis de mieux maîtriser l'évolution des charges.** Par ailleurs, le plan de départs a été mis en œuvre de manière satisfaisante. L'ensemble de ces actions explique le retour à l'équilibre en 2021.

Un second axe de transformation a pris la forme d'une réorganisation de l'entreprise pour tenir compte de l'évolution des missions et de la nécessité de mobiliser davantage de personnels sur la mission de « média patrimonial ».

3. Des coopérations enfin engagées avec les autres acteurs de l'audiovisuel public

La proposition de l'INA de développer la formation initiale et continue au bénéfice des personnels des autres entreprises de l'audiovisuel public avait reçu un accueil mitigé dans le cadre de la préparation des COM puisque l'objectif de mutualisation de la formation n'était plus mentionné qu'au travers de la nécessité de « *mener une réflexion, pilotée par l'INA, sur l'opportunité de créer une entité de formation professionnelle commune de l'audiovisuel public* ». **Le rapporteur avait fait part de son regret que le COM n'ait pas été plus directif sur la mission de l'INA¹.**

Dans ces conditions, il y a tout lieu de se féliciter de l'avancée des discussions entre l'INA, France Télévisions et Radio France afin de rassembler dans une structure commune leurs actifs en matière de formation initiale et continue avec l'objectif de ramener en trois ans les comptes de cette filiale à l'équilibre. **Le rapporteur se réjouit que les différents acteurs aient fait le choix de développer une expertise commune dans ce domaine.**

E. FRANCE MÉDIAS MONDE : UN ÉCART DE MOYENS AVEC SES CONCURRENTS QUI INTERPELLE

1. Une situation financière maîtrisée malgré la baisse des moyens

Le résultat de l'entreprise devrait être positif en 2021 tout comme en 2022. **L'entreprise a donc réussi à absorber la baisse des dotations publiques à hauteur de 3,5 M€ depuis 2018 dont 0,5 M€ au titre de l'année 2022** La situation demeure néanmoins fragile puisqu'une évolution défavorable de la prévision de recettes publicitaires pourrait suffire à contrarier l'équilibre des comptes. Le plan de départs volontaires a pour sa part atteint ses objectifs et devrait permettre de faire baisser la masse salariale de 3 M€.

2. Un risque de déclassement par rapport aux autres audiovisuels extérieurs

La présidente de France Médias Monde rappelle qu'en 2012 Deutsche Welle avait les mêmes moyens que France Médias Monde mais qu'il existe aujourd'hui un écart de 100 M€ dans les moyens des deux entreprises. L'écart est également sensible avec le service international de la BBC qui dispose de près de 385 M€ compte tenu d'un plan de soutien à la transition numérique tandis que les États-Unis mobilisent des moyens sans commune mesure.

Dans ce contexte, l'irruption de nouveaux acteurs chinois, russes et turcs créent un risque de déclassement pour l'audiovisuel extérieur français qui est de plus en plus pris à partie dans les zones de tension.

¹ <http://www.senat.fr/rap/r20-309/r20-3097.html#toc47>

3. Une difficulté à financer de nouveaux projets pourtant indispensables

La contrainte financière que rencontre France Médias Monde pèse sur les projets de développement de l'entreprise qui concernent tant l'obligation de mener à bien la transition numérique que l'impératif de présence dans certaines zones géographiques sensibles.

Les crédits de l'Agence française de développement (AFD) permettent de développer des programmes en langues africaines (13,5 M€ sur 3 ans) sans que la question de la pérennisation de ces initiatives soit complètement résolue. Mais certains projets qui pourraient être utiles, comme la création d'un service numérique en turc, ne peuvent pas être aujourd'hui mis en œuvre malgré leur coût modeste.

F. TV5 MONDE : UN RÉSEAU FRANCOPHONE EN PLEIN DÉVELOPPEMENT

1. Une stabilisation des moyens

Le réseau francophone TV5 Monde se porte plutôt bien selon son directeur général, Yves Bigot, avec des moyens toujours stables. La contribution française devrait se maintenir à 76,2 M€ en 2022. À noter que les autorités françaises ont du retard en 2021 dans le versement de leur quote-part ce qui complique la gestion de l'entreprise.

TV5 Monde peut s'appuyer en particulier sur de nombreux programmes de France Télévisions dont le groupe possède les droits. Le réseau anime huit chaînes différentes autour du monde auxquelles il convient d'ajouter les chaînes jeunesse Tivi 5 Monde en Afrique et bientôt dans le monde arabe.

2. Un nouvel actionnaire bienvenu

Parmi les actionnaires de TV5 Monde, **seul le Canada propose d'augmenter sa participation afin de développer les nouveaux projets**. La France n'accompagne pas ce dynamisme et nourrit au contraire l'incertitude compte tenu des interrogations qui entourent la réforme de la CAP après 2022.

L'arrivée de la Principauté de Monaco parmi les actionnaires devrait être officialisée lors de la conférence ministérielle du 9 décembre prochain. Ce nouvel actionnaire devrait contribuer à hauteur d'un demi-neuvième du budget ce qui représente 4,2 M€ par an. Le directeur général espère que l'arrivée de ce nouvel actionnaire permettra d'apporter un nouveau dynamisme et des perspectives plus optimistes pour les personnels de la chaîne francophone.

3. TV5 Monde + : une plateforme francophone gratuite à populariser

L'offre gratuite numérique TV5 Monde + poursuit son développement grâce à l'implication des Canadiens (14,6 M€ sur 3 ans). Son catalogue de 5 400 heures de programmes comprend des programmes issus de plusieurs nationalités (France, Belgique, Suisse, pays d'Afrique...) et des formats divers (documentaires, films d'animation, séries...).

La nouvelle plateforme constitue un outil remarquable pour faire rayonner la culture francophone dans plus de deux cents pays avec pour enjeu dans les mois à venir de faire croître son audience, en particulier en Afrique où le coût de la consommation des données constitue encore un frein au développement de ce type de programmes. L'objectif pour 2022 est d'augmenter de 15 % le trafic sur la plateforme en développant l'attractivité du catalogue et les dépenses de marketing.

En conclusion, au terme de ce quinquennat, le rapporteur regrette que les avancées promises aient abouti à un surplace, ce qui dans le secteur des médias constitue toujours un recul.

Nos entreprises publiques ont montré qu'elles étaient capables de se réformer, de se transformer et d'innover. Les économies ont été faites mais elles n'ont été que trop partiellement réinvesties dans le développement et l'innovation. Autant dire dans ces conditions que l'audiovisuel public n'a jamais été depuis 2017 une priorité. L'absence de perspectives sur la réforme de la CAP dont le montant est à nouveau gelé en 2022 (article 16 du PLF) ne peut être par ailleurs considérée comme rassurante.

La commission de la culture, de l'éducation et de la communication a émis, lors de sa réunion plénière du 17 novembre 2021, un avis défavorable à l'adoption des crédits du compte de concours financiers « Avances à l'audiovisuel public » du projet de loi de finances pour 2022.



Laurent Lafon
Président
de la commission
Sénateur
du Val-de-Marne
(*Union Centriste*)



**Jean-Raymond
Hugonet**
Rapporteur pour avis
Sénateur
de l'Essonne
(*Les Républicains*)

Commission de la culture, de l'éducation
et de la communication

<http://www.senat.fr/commission/cult/index.html>

Téléphone : 01.42.34.23.23

Consulter le dossier législatif :

[http://www.senat.fr/dossier-legislatif/
pjlf2022_com.html](http://www.senat.fr/dossier-legislatif/pjlf2022_com.html)