



COMMISSION DE LA CULTURE,
DE L'ÉDUCATION ET DE LA COMMUNICATION

COMMENT RÉENCHANTER L'AUDIOVISUEL PUBLIC À L'HEURE DU NUMÉRIQUE ?
COLLOQUE ORGANISÉ LE 12 JUILLET 2018

Rapport n° 733 (2017-2018) de Mme Catherine Morin-Desailly,
fait au nom de la commission de la culture

*Un colloque exceptionnel en présence des dirigeants européens
de l'audiovisuel public*

La commission de la culture, de l'éducation et de la communication a organisé, le 12 juillet 2018, un colloque sur le thème « *Comment réenchanter l'audiovisuel public à l'heure du numérique ?* ».

Plusieurs enseignements peuvent être tirés de cette journée et tout particulièrement de l'étude d'opinion commandée par la commission à l'institut OpinionWay et de la première table ronde organisée sur le thème « *Les missions du service public de l'audiovisuel en Europe à l'heure du*

numérique » à travers les interventions de Peter Boudgoust, président de la Südwestrundfunk (SWR) et de ARTE, Sir David Clementi, président de la BBC, Pascal Crittin, directeur de la radio télévision suisse (RTS), Anne Durupt, directrice générale d'ARTE France, Monica Maggioni, présidente de la RAI et Jean-Paul Philippot, administrateur général de la radio télévision belge francophone (RTBF).

*Des médias publics français qui doivent davantage s'inspirer
des autres médias publics européens ?*

Le colloque du 12 juillet a été l'occasion d'une présentation des résultats d'un sondage exclusif⁽¹⁾ commandé par la commission de la culture, de l'éducation et de la communication à l'institut OpinionWay.

Parmi les enseignements de ce sondage mené dans cinq pays européens, la France se distingue par une **faible identification des spécificités de ses médias publics par rapport aux médias privés**. Si les Français reconnaissent que les programmes publics sont globalement plus « intelligents », ils estiment aussi que **les médias publics manquent de dynamisme**. Les personnes interrogées sont attachées à la gratuité du service public audiovisuel et à son rôle pour défendre les valeurs démocratiques et l'accès à une information fiable.

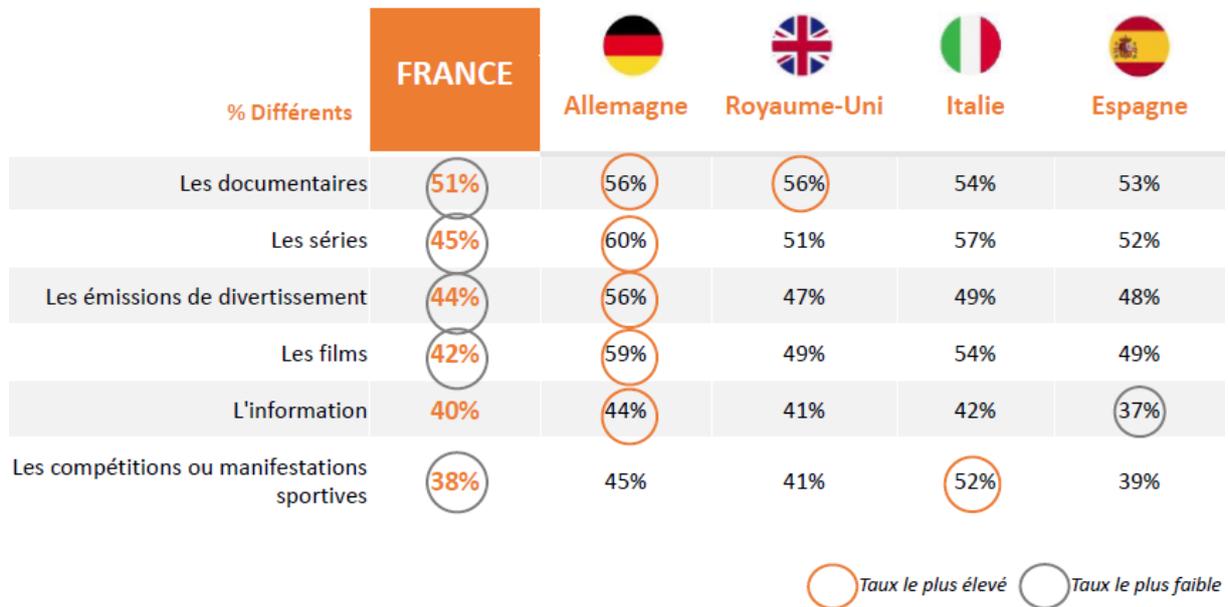
Si 80 % des Britanniques sont satisfaits de la BBC, seuls 56 % des Français le sont de l'audiovisuel public. Cet écart s'explique notamment par le **sentiment de manque d'indépendance des médias publics français, à la fois vis-à-vis des puissances économiques compte tenu de la dépendance à la publicité et vis-à-vis des autorités politiques**.

Parmi les pistes d'évolution, trois-quarts des sondés souhaitent pouvoir accéder aux programmes publics locaux de télévision et de radio sur une même plateforme et 70 % sont opposés à la suppression de la diffusion hertzienne de France 4.

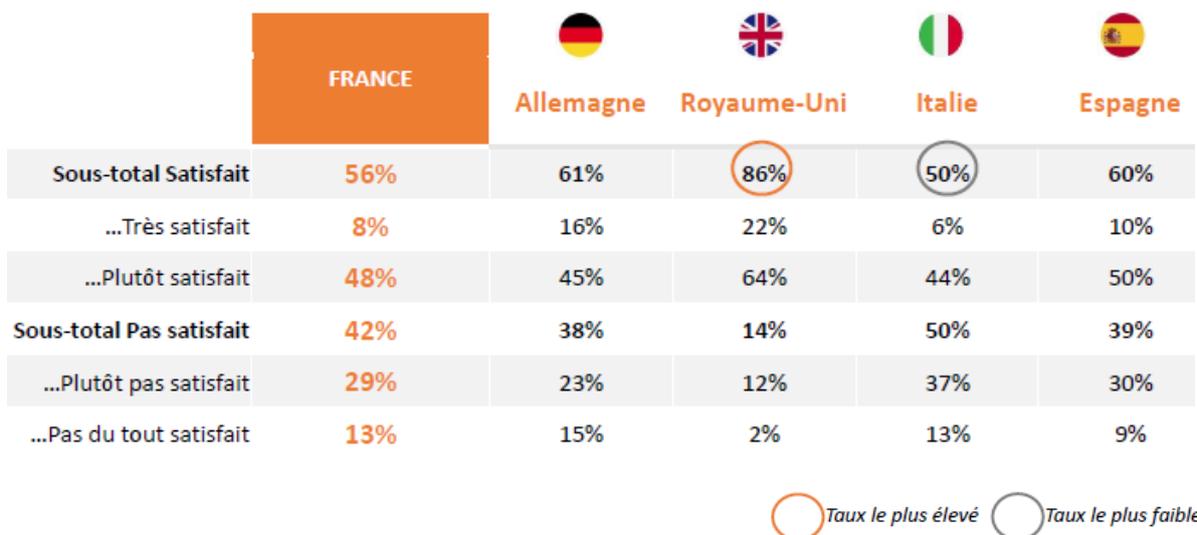
(1) http://www.senat.fr/fileadmin/Fichiers/Images/evenement/colloque/audiovisuel_public/OpinionWay_pour_le_Senat_-_L_avenir_de_l_audiovisuel_public_-_Juin_2018.pdf

La différence entre les programmes proposés par les médias publics et ceux des médias privés - Comparaison européenne

D'après ce que vous vous en savez, les médias du service public proposent-ils des programmes différents ou similaires à ceux des médias privés dans chacun des domaines suivants ?



Vous personnellement, êtes-vous satisfait ou non des programmes proposés par les médias du service public ?



Source : OpinionWay pour le Sénat

Dix enseignements pour inspirer la réforme attendue de l'audiovisuel public français

Enseignement n° 1 : l'universalité demeure l'objectif principal des médias publics européens. Elle implique un **accès gratuit** à l'ensemble des programmes du service public afin de se distinguer des plateformes par abonnement, des chaînes payantes et des chaînes gratuites privées qui font payer l'accès à leurs programmes de manière délinéarisées.

Enseignement n° 2 : l'universalité implique aussi que les médias publics s'adressent à tous les publics sans distinction de territoires, d'opinions, de générations, d'origines... La **dimension territoriale** - ou locale - constitue une dimension fondamentale du service public de l'audiovisuel même si la dimension nationale demeure le cadre de référence des médias publics européens à l'exception d'ARTE qui se revendique comme le seul média européen.

Enseignement n° 3 : l'éducation et la culture constituent le second grand objectif des médias publics européens. Elles incarnent bien la spécificité de ces médias qui ne doivent pas rechercher prioritairement l'audience mais plutôt viser à fortifier le jugement des citoyens.

Enseignement n° 4 : la confiance que les citoyens peuvent avoir dans les médias publics est étroitement liée au sentiment de neutralité et d'impartialité qu'ils peuvent inspirer. Alors que la BBC veille à présenter tous les points de vue sans prendre parti, les Français sont nombreux à considérer que les médias publics français ne sont pas impartiaux, ce qui peut limiter leur légitimité.

Enseignement n° 5 : le numérique accroît considérablement l'offre de programmes et oblige en conséquence les médias publics à se rapprocher de leurs publics. Dans cette perspective, **le maintien d'une offre hertzienne à destination des plus jeunes apparaît essentiel** pour construire une relation de long terme.

Enseignement n° 6 : l'accès gratuit aux programmes des médias publics constitue un principe fondamental pour les médias publics européens. Le respect de ce principe pose néanmoins la **question des moyens financiers** dont disposent ces médias en particulier pour acquérir et conserver les droits des programmes proposés.

Enseignement n° 7 : la stabilité dans le temps des ressources des médias publics est devenue une revendication largement partagée afin en particulier de garantir leur indépendance. Elle implique une modernisation de la ressource afin de la faire évoluer vers un impôt universel ne dépendant pas de la possession d'un téléviseur ainsi que des engagements pluriannuels afin de pouvoir développer des stratégies d'entreprise indépendamment des cycles électoraux. La redevance constitue une garantie fondamentale de l'indépendance de l'audiovisuel public contrairement aux financements au travers de dotations budgétaires.

Enseignement n° 8 : la production de programmes de qualité et d'une information de référence a un coût qui n'est pas compatible avec une baisse continue des moyens. Si des gains de productivité sont possibles et nécessaires, il est essentiel de garder à l'esprit que l'existence même d'un audiovisuel public est inséparable de la mobilisation de moyens suffisants pour lui permettre d'exercer ses missions.

Enseignement n° 9 : la réduction des dépenses de fonctionnement implique un rapprochement des structures pour constituer des groupes publics qui intègrent télévision, radio et numérique. Les mutualisations peuvent être recherchées en regroupant les moyens de production de contenu d'une part et les supports de diffusion d'autre part. L'irréversible transformation numérique doit être considérée comme une opportunité pour accélérer les réorganisations et les

réallocations de moyens vers les investissements technologiques et les programmes.

Enseignement n° 10 : les restructurations rendues nécessaires pour adapter l'audiovisuel public aux nouveaux défis du numérique créent des inquiétudes chez les personnels.

La mise en place de politiques de formation ambitieuses visant à favoriser la mobilité et la polyvalence sont indispensables pour permettre l'adhésion des personnels aux changements nécessaires.



De gauche à droite : Alex Taylor, Jean-Paul Philippot (RTBF), Sir David Clementi (BBC), Peter Boudgoust (SWR), Catherine Morin-Desailly, Pascal Crittin (RTS), André Gattolin, Anne Durupty (ARTE), et Jean-Pierre Leleux.

En conclusion, **l'avenir de l'audiovisuel public tient dans sa capacité à proposer une alternative à la standardisation d'une offre de plus en plus globale et anglo-saxonne, à coopérer avec les autres acteurs européens** pour faire rayonner notre culture et promouvoir la production européenne, à privilégier l'explication et l'approfondissement pour lutter contre les manipulations de l'information tout en respectant une stricte neutralité politique et les différents points de vue.

Pour cela, **les moyens suffisants doivent être garantis dans la durée afin de permettre de créer un consensus social en interne et une alliance avec les producteurs.** Cette exigence renforce

les arguments en faveur d'une réforme de la contribution à l'audiovisuel public.

La transformation numérique doit également avoir pour conséquence une **transformation dans l'organisation afin de mieux intégrer les différents supports de diffusion au sein de groupes unifiés.** La proposition de votre commission de créer une gouvernance commune à l'audiovisuel public a été renforcée par ces échanges.

Enfin, pour conserver une capacité d'action face aux plateformes numériques par abonnement, il est essentiel que les médias public et privé unissent leurs forces avec les producteurs et les distributeurs pour créer de nouvelles offres numériques innovantes.



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

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

Téléphone : 01 42 34 23.23 - secretariat-afcult@senat.fr



Présidente :

Catherine Morin-Desailly
Sénatrice de Seine-Maritime
(Union centriste)



**Rapporteur pour avis
des crédits de l'audiovisuel :**

Jean-Pierre Leleux
Sénateur des Alpes-Maritimes
(Les Républicains)

