

N° 67

SÉNAT

PREMIÈRE SESSION ORDINAIRE DE 1986-1987

Annex au procès-verbal de la séance du 17 novembre 1986

RAPPORT GÉNÉRAL

FAIT

au nom de la commission des finances, du contrôle budgétaire et des comptes économiques de la nation (1) sur le projet de loi de finances pour 1987, ADOPTÉ PAR L'ASSEMBLÉE NATIONALE.

Par M. Maurice BLIN,

Senateur,

Rapporteur général

TOME III

LES MOYENS DES SERVICES ET LES DISPOSITIONS SPÉCIALES

(Deuxième partie de la loi de finances.)

ANNEXE N° 8

CULTURE ET COMMUNICATION

Communication.

Rapporteur spécial : M. Jean CLUZEL

(1) Cette commission est composée de : MM. Christian Poncelet, *président*, Geoffroy de Montalembert, *vice-président d'honneur*, Michel D'Ortoux, Jean Cluzel, Jacques Descours Desacres, Tori Lurie, *vice-présidents*, Emmanuel Hamel, Modeste Legoux, Louis Perrein, Robert Vizet, *secrétaires*, Maurice Blin, *rapporteur général*, MM. René Ballayer, Stéphane Bonduel, Raymond Bourgué, Roger Chmud, Maurice Couve de Murville, Pierre Croze, Gérard Deltau, Jacques Delong, Marcel Fortier, André Fosset, Mme Paulette Fost, MM. Jean Francou, Henri Goetschy, Georges Lombard, Roland du Luart, Michel Manet, Jean-Pierre Masseret, Josy Moynet, Jacques Mossion, Lucien Neuwirth, Jacques Oudin, Bernard Pellarin, Jean-François Pintat, Mlle Irma Rapuzzi, MM. Joseph Raybaud, René Regnault, Robert Schwint, Henri Torre, André-Georges Voinin.

Voir les numéros :

Assemblée nationale (Séances) : **363** et annexes, **395** (annexe n° 10), **396** (tome VI), **397** (tome VII) et I.A. **43**.

Senat : **66** (1986-1987).

Lois de finances. — *Communication* : Presse - Radiodiffusion - Télévision.

SOMMAIRE

	Page
INTRODUCTION	3
PRINCIPALES OBSERVATIONS DE LA COMMISSION	5
EXAMEN EN COMMISSION	6
PREMIÈRE PARTIE : PRÉSENTATION DES CRÉDITS	7
I. - Présentation générale	7
II. - Les crédits affectés au service de l'information	9
III. - Les crédits destinés à la presse	17
DEUXIÈME PARTIE : OBSERVATIONS DE LA COMMISSION	33
CHAPITRE PREMIER. - Un équilibre financier difficile à réaliser	33
I. - Le marché publicitaire	33
II. - Les financements publics	52
III. - L'accroissement du coût des programmes	68
CHAPITRE II. - Un secteur fragile : la presse écrite	75
I. - Les difficultés économiques et financières de la presse	76
II. - La modernisation et la diversification des entreprises	96
CHAPITRE III. - La relance attendue de la création audiovisuelle	110
I. - L'effritement de la production française	110
II. - Les politiques de relance	117
CHAPITRE IV. - Les moyens financiers du service public en 1987	129
Sous-chapitre I. - La redevance	129
Sous-chapitre II. - La publicité	137
CHAPITRE V. - Les budgets et les comptes des organismes du secteur public	155
Sous-chapitre I. - TF 1	155
Sous-chapitre II. - Antenne 2	176
Sous-chapitre III. - FR 3	196
Sous-chapitre IV. - Radio France	228

	Pages
Sous-chapitre V. -- R.F.O.	247
Sous-chapitre VI. -- R.F.I.	263
Sous-chapitre VII. -- T.D.F.	278
Sous-chapitre VIII. -- S.F.P.	310
Sous-chapitre IX. -- I.N.A.	342
Sous chapitre X. -- S.E.P.T.	360
Sous-chapitre XI. -- Satellimages-TV 5	369
Sous-chapitre XII. -- F.M.I.	377
Sous-chapitre XIII. -- Sofirad	389
Sous-chapitre XIV. -- Havas	420
CONCLUSION	437



INTRODUCTION

1986 a été marquée par deux importantes réformes qui vont profondément modifier les règles du jeu dans le secteur de la communication : la loi du 30 septembre 1986 sur la liberté de communication et la loi du 1^{er} août 1986 portant régime juridique de la presse.

L'une et l'autre ont pour ambition de permettre aux entreprises françaises du secteur de la communication de développer leurs activités, de renforcer leurs synergies et de se hisser à la hauteur de leurs homologues européennes.

C'est, en effet, en fonction d'une époque de libération totale des images et des sons, toute proche de nous grâce aux satellites et d'ouverture très large des marchés, qu'il faut d'ores et déjà placer la France.

L'enjeu ne se situe plus dans l'affrontement stérile si cher aux passions françaises entre le « public » et le « privé », mais bien dans la place qui sera réservée à l'industrie et à la culture française dans un univers médiatique placé sous le signe de la compétition internationale.

Ces deux lois ne constituent pas, loin s'en faut, les seules armes que notre pays doit jeter dans une bataille essentielle dont dépend son indépendance culturelle.

Il doit, certes, autoriser le développement des initiatives selon la procédure la plus neutre et la plus transparente possible, ce que la Commission nationale de la communication et des libertés a pour vocation de faire. Il doit aussi susciter, favoriser et accompagner la démarche des entreprises et les aider à acquérir la capacité d'affronter la concurrence internationale.

La mission de l'Etat ne s'arrête pas là. Il doit être le garant de la promotion de la langue et de la culture françaises et — pour cela — établir des règles du jeu claires, simples et durables qui permettront la croissance de nos industries de programme. Il doit être le catalyseur des grands projets industriels dont la réussite conditionne l'avenir des entreprises de l'électronique pour de très nombreuses années.

Enfin, l'Etat conserve la responsabilité d'un secteur public important dont il convient de faire un secteur de référence et un exemple de dynamisme culturel.

La nouvelle donne dans le secteur de la communication suppose de nombreux ajustements et de nombreuses mesures d'application dont la mise en œuvre va s'échelonner tout au long de l'année 1987, et peut-être au-delà. Ces dispositions tout autant que les textes législatifs adoptés en 1986 conditionnent le succès de cette nouvelle politique dans le secteur de la communication.

C'est pourquoi ce rapport a pour objet d'examiner aussi lucidement que possible l'évolution des financements du secteur de la communication, de présenter les atouts et les faiblesses de nos industries et, s'attachant plus particulièrement au secteur public, d'en examiner la capacité de remplir ces nouvelles missions.

1986 aura été l'année de la rupture

1987 doit être celle des paris gagnés.

PRINCIPALES OBSERVATIONS DE LA COMMISSION

1. La commission nationale de la communication et des libertés est dotée d'un budget important qui devrait lui permettre de remplir ses missions, lesquelles dépassent largement la régulation du secteur audiovisuel, mais ont vocation à s'étendre à l'ensemble des télécommunications.

2. Les crédits d'aides directes à la presse connaissent une stagnation pour la seconde année consécutive et devront faire l'objet d'ajustements en loi de finances rectificative.

L'article 39 *bis* (provisions pour investissement) sera applicable pour une durée de cinq ans et son champ d'application étendu aux investissements de la presse dans le secteur de la télématique.

La modernisation des aides à la presse souhaitée par le Sénat n'a pas été entreprise.

3. La taxe sur les magnétoscopes est supprimée et la redevance sur les récepteurs réduite de 6,5 %. Le service public de l'audiovisuel devra réaliser des économies importantes (suppression de trois cent cinquante emplois), mais le produit de celles-ci risque d'être moins important que celui escompté par des prévisions optimistes. Les sociétés du service public connaîtront un exercice 1987 très tendu, ce qui risque de peser sur leur budget consacré à la production, malgré les mesures nouvelles inscrites dans le projet de loi de finances (affectation de 300 millions de francs à la S.E.P.T., de 16,5 millions de francs à Antenne 2 et de 36,5 millions de francs à FR 3) ou annoncé par le ministre (affectation de 10 % du produit de la vente de TF 1).

4. Une grande incertitude plane sur l'avenir de la S.F.P. et sur la réalisation des projets technologiques lourds comme les satellites T.D.F. 1 et T.D.F. 2 et les recherches en matière de télévision haute définition.

5. L'équilibre du système de la communication issu de la loi du 30 septembre 1985 dépendra essentiellement de l'évolution du marché publicitaire. Une inquiétude subsiste quant aux transferts qui seront effectués sur ce marché entre les différents supports, notamment au détriment de la radio, de l'affichage et, le cas échéant, de la presse écrite. C'est pourquoi la commission des finances souhaite être associée aux travaux de l'observatoire du marché publicitaire qui va être créé prochainement.

EXAMEN EN COMMISSION

Au cours d'une première séance, tenue le 5 novembre 1986 sous la présidence de M. Christian Poncelet, président, puis de M. Jacques Descours Desacres, vice-président, la commission a examiné les crédits de la communication et les crédits des services généraux du Premier ministre consacrés aux services de l'information pour 1987 sur le rapport de M. Jean Cluzel.

Le rapporteur spécial a présenté un certain nombre d'observations et a fait état des difficultés rencontrées pour obtenir des réponses aux questionnaires budgétaires, indiquant qu'il ne disposait d'aucune information sur les crédits de la Commission nationale de la communication et des libertés, ni sur l'avenir de la S.F.P.

En conséquence, la commission a décidé à l'unanimité de surseoir à statuer sur les crédits de la communication et les articles rattachés jusqu'au jeudi 13 novembre, le rapporteur spécial étant chargé d'obtenir du ministre de la culture et de la communication les informations nécessaires pour permettre à la commission de se prononcer sur les crédits.

Réunie le jeudi 13 novembre 1985, sous la présidence de M. Christian Poncelet, président, la commission a entendu les observations complémentaires de M. Jean Cluzel.

Sur les conclusions de son rapporteur spécial, elle a adopté les crédits pour 1987 des services généraux du Premier ministre relatif à l'information, sous réserve que les amendements annoncés sur les crédits de la C.N.C.L. soient adoptés par l'Assemblée nationale. Elle a décidé de s'en remettre à la sagesse du Sénat pour l'adoption des crédits du ministère de la culture et de la communication concernant les aides à la presse. Elle a ensuite adopté sans changement la ligne 54 de l'état E et l'article 56 du projet de loi de finances, et décidé de s'en remettre à la sagesse du Sénat, sous réserve d'obtenir des précisions sur les modalités de répartition de l'aide à l'expression radiophonique locale et le tarif de la taxe parafiscale affectée, pour l'adoption de la ligne 55 de l'état E.

PREMIÈRE PARTIE

PRÉSENTATION DES CRÉDITS

I. - PRÉSENTATION GÉNÉRALE

La présentation des crédits de la communication audiovisuelle et de l'information a été modifiée en raison du rattachement des aides à la presse au budget du ministère de la culture et de la communication et des modifications introduites par la loi du 30 septembre 1986 sur la liberté de communication.

En outre, votre commission des finances, a décidé, le 15 octobre 1986, de regrouper les rapports « Services généraux du Premier ministre. - Information » et « Communication audiovisuelle ».

La présente partie traite en conséquence :

1. des crédits des services de la communication (Commission nationale de la communication et des libertés, service juridique et technique de l'information).

2. des crédits destinés à l'Agence France-Presse.

3. des crédits d'aides à la presse.

Le montant total des crédits prévu pour 1987 s'élève à 759,86 millions de francs, soit une progression de 22,05 % en francs courants par rapport à 1986.

La structure et l'évolution des dépenses est donnée dans le tableau ci-après :

STRUCTURE ET ÉVOLUTION DES CRÉDITS

Projet de loi de finances adopté par l'Assemblée nationale.

(En pourcentage.)

	Part dans le total des crédits en pourcentage	Montant des crédits en millions de francs	Variation par rapport à 1986 en pourcentage
<i>Services généraux du Premier ministre</i>	77,41	588,18	+ 30,9
dont :			
Fonctionnement des services	20,90	158,8	+ 384,7
Abonnement des administrations à l'A.F.P. ..	56,51	429,38	+ 3,1
Autres	"	"	- 100
<i>Culture et communication</i>	22,59	171,68	"
Total	100	759,86	+ 22,05

La forte progression du montant global des crédits recouvre des évolutions contrastées :

1. la décision d'affecter (1) 123,5 millions de francs supplémentaires pour le fonctionnement de la C.N.C.L. qui, en outre, bénéficiera d'un redéploiement des crédits consacrés jusqu'à présent à d'autres ser. ces ou autorités indépendantes ;

2. la simple actualisation du montant des abonnements des administrations à l'Agence France-Presse ;

3. la reconduction, en francs courants, pour la seconde année consécutive, des aides publiques budgétaires aux entreprises de presse.

(1) Décision adoptée en seconde délibération par l'Assemblée nationale le 15 novembre 1986.

II. - CRÉDITS AFFECTÉS AU SERVICE DE L'INFORMATION

(Budget des Services généraux du Premier ministre.)

A. - FONCTIONNEMENT DES SERVICES

Projet de loi de finances initial.

(En millions de francs.)

	Dépenses de personnel (rémunérations + charges sociales)		Matériel et fonctionnement (4° + 7° parties)		Total		
	1986	1987	1986	1987	1986	1987	Pourcentage
Service juridique et technique de l'information	10,40	10,42	2,41	3,70	12,81	14,12	+ 10,2
Haute Autorité de la commu- nication audiovisuelle ...	9,01	8,83	5,69	5,78	14,71	14,61	- 0,6
Commission consultative pour les radios privées locales	0,84	0,75	0,39	0,37	1,23	1,12	- 8,7
Conseil national de la com- munication audiovisuelle (C.N.C.A.)	1,10	1,11	1,03	0,98	2,13	2,08	+ 2,5
Commission pour la transpa- rence et le pluralisme de la presse	1,99	2	1,49	1,36	3,48	3,36	- 3,4
Commission nationale de la communication et des liber- tés (C.N.C.L. - nouveau)	"	"	"	"	"	"	"
Total	23,34	23,11	11,01	12,19	34,36	35,29	+ 2,7

1. Service juridique et technique de l'information.

Les crédits du S.J.T.I. progressent de 9,3 % par rapport au budget 1986.

Le service doit en effet procéder, en 1987, au renouvellement de son équipement informatique.

Cette mesure nouvelle aura pour conséquence l'augmentation de 1.324.800 francs de la dotation destinée aux dépenses informatiques du

S.J.T.I. et la suppression d'un emploi d'agent technique de bureau au titre de la productivité indirecte liée à l'installation de nouveaux équipements informatiques.

Les crédits d'études préalables à la réforme du régime des aides à la presse inscrits en seconde délibération à l'Assemblée nationale en novembre 1985 (0,5 million de francs) qui n'ont pas été consommés sont maintenus.

2. Haute Autorité de la communication audiovisuelle.

Créée par la loi du 29 juillet 1982, la Haute Autorité disparaît en application de la loi du 30 septembre 1986. Elle est remplacée par une Commission nationale de la communication et des libertés aux compétences plus larges.

Les crédits de la Haute Autorité sont cependant reconduits pour 1987. Ils permettront notamment la prise en charge de l'indemnité mensuelle égale au traitement qui leur était alloué que recevront, pendant une durée de six mois, les membres de la Haute Autorité, à moins qu'ils n'aient repris auparavant une activité rémunérée (article 98 de la loi du 30 septembre 1986).

Les conditions de reclassement de trente-neuf agents employés par la Haute Autorité sont actuellement à l'étude. Elles seront arrêtées en fonction des moyens en personnel autorisés pour le fonctionnement de la C.N.C.L.

3. Commission consultative des radios privées locales et Conseil national de la communication audiovisuelle (C.N.C.A.).

Ces deux organismes sont supprimés par la loi du 30 septembre 1986. Leurs crédits ne sont maintenus que pour ordre.

Les conditions de reclassement de seize agents de la Commission consultative et de dix-huit agents du C.N.C.A. sont à l'étude et seront arrêtées en fonction des moyens en personnel autorisés pour le fonctionnement de la C.N.C.L.

4. Commission pour la transparence et le pluralisme de la presse.

La décision du Conseil constitutionnel du 29 juillet 1986, aux termes de laquelle les articles 11, 12-5 et 21 de la loi portant réforme du régime juridique de la presse ont été jugés non conformes à la Constitution, a eu pour conséquence de laisser en vigueur les dispositions de la loi du 23 octobre 1984 tendant à limiter la concentration et à assurer la transparence financière et le pluralisme des entreprises de presse, et ce jusqu'à ce qu'une nouvelle loi soit votée.

Dans ces conditions, la commission pour la transparence et le pluralisme de la presse relevant de cette loi poursuit sa mission.

Toutefois, celle-ci devra s'achever lors de la promulgation du projet de loi complétant la loi n° 86-897 du 1^{er} août 1986 portant réforme du régime juridique de la presse.

A ce jour, compte tenu de la situation particulière dans laquelle se trouve la commission, deux collaborateurs ont regagné leur administration d'origine. Les autres personnels (dix agents) continuent à assurer le fonctionnement de la commission.

Leur reclassement éventuel ne devrait, en principe, pas poser de problème. Les personnels issus des services généraux du Premier ministre devraient retrouver une affectation. Les personnels sous contrat devraient pouvoir être reclassés, compte tenu de leur qualification.

5. Commission nationale de la communication et des libertés.

Dans l'attente de l'adoption définitive de la loi votée par le Parlement sur la liberté de communication, le Gouvernement n'a pas inséré de dispositions concernant la C.N.C.L. au projet de loi de finances pour 1987.

Néanmoins, dans la mesure où cette institution administrative indépendante doit bientôt commencer ses travaux, il est prévu de prendre les mesures nécessaires permettant à la C.N.C.L. d'exercer, dès l'automne 1986, les missions qui lui sont confiées par la loi.

A ce titre, la C.N.C.L. pourrait disposer de crédits permettant la rémunération d'environ soixante emplois correspondant aux treize membres de la commission et à un premier noyau de collaborateurs dirigés par un directeur général. Elle disposerait également de crédits de fonctionnement à hauteur d'environ 10 millions de francs.

Pour 1987, outre les 8,2 millions de francs qui lui seront attribués par les sociétés nationales de programme au titre de l'observation des programmes, la nouvelle commission devrait se voir attribuer une dotation de fonctionnement d'un montant total de 142,2 millions de francs. Cette dotation résulte d'une mesure nouvelle de 123,5 millions de francs, adoptée par l'Assemblée nationale en seconde délibération, et du redéploiement des crédits annulés correspondant aux organes supprimés par les lois du 1^{er} août et du 30 septembre 1986.

Afin d'équilibrer cette dépense supplémentaire, il a été décidé par amendement introduit à l'Assemblée nationale, après l'article 24 du projet de loi de finances pour 1987, de transformer un certain nombre de rémunérations pour services rendus, jusqu'alors perçues par le budget annexe des P.T.T. en taxes et redevances fiscales, et d'en transférer le produit au budget général.

Le tableau ci-dessous donne l'évolution des recettes générées par les réseaux privés.

(En millions de francs.)

Recettes	1983	1984	1985	1986
Réseaux terrestres privés	138,1	154,7	183,6	»
Licences amateurs, télécommandes	5,5	10,6	3,2	»
Examens (amateurs)	0,2	0,1	0,2	»
Total	143,8	165,4	187	200

Votre rapporteur s'étonne toutefois que sur un montant prévisionnel de 200 millions de francs transféré du budget annexe des P.T.T. au budget général, 123,5 millions de francs seulement soient affectés au financement de la C.N.C.L., d'autant que cette commission ne financera pas l'intégralité de ses charges en 1987.

En outre, cet aménagement a fixé les plafonds de la cotisation forfaitaire annuelle destinée à couvrir les frais de contrôle du respect des obligations générales et des obligations dont est assortie la décision d'autorisation, à laquelle sont assujettis les services de communication audiovisuelle soumis à autorisation, comme suit :

- services de communication audiovisuelle par voie terrestre ou par satellite : 10 millions de francs ;
- services de communication audiovisuelle par réseau câblé : 1 million de francs.

Les crédits de la C.N.C.L. lui permettront de financer la rémunération de deux cent vingt-trois personnes, quatre-vingt-dix-huit d'entre elles étant détachées auprès d'elle par la Direction générale des télécommunications. La C.N.C.L. devrait en outre bénéficier de la mise à la disposition par Télédiffusion de France d'un effectif de vingt-sept personnes qui, pour 1987, continueront de relever du budget de T.D.F.

La C.N.C.L. devra aussi rembourser aux P. et T. la rémunération des services rendus en matière de gestion et de contrôle des réseaux privés, dont la compétence lui incombe désormais. Or ces dépenses ont, semble-t-il, été sous-évaluées lors de l'élaboration du budget de la C.N.C.L. Une récente étude du ministère des P. et T. relève que :

- pour le calcul de la dotation de la C.N.C.L., on a pris en compte le transfert de trente et un emplois de la D.G.T. alors que vingt-cinq emplois seulement sont transférés et qu'en conséquence la C.N.C.L. devra créer six emplois (coût supplémentaire : 1,2 million de francs) ;

- que les autres charges (rémunération du personnel exclue) du centre de direction du Noiseau ont été insuffisamment évaluées (coût supplémentaire : 3 millions de francs) ;

- enfin que la C.N.C.L. devra disposer d'un service de contrôle territorial opérationnel et non partiel des réseaux privés lui permettant de savoir à tout moment si ses décisions sont respectées, de prévenir les brouillages éventuels et de repérer les utilisateurs pirates. Naturellement, la D.G.T. ne peut proposer qu'un service de cette nature, dont le coût s'élèverait à 80,5 millions de francs au lieu de 63 millions de francs prévu, ces deux évaluations ne prenant en considération les investissements nécessaires à l'amélioration et au renouvellement des installations que par le biais des amortissements.

Au total, il manquerait 21,7 millions de francs. Or il importe que la C.N.C.L. puisse effectivement assurer le respect de ces décisions et empêcher qu'un désordre comparable à celui qui existe sur la bande F.M. ne s'installe sur des réseaux de communication utilisés en grande partie par des professionnels, et ne vienne porter atteinte à la crédibilité de la C.N.C.L. au moment où elle devra amorcer la déréglementation du secteur.

Par contre, T.D.F. fournira l'an prochain, à titre gratuit, les prestations nécessaires au contrôle et à la planification des fréquences désormais placées sous la responsabilité de la commission. A partir de 1988, la C.N.C.L. sera tenue de rémunérer ses prestations, ce qui devrait représenter pour elle un coût de l'ordre de 100 millions de francs.

Ainsi donc, « en régime de croisière », la commission devrait disposer d'un budget de l'ordre de 250 millions de francs.

Votre rapporteur a noté avec intérêt l'importance du budget qui est affecté à la C.N.C.L. pour lui permettre de remplir ses missions. Il s'interroge cependant sur la « charge induite » imposée ainsi à T.D.F. Il eût été plus judicieux d'inscrire d'emblée les crédits permettant à la C.N.C.L. de rémunérer les prestations nécessaires au contrôle et à la planification des fréquences.

Enfin, il suggère qu'une étude soit réalisée en 1987 pour préparer la transformation des crédits de la C.N.C.L. en budget annexe, qui pourrait ainsi recevoir directement les taxes et redevances transférées cette année du budget annexe des P.T.T. au budget général et assurer une réelle autonomie financière de la commission, dans l'esprit des travaux de la commission spéciale du Sénat sur le projet de loi relatif à la liberté de communication.

B. - CRÉDITS A L'AGENCE FRANCE-PRESSE

Héritière de l'agence Havas créée en 1835, l'Agence France-Presse est un établissement dont le statut particulier (loi du 10 janvier 1957) assure l'indépendance rédactionnelle, l'implantation dans le monde et l'autonomie financière.

Son indépendance à l'égard du Gouvernement est garantie par un conseil supérieur (formé de personnalités extérieures au pouvoir en place), une structure et des règles de fonctionnement proches de celles d'une coopérative fonctionnant pour l'ensemble de la presse française.

L'autonomie financière dépend, quant à elle, de la souscription d'abonnements par l'Etat, sur la base des crédits du chapitre 34-95 du budget des services généraux du Premier ministre.

Ces crédits s'élèvent à 429,38 millions de francs, soit une progression modérée (+ 3,1 %) par rapport à 1986.

Les abonnements de l'Etat représentent bon an mal an 56 % des recettes de l'établissement. C'est dire que le maintien d'un tel service est très dépendant de l'engagement de l'Etat et que sa privatisation serait du domaine de l'utopie. L'existence d'une agence de presse de stature internationale relève d'ailleurs des missions de l'Etat, de sa politique culturelle comme de sa politique étrangère.

1. La situation de l'Agence France-Presse.

a) *Les difficultés financières de l'Agence.*

L'A.F.P. connaît depuis plusieurs années des difficultés financières. Après un résultat net déficitaire de 14,1 millions de francs en 1984, elle a connu un déficit de 63,7 millions de francs en 1985 et devrait connaître un nouveau déficit du même ordre de grandeur en 1986 (sur un chiffre d'affaires de 700 millions de francs).

Cette situation résulte d'un accroissement rapide de certaines charges :

— malgré la suppression de 32 emplois en 1984, les dépenses de personnel ont progressé de 13,4 % en 1984. La suppression de 61 emplois supplémentaires en 1986 ne permettra qu'une diminution de 1,2 % du montant de ces charges ;

— les pertes de change furent importantes en raison de la baisse du dollar ;

— les achats de services ont crû fortement avec le développement de nouveaux services comme le service photo internationale, dont les perspectives de développement demeurent cependant encourageantes.

Parallèlement, les produits ne connaissent qu'un lent accroissement. En 1985, les ventes du service général à l'étranger ont connu une progression décevante et l'Agence se heurte à une concurrence plus vive des agences étrangères. Il faut toutefois noter une progression significative des services audiovisuels ($\times 2$) et de la photo (+ 60 %).

Les tarifs n'ont progressé que faiblement (+ 4,9 %) tandis que les charges augmentaient de 16,2 %.

b) *Le plan de développement 1984-1988.*

Pour faire face à la concurrence internationale et développer de nouveaux produits, l'A.F.P. a poursuivi le développement de nouveaux services :

- photo internationale :

- A.F.P.-Audio, qui grâce au développement des radios locales, a connu une forte croissance. En deux ans, le service s'est acquis la clientèle de 98 radios locales françaises. Il a livré depuis sa création, 7.000 flashes de reportages, et une vingtaine de grands médias audiovisuels francophones font régulièrement appel à lui. En 1985, l'A.F.P. a amélioré ce service en acheminant les informations par le satellite « Télécom 1 A » ;

- commercialisation de bases de données. L'A.F.P. a lancé de nouveaux produits et notamment, en 1986, le service A.F.P.-Finances, accessible sur minitel. Le développement des services économiques de l'agence constitue un axe de sa croissance et de sa diversification vers de nouveaux clients. Avec la création du service par télécopieur A.F.P.-Finances de la base économique A.E.C.O., du Set à la carte, et du service A.F.P.-Finances vidéotex, le chiffre d'affaires des applications économiques a progressé en moyenne de 25 % par an ces dernières années avoisinant 20 millions de francs en 1986. Pour la première fois, la part des recettes provenant des entreprises et du secteur financier dépassera celle des médias.

c) *Le plan de restructuration.*

Le succès du plan de diversification et de modernisation de l'Agence est très vite apparu conditionné par la mise en œuvre d'un plan de restructuration permettant d'alléger les charges, d'accroître la productivité et de résorber le déficit.

Un plan a été présenté au conseil d'administration par le président-directeur général, qui prévoit la suppression de 300 emplois d'ici la fin de 1988 (sur un effectif supérieur à 2.000) dont 200 dans les douze mois à venir. Mais ce plan vise d'autres objectifs qui devraient permettre à l'Agence de demeurer compétitive face aux agences internationales, notamment anglo-saxonnes.

1° *Renforcer les positions internationales de l'A.F.P. en accélérant la décentralisation des structures régionales.* C'est ainsi que les desks anglais, latino-américain, allemand et du Moyen-Orient seront décentralisés.

Cette démarche entraînera le rapprochement des « desks » — pour le moment à Paris — de leurs marchés locaux : service de langue anglaise éclaté à Paris, Hong Kong, Washington et Nicosie, service latino-américain transféré à Washington (1) création d'un centre régional pour le Proche-Orient à Nicosie, service en langue allemande transféré à Bonn.

2° *« Développer les services spécialisés : son, télématique, sports, techniques, avec un accent particulier sur les produits économiques en France et à l'étranger. »*

3° *« Conforter le réseau de couverture français et étranger en préservant les capacités de productions journalistiques et en poursuivant le développement international de la photo. »*

4° *« Accélérer les modernisations techniques et administratives. »*

L'objectif en la matière est de préparer la troisième génération de l'informatique pour 1988-1989.

5° *« Lever les freins et blocages internes en matières de conditions de travail, en appliquant strictement les conventions et accords existants. »*

6° *« Régler l'équilibre financier pour la fin du plan (1989). Les actions prévues devraient entraîner, en trois ans, une économie de coûts de fonctionnement atteignant 50 millions de francs par an. »*

Votre rapporteur se félicite de l'effort courageux de rigueur entrepris par les dirigeants de l'Agence et regrette que les « corporatismes » perturbent une nouvelle fois sa mise en œuvre, au moment où la concurrence internationale est vive et où les agences françaises connaissent des difficultés (cas de l'Agence centrale de presse).

(1) Ce choix, sujet de critique d'opportunité, répond en fait à la proximité géographique des sources d'information, à la facilité des liaisons Etats-Unis - Amérique latine et à l'importance de la clientèle nord-américaine pour des informations en provenance d'Amérique latine.

III. - CRÉDITS DESTINÉS A LA PRESSE

Il convient de distinguer les aides directes qui figurent désormais dans les crédits de la culture et de la communication (chap. 41-81, 41-82, et 43-80) (1) des aides indirectes que traduisent la moins-value des recettes pour d'autres budgets de l'Etat ou pour les collectivités locales.

A. - AIDES DIRECTES

a) Présentation.

Après une baisse globale de 2,9 % en 1985, le montant des aides directes à la presse connaît, comme en 1986, une nouvelle stagnation (173,35 millions de francs) en francs courants, soit une baisse prévisible en francs constants de 2 % environ (après une baisse de 2,3 % en 1986).

Tous les crédits inscrits dans la loi de finances pour 1986 sont reconduits dans leurs montants.

L'ensemble est résumé dans le tableau ci-dessous.

Nature des aides culture et communication	Montant des crédits en 1986 (millions de francs)	Montant des crédits en 1987 (millions de francs)	Pourcentage du total	Evolution en pourcentage
Couverture des pertes et recettes de la S.N.C.F. résultant de la réduction de tarif pour le transport de presse (chapitre 41-81)	110,24	110,24	64,2	•
Remboursement des communications téléphoniques des correspondants de presse (chapitre 41-82)	19,02	19,02	11,1	•
Aide à l'expansion de la presse française à l'étranger (chapitre 43 30, article 10)	27,66	27,66	16,1	•
Aide aux quotidiens nationaux d'information générale et politique à faible capacité publicitaire (chapitre 43-80, article 20)	14,76	14,76	8,6	•
Total	171,68	171,68	100,0	•

(1) Jusqu'en 1986, ces crédits figuraient au budget des services généraux du Premier ministre (chap. 41-03, 41-04 et 43-01).

b) Subvention à la Société nationale des chemins de fer français.

Depuis 1948, la presse bénéficie, pour l'acheminement des publications et le retour des invendus, d'une réduction de 50 % sur le tarif de la S.N.C.F. L'aide au transport S.N.C.F. est accordée à toutes les publications de presse sans distinction, qu'elles soient ou non inscrites à la commission paritaire des publications et agences de presse (C.P.P.A.P.), à la seule exception des revues pornographiques.

En application du nouveau statut de la S.N.C.F. devenue au 1^{er} janvier 1983 un établissement public à caractère industriel et commercial, et de son nouveau cahier des charges approuvé par le décret n° 83-817 du 13 septembre 1983, la contribution versée par l'Etat pour les transports de presse doit désormais faire l'objet d'une convention, conformément à l'article 41 de ce cahier des charges.

Or cette convention, en négociation depuis 1983, n'a toujours pas été signée.

Le taux de réduction tarifaire est cependant reconduit d'année en année, à 50 % du tarif S.N.C.F. applicable.

Dans son précédent rapport (1), voire rapporteur s'étonnait de la reconduction dans le projet de loi de finances pour 1986 des crédits budgétaires prévus en 1985. L'évaluation lui paraissait à l'époque artificielle dans la mesure où les crédits inscrits au chapitre 41-03 du budget des services du Premier ministre pour l'année 1984 s'étaient révélés insuffisants.

Dans un rapport commandé par la commission des finances de l'Assemblée nationale (2), la Cour des comptes présentait des observations analogues. « *Les crédits inscrits par la loi de finances au chapitre 41-03 sont depuis plusieurs années nettement sous-évalués et des crédits de plus en plus élevés doivent être ajoutés par le collectif de l'année suivante (25,6 millions de francs en 1983 et 38,9 millions de francs en 1984). La S.N.C.F. doit assurer le financement intercalaire sans que l'Etat lui verse des intérêts de retard.* »

Aussi votre rapporteur se doit-il de déplorer une nouvelle fois que ces observations n'aient pas été prises en compte pour l'élaboration de la loi de finances, alors même qu'une loi de finances rectificative pour 1986 devra inscrire 44 millions de francs à ce chapitre pour solder les sommes dues à la S.N.C.F. pour 1985. Le renouvellement de cette pratique, outre la charge qu'elle fait peser sur la S.N.C.F., est contraire aux objectifs de vérité budgétaire auxquels votre commission des finances est particulièrement attachée.

(1) Sénat 1985-1986, n° 96, tome III, annexe n° 29, page 14.

(2) Assemblée nationale 7^e législature, n° 3029.

Le tableau suivant retrace l'évolution de ces crédits :

(En millions de francs.)

Année	Loi de finances chapitre 41-03 (Premier ministre)	Montant de la réduction S.N.C.F. de 50 %	Loi de finances rectificative	Taux de sous-évaluation en pourcentage
1983	102,816	128,491	25,775 votés en 1984	25,06
1984	114,796 dont 114,695 disponibles	146,345	31,654 votés en 1985	27,59
1985	110,246	154,282	(1)	39,94
1986	110,246	(2) 170	"	54,20
1987	(3) 110,246	177	"	60,55

(1) La loi de finances rectificative pour 1986 devra prévoir un crédit de 44,036 millions de francs.

(2) Estimation S.N.C.F.

(3) Conformement aux arbitrages budgétaires.

● Dans le rapport précité, la Cour des comptes a émis un certain nombre de critiques à l'égard du système de réduction sur les tarifs ferroviaires. Son champ d'application est le plus large de toutes les aides : il s'étend pratiquement à toutes les publications.

« Bien que le montant de cette aide ait fortement augmenté pour le budget de l'Etat au cours des dernières années, il subsiste un déficit non négligeable qui demeure à la charge de la S.N.C.F. Celle-ci est maintenue artificiellement dans une situation où, malgré l'aide, il lui est difficile de concurrencer la route pour les transports de presse ; en effet, elle consent à sa clientèle de presse des ristournes dont le niveau augmente et qui aggravent son déficit. De plus, à la différence des réductions sur les tarifs postaux, l'indemnité compensatrice n'avantage pas directement les publications qui utilisent le transport ferroviaire, c'est-à-dire principalement les périodiques, mais l'ensemble de la presse par une minoration des charges globales des Nouvelles Messageries de la Presse Parisienne. Encore cet avantage global est-il faible par rapport aux économies qu'entraînerait le transfert du trafic ferroviaire de presse vers la route. Ce sont là les raisons qui ont conduit la Cour des comptes par référé en 1980 à proposer la suppression de cette indemnité compensatrice ; ces raisons demeurent toujours valables. »

Ces critiques méritent cependant d'être nuancées. La S.N.C.F. paraît attachée à conserver ce trafic, même dans les conditions déficitaires de son exploitation actuelle ; elle consent en effet des ristournes supplémentaires (15,5 % aux N.M.P.P. en 1983). En outre, le rail constitue pour la presse, et notamment la presse quotidienne nationale qui n'utilise pas la transmission par télécopie, un moyen de transport plus sûr que la route (notamment en hiver). C'est donc une rationali-

sation de cette aide plus que sa suppression qu'il conviendrait d'envisager. Elle pourrait notamment être réservée aux seules publications ayant reçu un agrément de la commission paritaire, ce qui n'est pas le cas actuellement, et bénéficier plus directement aux publications qui utilisent ce moyen de transport.

c) Allègement des charges supportées par les journaux en raison des communications téléphoniques des correspondants de presse et remboursement des transmissions par télécopie.

Ces crédits permettent de rembourser au budget annexe des P.T.T. les réductions de tarifs qu'il consent pour les correspondances de presse (1) et aux transmissions par télécopie (2).

Les crédits inscrits dans le projet de loi de finances s'élèvent à 19 millions de francs. Cette dotation est reconduite au même niveau depuis 1985.

Votre rapporteur déplore la sous-évaluation systématique de cette dotation qui rend nécessaires des ajustements en cours d'année par une loi de finances rectificative. En 1985, le crédit initial a dû être augmenté de 8,998 millions de francs. En 1986, le crédit initial est entièrement consommé au 15 septembre, ce qui nécessitera l'inscription de crédits supplémentaires dans le prochain collectif (environ 9 millions de francs). Il s'étonne donc que la dotation soit maintenue depuis deux ans au même montant, d'autant que le développement des communications téléphoniques et de la transmission par télécopie est constant.

Il attire en outre l'attention du Gouvernement sur les effets qu'entraîne l'application de la T.V.A. aux communications téléphoniques à compter de novembre 1987.

Il souhaiterait, en outre, que les quotidiens ne paraissent que cinq jours par semaine puissent bénéficier de cette réduction de tarif.

(1) Dans le cas de correspondances téléphoniques, les journaux règlent effectivement leurs charges et reçoivent ensuite une subvention de 50 % des P.T.T. en provenance du budget général.

Le taux de réduction de tarif est de 50 % sur les dépenses téléphoniques et sur les liaisons spécialisées. En ce qui concerne ces dernières, la réduction est appliquée sur la totalité du montant de tarif de location. En ce qui concerne les dépenses téléphoniques, la réduction est appliquée sur la totalité du montant des communications des correspondants individuels. Elle s'applique sur 60 % des communications des bureaux régionaux, soit un abattement de 30 % pour exclure les communications locales et un abattement de 10 % pour exclure les communications non rédactionnelles.

La réduction est de 25 % seulement pour les communications émanant de bureaux disposant par ailleurs de liaisons téléphoniques spécialisées.

(2) Dans le cas de la location de lignes téléphoniques spécialisées, la tarification est faite avec une réduction directe de 40 %, les P.T.T. obtiennent ultérieurement un remboursement du budget général.

d) Le Fonds d'aide à l'expansion de la presse française à l'étranger.

Les crédits destinés au Fonds d'aide à l'expansion de la presse française à l'étranger s'élèvent, dans le projet de loi de finances pour 1987, à 27.660.043 francs. Il s'agit d'une reconduction de la somme allouée à ce fonds en 1986, qui se trouve donc maintenue en francs courants pour la seconde année consécutive.

Dans son rapport pour avis au nom de la commission des affaires culturelles, notre collègue Michel Durafour avait jugé en 1986 la stagnation des crédits « *particulièrement préoccupante compte tenu de la hausse des prix du papier et des salaires* ». Il estimait cette situation d'autant plus néfaste que « *la recherche, l'exploitation des marchés et, si possible, leur développement, nécessitent une politique commerciale de plus en plus coûteuse pour la profession, qui exporte le plus souvent à perte et ne soutient parfois, dans les pays éloignés notamment, que des opérations commerciales de prestige* ».

Votre rapporteur s'inquiétait, quant à lui, des nouveaux retards dans l'ajustement des crédits, phénomène qui avait conduit à une réduction de plus de moitié (en francs constants) de l'aide à la diffusion internationale de 1957 à 1983 et nécessité une remise à niveau importante (+ 56 %) en 1984.

Dans son rapport sur les aides à la presse, déjà cité, la Cour des comptes critique la lourdeur de la procédure permettant aux éditeurs de bénéficier de l'aide. Elle regrette que la quasi-totalité des crédits serve à l'atténuation des coûts de transport, principalement pour les ventes au numéro (75 % des crédits sont destinés à alléger les frais de transports internationaux des N.M.P.P.) et qu'une très faible part soit consacrée aux dépenses de prospection et de promotion de la presse française à l'étranger. Elle note en outre que les publications de la presse scientifique et technique, qui peuvent contribuer à promouvoir la technologie française, bénéficient très peu des interventions du Fonds.

L'aide à la diffusion de la presse à l'étranger ne se limite pas au fonds d'aide, les tarifs préférentiels accordés pour les transports internationaux par voie postale constituent aussi un élément important.

A cet égard, votre rapporteur note qu'à partir de 1984 l'augmentation des tarifs du régime international a été limitée à la seule évolution de l'indice des prix des services (sans rattrapage au titre des accords Laurent). En 1986, l'augmentation a été de 5,3 % contre 17,4 % pour le régime intérieur.

Cette limitation n'empêche d'ailleurs pas des taux de couverture prévisionnels pour les recettes élevées, ainsi que le note la Cour des comptes dans le rapport précité.

« Si l'on considère que la diffusion de la presse française à l'étranger constitue un objectif politique d'aide à la presse, il est paradoxal de constater que l'on exige des entreprises de presse une contribution relativement beaucoup plus forte pour la diffusion par abonnement en dehors de nos frontières qu'à l'étranger. »

Cette situation doit être d'autant plus soulignée que, par le Fonds d'aide à l'expansion de la presse française à l'étranger, la puissance publique effectue un effort en faveur de la vente au numéro et que :

— la vente au numéro est coûteuse (en particulier en raison de l'importance de la proportion des invendus et du surcoût aérien systématique) par rapport à la diffusion par abonnement, qui est une vente ferme ;

— la vente au numéro correspond plus que la vente par abonnement à la satisfaction des besoins des Français de passage à l'étranger, et non à la diffusion réelle de la presse en milieu étranger.

Votre rapporteur souhaite donc un réexamen sérieux des modalités d'aide à la diffusion de la presse française à l'étranger qui devra s'accompagner d'une augmentation significative de crédits qui lui sont consacrés.

e) Le fonds d'aide aux journaux à faible capacité publicitaire.

La pérennisation de cette aide a été confirmée par le décret n° 86-616 du 12 mars 1986 instituant une aide aux quotidiens nationaux d'information politique et générale à faibles ressources publicitaires.

La subvention d'exploitation est réservée aux quotidiens de langue française d'information politique et générale à diffusion nationale, paraissant cinq jours au moins par semaine et imprimés sur papier journal, dont le tirage et la diffusion payante sont respectivement inférieurs, en moyenne, à 250.000 et 150.000 exemplaires, dont le prix de vente est compris dans une fourchette de + 30 % et - 10 % du prix de vente moyen pondéré des quotidiens nationaux d'information politique et générale, et dont les recettes publicitaires n'excèdent pas 25 % de leurs recettes totales. Ces conditions sont vérifiées à partir des statistiques de l'année précédant celle de l'attribution de l'aide.

La répartition du montant global de l'aide est définie selon les principes suivants :

- proportionnellement au nombre d'exemplaire vendus ;
- dans la limite d'un plafond de subvention par exemplaire vendu égal à 6 % du prix moyen pondéré des quotidiens nationaux d'information générale et politique ;

● en affectant le montant unitaire de l'aide d'une dégressivité en fonction de l'importance des recettes publicitaires du quotidien bénéficiaire, si elles représentent plus de 15 % des recettes totales du journal.

Les crédits du fonds en 1987 sont maintenus à leur niveau de 1986 (14.765.289 Francs), ce qui constitue une stagnation pour la seconde année consécutive. Votre rapporteur déplore cette stagnation qui réduit l'efficacité de l'aide. Toutefois cette stagnation ne devrait pas avoir de conséquences importantes en 1987, en raison de la sortie probable du mécanisme du quotidien « *Libération* », dont la diffusion moyenne et le montant des ressources publicitaires ont beaucoup augmenté.

Si cela était, la répartition du fonds s'effectuerait comme suit entre les bénéficiaires :

	1984 (en francs)	1985		1986	
		Nombre d'exemplaires	Subvention (en francs)	Nombre d'exemplaires	Subvention (en francs)
La Croix	4.113.997	31.442.477	3.930.310	•	3.987.135
L'Humanité	4.625.685	35.191.266	4.398.909	•	4.344.220
Libération	2.519.211	35.334.229	3.144.747	•	3.402.689
Présent	277.313	2.199.514	274.940	•	287.069
Le Matin de Paris	3.152.037	38.889.658	3.013.949	•	2.742.738

B. - AIDES INDIRECTES

a) Présentation.

Il s'agit des moins-values de recettes constatées en raison d'une part de réductions tarifaires, d'autre part du régime fiscal particulier de la presse.

Ces aides indirectes représentent 5 milliards de francs en 1986, soit une progression de 1,76 % par rapport à 1985 (4,9 milliards de francs) répartis comme suit :

(En millions de francs.)

	Montant 1985	Montant 1986	Pourcentage dans le total	Variation par rapport à 1985 (pourcentage)
Tarifs postaux préférentiels	3.215	3.183	62	- 1
Allègement de T.V.A.	1.009	1.084	21,4	+ 7,4
Régime fiscal de provision	250	250	4,9	.
Exonération de la taxe professionnelle	513	558	11	+ 8,7
Total	4.987	5.075	100	+ 1,76

Malgré les progrès réalisés par l'administration des Postes pour évaluer le montant des moins-values de recettes résultant des réductions de tarif consenties à la presse, leur évaluation est contestée par les organisations professionnelles de la presse, en raison de l'absence de véritable comptabilité analytique. Les différences entre les prévisions, les évaluations prévisionnelles et les résultats constatés d'une année sur l'autre sont par trop excessives.

Il en va de même des évaluations des moins-values de recettes fiscales (T.V.A., 39 bis et taxe professionnelle). En effet, les évaluations résultent - ainsi que la Cour des comptes le fait remarquer dans le rapport précité - « d'une enquête sur la situation fiscale de la presse qui a été effectuée en 1980 par les services des impôts et dont les éléments sont depuis lors actualisés chaque année.

« Cette enquête, qui avait été adressée par le Gouvernement pour répondre à une demande du Parlement, avait porté sur un échantillon de 650 entreprises, dont 400 importantes. Bien que cette investigation ait été

conduite de façon approfondie, ses résultats sont trop anciens pour être extrapolés sans risque d'erreur, compte tenu des changements intervenus au cours des cinq dernières années dans les structures de la presse ».

Le service juridique et technique de l'information a reçu en 1986 un crédit supplémentaire de 500.000 F afin de mener des études sur le régime des aides à la presse. Ces études n'étant pas actuellement disponibles, votre rapporteur n'a pu obtenir de précision sur l'utilisation de ce crédit. Votre rapporteur ne peut donc que s'étonner du retard accumulé en ce domaine.

b) Le régime postal de la presse.

Comme le précise l'Association de liaison et d'études postales (A.L.E.P.), qui regroupe sous la présidence de notre collègue Raymond Bourguine, président-directeur général de Valmonde et Cie, douze groupes de presse représentant quatre-vingts titres, *« l'aide postale est une aide au lecteur et elle est indissociable de la liberté d'accès à la presse ».*

La direction générale des postes évalue à 3,8 milliards de francs en 1986 le montant du déficit causé par sa contribution à l'aide de la presse, soit une augmentation de 64,7 % depuis 1985.

Sur le rapport du doyen Vedel, le Conseil économique et social avait constaté en 1979 que *« les tarifs préférentiels d'affranchissement postal constituaient la partie la plus substantielle des aides publiques à la presse ».* Il avait souligné *« qu'il appartenait à l'État de ne pas se retrancher derrière le budget annexe des P. et T. pour échapper à ses propres responsabilités ».*

L'évolution des sept dernières années a été dans le sens inverse des recommandations du Conseil économique et social.

1. Le plan de rattrapage tarifaire : les accords Laurent.

Le tarif préférentiel des envois de presse bénéficie depuis quarante ans à 14.000 publications dont les expéditions (2 milliards d'envois en 1985) constituent 13,6 % du poids transporté. Le niveau peu élevé des taxes conduit à une recette jugée particulièrement faible et à un déficit important à la charge de la poste dont on admet qu'il représente 80 % de l'aide publique accordée à la presse.

Les accords Laurent ont permis l'élaboration d'un plan de rattrapage tarifaire destiné à réduire, sur quatre à huit années, la charge de l'aide pesant sur la poste.

Le plan Laurent distinguait la « presse éditeurs » (et « associative ») qui devait obtenir l'aide maximum (33 % minimum de charge à terme) de la « presse administrative » (celle des administrations et établissements publics) qui devait en 1986 assurer la couverture quasi complète

des charges réelles (1). En fait l'objectif était d'obtenir en 1988 une répartition « équitable » des charges de presse « éditeurs » entre l'Etat (37 %), la poste (30 %), la presse (33 %).

Les augmentations imposées à la presse « éditeurs » par l'application des accords Laurent ont été de 25 % en 1980, 27 % en 1981 et en 1982 ; 22,8 % en 1983 ; 21,3 % en 1984 et 18,6 % en 1985. L'augmentation a été plus limitée pour le régime international. Pour 1986, l'augmentation tarifaire a été de 17,4 % (5,3 % pour le régime international). De 1970 à 1986, les tarifs postaux de la presse ont été multipliés par trente-cinq (cinquante pour les objets les plus lourds) alors que le coût de la vie a été pendant la même période multiplié par quatre. En 1987, l'augmentation tarifaire devrait être voisine de 13,7 %.

2. *L'application des accords Laurent.*

Celle-ci a donné lieu à une concertation permanente entre les organisations professionnelles de la presse et la poste. Trois types de questions se posent en effet dans leurs relations :

- La qualité du service : le rapport de la commission de contrôle du Sénat sur la gestion de la poste a démontré que la presse ne souffrait pas le moindre retard d'acheminement. Dans ce rapport, M. Pierre Vallon estimait nécessaire de mesurer journalièrement les délais de distribution en utilisant des tests et instruments de mesure très fiables. La presse ne peut supporter en effet le moindre retard et la grève postale constitue pour elle un péril. C'est ainsi que les conflits de 1983 ont causé un préjudice évalué à 9,23 millions de francs pour la presse parisienne, soit six titres (journaux perdus et non-renouvellement d'abonnement) (2).

Une commission qualité de service suit depuis 1980 les résultats des tests portant sur la mesure des délais de distribution menés en collaboration avec les représentants de la profession.

Ces tests ont été complétés par la mise en place d'un instrument commun de mesure de la qualité de service constatée par les abonnés.

Généralisée dès le 1^{er} octobre 1986, cette nouvelle méthode permettra mensuellement de disposer d'éléments sur la qualité de service assurée par la poste à la presse dans une zone géographique déterminée.

(1) Pour ces envois a été préconisé un plan d'augmentation tarifaire étalé sur quatre années (1981-1984) tel que le coût de traitement soit couvert par les recettes. Ce plan a été appliqué en 1981 et 1982 (+ 128 %). En 1982, la hausse qui aurait dû être de 100 % a été limitée à 62 %. En 1984, deux ajustements sont intervenus, 39 % en février et 8,7 % en avril. Depuis 1985, l'augmentation est limitée à celle des coûts postaux. C'est ainsi que ces tarifs ont été réajustés de 4,9 % en février 1986.

(2) Pour 159.706 journées perdues. En 1984, il y eut 278.234 journées perdues.

● Des études sont en cours de réalisation afin d'aboutir à une modulation des tarifs, afin de favoriser la diffusion des quotidiens nationaux à faible ressource en fonction :

- du poids des journaux et revues ;
- du type et de la valeur de la publicité incorporée dans le poids des publications ;
- des lieux de dépôt ;
- du service rendu exactement par chaque partenaire (préparation du tri et de l'acheminement, notamment). Il importe de souligner l'importance du travail d'acheminement effectué par la presse qui, sur les indications de la poste, conditionne ses envois, les trie et les remet « quasi prêts à distribuer » par ville et même par rue.

Une commission du tarif a élaboré des dispositions spécifiques en faveur des quotidiens nationaux à faibles ressources publicitaires. De plus, elle mène des études sur la modulation des tarifs en fonction du poids, des lieux de dépôt, du service rendu.

3. *L'évaluation des charges dues à la tarification « presse ».*

Dans son rapport au nom de la commission de contrôle du Sénat sur la gestion de la poste, notre collègue Pierre Vallon s'étonnait que la poste ne connaisse que très imprécisément le coût réel de l'acheminement et de la distribution des journaux et périodiques. La Cour des comptes, dans le rapport demandé par la commission des finances de l'Assemblée nationale en 1985, relayait cette critique.

La direction financière des postes, en collaboration avec la C.E.G.O.S., a mis au point en 1985 un modèle de présentation des prix de revient de la presse assez précis pour être opposable à la profession et aux tutelles et pour servir de base aux négociations tarifaires.

Le tableau ci-dessous présente l'évolution des charges, des recettes et de l'écart pour l'ensemble du trafic de presse :

Année	Charges toutes catégories de presse (1)	Recettes	Contribution du budget général	Contribution de la poste (déficit résiduel)
1981 (3)	3.458	456	-	3.002
1982 (3)	3.583	643	1.136	1.804
1983 (3)	4.306	754	1.236	2.321
1984 (3)	4.078	911	1.433	1.734
1985 (4)	4.302	1.087	1.500	1.715
1986 (5)	4.445	1.262	(2)	3.183
1987 (5)	4.572	1.477	(2)	3.095

(1) Coût complet.

(2) Aucune contribution du budget général n'est prévue pour 1986.

(3) Résultats.

(4) Résultats prévisionnels.

(5) Prévisions.

Ces estimations mériteraient à tout le moins d'être vérifiées par une autorité indépendante (1).

L'importance de ces chiffres, et le fait que le ministère des finances et du budget a refusé en 1985 d'apporter en 1986 sa contribution à l'application des accords Laurent, plongent les responsables de la poste dans un abîme de perplexité. Le Parlement avait vivement contesté ce « hold up » sur les P. et T., (2). Curieusement, le Gouvernement n'a pas souhaité revenir sur cette rupture des accords Laurent. Comme le Conseil économique et social, votre rapporteur estime que ce n'est ni la vocation de la poste ni sa responsabilité *stricto sensu* de se substituer à l'Etat pour assurer la charge fiscale de l'aide à la presse ou au lecteur. Il n'est pas acceptable que, par suite de la défection de l'Etat, l'aide à la presse soit en définitive payée par les usagers de la poste (3). Votre rapporteur estime nécessaire de redéfinir ces accords assortis d'un engagement précis du Gouvernement quant à la prise en charge du « déficit presse » de la poste (actuellement, la presse couvre 28 % du coût du service). En outre, il estime, que la poste doit assurer à la presse un service de haute qualité et une priorité absolue, assortie le cas échéant d'indemnités en cas de rupture de la continuité de service.

(1) Elles sont en effet régulièrement contestées par les organisations professionnelles de la presse, qui précisent que la presse ne s'étant pas dotée d'un système de comptabilité analytique, elle se trouve dans l'incapacité de connaître de façon rigoureuse le trafic global de la presse et par feuille de publication, ainsi que les charges et les recettes en résultant.

(2) Selon une expression de M. Michel Noir, alors député, citée par le rapport du Conseil économique et social.

(3) Cet aspect a été abordé lors de l'audition des responsables de la Cour des comptes par la commission des finances le 4 juin 1986, à la demande de M. Maurice Blin, rapporteur général du budget.

Votre rapporteur se réjouit de la relance des discussions entre la poste et les organisations professionnelles de la presse, notamment de la création d'une instance spécifique chargée d'étudier tous les aspects tarifaires applicables à la presse. Ce groupe de travail devrait remettre ses conclusions à la fin du premier trimestre 1987.

c) Moins-values pour le budget de l'Etat en raison de l'allègement de la T.V.A.

Après avoir été exonérée de T.V.A. jusqu'au 1^{er} janvier 1977, la quasi-totalité de la presse (à l'exception des publications qui ne disposent pas d'un numéro de la commission paritaire) bénéficient de taux réduits : la presse quotidienne, la presse hebdomadaire régionale d'information politique et générale, les hebdomadaires politiques nationaux sont assujettis à la T.V.A. au taux de 2,1 %.

Les autres publications sont soumises au taux réduit de 4 %.

L'article 12 de la loi de finances pour 1986 a rendu définitif le taux provisoire de 4 % applicable aux ventes de publications non quotidiennes depuis le 1^{er} janvier 1982.

Ce régime apporte une aide appréciable aux entreprises de presse, notamment pour le financement de leurs investissements.

Les recettes provenant de l'insertion de publicités ou d'annonces sont cependant soumises aux taux de 18,6 %, tandis que les prestations des agences de presse agréées et les travaux d'impression se rapportant à des publications périodiques sont taxés à 7 %.

En outre, depuis l'instruction de la direction générale des impôts du 5 juillet 1985, les services télématiques et de vidéocommunication sont assujettis au taux de 18,6 %. Pour les services d'information télématiques des éditeurs de presse, pour lesquels ceux-ci appliquaient le taux auquel étaient soumises leurs publications, cette mesure apparaît comme un lourd handicap au moment où les entreprises développent leurs investissements dans ce domaine. Dans le cas de la fonction « kiosque » (à la disposition des usagers du Minitel), le montant net des recettes revenant à l'éditeur sur la base des reversements effectués par la direction générale des télécommunications se trouve amputé de 14 à 16 %. Cette instruction mériterait d'être modifiée si l'on souhaite, comme M. François Léotard, ministre de la culture et de la communication, l'affirmait récemment (1) que « soit favorisée l'éclosion » des journaux télématiques, lesquels « attestent de la satisfaction d'un nouveau besoin du public, et s'affirment comme une voie actuelle de diversification pour les entreprises éditrices, de quotidiens en particulier ».

(1) Correspondance de la presse, 11 juin 1986.

**TABLEAU DES ALLÈGEMENTS DES TAUX DE T.V.A. (2,1 % ET 4 %)
POUR LA PRESSE EN 1984 ET 1985**

(En millions de francs.)

Années	Taux de T.V.A.	2,1 %			4 %	Total
		Quotidiens et hebdomadaires régionaux d'information politique et générale	Hebdomadaires politiques nationaux	Total		
1984		440	35	475	450	925
1985		490	39	"	"	1.009
1986		550	44	594	490	1.084

Cet allègement de taux représente une moins-value de 1084 milliard de francs.

Votre rapporteur souhaiterait que l'on parvienne, au terme d'un plan de cinq années, à un alignement sur le régime déjà en vigueur dans plusieurs pays de la Communauté européenne (Royaume-Uni, Danemark et Belgique), c'est-à-dire à l'assujettissement à un taux zéro.

La première étape devrait consister en l'application du taux de 2,1 % à toutes les formes de publications, afin de mettre un terme à la discrimination choquante qui existe actuellement. Cet alignement du taux de T.V.A. de la presse périodique sur celui de la presse quotidienne est demandé par l'ensemble des organisations professionnelles de la presse. Aussi votre rapporteur ne peut-il qu'exprimer sa déception de n'avoir pas vu figurer cette disposition dans la première partie de la loi de finances.

d) Moins-value pour l'Etat résultant du régime spécial des provisions pour investissement prévu par l'article 39 bis du code général des impôts).

Aux termes de l'article 39 bis du code général des impôts, certaines entreprises de presse sont autorisées à déduire de leurs bénéfices en franchise d'impôt, directement ou sous forme de provisions, les sommes destinées à l'acquisition de certains éléments d'actif strictement nécessaires à l'exploitation du journal.

Ce dispositif est reconduit en 1987, pour une durée de cinq ans, ce dont votre rapporteur ne peut que se réjouir.

Le système de provisions en franchise d'impôt a permis aux publications quotidiennes de rénover leurs moyens de fabrication et de

financer l'informatisation progressive de leurs services. La mutation technologique de la presse nécessite en effet des moyens considérables.

C'est pourquoi il se félicite que M. le ministre d'Etat, ministre de l'économie, des finances et de la privatisation, ait donné des instructions pour qu'une circulaire étende les dispositions de l'article 39 bis aux investissements dans les journaux télématiques, comme le suggérait la Cour des comptes dans le rapport précité.

La moins-value subie par le Trésor résultant des sommes déduites (sous forme de provisions) par les entreprises de presse l'année précédente, conformément aux dispositions de l'article 39 bis, s'élevait à 250 millions de francs en 1986.

L'évolution est donnée dans le tableau ci-dessous.

(En millions de francs)

	1982	1983	1984	1985	1986
Montant	340	350	370	250	250

Votre rapporteur estime cependant qu'il importerait de mettre un terme aux discriminations existant entre les différentes catégories de publications au regard de l'article 39 bis.

Les publications non quotidiennes ne peuvent en effet mettre en franchise, impôt que 30 % du bénéfice de l'exercice considéré pour constituer une provision afin de réaliser des investissements alors que ce pourcentage est de 60 % pour les « quotidiens ». De plus, ces sommes prélevées sur les bénéfices ne peuvent concourir qu'au financement de 40 % de l'investissement réalisé dans le cas des « hebdomadaires » alors qu'une nouvelle fois ce pourcentage est double et s'élève à 80 % pour les « quotidiens ».

S'agissant d'aide à l'investissement, relevant donc par essence de la politique industrielle, cette distinction selon la périodicité n'est plus justifiable aujourd'hui.

En outre, l'article 39 bis ne bénéficie qu'aux entreprises ou aux journaux qui dégagent un bénéfice. Il s'ensuit que les journaux qui équilibrent leur exploitation ou qui sont déficitaires ne sont pas aidés dans leur modernisation alors que celle-ci peut s'avérer un moyen de recouvrer une stabilité financière.

Ce constat primordial implique donc que l'article 39 bis du code général des impôts soit complété par un système de prêts à intérêts bonifiés, de durée moyenne et à premières annuités différées pour que la grande majorité des publications puissent réellement réaliser d'indispensables investissements et consolider de la sorte le pluralisme de la presse écrite, ou remplacer par un système d'abri fiscal inspiré de celui des S.O.F.I.C.A.

e) Moins-values de recettes pour les collectivités locales résultant de l'exonération de la taxe professionnelle (art. 1458-1° du code général des impôts).

Instaurée par la loi de 1844 qui exemptait de la patente les éditeurs de feuilles périodiques, cette exonération a été maintenue depuis lors ; elle a été étendue aux agences de presse agréées et, sous certaines conditions, aux activités d'impression et de diffusion. Les publications bénéficiaires sont celles qui ont obtenu un certificat d'inscription auprès de la commission paritaire.

Le tableau suivant retrace les moins-values de recettes pour les collectivités locales résultant de l'exonération de la taxe professionnelle sur les entreprises de presse.

(En millions de francs.)

	1982	1983	1983/1982 (en %)	1984	1984/1983 (en %)	1985	1985/1984 (en %)	1986	1986/1985 (en %)
Exonération de la taxe professionnelle (article 1458-1° du code général des impôts)	382	437	+ 14,5	508	+ 16,03	513	+ 1	552	+ 8,7

Source : direction générale des impôts

Ces évaluations récentes résultent d'une enquête sur la situation fiscale de la presse qui a été effectuée en 1980 par les services des impôts et dont les éléments sont depuis lors actualisés chaque année.

Bien que l'enquête ait été conduite de façon approfondie, ses résultats sont trop anciens pour être extrapolés sans risque d'erreur, compte tenu notamment des changements intervenus au cours des cinq dernières années dans les structures de presse.

Les évaluations ainsi données correspondent aux pertes de recettes que l'exemption fait subir aux collectivités locales. Elles dépassent nettement le gain que les entreprises de presse retirent de l'exonération de taxe professionnelle. En effet la taxe professionnelle figure parmi les charges déductibles, pour le calcul du bénéfice fiscal. Lorsque l'entreprise de presse est bénéficiaire, l'exemption de la taxe accroît d'autant son bénéfice imposable et l'avantage finalement obtenu par cette entreprise se trouve réduit de moitié, car elle est amenée à payer au titre de l'impôt sur les sociétés (taux de 50 %) une somme plus élevée que si elle était assujettie à la taxe.

DEUXIÈME PARTIE

OBSERVATIONS DE LA COMMISSION

CHAPITRE PREMIER

UN ÉQUILIBRAGE FINANCIER DIFFICILE A RÉALISER

1. - UN RECOURS PLUS IMPORTANT, MAIS NON SANS RISQUE, AU MARCHÉ PUBLICITAIRE

1.1. L'évolution du marché publicitaire en 1985 et 1986.

Les statistiques publiées par l'Institut de recherches et d'études publicitaires (I.R.E.P.) permettent une approche globale fiable, mais qui mériterait d'être précisée.

Depuis 1979, on assiste à une progression générale du marché publicitaire français. L'augmentation annuelle des dépenses publicitaires, depuis cette date, n'a jamais été inférieure à 10 % en francs courants.

ÉVOLUTION DES RECETTES PUBLICITAIRES DES GRANDS MÉDIAS

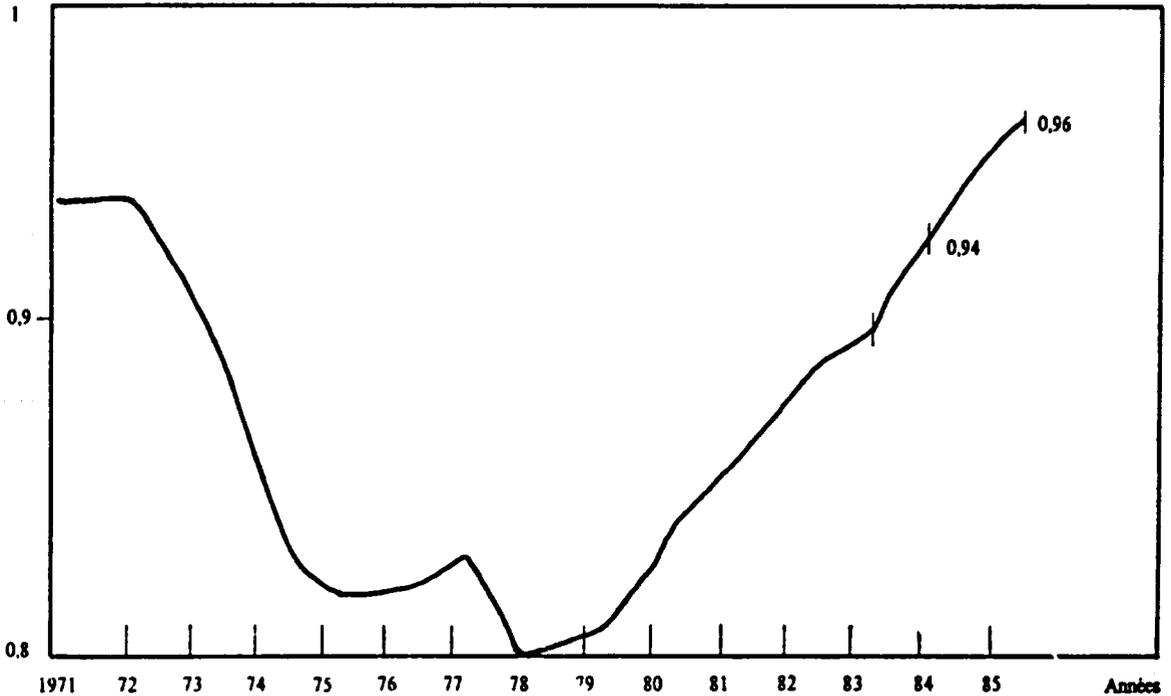
	Évolution en francs courants	Évolution en francs constants	Taux d'inflation en moyenne annuelle
1979/1978	+ 16,5	5,7	+ 10,8
1980/1979	+ 18,5	5	+ 13,5
1981/1980	+ 14	0,6	+ 13,4
1982/1981	+ 18	6,2	+ 11,8
1983/1982	+ 14	4,4	+ 9,6
1984/1983	+ 12	4,6	+ 7,4
1985/1984 (1)	+ 11	5,2	+ 5,8
1986/1985 (2)	+ 8,5	5,8	+ 2,7

(1) Estimations.

(2) Prévisions.

Le graphique ci-dessous montre la part croissante des dépenses publicitaires dans le produit intérieur brut marchand.

POURCENTAGE DES DÉPENSES PUBLICITAIRES DANS LE P.I.B. MARCHAND



La progression a été beaucoup plus rapide pour la télévision que pour les autres supports.

ÉVOLUTION DES RECETTES PUBLICITAIRES DES GRANDS MÉDIAS (1)

(Pourcentage d'évolution annuelle par rapport à l'année précédente.)

	1977/1976	1978/1977	1979/1978	1980/1979	1981/1980	1982/1981	1983/1982	1984/1983	1985/1984 estimations
Presse	+ 14	+ 10	+ 14	+ 19	+ 11	+ 15,5	+ 11	+ 11,5	+ 9,5
Televvisions	+ 12,5	+ 15,5	+ 18	+ 15,5	+ 17	+ 30	+ 24,5	+ 10	+ 19
Publicite extérieure (3)	+ 20	+ 12	+ 20	+ 20	+ 21	+ 20	+ 15	+ 11	+ 10
Radios	+ 16	+ 11,5	+ 28	+ 17,5	+ 6	+ 9,5	+ 17	+ 17,5	+ 13,5
Cinema	+ 16	.	+ 10	+ 14	+ 25	+ 42	+ 17	+ 23	+ 4
Total	+ 15	+ 11	+ 16,5	+ 18,5	+ 14	+ 18	+ 14	+ 12	+ 11

(1) Les recettes publicitaires s'entendent hors taxes. Ces chiffres comprennent les commissions d'agences et de régie. Les dégressifs sont déduits.

(2) Petites annonces et publicité locale comprises.

(3) Affichage sous toutes ses formes.

N.B. Nouvelle série à partir de 1983 comportant les gratuits et une révision des chiffres de la publicité extérieure en vue de supprimer les échanges internes.

En 1985, la croissance de + 11 % des recettes témoigne d'un rythme d'expansion soutenu. Le gain en volume correspondant (+ 5 points) est comparable à celui de l'année 1979. Toutefois les médias n'en ont pas tous bénéficié dans les mêmes proportions.

RECETTES PUBLICITAIRES DES GRANDS MÉDIAS (1)

(Unité : millions de francs.)

	1980	1981	1982	1983	1984	1985 estimations
Total presse (2)	8.010	9.015	10.420	12.900	14.365	15.760
Télévisions	1.905	2.229	2.893	3.600	3.965	4.605
Publicité extérieure (3)	1.870	2.270	2.722	2.908	3.219	3.540
Radios	1.373	1.458	1.597	1.869	2.200	2.500
Cinéma	182	228	323	378	466	485
Total	13.340	15.200	17.955	21.655	24.215	26.890

(1) Les recettes publicitaires s'entendent hors taxes. Ces chiffres comprennent les commissions d'agences et de régie. Les dégressifs sont déduits.

(2) Petites annonces et publicité locale comprises.

(3) Affichage sous toutes ses formes.

N.B. - Les chiffres indiqués pour la télévision et la radio (chaines, stations nationales et périphériques) concernent la publicité de marques et la publicité collective. Ils comprennent les commissions d'agences et de régies, ainsi que les taxes spécifiques sur la publicité radiophonique et télévisée.

- Nouvelle série à partir de 1983 comportant les gratuits et une révision des chiffres de la publicité extérieure en vue de supprimer les échanges internes.

Source : IREP Le Marché Publicitaire Français 1983-1986

RÉPARTITION DES RECETTES PUBLICITAIRES ENTRE LES GRANDS MÉDIAS (1)

(En pourcentage.)

	1977	1978	1979	1980	1981	1982	1983	1984	1985 estimations
Presse (2)	61,5	61	59,5	60	59,5	58	59,5	59	58,5
Télévision	14	14,5	14,5	14,5	14,5	16	16,5	16,5	17
Publicité extérieure (3)	13,5	13,5	14	14	15	15	13,5	13,5	13
Radio	9,5	9,5	10,5	10	9,5	9	8,5	9	9,5
Cinéma	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	8	2	2	2
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100

(1) Hors taxes. Ces chiffres comprennent les commissions d'agences et rémunérations de régie. Les dégressifs sont déduits.

(2) Petites annonces et publicité locale comprises.

(3) Affichage sous toutes ses formes.

N.B. Nouvelle série à partir de 1983 comportant les gratuits et une révision des chiffres de la publicité extérieure en vue de supprimer les échanges internes.

Source : IREP Le Marché Publicitaire Français 1985-1986

La répartition par médias a été dominée par deux phénomènes : le développement des radios locales privées, qui représentait déjà 15 % des recettes publicitaires totales de la radio, et l'expansion de la télévision (+ 16 % sur 1984, en tenant compte de Canal Plus et de la forte progression de Télé Monte-Carlo dont la zone de diffusion a été élargie). Si l'on s'en tient aux chaînes publiques de télévision, leurs recettes publicitaires se sont accrues de 14,5 % (alors que le pourcentage programmé était de 12 à 13 %).

Les principales victimes de cette situation sont les grandes radios périphériques dont les recettes sont quasiment stagnantes et le cinéma, qui pâtit de sa baisse d'audience. La presse et la publicité extérieure ont de moins mauvais résultats (+ 9,5 et + 10,5 % ; soit un score inférieur à la moyenne du marché). Cependant, il faut noter que les magazines font globalement + 11,5 % et que la presse quotidienne parisienne, après la très mauvaise année 1984 connaît sur redressement (+ 11 % contre 7 % pour les quotidiens régionaux, mieux traités il est vrai en 1984).

Pour 1986, la dérégulation amorcée en matière de publicité télévisée avec la déssectorisation d'un certain nombre d'activités jusqu'alors interdites, comme le tourisme, l'intérim et l'immobilier, sur toutes les télévisions, les boissons faiblement alcoolisées au profit des seules télévisions commerciales, n'a pas eu un effet aussi ample que prévu, en raison notamment de la faible audience des chaînes commerciales, pénalisées il est vrai par l'incertitude politique qui pesait sur leur avenir. On devrait donc assister à une prolongation des tendances observées en 1985.

1.2. Les perspectives d'évolution du marché publicitaire à court et moyen terme.

1.2.1. Trois éléments caractérisent le marché publicitaire français aujourd'hui :

1.2.1.1. C'est un marché globalement sous-développé.

● Cinquième puissance mondiale, la France se trouve au seizième rang en dépenses publicitaires *per capita*.

Dépenses publicitaires médias et hors médias *per capita* en 1983 (en \$ U.S.).

1 États-Unis	323,18
2 Suisse	224,82
3 Norvège	189,57
4 Finlande	188,71
5 Bermudes	179
6 Canada	172,84
7 Australie	146,99
8 Danemark	137,59
9 Pays-Bas	134,32

10 Suède	128,77
11 Grande-Bretagne	107,56
12 Japon	97,91
13 R.F.A.	90,09
14 Nouvelle-Zélande	87,07
15 Autriche	80,08
16 France	74,18
17 Israël	72,17
18 Porto Rico	71,6
19 Luxembourg	66
20 Bahamas	66
21 Islande	61,2
22 Singapour	59,15
23 Italie	54,46

Sources : Starch, I.N.R.A., Hooper.

● Rapporté au P.I.B. marchand, l'ensemble des investissements publicitaires atteignait, en 1985, 0,96 % (2,4 % aux Etats-Unis ; 1,34 % en Grande-Bretagne, 0,54 % en Italie) ; les investissements publicitaires dans les grands médias représentaient 0,7 % du P.I.B. en 1985 (1,55 % aux Etats-Unis, 1,35 % en Grande-Bretagne ; 0,83 % en R.F.A.).

● Mais c'est un marché plus dynamique depuis 1979. Il a connu une période de décroissance de 1971 (0,94) à 1978 (0,8), mais il a amorcé une croissance rapide et continue depuis lors. Il retrouve ainsi et dépasse depuis 1985 son niveau des années 1970. En 1986, le taux symbolique de 1 % sera approché.

1.2.1.2. C'est un marché atypique.

● La presse et la télévision sont sous-investies ; en 1983, les dépenses publicitaires en télévision étaient de 9,3 dollars *per capita* contre 11,6 dollars pour la moyenne européenne, 30,1 dollars en Grande-Bretagne et 71,5 dollars aux Etats-Unis. Pour la presse, la France se situe à 22,2 dollars *per capita* contre 38,3 % pour la moyenne européenne, 60,3 dollars en R.F.A., 51,7 dollars en Grande Bretagne et 115 dollars aux Etats-Unis.

● La radio et l'affichage (1) sont surinvestis : en radio, les dépenses publicitaires *per capita* en France sont de 4,7 dollars contre 2,6 dollars pour la moyenne européenne, 3,2 dollars en Allemagne, 2,2 dollars en Grande-Bretagne. En ce qui concerne l'affichage, la France est le seul pays à consacrer une telle part des dépenses publicitaires à ce média : 7,6 dollars *per capita*. La moyenne européenne est de 3,6 dollars, 2,8 dollars en R.F.A. et 3,7 dollars en Grande-Bretagne (chiffres 1983).

(1) Phénomène typiquement français.

Cette situation résulte de deux phénomènes :

● **Le dynamisme propre de la radio et de l'affichage.**

Le surinvestissement de la radio s'explique aussi par le dynamisme, tant en termes de programmes que de publicité, des périphériques (R.T.L., Europe 1, R.M.C. et Sud Radio) : les stations ondes longues françaises ont en effet mis au point des techniques sophistiquées de vente, de marketing et de gestion et, de plus, contrairement aux radios des autres pays d'Europe, elles peuvent offrir aux annonceurs une couverture quasi-nationale du territoire et des taux d'écoute importants. Ces points forts ont ainsi permis aux radios privées nationales françaises d'acquérir et de conserver une position forte sur le marché publicitaire.

L'affichage a su également profiter de cette situation de marché favorable. L'affiche publicitaire a toujours eu un rôle culturel important dans notre pays et les sociétés d'affichage ont progressivement développé les réseaux de panneaux le plus denses au monde, assurant ainsi depuis plusieurs années une souplesse d'utilisation optimale à l'un des plus anciens médias connus.

● **Les limites imposées aux investissements publicitaires à la télévision.**

La publicité télévisuelle est en France peu développée.

Si les recettes publicitaires de la télévision représentent 17 % du total des recettes captées par les médias en France, ce taux atteint 47 % en Italie, 31 % en Grande-Bretagne, 23 % aux Etats-Unis, mais 9 % en R.F.A.

Cela tient au fait que l'introduction de télévisions privées a été retardée jusqu'en 1986 et que, dans le secteur public, son montant a été plafonné et sa montée en régime lente. Il en résulte une situation de marché largement contingenté.

La situation du marché de la publicité télévisée présente actuellement trois caractéristiques :

a) Elle obéit à un régime réglementaire complexe dû à l'enchevêtrement de plusieurs contraintes à géométrie variable :

— plafonnement de fait (mais non plus de droit) de la publicité de marque à 25 % environ des ressources du secteur public audiovisuel (1), ce plafonnement ne s'applique pas à la publicité collective qui est libre ;

— limitation à 18 minutes par jour des espaces susceptibles d'être utilisés aux heures de grande écoute (mais cette restriction disparaît en dehors de ces heures) ;

(1) Même si les sociétés de programme ont eu tendance à s'en affranchir, comme votre rapporteur l'a souligné à plusieurs reprises dans ses précédents rapports

- plafonnement des tarifs par la direction de la concurrence et de la consommation ;

- droit d'accès pour tous les nouveaux annonceurs, limité lui-même à 1 million de francs/an ;

- interdiction de la publicité pour certains secteurs, avec une tendance récente à l'élargissement. Jusqu'à la fin de 1985, des secteurs étaient interdits de publicité télévisée. Un processus d'ouverture a été entamé en janvier 1986, comme le montre le tableau ci-dessous.

SECTEURS INTERDITS ET AUTORISÉS DE PUBLICITÉ A LA TÉLÉVISION.

	Autorisé	Interdit
Bijoux	X	
Margarine	X	
Textiles et fibres artificielles	X	
Produits amaigrissants	X	
Boissons alcoolisées de moins de 9°	uniquement aux télévisions privées	
Boissons alcoolisées de plus de 9°		X
Tabacs, cigarettes		X
Tourisme, transports aériens	X	
Edition spectacles		Edition littéraire, musicale, spectacles vivants, cinéma, sont interdits
		Presse ouverte au plus tard le 31.12.87 (1)
Location de main d'œuvre	X	
Construction, maisons préfabriquées	X	
Cours par correspondance	X	
Distribution et VPC		X ouvert au plus tard le 31.12.87 (1)
Immobilier	X	

(1) Les engagements d'ouverture et le maintien de certaines interdictions devront être confirmés. M. Leotard a annoncé au Sénat, le 21 octobre, que le secteur de la distribution ne serait pas ouvert en 1987.

b) Les procédures mises en œuvres par la R.F.P., si elles garantissent la transparence du tarif, s'avèrent lourdes et rigides (obligation pour les annonceurs d'arrêter leurs budgets avant le 30 octobre et pour l'ensemble de l'année qui suit, alors même que les programmes ne sont pas toujours connus ; rigidité de la programmation ; prix établis sur des bases anciennes alors que l'audience a pu varier de 30 %, etc.).

Elles aboutissent à des tarifs sous-évalués. Les tarifs d'un message de trente secondes sont nettement plus bas à FR 3 que sur TF 1 où ils sont eux-mêmes légèrement inférieurs à ceux d'Antenne 2. Mais cette hiérarchie ne reflète pas suffisamment les variations d'audience, en sorte que le « coût pour mille » auditeurs touchés (1), seul critère utile pour un annonceur, varie fortement et dans le sens inverse : le « C.P.M. de FR 3 excède en moyenne celui de TF 1 et d'A 2 de 15 % (20 heures) à 35 % (20 heures 30). FR 3 pratiquant des tarifs d'équilibre, la sous-évaluation des tarifs des deux autres chaînes apparaît clairement.

Elle génère des phénomènes de file d'attente. Les sociétés de programmes, respectant un contingentement en volume, ne peuvent donc répondre à toutes les demandes des annonceurs : pour cette raison se crée un phénomène de file d'attente.

1.2.2. Il s'agit donc d'un marché qui conserve de fortes potentialités pourvu que son dynamisme soit sollicité.

La privatisation de TF 1 (qui devra trouver sur le marché publicitaire les ressources nécessaires pour compenser la perte de redevance, de l'ordre d'un milliard de francs) et la montée en puissance progressive des chaînes hertziennes privées (la « Cinq », la sixième chaîne, les télévisions locales) et des réseaux câblés constituent des éléments de développement certains du marché, même s'ils ne sont pas exempts de risque de déstabilisation.

1.2.2.1. Des potentialités immédiates.

Le marché français, en raison du contingentement de la publicité télévisée, recèle un « gisement » immédiat non négligeable, même si l'on a tendance un peu à le surestimer systématiquement.

a) La désectorisation.

Le potentiel de ces secteurs interdits peut être évalué entre 1 et 1,5 milliard de francs selon une étude S.O.F.R.E.S.-R.F.P. Une étude de Régie-Pressé l'évalue à 1 milliard si l'on a des chaînes nationales sans décrochages régionaux et à 1,7 milliard de francs si l'on a des chaînes nationales avec décrochages.

L'étude R.F.P.-S.O.F.R.E.S. porte sur l'ouverture éventuelle de cinq secteurs interdits qui contribueraient au financement des nouvelles télévisions pour un montant variant de 1 à 1,4 milliard de francs en 1987.

(1) Le « coût aux mille » (téléspectateurs) est le ratio qui détermine les tarifs (en le multipliant par l'audience du média) : en 1983, le coût moyen en France était de 27 F contre 46 en Grande-Bretagne, 42 aux Pays-Bas et 32 en République fédérale allemande. Il s'élève actuellement à 30 F en France.

Le tableau ci-dessous résume les principales estimations établies à partir de l'étude R.F.P.-S.O.F.R.E.S. sur cinq secteurs d'activité seulement :

	Recettes publicitaires potentielles pour la télévision en 1987 (en millions de francs)
Edition - spectacles	environ 400 millions de francs
Interm *	environ 25 millions de francs
Immobilier *	environ 100 millions de francs
Distribution	environ 500 millions de francs
Tourisme et transport aérien *	environ 150 millions de francs
Total	environ 1.200 millions de francs

* secteurs autorisés en 1986

Les experts du Conseil national de la communication audiovisuelle (1) soulignent cependant que « les deux tiers au moins de ces recettes pour la télévision proviendraient de transferts au détriment d'autres médias (la radio et l'affichage surtout ; mais aussi la presse et notamment les magazines nationaux).

En outre, si l'on retranche le secteur de la distribution qui demeurera interdit de publicité télévisée en 1987, on aboutit à un potentiel de 700 millions de francs.

b) La file d'attente.

Différentes études (2) (S.O.F.R.E.S.-R.F.P., Régie-Presses, Information et Publicité) s'accordent pour évaluer cette file d'attente dans une fourchette allant de 700 millions à 1 milliard de francs. Cette somme correspond au montant disponible sur le marché dans les conditions actuelles d'exploitation de la télévision en France.

Toutefois, certains phénomènes rendent aléatoires les estimations. En effet :

- en période de pénurie d'offre d'espaces sur la télévision, les annonceurs demandent trois pour obtenir un ; ainsi se multiplient les demandes de précaution ou de pure forme ;

(1) Rapport économique sur la réforme de l'audiovisuel, page 65.

(2) Votre rapporteur a étudié avec intérêt les études réalisées par M. Thomas Valentin pour « Information et Publicité », sous la direction de M. Pierre Musso pour le Centre national de la communication audiovisuelle ainsi que des éléments communiqués par le ministère de la culture et de la communication, Havas et Pluricomcommunication.

— la demande s'établit aux prix actuels de la télévision, c'est-à-dire largement inférieurs à ce que serait un prix fixé selon les règles du marché.

En outre, les demandes concernent le plus souvent des écrans situés entre 19 heures et 20 h 30, soit un espace déjà saturé. Elles ont en quelque sorte un caractère redondant.

L'addition des deux sources (file d'attente + déréglementation partielle de la publicité) libérerait un potentiel de l'ordre de 1,2 à 1,5 milliard de francs en 1987 pour la télévision.

Cependant, ce potentiel ne sera pas mobilisé immédiatement : il ne sera capté que très progressivement, en fonction de l'audience conquise par les télévisions.

1.2.2.2. Une croissance continue.

Compte tenu des caractéristiques du marché français et de son réalignement sur la « norme internationale », la plupart des experts tablent sur une croissance annuelle du marché publicitaire en volume allant de + 3,6 % (2,4 fois la croissance du P.I.B.) à 4,5 % (trois fois la croissance du P.I.B.), parfois + 5 %.

Votre rapporteur constate l'importance de la fourchette entre les hypothèses hautes et les hypothèses basses (0,9 point, soit un écart de 25 % environ), ce qui se traduit par un écart de 1 milliard de francs en 1990 (5 milliards en hypothèse basse, 6,5 milliards en hypothèse haute) sur le volume supplémentaire.

En outre, la corrélation établie entre évolution du marché publicitaire et croissance du P.I.B. n'est pas totalement fiable. En effet, il apparaît que la croissance des dépenses publicitaires s'inscrit depuis trois ans dans un contexte de stagnation des dépenses de consommation des ménages ; or sur un marché intérieur comprimé, les experts du Conseil national de la communication audiovisuelle constatent que les entreprises pratiquent la surenchère d'investissement publicitaire.

Votre rapporteur observe aussi que toutes les études jusqu'à présent réalisées se calquent sur une hypothèse de croissance en volume des investissements publicitaires inférieurs à l'évolution observée depuis trois ans, ce qui semble contredire les affirmations optimistes d'explosion du marché publicitaire dynamisé par l'arrivée des nouvelles télévisions, ce qui semble également relativiser l'importance des phénomènes de « file d'attente » et les effets de la « désectorisation » et remettre à leur juste place les évaluations très larges de ce « merveilleux gisement publicitaire ».

1.2.3. Les différentes hypothèses sur la répartition des ressources sur ce marché sont évidemment soumises aux aléas de variables supplémentaires (action de l'Etat (1), comportement des différents acteurs...).

Votre rapporteur peut cependant, malgré les importants risques d'erreur, présenter deux scénarii à moyen (1990) et court (1987-1988) termes.

1.2.3.1. A l'horizon 1990.

a) L'affichage et la radio vont perdre des parts de marché.

Ces deux médias qui ne bénéficient plus de reports de dépenses par défaut vont céder des parts de marché face à l'ouverture d'espaces publicitaires à la télévision. Ils auront donc une croissance réduite, voire nulle dans les prochaines années.

b) la situation de la presse est plus incertaine.

La plupart des études s'accordent pour estimer que si la plus grande partie de la croissance du marché publicitaire sera captée par la télévision (deux tiers), la presse ne devrait pas globalement subir des conséquences néfastes. Sa part dans le marché global regressera, mais elle bénéficiera d'un effet d'entraînement.

Selon MM. Le Febvre et Valentin (2) « *il y a corrélation très nette dans tous les pays industrialisés entre les dépenses publicitaires en presse et en télévision* ».

Ce phénomène a notamment été observé en Italie entre 1975 et 1984 où 27 % du nouveau volume dégagé par la croissance du marché publicitaire est allé à la presse et 71 % à la télévision.

La complémentarité entre la presse et la télévision s'explique par la pérennité du message écrit pour l'un, la communication d'impact pour l'autre, la promotion immédiate pour l'un, la construction d'une notoriété pour l'autre, etc.

(1) L'Etat conserve d'importants moyens de réglementation :

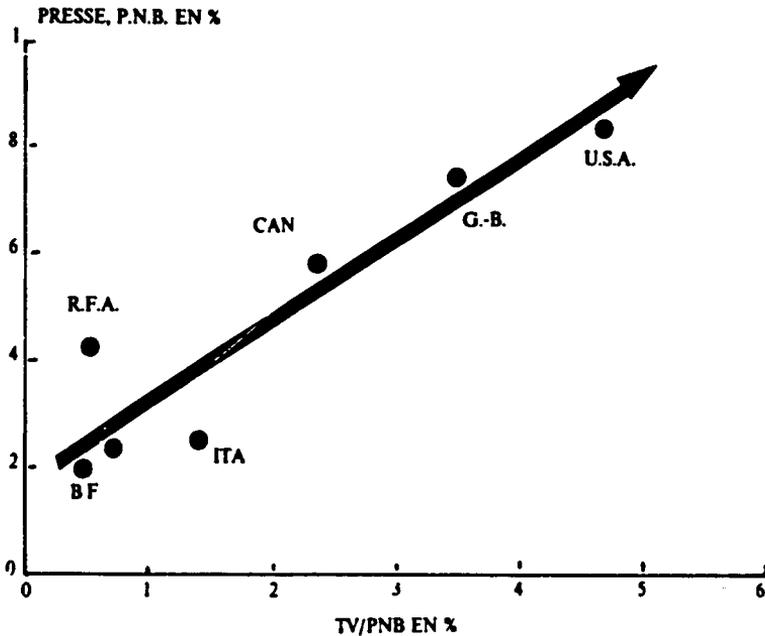
- établissement de règles applicables à la publicité et au parrainage par décret (articles 27 et 33 de la loi du 30 septembre 1936) ;

- temps maximum consacré à la publicité déterminé par la commission nationale de la communication et des libertés (article 28) ;

- cahiers des charges du service public.

(2) Le marché publicitaire français : un marché en phase de mutation. Information et Publicité, février 1986.

CORRÉLATION DES DÉPENSES PUBLICITAIRES EN PRESSE ET EN TÉLÉVISION



D'ailleurs de 1977 à 1985, la presse quotidienne a accru ses ressources publicitaires de 17 % en francs constants, bien que sa part de marché ait régressé de 16 %.

Toutefois, la réalisation d'un tel scénario est aléatoire, en raison de facteurs spécifiques au marché français. Sa réalisation sera d'autant plus incertaine :

- si la désectorisation s'effectue brutalement ;
- si la concurrence entre les télévisions commerciales conduit à une guerre des tarifs ;
- si la ponction du service public de l'audiovisuel s'accroît.

En outre, cette observation globale ne prend pas en compte les mutations qui risquent de s'opérer entre catégories de publications. Ainsi la désectorisation du secteur de l'édition aura une conséquence immédiate sur les ressources publicitaires de la presse magazine. De même la désectorisation du secteur de la distribution aurait une conséquence elle aussi immédiate sur les ressources publicitaires de la presse quotidienne régionale. Enfin, les projections incluent la presse gratuite. L'étude du Conseil national de la communication audiovisuelle montre

que pour la presse quotidienne de Paris, la presse quotidienne régionale, les magazines et les autres formes de presse, les évolutions seront globalement semblables, avec une augmentation comparable à celle estimée du P.I.B. (+ 1,5 % par an). En revanche les journaux gratuits, peu touchés par le développement de la publicité télévisée, poursuivront leur forte croissance avec un taux d'augmentation largement supérieur à celui du P.I.B. A partir de ces constatations, les experts du Conseil national de la communication audiovisuelle estiment que l'ensemble des recettes publicitaires de la presse augmentera de 3 % par an en francs constants, soit légèrement moins que l'augmentation annuelle prévue de 4,5 % des recettes globales publicitaires des grands médias.

c) la répartition probable.

L'ensemble de ces prévisions conduit à une nouvelle répartition des recettes publicitaires à l'horizon 1990.

● Conseil national de la communication audiovisuelle (hypothèse de croissance + 4,5 %).

**EVOLUTION DE LA REPARTITION
DES RECETTES PUBLICITAIRES DES GRANDS MEDIAS**

(En milliards de francs 1985.)

	1985		1990		1985-1990
		%		%	
Presse *	15,8	58,5	18,3	54,6	+ 2,5
Télévision	4,6	17	8,4	25	+ 3,8
Affichage	3,5	13	3,6	10,7	+ 0,1
Radio	2,5	9,5	2,7	8,2	+ 0,2
Cinéma	0,5	2	0,5	1,5	"
Total	26,9	100,0	33,5	100,0	+ 6,6

* avec les gratuits inclus, ce qui explique le pourcentage élevé de la presse en 1990.

● « Information et Publicité » (hypothèse de croissance + 3,6 %).

ÉVOLUTION DES RECETTES PUBLICITAIRES GRANDS MÉDIAS

(En milliards de francs 1986)

	1985	Pourcentage	1990	Pourcentage	Δ90/85
Télévision	4,8	17	(1) 8,5	25	+ 3,7
Radio	2,6	9	2,6	8	0
Presse	16,6	59	18,4	55	+ 1,8
Affichage	3,7	13	3,7	11	0
Cinéma	0,5	2	0,5	1	0
Total	28,2	100	33,7	100	+ 5,5

(1) Les recettes publicitaires de la télévision correspondent aux dépenses publicitaires des annonceurs moins les frais de production. Il s'agit donc de recettes brutes.

Ces recettes incluent notamment la commission d'agence (15 %) ainsi que la commission de repa et différentes taxes (environ 10 %).

Les recettes nettes des chaînes de télévision sont donc de 25 % inférieures au chiffre macro-économique mentionné dans le tableau.

RECETTES PUBLICITAIRES NETTES DE LA TÉLÉVISION

(En milliards de francs 1986)

1985	1986	1987	1988	1989	1990
3,6	4,2	5,1	5,5	5,9	6,4

d) *L'équilibre télévisions publiques/télévisions commerciales.*

Dans son étude de juin 1986, M. Thomas Valentin explique qu'en définitive le futur équilibre entre les deux chaînes du service public (Antenne 2 et FR 3) et les deux principales chaînes financées exclusivement par la publicité (TF 1 et la « 5 ») dépend principalement de la part de recettes publicitaires du service public. Il estime indispensable pour la stabilité de l'ensemble du marché publicitaire que l'ensemble des recettes de chacun des secteurs soit équilibré.

Et il démontre que, pour atteindre cet objectif, il faut que les recettes publicitaires du service public soient progressivement réduites à partir de 1987.

Cette analyse s'appuie sur les trois faits suivants :

« 1. Si les recettes publicitaires d'Antenne 2 et FR 3 ne sont pas plafonnées, ces deux chaînes absorberont facilement un accroissement annuel de 5 à 10 % en francs constants.

- « a) En effet, ces deux chaînes bénéficient d'une couverture totale de la population française, ce qui constitue pour les annonceurs un plus absolu.
- « b) De plus, ces deux chaînes bénéficient d'un historique favorable, d'habitudes d'écoute et d'une audience construite.

« On peut comparer le rôle des agences de publicité à celui des banquiers : les agences gèrent en effet l'argent des annonceurs pour des investissements publicitaires qui ont pour objet de faire vendre leurs produits. La puissance d'un support, la sécurité et la simplicité d'achat sont donc les trois principaux critères retenus par les acheteurs d'espaces. L'arrivée de nouveaux médias ne modifiera que faiblement cette attitude, par ailleurs tout à fait explicable du point de vue de l'annonceur.

« 2. TF 1 privatisé bénéficiera des mêmes avantages de couverture et d'habitude construite et son statut de chaîne privée lui permettra de faire croître rapidement ses recettes : nous prévoyons une croissance de + 30 % en 1987 soit + 27,5 % en francs constants. En 1990, son chiffre d'affaires net sera de 2,6 milliards de francs.

« 3. En revanche, la « 5 », les chaînes locales et régionales (et dans une moindre mesure Canal Plus qui bénéficie d'une antériorité dans son positionnement publicitaire) devront démarrer quasiment de zéro pour construire leur audience sur la base d'une couverture géographique incomplète.

« Ces trois données nous permettent d'affirmer que si les recettes publicitaires du service public augmentent régulièrement à partir de 1987, la « 5 », les chaînes locales et régionales et le câble seront asphyxiés.

« C'est pourquoi nous suggérons une réduction progressive de - 5 % par an jusqu'en 1990 des recettes publicitaires d'Antenne 2 et de FR 3. C'est le gage d'un équilibre secteur public - secteur privé dans le paysage audiovisuel français.

« En effet, dans ce cas nous aurions la situation suivante :

RESSOURCES DES CHAINES DE TÉLÉVISIONS A L'HORIZON 1990

Recettes du secteur public (A 2 et FR 3)	(en milliards de francs 1986)
Total recettes publicitaires nettes (réduction de 5 % par an entre 1986 et 1990) ...	1,74
Total redevance affectée à A 2 et FR 3 (dans le cas d'un maintien de la part de redevance A 2 - FR 3 de 1986. Pour conserver le budget total actuel d'A 2 et FR 3, une augmentation de 3 % par an de la part de redevance affectée à ces deux sociétés serait nécessaire)	3,05
Total ressources A 2 et FR 3	4,79
Recettes des deux principales chaînes privées (TF 1 et la 5)	
Recettes publicitaires nettes de TF 1	2,62
Recettes publicitaires nettes de la 5	1,5
Total des recettes publicitaires des deux chaînes privées	4,12
Recettes publicitaires des autres chaînes privées (C +, locales ou régionales, câbles)	
Total recettes publicitaires nettes	0,51

« Les deux chaînes de service public astreintes à des contraintes plus lourdes bénéficieront en 1990 d'un budget global de 4,79 milliards de francs, TF 1 d'un budget de 2,62 milliards de francs et la « 5 » de 1,5 milliard de francs. L'équilibre public/privé est ainsi respecté. »

« Remarquons que dans l'hypothèse d'une augmentation annuelle de + 5 % des recettes publicitaires, nous aurons la situation suivante :

Recettes du secteur public (A 2 et FR 3)	(En milliards de francs 1986)
Total recettes nettes 1990 (augmentation de + 5 % entre 1986 et 1990)	2,6
Total redevance affectée à A 2 et FR 3 (croissance nette en francs constants 1986)	3,05
Total ressources A 2 et FR 3	5,65
Recettes chaînes privées	
Recettes publicitaires nettes TF 1	2,62
Reste pour la « 5 », C +, chaînes locales, régionales et câble	1,15

« Dans l'hypothèse d'une augmentation de + 5 % par an des recettes publicitaires d'Antenne 2 et FR 3, le développement du marché publicitaire ne permettrait pas la viabilité économique d'une deuxième chaîne privée forte et a fortiori de l'éclosion des chaînes locales et régionales. »

L'étude de M. Valentin fait apparaître que la diminution des ressources publicitaires du service public est une condition essentielle de l'équilibre. C'est sur le fondement d'une analyse de cette nature que le Gouvernement a décidé le plafonnement des recettes publicitaires du service public à leur niveau atteint en 1987, pendant les deux années suivantes.

L'étude de M. Valentin fait apparaître l'influence d'un second paramètre qui conditionne l'équilibre financier du secteur public, et donc son besoin de financement sur le marché publicitaire. Il suppose dans les deux scénarii une augmentation de 3 % par an de la part de redevance affectée à ces deux sociétés, ce qui suppose soit une croissance de cette recette en francs constants (ce qui est loin d'être acquis (1)), soit la rebudgétisation d'un certain nombre de dépenses financées par des dotations de redevance, soit le désengagement de l'Etat d'un certain nombre d'actions dans le domaine de la communication audiovisuelle. La stabilité à moyen terme dépend au minimum de deux variables :

- la croissance effective du marché publicitaire ;
- la part du financement public du service public de l'audiovisuel.

1.2.4.2. A court terme (1987-1988).

Les équilibres apparaissent plus tendus.

En effet :

- le prélèvement des chaînes publiques Antenne 2 et FR 3 va augmenter (conséquence de la baisse de la redevance) de 4,8 %, soit 80 millions de francs supplémentaires (hors commission), 100 millions de recettes brutes ;

- TF 1 devra pour équilibrer ses comptes se procurer 1,1 milliard de francs de recettes brutes, soit 980 millions de francs en net. La chaîne privatisée, compte tenu de son audience et de sa notoriété, pourra probablement obtenir ce résultat grâce à un relèvement des tarifs, en particulier sur le créneau 19 h - 20 h 30 qui apporte déjà deux tiers des recettes (2) et par un accroissement de 7 à 10 minutes environ des durées s'ajoutant aux 23 minutes actuelles ;

(1) Voir *infra* page 56.

(2) Une augmentation de 30 % est envisagée par la R.F.P. TF 1.

-- les autres chaînes privées devront, pour assurer leur montée en puissance, recourir à environ 400 millions de francs de recettes.

L'équilibre global du système audiovisuel français ne pourra être atteint l'an prochain que si le volume net des recettes de publicité progresse d'environ 1,4 milliards de francs (0,1 + 0,9 + 0,4). Si on évalue à 4,2 milliards de francs ce volume en 1986, cela représente une progression de 33 %, soit 7 % environ du budget net de publicité de la France.

Cette croissance ne peut être assurée :

- que si les hypothèses d'accroissement continu du marché publicitaire (+ 3,6 à 4,5 %) se vérifient :

- que si de surcroît le phénomène de résorption de la file d'attente et la déssectorisation apportent immédiatement des ressources complémentaires, ce qui paraît incertain.

Encore faut-il préciser que ce scénario ne prend pas en compte une éventuelle compétition tarifaire entre chaînes de télévision, hypothèse qu'il ne faut pas écarter.

L'exemple de ce qui risque de se passer à TF 1 est révélateur. Cette société tire 60 % de ses recettes des messages diffusés en « prime time », soit 900 millions de francs pour la tranche horaire 19 h - 20 h 30. Or cette tranche est déjà pratiquement saturée puisque la chaîne y passe en moyenne 17 minutes de messages et aller très au-delà risquerait de lasser le téléspectateur. Pour accroître les recettes, une solution consiste à augmenter les tarifs mais une hausse de tarifs de 30 % ne rapporterait que 300 millions alors qu'il faut gagner 1 milliard. La seule solution consiste à multiplier les messages le reste de la journée, avec des tarifs bas pour tenir compte de la faible audience. Même si les tarifs sont fortement relevés pendant le « prime time », ils risquent donc d'être très concurrentiels par rapport à la presse écrite, aux autres heures de la journée, surtout si de nouveaux secteurs d'activité sont ouverts à la publicité télévisée.

Deux hypothèses sont donc envisageables pour 1987 :

- ou bien les annonceurs ne répondent pas totalement à l'accroissement d'offre d'espaces à la télévision et TF 1 et la Cinq se trouvent assez fortement en déficit, ce qui tendrait à accroître leur compétitivité sur le marché publicitaire, car la chaîne privatisée a besoin d'un retour d'investissement rapide ;

- ou bien la demande suit grâce à des transferts importants de budgets qui mettent en difficulté les autres médias, et notamment la presse quotidienne et la radio.

Une augmentation aussi importante en un an des ressources de la publicité télévisée (+ 30 %) ne peut qu'entraîner des effets immédiats sur les ressources des radios privées : selon la S.O.F.R.E.S., celles-ci perdraient 15 % de leurs ressources la première année (soit près de 400 millions); la presse serait moins atteinte (baisse de ressources de 2 %, soit environ 0,3 milliard de francs sur 16 milliards (1) mais en revanche, l'affichage subit une perte de recettes de l'ordre de 8 % (près de 300 millions de francs).

● En 1988, la situation devrait soit se détendre, les rajustements s'étant opérés en 1987, soit devenir très tendue, notamment si les chaînes privées connaissent un déficit important en 1987.

*
* *

Compte tenu du caractère très aléatoire des différents scénarii exposés ci-dessus et des conséquences potentiellement graves pour les entreprises de communication que la mutation du paysage audiovisuel peut entraîner, votre rapporteur a demandé à M. François Léotard, ministre de la culture et de la communication, de mettre en place un observatoire du marché publicitaire.

Cet observatoire réunirait des représentants de chaque entreprise de supports, des annonceurs, des professionnels de la publicité et des représentants de l'Etat (2). Il aurait pour mission de faire réaliser des études sur l'évolution du marché, de suivre cette évolution et de proposer les adaptations législatives ou réglementaires qu'exigerait la situation sur ce marché.

L'Etat doit en la matière observer une démarche pragmatique et procéder à des ajustements progressifs. La loi du 30 septembre 1986 lui a conservé son pouvoir de régulation (partagé entre le Gouvernement et la C.N.C.L.) du marché publicitaire. Il dispose pour cela de deux moyens : la réglementation (à condition de la faire respecter) et l'action sur l'équilibre des ressources du service public.

(1) Mais qui peut mettre en peril l'équilibre déjà preciaire de certains titres.

(2) Votre rapporteur souhaite à cet égard, que le Parlement soit associé à ces travaux, comme il le fut pour les tables rondes sur les rapports entre la presse et la poste en 1978-1979.

II. - UN RECOURS MOINS SYSTÉMATIQUE AUX FINANCES PUBLIQUES

Depuis mars 1986, l'Etat se désengage progressivement de l'activité économique. Le secteur de la communication n'est pas épargné par ce mouvement dont la finalité est double : alléger les charges collectives et rétablir les règles du marché, dont chacun reconnaît qu'elles sont faussées par l'intervention de l'Etat.

En conséquence, l'Etat a décidé de se retirer de deux projets industriels lourds :

- le plan câble ;
- le projet de satellite de diffusion directe.

Ces deux projets devraient cependant pouvoir trouver, grâce aux concours d'investisseurs privés, les moyens nécessaires à leur achèvement.

En outre, la suppression de la taxe sur les magnétoscopes et la baisse « historique » du taux de la redevance sur les appareils récepteurs de télévision (- 6,5 %), conséquences logiques de la privatisation de TF 1 et du changement de statut de la S.F.P. et de T.D.F., marquent un coup d'arrêt au développement des ressources du service public de l'audiovisuel.

Ce faisant, le désengagement de l'Etat ne saurait être total. Il existe en effet des missions de service public qu'il lui appartient d'assurer et qui devront être financées.

Or si l'on examine les différentes hypothèses de financement équilibré du système de communication dans les cinq années à venir, on observe que toutes supposent une croissance annuelle de 3 % (1) en francs constants des recettes de redevance d'Antenne 2 et de FR 3.

Ce taux de croissance peut paraître modeste, il n'en demeure pas moins inférieur aux taux prévisibles de croissance des encaissements de la redevance, ce qui exigerait une redistribution des financements entre la ressource spécifique du secteur public de l'audiovisuel et le budget général de l'Etat.

La solution adoptée en 1987, que votre rapporteur n'hésite pas à qualifier d'heureuse, car elle est susceptible d'assainir profondément les entreprises du service public, consiste en la réalisation d'importantes économies.

(1) Ce que rendrait nécessaire une diminution de la ponction du service public sur le marché publicitaire et sauvegarderait donc l'équilibre sur ce marché.

Cependant, les économies ne se réalisent qu'une fois et l'on ne peut songer, sauf à accepter une détérioration du service rendu ou à modifier très profondément ses missions, reconduire d'année en année de telles mesures. Ce qui n'empêche pas, bien entendu, de veiller à ce que le laxisme dans la gestion ne se rétablisse pas de lui-même. La réalisation d'économies ne peut donc constituer qu'une ressource exceptionnelle. Au-delà, un certain nombre de missions se trouveraient compromises.

2.1. Les ressources du service public sont peu élastiques.

2.1.1. La redevance.

2.1.1.1. Une ressource dont la croissance a été rapide.

Le produit de la redevance est passé de 3.625 millions de francs en 1980 à 7.498 millions de francs en 1986, du fait de l'augmentation tout à la fois de ses bases et de son tarif. Elle a donc assuré des recettes croissantes au service public de l'audiovisuel.

Cependant, l'analyse des causes de la croissance du produit de la redevance fait apparaître que la part de l'effet de parc a été plus déterminante que l'augmentation des taux. Si le produit a été multiplié par 2,06 de 1980 à 1986, le taux en a été multiplié par 1,63 en francs courants au cours de la même période. En outre, la création de la redevance sur les magnétoscopes, si critiquable soit-elle, a eu pour effet d'accroître plus rapidement cette ressource.

Le tableau ci-après, dans lequel l'ensemble des données a été ramené en base 100 (1980) est significatif de cette évolution :

	Taux d'équipement des ménages en T.V. couleur	Parc de magnétoscopes	Taux de la redevance - couleur -	Produit de la redevance
1980	100	100	100	100
1981	114	196	108	113
1982	130	431	128	140
1983	142	633	142	155 (1)
1984	155	888	152	173
1985	166	1.152	159	187

(1) Création de la taxe sur les magnétoscopes.

2.1.1.2. Un effet de parc en voie d'atténuation.

La suppression de la taxe sur les magnétoscopes a eu pour effet de priver cette ressource de l'élément le plus dynamique de son assiette. Si l'on pouvait, en effet, tabler sur un accroissement du taux d'équipement des ménages en appareils enregistreurs, force est de constater l'atténuation de l'effet de parc en matière de téléviseurs. 93 % des ménages sont équipés de téléviseurs et 76,7 % de téléviseurs couleur. Le taux global d'équipement en téléviseurs stagne depuis plusieurs années ; il n'y a donc plus d'accroissement significatif du parc. L'élément créateur de ressources est devenu la « coloration » du parc des récepteurs, qui entraîne pour chaque ménage une augmentation du taux de la redevance. Arrivé à un seuil élevé, le taux d'équipement des ménages ne devrait plus croître que lentement et se stabiliser.

Pour 1987, le service de la redevance prévoit un simple remplacement de 480.000 téléviseurs noir et blanc par des télévisions couleur. En effet, le multiéquipement qui a tendance à se développer et qui constitue pour les industries de l'électronique, un marché intéressant, n'a aucun effet sur la redevance qui est perçue par foyer quel que soit le nombre de téléviseurs détenus.

2.1.1.3. Un nombre de redevables qui a tendance à se stabiliser.

Le nombre de redevables effectifs aura tendance à se stabiliser plus rapidement encore que le nombre des comptes gérés. En effet, depuis 1983, tous les redevables âgés de plus de soixante ans et qui ne sont pas imposés sur le revenu sont exonérés de la redevance. L'action conjuguée du vieillissement de la population et du relèvement du barème de l'impôt sur le revenu a un effet négatif sur le produit de la redevance de l'audiovisuel.

2.1.1.4. Le taux de recouvrement a tendance à se dégrader.

Pour diverses raisons (difficultés économiques des ménages, rejet de la taxe sur les magnétoscopes, facilité d'échapper à la taxe), le taux de recouvrement a eu tendance à se dégrader. Il en est résulté des moins-values sur encaissement très préjudiciables pour les sociétés du service public.

Il est possible que les non-paiements de redevance augmentent, en raison de la réduction d'activité du service public, comme cela s'est passé en Italie avec le développement des télévisions privées. C'est pourquoi votre rapporteur note avec satisfaction les dispositions contenues dans

le projet de loi de finances (1) qui ont pour objet d'éviter le développement de cette forme d'évasion fiscale.

2.1.1.5. Une ressource peu élastique.

De récentes études montrent que, pour les raisons évoquées ci-dessus, il ne peut être escompté davantage qu'une augmentation - mathématique - de 2 %, en francs constants, du produit de la redevance. Cette observation signifie qu'un gouvernement qui souhaiterait augmenter le produit de la redevance ne pourrait le faire qu'en augmentant son tarif d'un pourcentage supérieur à celui de la hausse des prix, acceptant ainsi de prendre un risque politique non régligeable et d'autant plus accentué que - dans le même temps - se seront développées des chaînes de télévision commerciale gratuites pour les téléspectateurs.

Il paraît donc désormais difficile d'espérer trouver dans la redevance des ressources supplémentaires pour le service public de l'audiovisuel.

2.2. Le budget général de l'Etat.

2.2.1. Une tendance au désengagement.

L'accroissement de la redevance a permis, au cours des dernières années, de financer les opérations de recherche et de développement dans le domaine de l'audiovisuel. C'est ainsi qu'historiquement, le développement de la télévision en noir et blanc a été financé par la redevance sur les postes de radiodiffusion sonore, que le développement de la télévision en couleur a été financé par l'accroissement du parc des téléviseurs en noir et blanc et que, depuis 1982, par la dotation attribuée à T.D.F., les recherches et le développement de la télévision par satellite de diffusion directe ont été financés par l'accroissement du parc des téléviseurs couleur.

(En millions de francs.)

	1982	1983	1984	1985	1986	Total
Dotation de redevance attribué à T.D.F. pour le financement du satellite . .	142,2	0	110	32	178	422,2

Ce mécanisme était parfaitement admissible dans un contexte du monopole du service public de l'audiovisuel. En effet, la recherche et de développement contribuaient à l'accroissement des performances des

(1) Article 64 du projet de loi de finances pour 1987.

sociétés du service public. Il est devenu plus contestable dès lors que les investissements devaient profiter à des opérateurs privés.

● Beaucoup plus critiquable fut la tentation — à laquelle les derniers gouvernements n'ont pas échappé — d'utiliser la redevance à des fins de politique sociale. Sans doute ne peut-on contester l'utilité d'exonérer les personnes handicapées et les personnes âgées de plus de soixante ans disposant de faibles ressources de la redevance de l'audiovisuel, mais la suppression partielle depuis 1981, totale depuis 1983, des remboursements par le budget général de la charge des exonérations n'est pas admissible. C'est ainsi qu'en 1987, le service public est tributaire d'une charge indue que l'on peut évaluer à 1,3 milliard de francs.

● Critiquable également fut le désengagement progressif, à partir de 1984, puis total en 1986, du ministère des affaires étrangères du financement de Radio France Internationale. Alors même que la mission de cette société concerne directement l'action extérieure de la France, son financement est assuré désormais en quasi-totalité par la redevance (1). En outre, le ministère des affaires étrangères qui assurait, par une subvention à T.D.F., la construction d'émetteurs pour le service de R.F.I., s'est dégagé en 1987 de cette charge et la construction du centre émetteur asiatique sera financé par la société sur ses propres ressources.

● Critiquable enfin l'obligation faite à certaines sociétés du service public de créer des filiales ou de prendre des participations dans des sociétés créées pour des motifs de politique extérieure ou de politique industrielle (2) alors que ces investissements comportaient des risques financiers très importants.

● Dans le même esprit, il est prévu que les prestations de services de T.D.F. en matière de planification et de contrôle de l'utilisation des fréquences ne seront pas facturées en 1987 à la C.N.C.L., désormais titulaire de cette compétence. Le montant de cette charge est évalué à 100 millions de francs. Cette décision est d'autant moins compréhensible que le budget général va recevoir du budget annexe des P. et T. l'affectation de certaines taxes et redevances pour les services rendus jusqu'alors perçues par celui-ci pour un montant estimé à 200 millions de francs. Les crédits inscrits au budget des services généraux du Premier ministre pour le fonctionnement de la C.N.C.L. s'élèveront en 1986 à 140 millions de francs ; le budget général disposera en conséquence de 60 millions francs de recettes supplémentaires non affectées.

(1) Voir *infra* p. 264.

(2) Plusieurs cas concernent T.D.F. Voir *infra* p. 293.

2.2.2. Une « rebudgétisation » nécessaire, mais difficile à mettre en œuvre.

● Plusieurs facteurs pourraient inciter à l'abandon progressif de la redevance et à son remplacement par une dotation budgétaire annuelle (1) :

- la faible progression de l'assiette de la taxe ;
- le taux très élevé d'équipement des ménages (93 % en 1985) ;
- la perte de « légitimité » d'une redevance pour service rendu, par l'arrivée des télévisions commerciales. L'existence d'une redevance, contrepartie d'un service rendu, était parfaitement légitime dès lors que le service public était le seul à assurer ce service. En situation de concurrence, la justification première d'un service public de l'audiovisuel est l'exécution de missions de service public ou d'intérêt général (développement de la création originale et des émissions culturelles...). Il n'y aurait en toute logique, aucun obstacle pour que ces missions soient financées par les contribuables et non plus par les seuls propriétaires de récepteur de télévision ;
- la nécessité d'assurer une garantie de ressources pour les sociétés du service public.

En outre, cette solution économiserait des frais de recouvrement de la taxe, dont le montant s'élève à 410 millions de francs dépassant 5 % de son produit.

Sans aller aussi immédiatement à une solution extrême, il n'est cependant pas interdit d'envisager la « rebudgétisation », par palier, de certaines charges actuellement supportées par le service public de l'audiovisuel.

En 1988, il est d'ores et déjà prévu que la C.N.C.L. financera sur sa dotation le coût de la planification et du contrôle des fréquences.

En outre, le financement par le budget général de l'action internationale dans le domaine de l'audiovisuel va devenir la condition nécessaire de son développement. Celui-ci est à tous égards souhaitable en ce qu'il permettrait d'amplifier considérablement l'action culturelle de la France à l'étranger. Un tel message est, en effet, affranchi de toutes les frontières et touche directement l'ensemble des peuples.

Votre rapporteur note avec satisfaction l'apport de 20,6 millions de francs du ministère des affaires étrangères de l'agence d'images A.I.T.V. gérée par R.F.O., même si le rattachement de cette agence à vocation

(1) Cette solution aurait toutefois pour effet d'accroître le taux des prélèvements obligatoires. En effet, la redevance n'est pas actuellement comptabilisée dans ce taux ; en revanche, elle est prise en compte pour le calcul de l'indice des prix à la consommation de l'I.N.S.E.E.

internationale à la société de programme pour l'outre-mer lui paraît discutable (1).

2.2. Une politique de réduction des charges est susceptible de dégager des ressources supplémentaires, mais le redéploiement des crédits ne peut être permanent.

Dans le cadre de la politique de rigueur imposé à l'ensemble des administrations et services de l'Etat, le Gouvernement a souhaité que le service public de l'audiovisuel réduise une partie de ses charges de fonctionnement tout en accroissant les crédits affectés à la création d'œuvres françaises.

Si cette politique de réduction des charges est à tous égards positive, il s'agit néanmoins d'économies tarissables à court terme et qui ne dispensent pas l'Etat de conduire ou d'appuyer certains efforts industriels ou culturels.

2.2.1. La réduction des charges du service public.

a) La volonté d'imposer une politique de rigueur aux organismes du service public de l'audiovisuel est ancienne. Dès 1984, le Gouvernement affichait cette volonté dans les documents budgétaires soumis au Parlement :

— « *Le financement en 1984 des organismes publics de la communication repose sur les principes de rigueur économique adoptés pour l'ensemble du projet de loi de finances pour 1984. Aussi, la gestion des organismes du service public de la communication audiovisuelle est-elle marquée cette année par un effort très sensible de compression des dépenses courantes de fonctionnement. Les effectifs seront globalement stabilisés en 1984 au niveau atteint en 1983. Les créations d'emplois nécessaires à la réalisation des nouveaux objectifs seront dégagées par redéploiement au sein de chaque organisme et entre ceux-ci.* » (Projet de loi de finances pour 1984, annexe p. 78.)

— « *Le fonctionnement du service public de la communication audiovisuelle sera marqué en 1985 par un renforcement des mesures de rationalisation et de productivité : réalisation d'une économie de 2 % sur les crédits de frais généraux, actualisation stricte des dépenses consacrées aux programmes, stabilisation globale des effectifs autorisés au niveau atteint en 1984, entraînant des redéploiements internes aux organismes et entre eux.* » (Projet de loi de finances pour 1985, annexe p. 96.)

(1) Voir *infra* page 251.

— « Le fonctionnement du service public de la communication audiovisuelle sera marqué en 1986 par un renforcement des mesures de rationalisation et de productivité : réduction de 3 % des crédits de frais généraux en francs courants ; actualisation des dépenses consacrées aux programmes limitée à 0,6 % ; stabilisation des effectifs permanents autorisés, après création des 563 emplois nécessaires à l'intégration des personnels occasionnels prévue par la convention collective ; redéploiements internes aux organismes et entre eux. » (Projet de loi de finances pour 1986, annexe p. 102.)

Cependant, les résultats de ces recommandations ne furent pas à la hauteur des espérances et la volonté politique d'imposer un véritable effort de rigueur a souvent fait défaut.

Votre rapporteur a eu à diverses reprises l'occasion d'attirer l'attention du Sénat sur ce constat. En outre, la mise en œuvre de la convention collective nationale unique des personnels de l'audiovisuel a conduit :

- à l'intégration dans le personnel permanent des sociétés et au reclassement à des grilles indiciaires plus élevées de plus de 560 cachetiers ;
- à une rigidité accrue de l'affectation du personnel ;
- à un régime de forfaitisation des heures supplémentaires sans contrôle véritable de leur réalité.

**ÉVOLUTION DES EFFECTIFS DE PERSONNEL PERMANENT DES ORGANISMES DU SECTEUR PUBLIC
DE LA COMMUNICATION AUDIOVISUELLE DE 1981 A 1987**

	1981		1982		1983		1984		1985		1986		1987 (4)
	Réel	Autorisé (2)	Réel (3)	Autorisé									
Effectif de personnel permanent (1)	15.919	17.671	17.195	17.771	17.432	17.771	18.446	17.771	18.263	18.424	18.250	13.998	

(1) Non compris, pour T.D.F., 140 emplois bloqués au ministère des P.T.T.
 (2) Y compris 50 créations autorisées en gestion 1986 (35 à T.D.F., 10 à R.F.1. et 5 à Radio-France).
 (3) Au 30 juin 1986.
 (4) Hors S.F.P., T.F. 1 et F.M.I.

b) La volonté affichée dans le projet de loi de finances pour 1987 tient compte de ce constat et pourrait obtenir des résultats plus significatifs.

— Elle s'inscrit tout d'abord dans un contexte économique plus favorable, marqué par le ralentissement durable, semble-t-il, de l'inflation et par une prise de conscience généralisée de la nécessité d'une modération des hausses de salaires.

- Elle est ensuite plus directive quant aux moyens choisis pour aboutir à de réelles économies. Celles-ci résulteraient pour l'essentiel de trois mesures :

- Le choix d'une reconduction en francs courants des dotations de 1986, à l'exception des dépenses de personnel pour lesquelles a été appliquée une actualisation de + 1,9 %. Cette mesure aura pour effet d'inciter les sociétés à procéder à une compression de leurs dépenses courantes à l'exception des dépenses de programmes et de création.

- La réduction des effectifs de personnel permanent de 350 emplois, soit 2,44 % de l'effectif de 1986. Cette mesure devrait, selon les indications fournies par les documents budgétaires, entraîner une réduction globale des dépenses de personnel de 83,9 millions de francs.

- L'imposition d'une réduction de crédit supplémentaire de 30 millions de francs sur les services décentralisés de Radio France.

Toutefois, elle comporte de nombreuses incertitudes qui permettent de s'interroger sur la réalisation totale de l'objectif assigné. Et ceci pour six raisons :

● La première incertitude résulte de la comptabilisation en année pleine des économies réalisées sur les dépenses de personnel. Il semble en effet peu probable que les 350 emplois soient effectivement supprimés dans la nuit du 31 décembre 1986 au 1^{er} janvier 1987.

● La seconde incertitude concerne les modalités de départ des personnels. Si l'on peut estimer à 200 le « turn over » annuel du personnel du service public, il reste 150 emplois à supprimer par l'utilisation de la procédure de départ en préretraite, en application de l'article 69 de la loi du 30 septembre 1986.

● La troisième incertitude naît des conditions qui seront accordées pour inciter aux départs en préretraite des salariés âgés de plus de 55 ans. Si on peut estimer le nombre des agents concernés à 1.500, le dispositif devrait être suffisamment incitatif pour permettre aux personnels ayant cotisé moins de 150 trimestres d'obtenir une retraite à taux plein. Mais dès lors qu'il serait très incitatif, le dispositif serait plus coûteux pour les sociétés de service public et pour les régimes d'assurance de leurs salariés.

● La quatrième incertitude réside dans la répartition de la charge des indemnités de préretraite entre l'État et les organismes du service public. En effet, aux termes de la réglementation actuelle, les organismes devraient supporter le tiers de la rémunération de base et des cotisations d'assurance-vieillesse, ainsi que la totalité des cotisations d'assurance-maladie. Il faudrait donc, pour parvenir à un équilibre, que le nombre des départs en préretraite soit au minimum de 300, soit 20 % des personnels concernés, ce qui exigerait le renforcement du caractère incitatif des conditions de départ mais alourdirait un peu plus la charge des sociétés.

● La cinquième incertitude concerne la répartition des départs entre les différentes sociétés ; certaines d'entre elles ont un personnel jeune (I.N.A.) et d'autres ont utilisé en 1983 le mécanisme des contrats de solidarité (S.F.P.) pour favoriser les départs. Il est donc probable que des déséquilibres existeront entre les différents organismes, même si des objectifs particuliers ont été assignés à chacun d'entre eux.

● La sixième incertitude réside dans le taux de remplacement qu'entraînent ces départs. Les agents de l'audiovisuel sont très qualifiés et il n'y a pas toujours — sauf risque de désorganisation de certaines unités — possibilité de redéploiement immédiat. Que l'agent partant soit remplacé par la procédure d'un recrutement, soit en raison de la promotion d'un autre agent après un stage de formation, les deux régimes se traduiraient inévitablement par un coût qui s'additionnerait aux indemnités restant à la charge des sociétés.

Au total, les objectifs assignés aux sociétés pourraient facilement être atteints, voire même dépassés, en termes d'effectifs, mais les économies susceptibles d'en résulter seront très probablement inférieures à celles escomptées. En effet, ces mesures induisent des surcoûts qui n'ont pas été pris en compte, bien que ces économies participent à l'équilibre du budget des différents organismes.

Le tableau ci-après retrace la répartition de cet effort entre les différents organismes :

Organismes	Réductions d'effectifs	Réductions d'effectifs en 1986 (en pourcentage)	Dépenses économisées (en millions de francs)
T.D.F.	70	1,75	17,7
I.N.A.	32	3,36	6,5
A 2	35	2,56	8,5
FR 3	100	2,94	25,9
R.F.O.	12	1,53	3,6
Radio-France	100	3,12	21,5
R.F.I.	1	0,23	0,2

c) D'autres mesures d'économie pour les sociétés de programmes sont mises en œuvre, qui ne figurent pas dans le projet de loi de finances. Elles consistent en la suppression d'un certain nombre de contraintes qui devrait aboutir à une réduction des prix des prestations fournies aux sociétés de programmes de radio et de télévision.

● On peut citer en premier lieu la suppression du mécanisme des commandes obligatoires à la S.F.P. qui pourrait, à programmation inchangée, se traduire par une économie de l'ordre de 10 % du

chiffre d'affaires actuel, mais bien entendu cette économie pour les sociétés de programmes se traduira inéluctablement par un déficit pour la S.F.P. à conditions de gestion inchangées.

● Les prestations de diffusion seront facturées au même tarif qu'en 1986.

A ces mesures acquises pourraient être ajoutées d'autres mesures d'économie au sein des sociétés prestataires de services, mais qui, toutes, entraînent une baisse de leur chiffre d'affaires, ce qui supposerait par conséquent des modifications de structures ou la recherche d'une clientèle de substitution. Faute de quoi ces sociétés se trouveraient en déficit, ce qui obligerait, pour le combler, à prélever une partie de la redevance et annulerait l'économie réalisée en amont. C'est donc en réalité l'amélioration de la gestion des sociétés prestataires de services qui permettra seule d'alléger les coûts des sociétés de programmes.

d) Enfin, d'autres mesures d'économie pourraient résulter d'une révision de certaines options stratégiques, ce qui poserait à l'évidence des problèmes d'opportunité, car ces mesures conduisent à une réduction du service rendu.

C'est ainsi que des ressources pourraient être dégagées de l'arrêt de la politique de résorption des zones d'ombre (1), du ralentissement du plan de développement de R.F.I., de l'abandon par l'I.N.A. de ses activités de recherche...

C'est ainsi, par exemple, que le Gouvernement a voulu inciter Radio France à la réduction du nombre de ses radios décentralisées de service public mais que le conseil d'administration de la société a préféré répartir les mesures d'économie demandées (30 millions de francs) entre toutes les stations décentralisées en allégeant leur programmation propre, sans redimensionner la configuration du réseau.

e) Quoi qu'il en soit, toute politique de réduction des coûts exige la prise en compte des coûts induits, de l'incompressible temps de réponse qu'entraîne sa mise en œuvre et des mesures de suivi et de très sévère contrôle sans quoi — et votre rapporteur parle d'expérience — elle aurait, en finale, une répercussion inéluctable sur la programmation des chaînes. Il est en effet beaucoup plus simple de réaliser des économies en ce domaine, sans pour autant sacrifier l'audience. Il suffit de réduire les dépenses de création de fiction, dont le coût moyen horaire avoisine les 2,5 millions de francs, soit cinq fois plus que celui des achats de films ; le remplacement de cinquante heures de fiction originale par des achats de séries ou de téléfilms étrangers ou déjà diffusés permet, au prix actuel du marché, d'économiser sans douleur interne et sans contestation syndicale plus de 100 millions de francs. Dans ce constat réside

(1) A titre d'exemple : 545 réémetteurs de TF 1 desservent des zones de moins de 100 habitants et coûtent 23 millions de francs pour desservir moins de 30.000 habitants.

l'échec de la politique du Gouvernement précédent. Votre rapporteur souhaite que la continuité ne se manifeste pas en ce domaine.

*
* *

2.2.2. Le désengagement de l'Etat trouve rapidement ses limites.

Au cours des deux précédentes législatures, les gouvernements ont pris la décision d'engager d'importants programmes de développement dans le domaine de la communication audiovisuelle. Il s'agit de la décision prise en 1979 de construire et d'exploiter un système de satellites de diffusion directe, d'une part, et d'autre part du lancement d'un plan de développement des réseaux câblés à partir d'une technologie très novatrice : la fibre optique.

Le Gouvernement a décidé en 1986 de se retirer du financement de ces projets, assurant les engagements déjà contractés mais ne souscrivant à aucun autre, le relais devant être pris par l'initiative privée, qu'elle soit nationale ou locale.

Votre rapporteur a, dans son précédent rapport, largement évoqué le plan câble et les satellites de diffusion directe TDF 1 - TDF 2 ; il se contentera dans le présent rapport de rapprocher les objectifs initiaux des résultats obtenus à ce jour.

2.2.2.1. Le satellite de diffusion directe TDF 1 - TDF 2.

Cette question fait l'objet d'amples développements dans le chapitre consacré à Télédiffusion de France (1).

2.2.2.2. Le plan câble.

Conformément aux orientations du IX^e Plan, le Gouvernement a décidé, au cours du Conseil des ministres du 3 novembre 1982, du lancement d'un plan de développement du réseau câblé, en fibre optique.

Les objectifs suivants avaient été définis :

- pour 1986 : 1,4 million de prises commandées et raccordées ;
- pour 1992 : 7 millions de prises commandées et raccordées, soit 4,5 millions de ménages effectivement raccordés et payant un abonnement.

Les problèmes financiers et techniques concernant la technologie retenue et les réticences des collectivités locales à s'engager dans une aventure risquée ont conduit la D.G.T. à réduire ses ambitions. Il a été proposé, et il semble que cette solution soit plus séduisante pour les collectivités locales, de combiner les deux techniques et de s'orienter vers la réalisation du transport en fibre optique et de terminaisons coaxiales.

(1) Voir *infra* p. 299.

Ce changement d'attitude de la D.G.T. a aussitôt permis une accélération du rythme des réalisations. Au 22 juillet 1986, soixante protocoles pour la réalisation d'études techniques, la mise au point d'un schéma directeur des infrastructures techniques et la faisabilité financière des projets avaient été signés entre les P. et T. et des villes, pour une population d'environ 10,8 millions d'habitants dans 4,9 millions de foyer (contre 36 à la même période de 1985 représentant une population de 7,5 millions d'habitants). A la même date, vingt-huit conventions-cadres concluant, site par site, un accord sur les principes généraux de mise en œuvre et d'exploitation du réseau, et notamment la commande de la première tranche de prises raccordables, avaient été signées pour environ 6,7 millions d'habitants dans 3,4 foyers environ (contre 8 millions représentant 2,8 millions d'habitants en 1985).

Pour faire suite à ces conventions, après le réseau expérimental de Biarritz (1), après le réseau de Cergy-Pontoise (2), la prochaine mise en service aura lieu à Paris dans les XIII^e, XIV^e, XV^e arrondissements à la fin de octobre 1986 où 50.500 prises raccordables seront livrées avant la fin de la présente année. L'année 1987 devrait voir l'ouverture de nouveaux réseaux à Mantes, Nîmes, Montpellier, Boulogne, Neuilly, Levallois-Perret, Grenoble, Toulon, ainsi que dans de nouveaux arrondissements de Paris.

Ces opérations sont financées sur le budget de la D.G.T., tandis que les villes fournissent habituellement les locaux nécessaires aux centres de distribution auxquels sont rattachés les abonnés.

La loi du 30 septembre 1986 a modifié le dispositif de prise de décision en matière d'installation des réseaux câblés qui relevaient d'un accord entre la D.G.T. et les communes. Désormais, les communes décideront de l'établissement des réseaux locaux de vidéocommunication destinés à la diffusion. L'exploitation commerciale des services sera, sur proposition des communes, autorisée par la C.N.C.L.

Dans ce système, le recours à la maîtrise d'œuvre de la D.G.T. n'est plus obligatoire, les communes lançant en toute indépendance des appels d'offres. Chaque maître d'ouvrage potentiel proposera alors ses tarifs et les adaptera au cas par cas. La D.G.T. participera à ces appels d'offres mais sans exclusivité à l'une. Elle est placée en concurrence et perd le monopole de la construction des réseaux. Cependant, l'Etat respectera ses engagements aux termes des protocoles d'accord déjà signés et les communes ayant signé des conventions-cadres ou des protocoles d'études disposeront d'un délai réduit pour aboutir à des conventions définitives.

Six milliards de francs auront été engagés par le budget annexe des P.T.T. de 1980 à 1986 pour la réalisation de cette « première

(1) 1.276 abonnés (pour un coût de 115 F/mois).

(2) 23.000 foyers raccordables, mais 1.000 abonnés (pour un coût de 110 F/mois).

phase » du câblage et 2,2 milliards de francs sont prévus en recettes préaffectées pour achever les couvertures en cours d'exécution. Il convient d'y ajouter 749 millions de francs engagés par la délégation aux vidéo-communications pour des centres de recherche et développement. Au total, c'est donc 9 milliards de francs que l'Etat aura à dépenser pour le lancement de ce projet. Le relais devrait désormais être pris par les collectivités locales et les investisseurs privés qui deviendront leurs concessionnaires.

2.2.2.3. L'Etat ne peut se désintéresser totalement de l'effort de recherche en matière de communication audiovisuelle. L'enjeu technologique et économique est trop important pour que la France puisse prendre le risque de voir se creuser le fossé entre elle et d'autres puissances industrielles comme le Japon ou les Etats-Unis. Le projet de télévision haute-définition en constitue un exemple d'actualité.

Le Japon, à l'initiative de la société de service public NHK, a mis au point un système de production de télévision haute-définition (T.V.H.D.) - 1125 lignes/60. Sa volonté, relayée par la firme américaine C.B.S., a été d'imposer ce nouveau standard lors de la deuxième session du Comité consultatif international des radiocommunications (C.C.I.R.) (1) qui s'est tenu à Dubrovnik en mai 1986.

Or il s'avère que le standard japonais n'est pas compatible avec les matériels actuellement en service dans la plupart des pays européens, ni avec leurs évolutions déjà approuvées par les instances internationales (norme 4.2.2. de télévision numérique, norme de la famille M.A.C.). Son adoption aurait conduit à périmer très rapidement l'ensemble du parc existant et compromis les évolutions vers la télévision haute définition adoptées par les industriels européens afin d'assurer une totale compatibilité avec le parc existant. Dès lors, les industries japonaises de l'électronique grand public auraient pu supplanter définitivement leurs concurrents européens en les privant de tout accès au marché mondial (sauf à accepter de travailler en sous-traitance) et en les empêchant de poursuivre, faute de moyens, l'effort de recherche vers des normes encore plus évoluées.

Fort heureusement, le C.C.I.R. a accordé quatre années de répit aux Européens et aux Australiens pour leur permettre de développer leur projet. Il s'agit, dans une première étape, d'aller vers la télévision haute qualité (images 625 lignes de haute qualité avec sons stéréo, sons multilingues et services additionnels) diffusés par les satellites de diffusion directe et utilisant une norme de la famille « M.A.C. », avec production en numérique, avant de s'engager d'une manière irréversible dans la télévision haute définition de façon compatible avec l'étape précédente.

(1) Il s'agit de l'instance de normalisation mondiale en matière de radio communication pour tous les pays membres de l'Union internationale des télécommunications (U.I.T.).

Dans le cadre d'Eurêka, l'ensemble des industriels européens de l'électronique grand public, Thomson C.S.F., Philips, Bosch Fernseh et Thorn Emi, ont décidé de mettre en commun leurs recherches. Ce projet a obtenu le soutien de la C.E.E. et sera doté de subventions publiques pour un montant de 180 millions d'ECU, sur cinq ans (1,5 milliard de francs environ). Les pouvoirs publics français participeront à ce projet par un soutien financier (à hauteur de 50 %) et technique par l'appui du Centre commun d'études et télédiffusion et de télécommunication (C.C.E.T.T.).

Le premier objectif est la définition et la démonstration d'une norme mondiale avant 1988, date de la réunion de la Commission d'études compétente du C.C.I.R.

Le projet doit aboutir à des réalisations commercialisables à l'horizon 1990.

Votre rapporteur n'a cependant pas obtenu à ce jour de prévisions ni sur le montant et le calendrier de mise en œuvre des engagements budgétaires de la France ni sur les chapitres budgétaires sur lesquels ces crédits sont imputés. Il souhaite que le Gouvernement réaffirme son soutien au projet et fasse connaître avec précision la nature, le montant et les modalités de son aide au développement de cette technologie. Il s'inquiète, en outre, des conséquences de la situation financière de T.D.F. sur l'effort consenti par cet établissement dans le domaine de la recherche.

2.2.2.4. Si le désengagement de l'Etat trouve ses limites en matière de recherche-développement, il serait imprudent de l'envisager dans deux autres domaines : celui de l'action culturelle extérieure et celui des aides à la presse écrite.

a) L'action culturelle extérieure.

L'action culturelle extérieure, qui relève de la compétence du ministère des affaires étrangères, dispose grâce aux moyens audiovisuels d'un bon vecteur pour l'illustration de la culture et de la langue françaises ; il devrait s'y intéresser davantage.

Or jusqu'à présent, le ministère des Affaires étrangères a eu plutôt tendance à se désengager, laissant le soin à des sociétés de service public, R.F.I. (pour l'action radiophonique et une agence photographique), R.F.O. (pour l'agence d'images A.I.T.V.) et Satellimages (filiale des sociétés nationales de programmes de télévision française, belge franco-phone, suisse romande et du Consortium de télévision du Québec) le soin de développer de tels projets, contribuant avec plus ou moins de générosité et de régularité à leur lancement et leur développement, l'essentiel de la charge étant supporté par la redevance.

En outre, l'action de coopération dans le domaine de l'audiovisuel a été développée au sein de la société holding gérant les participations de l'Etat dans les radios périphériques, la SOFIRAD. Cette société et ses filiales ont ainsi mis en œuvre un programme de radiodiffusion à destination du Proche-Orient (SOMERA), des actions de coopération avec plusieurs Etats d'Afrique (Maroc, Gabon) ou du Proche-Orient (Liban), des actions d'exportations vers les Etats-Unis et vers le Brésil. Enfin, il importe de ne pas négliger en ce domaine le rôle de TDF par l'intermédiaire de ses filiales (ADETE et SOMERA).

Une telle action s'avère donc multiforme, peu coordonnée et coûteuse. SOFIRAD et TDF n'ont pu maintenir les activités de leur filiale qu'en y affectant les résultats positifs d'autres départements ou d'autres filiales (Europe 1, jusqu'en 1986, RMC...). Or cette situation va prendre fin avec la cession des actifs des radios périphériques aux secteurs privés (Europe 1 en mars 1986, RMC et Sud Radio dans un délai encore indéterminé) et les économies budgétaires réclamées à TDF.

L'heure est donc venue de se demander s'il n'y aurait pas intérêt, pour assurer la continuité de l'action de la France dans ce domaine et en développer les moyens, de regrouper l'ensemble de ces activités au sein d'une même structure, sur laquelle le ministère des Affaires étrangères disposerait d'une certaine maîtrise et à laquelle il apporterait des financements en conséquence. Votre rapporteur proposera prochainement au Sénat la constitution d'une mission d'information sur ce sujet.

b) Les aides à la presse écrite.

Depuis 1984, le Sénat a montré son attachement à la mise en place d'un régime d'aides à la presse écrite efficace et inscrit dans la durée. Des progrès ont été réalisés dans cette direction en 1986 (pérennisation des taux préférentiels de T.V.A. et du régime d'aide aux journaux à faibles ressources publicitaires) et le projet de loi de finances pour 1987 prévoit la pérennisation pendant cinq ans du régime d'aide fiscale à l'investissement (article 39 bis du code général des impôts).

Pendant, les problèmes de la presse écrite dans cette période d'importantes et rapides mutations du secteur de la communication sont nombreux et nécessitent un traitement privilégié. En outre, la Cour des comptes, dont les conclusions doivent, pour une fois, être reprises avec réserve et prudence, a observé que le régime actuel des aides à la presse conduisaient à des distorsions entre le résultat effectif et les intentions initiales. Il importerait donc, en associant à cette démarche les organisations professionnelles de la presse et le Parlement, d'établir un bilan des aides à la presse pouvant déboucher sur un certain nombre d'améliorations. Votre rapporteur souhaiterait que l'on distinguât les aides aux lecteurs, dont la finalité est d'abaisser

le prix de vente des publications, des aides à l'investissement qui devaient faire l'objet d'un plan pluriannuel dont la reconduction ne devait pas être systématique. A cet égard, l'exemple italien pourrait servir de référence.

Il faut être conscient qu'en ce domaine, il sera difficile à l'Etat de limiter de façon drastique ses engagements financiers.

*
* *

Enfin, votre rapporteur souligne l'existence d'une autre catégorie de dépenses potentielles, dont le montant risque de ne pas être négligeable. Il s'agit de l'indemnisation des concessionnaires de la « 5 » et de « TV 6 » dont les contrats ont été dénoncés, et éventuellement des titulaires d'autorisations d'exploitation des canaux des satellites TDF 1-TDF 2 dont les autorisations ont été retirées par la loi du 30 septembre 1986.

Quel que soient les efforts de réduction des charges réalisés dans le secteur public, il va se poser très rapidement, à échéance de deux à trois ans, un véritable problème de financement public du secteur de la communication. Ce problème sera d'autant plus difficile à résoudre, dans l'hypothèse d'un développement moins important que prévu du marché publicitaire, puisque le rééquilibrage ne pourra être réalisé entre les différentes composantes du système de communication, que par des restructurations profondes ou par un relèvement du niveau des engagements financiers de l'Etat en faveur de ce secteur d'activité.

Ce phénomène pourrait de surcroît être accentué en cas d'inflation du coût des programmes.

III. — L'ACCROISSEMENT DU COUT DES PROGRAMMES

Quelles que soient les économies réalisées par les sociétés de programme sur leurs charges de personnel et leur gestion courante, le poste de charges d'exploitation des télévisions le plus élevé est, et de loin, constitué par les frais d'achat, et surtout de production de programmes. Pris au sens large, les programmes représentent (y compris l'information) près des deux tiers des dépenses des chaînes de télévision.

Sans doute est-il difficile de déterminer avec exactitude les coûts de programmation tant ils dépendent de nombreux facteurs non quantifiables :

— de la programmation, qui est un « savoir-faire » particulier et qui, elle-même, dépend de la concurrence ;

- des arbitrages entre achats et productions de programmes. L'accroissement des dépenses de programmes des sociétés du service public telles qu'elles apparaissent dans les budgets fonctionnels est surtout lié à l'accroissement du volume de diffusion et marque une tendance à la diminution en volume des productions originales. Cette distorsion s'explique principalement par le fort accroissement des coûts de la création audiovisuelle ;

- des capacités à négocier sur le marché international ou national de programmes (retransmissions sportives incluses) ;

- des gains de productivité obtenus dans la production de programmes. Cependant, tout laisse supposer que l'accroissement de la concurrence conduira à une hausse des prix des programmes les plus attractifs et qu'il sera difficile dans un premier temps d'obtenir des gains significatifs de productivité au niveau de la production nationale sans un effort d'investissement en matériel nouveau considérable.

- un risque important d'inflation des coûts des programmes à forte audience.

Le succès de la programmation sur une chaîne à large audience dépend de la satisfaction des goûts du public. Telles qu'elles se sont exprimées jusqu'à présent, les préférences du public vont prioritairement vers les films cinématographiques, les émissions animées par des présentateurs populaires, certains sports. Il n'est donc pas étonnant que, depuis quelques années, une concurrence assez vive se soit exercée entre les chaînes du service public, qu'est venue renforcer l'arrivée de Canal Plus en 1985. La Haute Autorité a eu ainsi beaucoup de mal à faire admettre en matière de retransmissions sportives une position commune entre les sociétés de service public évitant la surenchère.

3.1. L'acquisition de films, téléfilms et séries sera plus coûteuse.

Les programmes de qualité sont rares et les exemples étrangers montrent que l'acquisition de certaines séries populaires a pu déclencher des surenchères importantes entre les sociétés de programme de télévision. L'acquisition des séries américaines *Dallas* et *Dynastie* a ainsi donné lieu à de véritables batailles entre la B.B.C. et I.T.V. en Grande-Bretagne, le groupe Berlusconi et la R.A.I. en Italie.

L'internationalisation des moyens de diffusion et l'arrivée des télévisions commerciales vont probablement entraîner un accroissement des coûts des achats de droits. Les programmes sont même devenus des « denrées » sur lesquelles il est possible de spéculer. Se sont ainsi créés, au cours des deux dernières années, plusieurs sociétés dont l'objet est d'acquérir des droits audiovisuels afin de les revendre aux sociétés de programme.

Cet accroissement du coût des droits de diffusion peut avoir un effet positif sur la création originale en ce qu'elle incite les sociétés de programme à participer à titre de coproducteur, au financement des programmes cinématographiques et audiovisuels, acquérant de ce fait un droit de diffusion prioritaire. Le système s'est d'ailleurs développé pour le cinéma, avec la création par les sociétés nationales de programmes de filiales cinématographiques.

La distorsion entre achats de droits et productions pourrait de ce fait s'atténuer quelque peu. Ce faisant, qu'il s'agisse de l'augmentation des prix des produits achetés ou de l'effort supplémentaire en faveur de la production déléguée ou des coproductions, ils imposent aux sociétés de programme des coûts supérieurs aux coûts actuels.

3.2. L'explosion des coûts de retransmissions sportives.

La retransmission des manifestations sportives constitue un élément significatif de l'audience des chaînes de télévision et est susceptible de leur apporter des ressources publicitaires importantes.

Les différentes escarmouches qui ont marqué depuis 1984 les relations entre la Fédération française et la Ligue nationale de football, d'une part, et les sociétés de télévision, d'autre part, pour l'acquisition de l'exclusivité des droits de retransmission des matches ou la mise en œuvre d'un « multiplex sportif » sont exemplaires des mutations qui se profilent. Les sports les plus populaires se sont largement professionnalisés et l'organisation des manifestations est conçue comme une véritable entreprise commerciale, pour laquelle les droits de retransmission représentent une recette essentielle.

Le mécanisme d'accroissement des coûts est d'ores et déjà enclenché. En 1985, TF 1 a consacré 30,5 millions de francs pour la diffusion des événements sportifs, et Antenne 2, 12,8 millions de francs. En 1986, les sommes dépensées atteignent 39 millions de francs pour TF 1 et 19,6 millions de francs pour Antenne 2.

L'arrivée de Canal Plus en 1984, dont la programmation fait une large place aux films et aux retransmissions sportives, avait relancé la bataille des prix des retransmissions des matches de football. C'est dire que l'arrivée des télévisions commerciales est susceptible d'accroître très vivement la concurrence.

Dans son rapport au Conseil économique et social du 9 avril 1986, M. Nelson Paillou observe l'explosion des droits de télévision pour les grands événements (jeux Olympiques, « Mondial » de football et sports américains).

Droits de retransmission des Jeux Olympiques perçus par le Comité Olympique.

(En millions de francs.)

	Eté	Hiver
1960	Rome : 9,6	Squaw Valley : 0,4
1976	Montréal : 272	Innsbrück : 92,8
1984	Los Angeles : 2.300	Sarajevo : 824
1988	Séoul : de l'ordre de 4.000	Calgary : 2.400

La même évolution semble se dessiner tant pour les spectacles sportifs que pour les productions cinématographiques. Les sociétés de programme vont avoir tendance à participer de plus en plus à la production de spectacles et à leur promotion, obtenant en contrepartie les droits de retransmission. Cette pratique n'est pas nouvelle ; elle fut largement utilisée par la presse écrite, la place du journal *l'Equipe* dans l'organisation du Tour de France cycliste en témoigne. A son tour, la télévision devient partie prenante dans l'organisation même du spectacle. C'est ainsi que M. Berlusconi a, en 1986, accédé à la direction de l'A.C. Milan, espérant ainsi obtenir de la Fédération italienne de football une position plus compréhensive en matière de retransmission sportive. C'est ainsi que T.B.S. (Turner Broadcasting Service) a organisé en juillet dernier, avec un succès commercial médiocre, il est vrai, des « jeux olympiques » *bis* (Goodwill Games) à Moscou, réunissant plusieurs milliers d'athlètes d'au moins cinquante pays, dont 550 américains ; le financement (80 millions de \$) étant prise en charge pour moitié par l'Etat soviétique.

Enfin, les acheteurs de droits de retransmission ont pu imposer aux organisateurs des changements conséquents dans l'organisation des manifestations sportives. Ainsi, pour satisfaire les téléspectateurs américains et relever au maximum ses contrats publicitaires liés à l'importance de l'écoute, A.B.C. a essayé d'imposer aux organisateurs des J.O. de Séoul (1988) la fixation des horaires des finales tôt le matin (en raison du décalage horaire et afin de pouvoir diffuser les finales en direct à des heures de grande écoute). Ces exigences n'ont pas trouvé d'écho favorable du C.I.O. mais certaines fédérations ont néanmoins donné leur accord. De même, la Fédération internationale de football (F.I.F.A.), en réponse à la demande de l'Eurovision, a accepté de programmer en fin de matinée certaines rencontres du « Mondial » à Mexico, en dépit des conditions insatisfaisantes pour les joueurs (2.250 mètres d'altitude, à midi, en juin...).

3.3. La rémunération de certains cachetiers sera plus importante.

L'extension de la compétition pour l'audience entre les chaînes entraînera une hausse des rémunérations des cachetiers dont la personnalité provoque des déplacements importants d'audience. Ce phénomène jouera cependant sur un nombre limité de personnes et ses effets globaux seront sans doute assez faibles, mais significatifs (plusieurs millions par chaîne). D'ores et déjà, il est de notoriété publique que certains repreneurs de TF1 ou de la « 5 » proposent des contrats d'exclusivité aux « vedettes du petit écran ». Dans cette compétition, le service public, qui a contribué à forger la popularité de ces animateurs de talent, se trouvera financièrement le plus mal placé pour résister aux surenchères. Les conséquences sur l'audience pourraient ne pas être négligeables.

*
* *

L'ensemble de ces évolutions (marché publicitaire, place des financements publics et évolution des coûts des programmes) ne sera pas sans conséquence sur la création d'images et le développement de la production originale française.

Plusieurs scénarios sont envisageables :

● Les télévisions commerciales ne consentiront un véritable effort en faveur de la production originale française que si leur équilibre financier est assuré, ce qui suppose soit une forte expansion du marché publicitaire, soit un abaissement de la ponction du service public sur ce marché. Dans le cas inverse, elle aura tendance à limiter ses risques et à programmer des émissions peu coûteuses (plateau, films et séries étrangères) et à forte audience.

● Les télévisions publiques ne pourront consentir un effort supplémentaire en faveur de la création que si celles-ci disposent des ressources nécessaires, ce qui suppose une garantie d'évolution des financements publics ou de l'apport de ressources publicitaires. Dans une situation financière tendue, elles auront tendance soit à calquer leur politique de programme sur celle des chaînes commerciales à profil bas, soit à proposer des programmes établis en fonction des obligations de leur cahier des charges, mais sans audience véritable, ce qui nuirait à terme à la légitimité de leur mode de financement.

A plus long terme, mais la réalisation d'une telle hypothèse suppose l'engagement de capitaux importants, publics ou privés, que les opérateurs ne sont peut-être pas capables de mobiliser immédia-

tement, seul l'abaissement des coûts de production des programmes permettra d'atteindre un équilibre dynamique et créateur. La réalisation de cet équilibre exige en effet une modernisation et une industrialisation du mode de production des œuvres audiovisuelles, et par conséquent des investissements en studios modernes et en matériel performant.

CHAPITRE II

UN SECTEUR FRAGILE : LA PRESSE ÉCRITE

Dans l'introduction de son rapport sur les aides à la presse (1), la Cour des comptes observait que :

« La situation de la presse, au moins celle de la presse d'information politique et générale, est difficile : la diminution de ses lecteurs et la régression de sa part relative dans les ressources publicitaires vont de pair avec des charges d'exploitation lourdes et une insuffisante capacité de financement en vue de la modernisation. »

Ces observations demeurent d'actualité, même si l'année 1986 a été marquée pour la presse écrite par des évolutions permettant un espoir de redressement :

- la restructuration de certaines entreprises de la presse quotidienne nationale d'information politique et générale semble commencer à porter des fruits en nombre de lecteurs ;

- la loi du 23 octobre 1984 sur « le pluralisme et la transparence » imposait aux entreprises de presse des contraintes inutiles. Elle empêchait la concentration des entreprises, comprise avant tout comme un moyen de réduire les coûts par des économies d'échelle. Elle sera prochainement abrogée et remplacée par un régime juridique mieux adapté qui sauvegardera en même temps les intérêts des lecteurs ;

- l'extension du mécanisme d'incitation fiscale aux investissements des entreprises de presse dans la télématique ouvre à celles-ci des perspectives de diversification bien adaptées à leur structure.

Toutefois, l'inquiétude des dirigeants de la presse écrite face à l'évolution du marché publicitaire se trouve renforcée par le développement des télévisions commerciales, avec notamment la perspective de privatisation de TF 1, telle qu'elle est initiée par la loi du 30 septembre 1986 sur la liberté de communication.

La modernisation du régime des aides à la presse, demandée avec constance par la Haute Assemblée depuis plus de trois ans, devient urgente. Votre commission a considéré qu'en ce domaine, l'effort de

(1) Rapport publié par l'Assemblée nationale, 7^e législature, n° 3029, en décembre 1985.

l'exécutif avait été insuffisant en 1986 puisque les crédits d'études adoptés par le Parlement en 1985 et destinés à préparer cette modernisation n'ont pas été consommés et qu'aucune décision, même de principe, n'a encore été arrêtée en ce sens.

1. LA FRAGILITÉ FINANCIÈRE DES ENTREPRISES DE PRESSE

1.1. L'augmentation des charges.

1.1.1. *Le prix des papiers de presse.*

Le rôle de la Société professionnelle des papiers de presse (S.P.P.P.) est d'assurer l'approvisionnement de la presse en papier journal, au même prix, quel que soit le journal en cause, sa tendance, sa localisation ou son importance. La S.P.P.P., par une convention avec l'Etat en date du 8 juin 1961 (actuellement en cours de renouvellement) remplit les obligations qui lui sont imposées en matière de fixation de prix unique de péréquation, assure les importations de papier de presse dans le cadre des programmes établis après délibération du bureau central des papiers de presse (B.C.P.P.) et gère le stock national de sécurité de deux mois.

a) Le prix de péréquation a été fixé à 3.900,50 F la tonne, soit une hausse modérée, + 1,9 % intervenue le 1^{er} mai 1986. En outre, une ristourne conjoncturelle de 3 % est appliquée par la S.P.P.P. à ses clients sur le prix de péréquation depuis le 1^{er} juillet 1986 et jusqu'au mois de novembre par décision de son conseil d'administration.

Durant ces dernières années, la progression du prix de péréquation du papier journal a été, en règle générale, inférieure au : taux d'inflation. Toutefois, le prix de péréquation demeure élevé pour quelques grands groupes de presse qui pourraient trouver sur le marché international des approvisionnements à un coût plus faible.

b) Le mécanisme de la péréquation repose essentiellement sur le respect du principe coopératif. Aussi, si les distorsions de prix entre le tarif de la S.P.P.P. et le marché international apparaissent trop flagrantes, certains groupes n'hésiteraient-ils pas à s'affranchir des règles de la coopérative. Cette rupture, logique au regard des règles de l'économie de marché, auraient toutefois des conséquences préjudiciables pour les entreprises les plus faibles, incapables d'accéder au marché international en raison du volume même de leurs achats, et plus encore pour l'industrie papetière française qui trouve dans la S.P.P.P. un excellent client.

Aussi votre rapporteur suivra-t-il avec attention la renégociation de la convention entre la S.P.P.P. et l'Etat.

c) Enfin, le régime de péréquation des prix du papier journal qui a été établi sur la base d'arrêtés pris en application de l'ordonnance du 30 juin 1945 risque de perdre sa base légale en cas de suppression de ce texte de référence. Aussi votre rapporteur s'associe-t-il aux démarches entreprises par la Fédération nationale de la presse française afin qu'une disposition dérogatoire maintienne le principe de contrôle des prix pour améliorer le dispositif légal d'approvisionnement en papier de presse.

1.1.2. *L'augmentation des tarifs postaux.*

Votre rapporteur a eu l'occasion, dans la présentation générale des crédits destinés à la presse, de souligner (1) :

● l'augmentation rapide des tarifs postaux, conséquence du plan de rattrapage prévu par les accords Laurent de 1979 :

1980 : + 25 % ;

1981 : + 27 % ;

1982 : + 22,8 % ;

1983 : + 21,3 % ;

1985 : + 18,6 % ;

1986 : + 17,4 % ;

1987 (prévision) : + 13,7 %.

En huit ans, les tarifs ont été multipliés par 4,79 alors que l'indice I.N.S.E.E. au cours de la même période était multiplié par 2,03.

● le caractère déficient du service des P.T.T. notamment en raison des conflits sociaux, alors que la qualité et la régularité du service postal est indispensable aux publications. Quand la poste va mal, c'est la liberté qui souffre. C'est pourquoi la commission de contrôle du Sénat chargée d'examiner les modalités de fonctionnement des services des postes avait suggéré (2) l'instauration d'un service postal minimum en cas de grève et précisé que « pour l'essentiel, il s'agirait de continuer à assurer le transport des objets de presse ».

● le désengagement du budget général de l'Etat qui ne compense plus la charge du tarif préférentiel accordé par les P.T.T.

(1) Voir *supra* page 26 et suivantes.

(2) Sénat 1984-1985 n° 375 page 93.

Aussi votre rapporteur note-t-il avec satisfaction l'installation, le 12 novembre, du groupe paritaire chargé d'étudier les aménagements à apporter à la structure tarifaire.

1.1.3. *Le régime fiscal de la presse.*

Deux mesures fiscales sont traditionnellement favorables à la presse : l'application d'un taux de T.V.A. réduit à 4 % (2,1 % pour les quotidiens d'information politique et assimilés) et l'article 39 *bis* du code général des impôts qui permet aux entreprises de déduire (dans une certaine limite) de leurs bénéfices imposables le montant des investissements qu'elles engagent.

Dans son rapport au nom de la commission spéciale du Sénat sur le projet de loi visant à limiter la concentration et assurer la transparence financière et le pluralisme des entreprises de presse, votre rapporteur observait que ces dispositions avaient été progressivement remises en cause (1). Il notait également que la reconduction, chaque année, de ces deux mesures essentielles pour la presse — la réduction du taux de T.V.A. et l'application de l'article 39 *bis* — était soumise à l'arbitrage du Gouvernement, engageant la presse dans une négociation incertaine et que cette situation s'opposait à toute gestion prévisionnelle et à tout programme financier que pourraient mettre en place les entreprises de presse.

Aussi avait-il accueilli avec intérêt l'annonce de la pérennisation du taux réduit de T.V.A. instituée par la loi de finances pour 1986.

La pérennisation pour une durée de cinq années des dispositions de l'article 39 *bis* prévue à l'article 23 du projet de loi de finances pour 1987 va dans le même sens et constitue un encouragement à l'investissement dans la mesure où elle permet aux entreprises de presse d'en répartir la charge sur plusieurs années avec la certitude de bénéficier du régime fiscal préférentiel.

Votre rapporteur se félicite aussi de l'extension, par circulaire, du champ d'application de l'article 39 *bis* aux investissements réalisés par la presse dans le domaine de la télématique.

Cependant il lui paraît indispensable de revoir ce dispositif, afin de mieux l'adapter aux besoins de la presse écrite.

Ce système a permis à certaines entreprises de presse de réaliser des investissements importants, mais il est insuffisant pour drainer vers ce secteur les capitaux nécessaires à la diversification et à la modernisation constante de l'appareil de production. En effet, il ne profite qu'aux entreprises dégagant un résultat positif ; il exclut donc certaines entreprises apparemment peu rentables mais qui pourraient le devenir en se modernisant. En outre, les entreprises de presse dégagent générale-

(1) Sénat, 1983-1984, n° 308, pages 22 et suivantes.

ment des moyens insuffisants pour profiter pleinement du mécanisme de l'article 39 *bis* et celles qui peuvent en bénéficier sont celles qui disposent déjà d'équipements modernes et qui pourraient mieux supporter la charge d'autofinancement. Il aboutit en quelque sorte à suréquiper certaines entreprises sans pouvoir être profitable à celles qui en auraient le plus besoin.

Votre rapporteur souhaite qu'à l'occasion d'une table ronde sur le régime économique de la presse qu'il espère voir se réunir prochainement, des mécanismes inspirés du système des S.O.F.I.C.A. soient étudiés. Ils permettraient, par des déductions fiscales significatives, d'inciter les épargnants à investir dans les entreprises de presse.

1.1.4. *Les charges sociales.*

L'évolution de la législation sociale depuis 1981 a très nettement aggravé le poids des charges salariales supportées par l'ensemble des entreprises.

En outre, marquées par un syndicalisme aussi conservateur que puissant, les entreprises de presse n'ont pu bénéficier comme les autres entreprises de la désindexation progressive des salaires, due au ralentissement de l'inflation. Lorsque l'on sait que les masses salariales représentent entre 80 et 90 % de la valeur ajoutée, on mesure l'ampleur des difficultés de cette catégorie d'entreprises. On sait que le corporatisme ambiant a empêché la réalisation de gains de productivité importants dans ces entreprises malgré la modernisation de l'appareil de production. Cette caractéristique n'est pas propre à la France ; les mêmes problèmes existent en Grande-Bretagne où le recours à des travailleurs affiliés au syndicat des électriciens pour faire fonctionner les nouvelles imprimeries du groupe Murdoch a conduit à de violents conflits avec les ouvriers affiliés aux syndicats du livre.

L'aggravation des charges sociales des entreprises et l'absence de gain suffisant de productivité ont conduit à une situation pénalisante pour l'économie française, car de nombreux éditeurs préfèrent désormais faire imprimer leurs publications à l'étranger.

1.2. L'évolution inquiétante des ressources de la presse écrite.

Les deux sources de financement des entreprises de presse, le lectorat et la publicité, n'ont pas suivi l'accroissement des charges. En outre, la stagnation des aides directes continue à noircir le tableau.

1.2.1. *Un lectorat insuffisant.*

Le meilleur atout pour un journal, ce sont les lecteurs.

En effet, la fidélité des lecteurs, et plus encore des abonnés qui avancent la recette, assurent celle d'un titre et détermine en outre le niveau de ses recettes publicitaires.

a) Malgré un système de distribution performant, le lectorat de la presse française reste assez faible.

Les modes de distribution varient selon les pays et les types de presse. Le portage à domicile est typique des quotidiens au Japon (où il représente 92,8 % de leur diffusion), dans les pays anglo-saxons (80 % des quotidiens aux Etats-Unis) et en Suède, alors qu'en France seuls quelques journaux y ont recours. L'abonnement postal est en général l'apanage des périodiques mais, en R.F.A., 61,9 % de la diffusion des quotidiens est assurée par ce mode de distribution, bien qu'on enregistre dans ce pays un récent développement de la vente au numéro.

Aussi bien est-ce la vente au numéro qui caractérise le système français comme le système italien. C'est un système perfectionné mais cher, impliquant un coût de diffusion unitaire élevé et un fort pourcentage d'invendus : en moyenne 22 % pour les quotidiens nationaux et les périodiques d'information générale et politique, 21 % pour les périodiques grand public. Le pourcentage varie considérablement en fonction de la diffusion : plus celle-ci est restreinte et plus les réglages sont difficiles, donc plus le taux d'invendus est élevé ; il peut atteindre 50 % pour un périodique diffusant à 50.000 exemplaires.

	1983 Tirage total annuel (en millions)	Pourcentage moyen de diffusion			
		Numéro	Abon- nement	Service gratuit	Total
Quotidiens nationaux d'information générale et politique nationale	874,8	60,2	15	3	78,2
Hebdomadaires nationaux d'information générale et politique	309,9	41,9	31,2	1	78,5
Quotidiens de province	2.506				
<i>dont :</i>					
semaine	2.318,5	62,7	22,7	3,4	88,8
7 ^e jour	187,5	79,1	6,9	2	87
Hebdomadaires départementaux et locaux	197,6	46	35	7	88
Périodiques grand public	3.488,4	56	(1) 21	(1) 2	(1) 79
Périodiques techniques professionnels	320,8	3	67	22	92

(1) Hors gratuits d'annonces.

Le système des N.M.P.P. (Nouvelles messageries de la presse parisienne) a permis le développement très performant de la vente au

numéro grâce au réseau des kiosques et marchands et à la centralisation de la distribution et des transports.

Ce système, rapide et égalitaire, qui autorise une entrée sur le marché sans investissement de distribution, a permis le démarrage de nombreux titres. Il a contribué au succès de la presse magazine à partir des années soixante. Cependant, il se révèle coûteux et sclérosant par certains aspects, empêchant le développement de politique d'abonnements à grande échelle, obligeant les entreprises à supporter un taux d'inventus élevé et des frais de promotion très importants.

Le développement du portage, déjà très répandu en Alsace, pourrait constituer un moyen de réaliser des économies appréciables pour la presse quotidienne. Il supposerait cependant que les charges salariales soient adaptées à cette forme de travail temporaire. Votre rapporteur note que des études sont actuellement menées par le ministère des affaires sociales qui pourraient déboucher sur un projet de loi.

b) Le déclin de la presse quotidienne semble arrêté, mais son lectorat est dramatiquement faible.

● Dans un récent article de la revue *Le Débat*(1), M. Yves Sabouret effectue un constat sans complaisance de la presse quotidienne française et de son développement.

(1) *Le Débat*, mars-avril 1986.

1985	Quotidiens nationaux		Quotidiens régionaux et locaux		Total	Indice France 100
	Nombre de titres	Exemplaires pour 1.000 hab. (pénétration)	Nombre de titres	Exemplaires pour 1.000 hab. (pénétration)	Exemplaires pour 1.000 hab.	
France	13	52	93	132	184	100
R.F.A.	7	148	424	263	411	223
G.-B.	16	590	79	137	727	395
Italie	0	"	80	92	92	50
Espagne.....	1	8	119	79	87	47
Belgique	24	142	67	214	356	193
Suisse	4	126	176	385	563	306
Autriche	2	197	78	159	356	193
Hollande	9	118	62	188	306	275
Suède	4	172	176	385	577	313
Finlande	6	187	92	479	666	361
Norvège.....	7	182	155	390	572	310
Canada	113	227	1.187	518	745	404
Etats-Unis	6	37	2.465	505	542	294
Japon	125	366	67	353	719	391
Australie	62	303	78	159	356	193

Source : Media Scene in Europe.

Son taux de pénétration sur ce marché est un des plus faibles du monde : exprimé en nombre total d'exemplaires diffusés pour 1.000 habitants, il est moitié moins élevé que ceux de pays comme la R.F.A., la Belgique, l'Autriche, les Pays-Bas, l'Australie, les Etats-Unis : trois fois moindre que celui qu'obtiennent la Suisse, la Suède, la Finlande, la Norvège ; quatre fois moindre que le niveau atteint par la Grande-Bretagne, le Canada, le Japon. Seules l'Espagne et l'Italie font plus mal.

Or cette situation peu enviable n'a cessé de se détériorer, lentement mais sûrement. Si l'on examine l'évolution depuis 1945 des tirages quotidiens rapportés au nombre de titres, on constate que la presse parisienne en a particulièrement pâti, perdant 16 titres sur 26 et 2 millions d'exemplaires quotidiens sur un peu moins de 5 millions (soit 43 %) ; et si la presse de province, elle-même ramenée de 153 à 70 titres, a réussi durant cette période à conserver un tirage à peu près stable, c'est dans un pays dont la population est passée dans le même temps de 40 à 55 millions d'habitants. Globalement, la comparaison de la courbe démographique avec celles du tirage total et du nombre d'exemplaires imprimés par 1.000 habitants est très significative : les trois tracés s'écartent inexorablement.

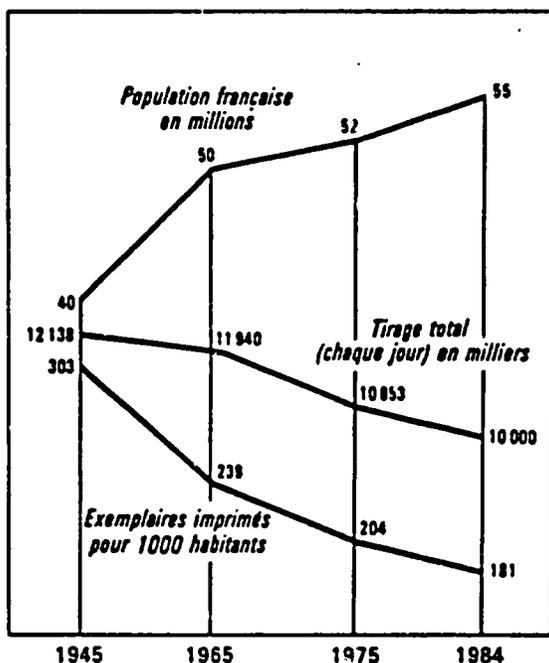
Évolution du tirage total.

Quotidiens : rapport Paris/province					
Année	Paris nombre de titres	Paris tirage total (milliers)	Province nombre de titres	Province tirage total (milliers)	Popu- lation (millions)
1945	26	4 600	153	7 530	40
1965	13	4 191	92	7 750	
1975	12	3 270	71	7 380	
1984	10	2 600	70	7 415	55

Source : Unesco, 1982.

Comparaison du tirage/pénétration/démographie.

40 ans de presse quotidienne



● Les résultats de la dernière enquête du Centre d'études des supports de publicité (C.E.S.P.) montrent que ce déclin paraît avoir été arrêté en 1985 et 1986 (1).

(1) Votre rapporteur regrette que les études du C.E.S.P. ne concernent pas tous les titres de la presse nationale (*Le Figaro, France Soir, Le Quotidien de Paris* ne figurent pas dans les statistiques) et que les quotidiens régionaux n'apparaissent que par groupes régionaux.

D'une manière générale, les quotidiens sont à la hausse en 1986, insignifiante pour les quotidiens régionaux mais marquée pour les titres parisiens.

56,1 % de la population française étudiée lit au moins un quotidien national ou régional (contre 55,1 % en 1985) soit 22,8 millions d'individus dont 18,6 à titre régulier (chaque jour). Mais il faut se souvenir que ce taux était de 57,3 % en 1983.

56,5 % de la population française étudiée résidant en province lit au moins un quotidien régional (même chiffre qu'en 1983), et 40 % (36,4 % en 1985) de la population française étudiée résidant en région parisienne lit au moins un quotidien national.

L'audience des quotidiens nationaux laisse apparaître une légère hausse, *l'Equipe* enregistre en lecture de la dernière période 810.000 lecteurs (contre 796.000 en 1985), *Le Monde* passe de 973.000 lecteurs en 1985 à 1.036.000 et sa pénétration de 2,4 à 2,5, *Le Parisien* passe, lui aussi, de 1.096.000 lecteurs à 1.138.000 et sa pénétration de 2,7 à 2,8. Seul *Le Matin* enregistre une légère baisse, 333.000 lecteurs en 1985 contre 303.000 cette année (voir tableau ci-après).

Quotidiens nationaux	Nombre de lecteurs (en milliers)		Pénétration (en pourcentage)		Habitude régulière de lecture (en milliers)	
	1985	1986	1985	1986	1985	1986
<i>La Croix</i>	258	251	0,6	0,6	226	210
<i>L'Equipe</i>	796	810	2	2	493	458
<i>Libération</i>	1	636	*	1,6	*	341
<i>Le Matin</i>	333	303	0,8	0,7	255	240
<i>Le Monde</i>	973	1.036	2,4	2,5	642	701
<i>Le Parisien</i>	1.096	1.138	2,7	2,8	882	913
Au moins 1 quotidien national	4.095	5.177	12,2	12,7	3.485	3.569
Au moins 1 quotidien régional	18.719	18.984	46,4	46,7	15.813	15.841
Au moins 1 quotidien France	22.217	22.790	55,1	56,1	18.445	18.621

Source : C.E.S.P. 1985 et 1986.

Titres et groupes des quotidiens de province	Nombre de lecteurs (en milliers)		Habitude régulière de lecture (en milliers)	
	1985	1986	1985	1986
Centre France	1.128	1.141	1.019	1.059
Groupe Inter-Ouest	538	531	440	446
Les journaux de l'Ouest	2.456	2.571	1.960	2.094
<i>La Nouvelle république du centre Ouest</i>	786	820	656	676
<i>Ouest France</i>	2.242	2.370	1.768	1.920
Les quotidiens du Sud-Ouest ..	»	1.396	»	1.171
Groupe Rhône-Alpes Bourgogne	1.059	1.027	896	846
<i>Sud-Ouest</i>	»	1.160	»	967
<i>La Voix du Nord</i>	1.279	1.256	969	967

Centre France (*La Montagne - Le Populaire du Centre - Le Berry républicain - Le Journal du Centre*).
 Grand Ouest (Centre France - Les Journaux de l'Ouest - Les Quotidiens du Sud-Ouest - (*La Nouvelle République du Centre-Ouest*).
 Groupe Inter Ouest (*Le Courrier de l'Ouest - Le Maine libre*).
 Les Journaux de l'Ouest (*Ouest France - Presse Océan - L'Eclair - La Liberté du Morbihan*).
 Les Quotidiens du Sud-Ouest (*Sud-Ouest - La France nouvelle République - La Charente Libre - L'Eclair des Pyrénées - La Dordogne Libre - La République des Pyrénées*).
 Groupe Rhône Alpes (*La Tribune - L'Espoir - Les Dépêches - L'Indépendant du Louhannais et du Jura*).

Ce redressement de la presse quotidienne est un signe encourageant. Il résulte d'une meilleure adaptation des produits à la clientèle. La restructuration de certains journaux et leur modernisation n'est sans doute pas étrangère à ce regain d'intérêt que votre rapporteur souhaiterait voir se confirmer en 1987.

c) **La presse magazine connaît une situation meilleure, bien que certains titres se trouvent dans une situation difficile ; dans le secteur des magazines, la France apparaît comme l'un des premiers pays consommateurs du monde. Elle vient au premier rang, *ex aequo* avec la Finlande, en nombre d'exemplaires diffusés par 1.000 habitants, soit 1.354 : le double de la Grande-Bretagne, de l'Italie, de la Suisse ; quelque 25 % de plus que la R.F.A. et les Pays-Bas et même 18 % de mieux que le Canada et les Etats-Unis. Quant au nombre de titres, qui doit bien entendu être rapporté, lui aussi, à la population, il atteint, avec 900 unités, un niveau qui classe également la France dans le peloton de tête et qui tranche spectaculairement avec le sous-développement ci-dessus évoqué des quotidiens.**

1985	Population totale (millions d'habitants)	Nombre de titres	Exemplaires pour 1.000 habitants (pénétration)	Indice France = 100
France	55,000	900	1.354	»
R.F.A.	61,750	1.200	1.018	75
Grande-Bretagne	56,300	1.150	656	48
Italie	57,140	250	711	52
Espagne	37,900	200	218	16
Belgique	9,800	129	1.183	87
Suisse	6,350	58	673	50
Autriche	7,500	19	276	20
Hollande	14,500	76	1.055	78
Suède	8,320	150	1.186	88
Finlande	4,800	56	1.354	100
Norvège	4,100	35	975	72
Canada	25,000	446	1.106	82
Etats-Unis	234,500	4.872	1.110	82
Japon	119,000	235	»	»
Australie	15,350	»	»	»

Source : Media Scene in Europe.

Beaucoup de magazines ont su se développer grâce aux techniques d'abonnement importées des Etats-Unis.

Alors que la plupart des quotidiens n'ont que 10 à 15 % d'abonnés, les magazines (hormis les féminins) atteignent souvent 50 à 90 %.

La faible lecture des quotidiens amène certains magazines à les suppléer au niveau de simples services. Ainsi en France, où la pénétration du journal est de moitié inférieure à celle des Etats-Unis, celle des hebdomadaires de télévision y est double.

C'est pourquoi les difficultés de certains titres, en particulier des magazines d'information générale et de la presse économique, sont principalement liées au développement des suppléments thématiques ou de fin de semaine (1) de certains quotidiens d'information. Désormais, quotidiens (grâce à leurs suppléments) et magazines se concurrencent sur le même marché.

L'enquête du C.E.S.P. concernant la presse magazine en 1986 montre que si plusieurs titres enregistrent une forte progression de leur audience, certains secteurs tels que la presse féminine, la presse de la décoration et la presse hebdomadaire d'information politique et générale continuent à perdre des lecteurs.

(1) Dont la présentation rappelle celle des magazines.

Parmi les fortes hausses, notons *Lire* qui enregistre 826.000 lecteurs (dernière période) contre 679.000 en 1985, soit une progression de 21,64 % *Ça m'intéresse* avec une progression de 12,80 %, *Géo* + 13,47 %, *Première* + 11,40 %, *Notre Temps* + 10 %.

Si l'on étudie les titres par secteurs, on constate que les news et la presse économique enregistrent une forte baisse : *l'Expansion* (- 18 %), *le Nouvel Observateur* (- 17 %), *Le Point* (- 10 %), *Le Nouvel Economiste* (- 9,6 %), *L'Express* (- 5 %).

	Nombre de lecteurs (en milliers)		Pénétration (en pourcentage)		Habitude régulière de lecture (en milliers)	
	1985	1986	1985	1986	1985	1986
<i>L'Express</i>	2.369	2.260	5,9	5,6	1.451	1.468
<i>L'Événement du jeudi</i>	»	833	»	2	»	404
<i>Minute</i>	570	478	1,4	1,2	334	307
<i>Le Nouvel Economiste</i>	625	565	1,6	1,4	373	375
<i>Le Nouvel Observateur</i>	1.951	1.615	4,8	4	1.151	1.048
<i>Paris-Match</i>	5.166	4.727	12,8	11,6	2.404	2.231
<i>Le Point</i>	2.119	1.913	5,3	4,7	1.311	1.109
<i>L'Expansion</i> (bimensuel)	1.200	986	3	2,4	969	781
<i>La Vie</i>	1.701	1.590	4,2	3,9	1.341	1.245
<i>V.S.D.</i>	2.273	2.260	5,6	5,6	1.316	1.229

Source : C.E.S.P. 1985-1986.

L'effet conjugué de la percée des suppléments magazines de fin de semaine édités par certains quotidiens et de *l'Événement du jeudi* (833.000 lecteurs) explique cette baisse généralisée.

Dans le domaine de la presse féminine, la tendance est à l'érosion des chiffres d'audience des magazines les plus anciennement installés sur ce marché. Ainsi *Elle* perd 5 %, *Marie-France* perd 9 % et *Marie-Claire* stagne. La progression des deux titres du groupe allemand Grüener und Jahr, l'hebdomadaire *Femme-Actuelle* créé en 1984 et le mensuel *Prima* créé en 1982, sont pour partie à l'origine de l'effondrement de *Femme-Pratique* (- 31 %), de l'échec de *7 jours madame* et de la disparition récente de *Confidences*.

Dans le secteur automobile, on constate le même phénomène : baisse pour *l'Action automobile* (- 10 %) et *l'Automobile* (- 10 %), progression pour *l'Auto-Moto* (+ 10 %) et *l'Echappement* (+ 8,50 %).

Par ailleurs, notons que tous les titres du secteur maison continuent à perdre une part importante de leur audience, y compris cette année,

Maison et Travaux (- 6,4 %), alors qu'en 1985 il avait gagné + 18 % de lecteurs.

En revanche, la majorité des titres du secteur télévision sont en constante progression : *Télé 7 jours* (+ 6,5 %), *Télérama* (+ 14 %), *Télé-poche* (+ 6 %), *Télé-journal* (+ 20 %), *Télé-star* (+ 8,7 %).

	Nombre de lecteurs (en milliers)		Pénétration (en pourcentage)		Habitude de lecture régulière (en milliers)	
	1985	1986	1985	1986	1985	1986
<i>Super Télé</i>	743	677	1,8	1,7	557	511
<i>TV Couleur</i>	"	476	"	1,2	"	383
<i>Télé-Guide</i>	777	579	1,9	1,4	607	450
<i>Télé journal/Télé de A à Z</i>	1.527	1.821	3,8	4,5	1.300	1.541
<i>Télé Magazine</i>	775	761	1,9	1,9	613	570
<i>Télé Poche</i>	6.959	7.385	17,3	18,2	5.792	6.172
<i>Télérama</i>	1.978	2.251	4,9	5,5	1.631	1.816
<i>Télé 7 Jours</i>	11.173	11.909	27,7	29,3	9.390	9.981
<i>Télé Star</i>	4.267	4.641	10,6	11,4	3.678	3.903

Source : C.E.S.P. 1985-1986.

On constate donc une très vive concurrence entre les titres de la presse magazine. Il devient important d'adapter sans cesse le contenu et la présentation des publications au goût des lecteurs. L'exemple de la presse féminine est significatif. Or l'adaptation n'est possible que si les groupes de presse dégagent des capacités de financement suffisantes pour lancer ou relancer un titre, ce qui n'est pas le cas de tous les groupes français.

Le remarquable succès du groupe de presse allemand « *Grüener und Jahr* », filiale de Bertelsman, qui est venu s'attaquer depuis plusieurs années au marché français, est exemplaire. Disposant de capitaux importants qu'il a pu consacrer à la recherche, aux études de marché et à ses titres, il a connu un fort accroissement du tirage :

Géo : + 13,47 % en 1986 (+ 14,7 % en 1985).

Ça m'intéresse : + 21,64 % en 1986.

Femmes actuelles : 5.259.000 lecteurs en 1986 après deux ans d'existence et un taux de pénétration de 12,9.

Prima : 4.511.000 lecteurs en 1985.

Une grande partie des difficultés de la presse française réside dans son incapacité à mobiliser les capitaux pour effectuer des percées décisives sur le marché.

d) Une presse chère pour le lecteur.

Le renchérissement constant des prix de vente est un phénomène général qui traverse aussi bien le secteur magazines que celui des quotidiens.

Sur une période allant de 1978 à 1982, l'indice des prix de la presse aux Etats-Unis a augmenté moins vite que celui des prix à la consommation. On assiste en France au phénomène inverse. Il est vrai que la France partage ce privilège, si c'en est un, avec d'autres pays européens, notamment la R.F.A. et la Grande-Bretagne, mais c'est en France que, de 1978 à 1983, le prix de la presse a le plus augmenté : en 1983 il atteint l'indice 180 (base 100 en 1978) contre 170 en Grande-Bretagne et 135 en R.F.A. Sur une période plus longue, de 1970 à 1984, le décrochage du prix de la presse avec l'indice des prix à la consommation est encore plus saisissant : alors que ce dernier était multiplié par 2,75, le prix des quotidiens passait de 1 à 6 et celui des magazines de 1 à 4.

Outre la structure des charges très lourde de la presse française, le sous-développement du marché publicitaire explique les prix de vente élevés des publications de presse. La publicité ne rentre en effet que pour 40,4 % dans les recettes totales, alors que dans les autres pays elle dépasse 50 %.

STRUCTURE DES RECETTES DE LA PRESSE DANS QUELQUES PAYS

	Année de référence	Ventes en pourcentage	Publicité en pourcentage
Etats-Unis (1)	1983	29,7	70,3
dont :			
quotidiens et hebdomadaires	»	23,4	76,6
magazines	»	44,7	55,3
Japon	1983	49,7	50,3
R.F.A.	1982	48,9	51,1
dont :			
quotidiens	»	36	64
périodiques	»	50,6	49,4
France	1982	59,6	40,4
Grande-Bretagne	1982	48,4	51,6
Suède	1981	45,6	54,4
Pays-Bas	1982	49,3	50,7

(1) Ces pourcentages portent sur la presque totalité du C.A. presse (91 %).

Sources: U.S. Industrial Outlook, Nihon Shimbun Kyokai, Wirtschaft und Statistik, S.J.T.I.H.M.S.O. PQ 4751-4752, Svenska Tidningsutgivareföreningen Verening de Nederlandse Drukkerijen.

1.2.2. *Des ressources publicitaires de plus en plus âprement disputées.*

Le volume des ressources publicitaires de la presse est fonction de deux éléments :

- l'évolution générale du marché publicitaire ;
- l'évolution du lectorat de la presse écrite par rapport à l'audience des autres supports (radio, télévision...).

L'évolution des ressources publicitaires de la presse écrite ne peut, dès lors, que suivre la tendance observée pour le lectorat. Elle est marquée par deux phénomènes :

- la diminution en parts de marché au profit d'autres supports plus attractifs, et notamment de la télévision ;
- la diminution de la part de la presse quotidienne dans les ressources publicitaires de la presse écrite.

a) **La diminution de la part de marché de la presse écrite.**

L'évolution favorable des recettes publicitaires de la presse écrite (en valeur absolue) observée depuis 1983 risque d'être compromise si l'on n'y prête pas une attention suffisante.

En 1983, la presse dans son ensemble enregistre une progression de son chiffre d'affaires publicitaires de 11 %, pour un taux d'inflation de 9,6 %. Le redressement se confirme l'année suivante grâce à une augmentation globale de + 11,5 %.

L'augmentation de + 9,5 % en 1985, tout en étant favorable, traduit une évolution très contrastée entre les différentes catégories de presse.

La presse détient toujours la première place dans la répartition du marché publicitaire. On note, cependant, une érosion continue de sa part de marché. Rappelons que les recettes publicitaires de la presse représentaient près de 70 % du marché en 1970 ; en 1980, elles étaient de l'ordre de 60 %, et atteignent 58,5 % en 1985.

Votre rapporteur a longuement insisté sur l'effritement de la position relative de la presse sur le marché publicitaire français (1). Ce phénomène très progressif risque de s'accélérer avec l'arrivée des télévisions commerciales. En effet, la presse écrite a jusqu'à présent bénéficié d'un environnement protégé : absence de télévisions commerciales financées par la seule publicité et sectorisation du marché qui lui a permis de conserver certains clients importants : édition,

(1) Voir *supra* page 34 et suivantes.

distribution, immobilier. Cet environnement va se trouver modifié profondément à partir de 1987 ; c'est pourquoi votre rapporteur a suggéré au Gouvernement qu'un observatoire du marché publicitaire soit rapidement mis en place pour mesurer les évolutions, les analyser et proposer, le cas échéant, des moyens de préserver l'équilibre entre les différents médias. Votre commission a souscrit sans réserve à ce projet, auquel le ministre de la culture et de la communication a donné son accord à la tribune du Sénat.

b) Une évolution contrastée selon les différentes catégories de presse.

(Unité : millions de francs.)

	1982	1983	1984	1985 estimations
Presse quotidienne de Paris ...	1.290	1.400	1.405	1.560
Presse quotidienne régionale ...	3.100	3.445	3.645	3.900
Magazines	3.270	3.535	4.050	4.510
Gratuits	1.220	1.500	1.810	2.130
Autres formes de presse	2.760	3.020	3.455	3.660
Total	11.640	12.900	14.365	15.760

(1) Les recettes publicitaires s'entendent hors taxes. Ces chiffres comprennent les commissions d'agences et les rémunérations de régie. Les dégrèvements sont déduits.

Petites annonces et publicité locale comprises.

I.R.E.P. Le Marché Publicitaire Français 1985-1986.

ÉVOLUTION DES RECETTES PUBLICITAIRES DE LA PRESSE

(En pourcentage.)

	1983-82	1984-83	1985-84 Estimations
Presse quotidienne de Paris	+ 8,5	+ 0,5	+ 11
Presse quotidienne régionale	+ 11	+ 6	+ 7
Magazines	+ 8	+ 14,5	+ 11,5
Gratuits	+ 23	+ 20,5	+ 17,5
Autres formes de presse	+ 9,5	+ 14,5	+ 6
Total	+ 1.	+ 11,5	+ 9,5

(1) Les recettes publicitaires s'entendent hors taxes. Ces chiffres comprennent les commissions d'agences et de régie. Les dégrèvements sont déduits. Petites annonces et publicité locale comprises.

I.R.E.P. Le Marché publicitaire français 1985-1986.

**RÉPARTITION DES RECETTES PUBLICITAIRES
ENTRE LES DIFFÉRENTES CATÉGORIES DE PRESSE**

(En pourcentage.)

	1982	1983	1984	1985 Estimations
Presse quotidienne de Paris ...	11,1	10,9	9,8	9,9
Presse quotidienne régionale ...	26,6	26,7	25,4	24,8
Magazines	28,1	27,4	28,2	28,6
Gratuits	10,5	11,6	12,6	13,5
Autres formes de presse	23,7	23,4	24	23,2
Total	100	100	100	100

I.R.E.P. Le Marché publicitaire français 1985-1986.

Les tableaux ci-dessus permettent de suivre l'évolution des recettes publicitaires dans les différentes catégories de presse. On perçoit très nettement, en longue période, la place croissante de la presse magazine et des journaux gratuits.

En 1985, on a assisté à une évolution très contrastée entre les journaux gratuits, qui connaissent une forte progression (+ 17,5 %), la presse quotidienne parisienne et la presse magazine (à l'exception des « news » qui connaissent une progression moyenne (aux alentours de 11 %) et la presse quotidienne régionale et les magazines d'information, qui connaissent une évolution plus faible (+ 7 % et + 6,5).

L'évolution est donc très parallèle à celle du lectorat, ce qui conduit à l'accumulation des plus-values ou des moins-values de recettes, les deux types de recettes n'étant pas substituables.

Après avoir connu une année 1983 médiocre — qui s'est traduite par une progression des recettes de seulement + 8,5 % par rapport à une inflation de 9,6, les quotidiens parisiens ont subi une forte récession en 1984, due à l'effondrement des petites annonces (- 7 %). La quasi-stagnation des recettes (- 0,5 %) correspond à un recul de plus de 6 points en volume.

En 1985, le redressement du marché des petites annonces (+ 9,5 %) permet aux quotidiens parisiens de réaliser une progression globale des recettes publicitaires de + 11 %, ce qui porte leur montant total à plus d'un milliard et demi de francs. La publicité commerciale retrouve son niveau des années 76-77, soit 55 % de l'ensemble.

La presse quotidienne régionale, connaît des difficultés. Après deux années de résultats moyens, les recettes publicitaires ont augmenté de + 6 % en 1984, ce qui traduit une diminution en volume.

Bien que modeste, la progression de la publicité commerciale de + 6 % enregistrée en 1985, permet aux recettes des quotidiens régionaux de gagner globalement un point en volume.

Comme pour les quotidiens parisiens, les petites annonces – en augmentation de 10,5 % – semblent bénéficier d'une conjoncture moins maussade.

La publicité extra-locale, particulièrement touchée en 1984, ne parvient pas à se maintenir (+ 3,5 %).

En ce qui concerne la structure des recettes publicitaires, on observe que les petites annonces enrayment, en 1985, une chute amorcée dès 1980, et retrouvent leur niveau de 1982, soit 22,5 %. Cette évolution semble se faire au détriment de l'extra-locale dont la part décroît régulièrement : elle représente moins de 15 % de l'ensemble, contre 20 % il y a dix ans.

Après avoir connu une année particulièrement difficile, la presse magazine a réalisé une bonne performance en 1984 avec des recettes publicitaires en hausse de + 14,5 %. En 1985, elle se contente de suivre le marché, la progression enregistrée étant de + 11,5 %.

Rappelons que beaucoup de titres ne comportent pas de petites annonces ; celles-ci ne représentent d'ailleurs qu'un peu plus de 5 % du total des recettes. On observe cependant que leur performance est nettement supérieure à celle des quotidiens : + 9,5 % en 1984 et + 13 % en 1985.

Les taux de progression enregistrés en 1985 dans les féminins, les magazines de télévisions et les suppléments magazines des quotidiens sont du même ordre de grandeur : + 13 %.

Après de spectaculaires performances en 1984, les suppléments et les féminins consolident, cette année, leur part de marché.

Les magazines TV continuent de se bien porter et enregistrent, en volume, un taux d'évolution identique ces deux dernières années.

Dans les news, malgré une bonne progression des petites annonces (+ 12 %), qui représentent actuellement près de 30 % des ressources publicitaires, on assiste à un lent redressement des recettes qui restent cependant en retrait du marché. Le score de + 6,5 % enregistré pour l'ensemble des recettes traduit en fait une stagnation en volume.

ÉVOLUTION DES RECETTES PUBLICITAIRES DES MAGAZINES (1)

(En pourcentage.)

	1983/82	1984/83	1985/84 Estimations
Magazines féminins	+ 4	+ 20,5	+ 13
News	+ 1	+ 7	+ 6,5
Magazines T.V.	+ 24	+ 14,5	+ 12,5
Suppléments magazines des quotidiens	+ 20	+ 26	+ 13
Autres	+ 7,5	+ 9,5	+ 9
Total	+ 8	+ 14,5	+ 11,5

(1) Hors taxes. Ces chiffres comprennent les commissions d'agences et de régie. Les dégrèvements sont déduits.
I.R.E.P. Le Marché Publicitaire Français 1985-86.

Jusqu'en 1984, la presse gratuite ne faisait l'objet d'aucun recensement systématique. Les seules informations officielles disponibles provenaient du rapport Mottin, qui, en 1979, estimait les recettes publicitaires de la presse gratuite à environ 575 millions de francs.

Pour la seconde fois, l'I.R.E.P. a procédé en 1985 à une enquête auprès des journaux gratuits.

Les nombreux rachats, disparitions ou créations de titres observés notamment au cours des deux derniers exercices, sont source d'une grande instabilité et rendent l'univers de la presse gratuite particulièrement difficile à cerner.

L'analyse des données permet d'estimer à plus de 2 milliards de francs, les recettes publicitaires des gratuits en 1985. Leur rythme de progression reste supérieur à 10 % en volume.

Soulignons que la publicité commerciale draine environ 84 % des recettes de la presse gratuite. Malgré la forte progression ces dernières années des petites annonces (+ 23 % en 1984 et 1985), celles-ci font cependant moins de 14 % des recettes globales.

Il est intéressant de noter que la presse gratuite recueille des sommes importantes qui représentent près de 40 % du marché de la presse quotidienne en 1985. Toutefois cette forme de presse n'est pas utilisée par les mêmes annonceurs, mais plutôt par des entreprises locales, notamment magasins, distributeurs et autres sociétés de services.

1.2.3. La stagnation des aides directes renforce les inquiétudes quant à la sauvegarde du pluralisme.

Votre rapporteur n'est ni ce que l'on appelle un ultra-libéral, ni un partisan acharné de l'intervention de l'Etat dans le secteur économique. Il estime que les entreprises doivent trouver sur le marché les ressources nécessaires pour surmonter leurs difficultés et lorsque leur production ou leur organisation ne leur permet pas d'assurer la fourniture d'un marché dans des conditions acceptables de rentabilité, elles doivent soit se diversifier, soit cesser leur activité.

Aussi est-il particulièrement inquiet de constater le recours croissant des entreprises de presse à l'aide de l'Etat (3,3 milliards de francs en 1970, 5,6 milliards en francs constants) et la place grandissante des aides de l'Etat dans le chiffre d'affaires des entreprises de presse (14 % en 1984). Ce phénomène n'est pas favorable à l'indépendance de la presse dans un régime démocratique.

Cependant, la situation économique de ce secteur est à ce point fragile et menacée, ainsi qu'il vient de l'être exposé, que la sauvegarde du pluralisme et de la liberté de la presse passe aujourd'hui par l'aide de l'Etat.

La nécessité de revoir profondément les modalités de distribution des aides à la presse et d'élaborer un programme prioritaire pour les entreprises de ce secteur est devenue urgente. Aussi votre rapporteur déplore-t-il la stagnation pour la seconde année consécutive des aides directes à la presse et considère-t-il comme trop timides les mesures décidées en ce domaine par le Gouvernement.

1.3. Une capacité restreinte d'autofinancement des investissements de modernisation.

En raison de la structure très lourde de ses charges et de la médiocrité de ses ressources, la presse écrite n'a pu qu'insuffisamment renouveler et moderniser ses équipements techniques.

La fragilité économique et financière des entreprises de presse écrite limite en effet leurs possibilités d'investissement. Celles-ci sont inférieures à la moyenne des entreprises industrielles françaises.

Dans une étude réalisée par le Centre d'étude des mouvements sociaux (1), largement citée par votre rapporteur dans son précédent

(1) C.E.M.S., décembre 1984, Nouveaux médias au quotidien, tome I : *Diversification des quotidiens français*, page 25 et suivantes.

rapport, M. Jean-Marie Charon constatait que : « *mis à part de nombreux groupes ou entreprises de presse régionale qui dégagent un cash flow positif, et les journaux du groupe Hersant, voire de la Croix avec Bayard Presse, qui peuvent bénéficier des capacités financières de ceux-ci, toutes les autres entreprises de presse nationale sont dans l'impossibilité de dégager les moyens nécessaires aux investissements de modernisation ou de diversification* ».

Or, comme le note M. Yves Sabouret dans l'article déjà cité : « *A une époque de mutation technologique accélérée et face à la concurrence accrue de l'étranger, cette insuffisance constitue un handicap qu'il lui faut absolument surmonter. La presse va donc devoir investir pour survivre. Or elle ne peut compter, pour résoudre son problème économique, ni sur une hausse des prix de vente, déjà trop souvent sollicités, ni sur un élargissement de ses ressources publicitaires que les nouvelles télévisions vont lui disputer chèrement, ni sur l'aide de l'Etat.* »

« *Des remarques ci-dessus se dégage une conclusion simple, mais encore trop rarement perçue par le milieu lui-même : les journaux et périodiques français doivent absolument améliorer leurs performances en tant qu'entreprises, c'est-à-dire accroître leur productivité et comprimer leurs coûts à tous les stades du processus de production, depuis la création rédactionnelle jusqu'à la distribution, en passant par la fabrication. On a trop longtemps cru pouvoir affirmer dans ce pays que la presse n'était pas un produit comme les autres — ce qui est vrai — et en déduire qu'elle pouvait échapper aux règles de la logique industrielle, ce qui est un non-sens. En réalité, la presse n'assurera son avenir qu'en jouant à fond le jeu de l'entreprise. Les contraintes qu'elle doit s'imposer sont le prix non seulement de sa liberté, mais aussi de son existence.* »

De la situation financière inquiétante de la presse écrite, votre rapporteur tire deux conclusions :

- les entreprises insérées dans un groupe s'en tirent souvent mieux que les autres. La concentration a été dans de nombreux cas la condition même de la survie du titre ;

- la diversification et la modernisation restent très difficiles et sont souvent conditionnées par l'importance des groupes de presse.

2. UNE DIVERSIFICATION DIFFICILE ET ALÉATOIRE, ENCOURAGÉE PAR L'ÉVOLUTION DES MENTALITÉS

2.1. Une diversification nécessaire.

Depuis quelques années, la diversification est apparue pour les entreprises de presse comme un moyen de palier le faible développement de leur activité sur support papier.

2.1.1. *La presse écrite connaîtra une croissance lente.*

De l'étude réalisée par le bureau d'information et de prévision économique (B.I.P.E.), il ressort que le secteur de la presse écrite connaîtra une croissance lente de 1986 à 1990, évaluée à 0,6 % par an en volume, c'est-à-dire inférieure à celle du P.I.B. (2 %) et du secteur de la communication dans son ensemble (+ 4,8 %).

La croissance de la presse écrite sera en outre inférieure en moyenne annuelle à celle observée au cours de la période précédente (+ 1,3 %).

EVOLUTION DU MARCHÉ INTÉRIEUR DE LA PRESSE

	Millions de francs h.t. (aux prix de 1984)				Variation annuelle moyenne		
	1973	1979	1984	1990	73-79	79-84	84-90
Production	38.560	37.873	40.360	41.850	- 0,3	1,3	0,6
Importations	1.560	1.370	1.521	1.775	»	»	»
Exportations	1.170	1.430	1.544	1.689	»	»	»
Marché intérieur	38.950	37.813	40.337	41.936	- 0,5	1,3	0,7

Sources : B.I.P.E.

2.1.2. *La presse écrite a modifié sa stratégie, mais celle-ci reste « défensive ».*

La presse écrite se trouve depuis plusieurs années en position défensive.

L'apparition des nouveaux médias est ressentie comme une menace pour la presse, pour ses ressources publicitaires bien entendu, mais plus fondamentalement pour son audience. Pour Mme Puhl-Demange (1), *la presse écrite affronte dans une compétition occulte mais réelle les nouveaux médias (télévision, mais aussi banques de données pour la presse spécialisée...) en termes de temps et sous deux aspects :*

— *l'audiovisuel a des réactions immédiates, sans délai, diffusant l'information au moment même où elle apparaît. La presse ne paraît qu'avec un décalage, elle est donc limitée à un rôle de commentaire apprécié certes mais non indispensable ;*

(1) Communication devant le Congrès de la Fédération internationale des éditeurs de journaux.

— sous un aspect plus occulte, la concurrence avec les nouveaux médias joue sur le temps disponible. La télévision demande, pour être consultée, beaucoup plus de temps que l'écrit. C'est une « machine à manger le temps » selon une heureuse formule. Or si notre civilisation technique offre du temps disponible, elle apporte aussi un moyen d'occuper ce temps, de le « tuer » comme on dit. Un passe-temps dévorant qui finit par ne plus laisser de temps pour le reste, et pour la lecture en particulier.

Comme l'observe M. Jean-Marie Charon dans l'étude précitée :

Dans tous les pays, la diversification des journaux est vécue comme la réponse à une menace potentielle, à moyen ou à long terme. Nulle part, y compris aux Etats-Unis, où les groupes sont largement multimédias, l'initiative première de diversification ne vient des journaux eux-mêmes. Il s'agit toujours d'une adaptation, d'une réponse à une situation nouvelle : ce ne sont pas les grands journaux américains (New York Times, Wall Street Journal...) qui ont inventé et lancé les premières banques de données. En revanche, c'est en anticipant sur le risque de concurrence et de « pillage » de leur fond documentaire, qu'ils se sont engagés sur cette voie afin de l'occuper à leur profit... Les exemples de la radio, puis de la télévision, ont montré que le danger ne concernait pas en priorité l'information, mais qu'il découlait de la concurrence sur les petites annonces et la publicité, voire de la pression sur le budget des ménages. Face au risque de déstabilisation économique des entreprises de presse, deux attitudes ont prévalu : la première, essentiellement défensive (en Europe), consista à exiger des pouvoirs publics la limitation de l'accès de la radio-télévision à la publicité. La seconde offensive s'attachait à ouvrir à tous, y compris aux journaux, l'accès aux nouveaux médias, au travers de législations antimonopoles (Etats-Unis, Japon).

Au fil des années, les journaux ont dû reconnaître que les stratégies défensives les confinaient dans des ghettos où ils ne pouvaient que stagner ou régresser (...).

Désormais les quotidiens savent qu'ils ne préserveront leurs ressources, et donc les moyens de développer leurs entreprises, qu'en répondant au défi de chaque nouveau média. Leur action et leur attention se portent ainsi principalement sur les conditions juridiques, financières, techniques, organisationnelles qui leur permettront de vraiment se diversifier sur chacun des nouveaux supports.

Ce faisant, cette stratégie reste toujours défensive, comme l'écrit dans une nouvelle étude sur *Les stratégies multimédias des quotidiens européens* publiée en septembre 1985 M. Charon : « les professionnels de la presse écrite sont préoccupés de préserver, protéger, conforter le journal en lui offrant l'appui d'activités nouvelles qui limiteront ses pertes, maintiendront sa clientèle, soutiendront sa propre promotion ».

2.2. Des obstacles partiellement levés.

Plusieurs facteurs ont freiné en France la modernisation et la diversification de la presse écrite. Ces obstacles sont de quadruple nature : juridique, sociale, structurelle et culturelle, ils semblent toutefois se lever progressivement et partiellement.

2.2.1. *L'obstacle juridique.*

Jusqu'au début des années 1980, tout projet de diversification multimédias se heurtait au monopole de l'Etat en matière de radio-télévision.

Depuis lors, la libéralisation de la législation sur les radios locales privées, sur le vidéotex et le câble et sur les télévisions privées n'a qu'insuffisamment permis l'amorce d'un développement multimédias, le dissuadant même parfois.

Dans sa version initiale, telle que l'avait adoptée le Parlement, la loi sur la liberté de communication levait cet obstacle, affichant une totale neutralité à l'égard des investissements éventuels de la presse écrite dans le secteur de la communication et réservant à la Commission nationale de la communication et des libertés le soin d'établir sa jurisprudence au cas par cas, formule souple, adaptée et modulable dans le temps.

Le Conseil constitutionnel a souhaité que la loi définisse elle-même les restrictions nécessaires pour limiter les concentrations et abus de position dominante susceptibles de remettre en cause les principes de pluralisme de l'information. Il en résulte une législation précise et rigide, laissant sans doute quelques pouvoirs d'adaptation à la C.N.C.L. mais qui pourrait vite se révéler contraignants ou, à défaut, inappliqués.

2.2.2. *L'obstacle social.*

Dans un précédent rapport, votre rapporteur observait la résistance des corporatismes, à l'introduction du progrès technique dans la presse française (1).

Une évolution semble cependant se dessiner, comme le montrent les récents accords signés les 14 et 21 avril 1986 par la presse quotidienne régionale et, d'une part, les syndicats du Livre concernant les

(1) Sénat 1985-1986, n° 96, tome III, annexe n° 29, page 51.

conséquences du développement des systèmes informatiques dans les entreprises de la presse quotidienne régionale, d'autre part les syndicats de journalistes sur la mise en place de systèmes rédactionnels informatisés.

Ces deux accords marquent la volonté des différentes parties de permettre à la presse quotidienne régionale de poursuivre sa modernisation en tenant compte de l'évolution des technologies, tout en précisant la place que doit tenir dans cette modernisation chacune des catégories professionnelles concernées.

Toutefois leur lecture montre que les mentalités n'ont évolué que lentement et que certaines clauses sont susceptibles de réduire les gains de productivité attendus du développement des nouvelles techniques (1).

2.2.3. *L'obstacle structurel.*

La presse est restée, par tradition et par obligation (ordonnance de 1944, loi du 23 octobre 1984) un secteur quasi artisanal dont le volume total ne dépasse pas 0,6 % du P.N.B., soit moins que certaines grandes entreprises industrielles.

Elle est peu concentrée. Selon une étude de la D.A.F.S.A. citée par M. Yves Sabouret, près des deux tiers du chiffre d'affaires sont représentés par des P.M.E. et les entreprises de plus de cinq cents personnes assurent moins de 40 % du total, proportion là encore largement inférieure à celle que connaissent d'autres pays. Et en France, toujours selon la D.A.F.S.A., les cinq plus grandes sociétés éditrices (Hachette Presse, la C.E.P., Socpresse, les Editions mondiales, les Editions Filipacchi) représentaient en 1982 environ 20 % du chiffre d'affaires total du secteur toutes périodicités confondues, alors qu'en Grande-Bretagne les quatre premières sociétés de presse réalisaient à elles seules 50 % du chiffre d'affaires du secteur.

(1) *L'application des principes exposés dans le présent accord sera étalée dans un premier temps sur une période de cinq ans, pour permettre : l'utilisation rationnelle des nouveaux matériels et la recherche de solutions négociées aux problèmes de reconversion et d'emploi.*

« Un pool de clavistes sera maintenu et chargé de la saisie. Le traitement typographique et son contrôle, ainsi que le contrôle éventuel des textes, relèveront des catégories professionnelles du Livre. La manipulation des écrans graphiques, après conception des plans de pages par la rédaction, est du ressort des professionnels du Livre. Pour ce faire, un atelier graphique sera maintenu dans les entreprises. »

« La garantie de l'emploi et des salaires du personnel sera assurée. De ce fait, l'introduction des nouvelles techniques n'entraînera aucun licenciement et les entreprises s'efforceront de maintenir globalement leurs effectifs. Elles créeront les conditions facilitant l'accès d'ouvriers du Livre aux fonctions liées au développement des nouveaux moyens de communication. »

PART DU C.A. DU SECTEUR REPRÉSENTÉ
PAR LES ENTREPRISES DE PLUS DE 500 PERSONNES

Royaume-Uni	63 %	(1979)
R.F.A.	61,5 %	(1981)
France	39,7 %	(1982)

Source : D.A.F.S.A.

La tendance à la concentration s'est développée malgré les dispositions de la loi du 23 octobre 1984, mais elle a revêtu des formes très spécifiques, renforçant le cloisonnement du secteur de la presse.

Aux structures très éclatées de la presse quotidienne s'opposent des groupes plus importants dans le domaine de la presse périodique (Hachette, C.E.P.-Havas, Filipacchi) sans qu'une synergie ou une concurrence s'exercent entre ces deux domaines. Peu de groupes travaillent dans les deux secteurs à la fois (Bayard Presse, Amaury...) mais même dans ce cas, le cloisonnement interne demeure important. Là encore, l'un des premiers exemples de stratégies délibérées de développement simultané vient du groupe Hersant, avec des initiatives ambitieuses en matière de suppléments magazines.

2.2.4. *L'obstacle culturel.*

La presse écrite française, et notamment la presse quotidienne, a été très fortement marquée par une époque, celle de la Libération. Un certain nombre de structures de nature coopérative ont été instituées à cette époque, qui renforcent la solidarité entre les organes de presse, mais tend aussi à fausser les mécanismes de la concurrence.

Les entreprises de presse ont une forte imprégnation familiale et le capital des entreprises est peu ouvert sur l'extérieur, alors que des capitaux nouveaux seraient particulièrement bienvenus. Au nom de l'indépendance des titres, la vente de parts des entreprises de presse est soumise à l'agrément des organes sociaux de l'entreprise.

Ce caractère artisanal, au demeurant louable, s'avère de moins en moins adapté. Les entreprises de presse auront donc tendance à s'intégrer davantage dans des groupes, sans parfois même que la vocation de ces groupes dans le domaine de la communication soit particulièrement affirmée mais simplement pour y puiser les sources de sa modernisation et de sa diversification. La synergie entrepreneuriale entre Hachette et Matra, entre General Occidental et *l'Express*, entre Fiat et *La Stampa* en Italie sont exemplaires de ces nouveaux types de relations.

L'arrivée progressive de nouveaux dirigeants à la tête des groupes de presse commence à faire évoluer les mentalités et à donner à ces entreprises un caractère plus offensif.

2.3. Deux axes privilégiés de diversification.

Dans son rapport sur la diversification des quotidiens français, M. Jean-Marie Charon distingue deux axes de diversification :

2.3.1. L'axe de « synthèse de l'écrit et de l'informatique ».

Cette diversification s'appuie sur la nouvelle structure informatisée des journaux. Le rapport direct des rédacteurs aux ordinateurs, la compétence acquise en informatique, la nécessité de trouver des synergies et une rentabilité optimale des matériels, conduisent à multiplier les produits mariant écrit et informatique (vidéotex, banques de données, télétexte, ou encore programmes pour micro-ordinateurs). Au-delà, les entreprises peuvent tenter d'élargir leur activité sous forme de sous-traitances diverses : programmes informatiques, hébergement sur leurs centres serveurs d'applications télématiques pour des tiers, etc.

2.3.1.1. Le développement de la presse télématique.

Dans un récent rapport de la société d'étude Quadrature, Mlle Bénédicte Pigasse souligne l'impact croissant du vidéotex sur les entreprises de communication traditionnelles et analyse les perspectives d'avenir de la presse télématique.

A l'origine, la presse était très majoritairement hostile au développement du vidéotex. Cette dernière craignait lors de l'expérience de Vélizy que les services télématiques détournent progressivement les annonceurs publicitaires et le public du support papier. Après de fortes réticences, elle finit par s'engager sur ce nouveau marché. Aujourd'hui, la presse contrôle environ 10 % des services offerts et 50 % du trafic global. Elle joue à ce titre un rôle moteur sur ce marché.

1984 marque le véritable démarrage des applications télématiques, avec un succès incontestable pour certains (Gretel, service télématique des Dernières nouvelles d'Alsace par exemple). C'est également l'année de l'ouverture du kiosque et du début de la diffusion massive de minitels. A la mi-novembre 1985, 180 services étaient accessibles sur le kiosque ; ils étaient, en mars 1986, 280. Tous émanent, de près ou de loin, de groupes de presse, puisque officiellement le kiosque est réservé aux journaux.

Depuis mars 1986, 150 titres de presse sont présent sur le réseau Télétel. On commence à assister à la constitution de « véritables monopoles télématiques » ; Hachette-Filipacchi notamment, avec sept titres sur le 36 15. La presse quotidienne domine tout particulièrement : elle

représente à la mi-novembre 28 % des titres ayant investi dans la télématique ; 70 % d'entre eux relèvent de la P.Q.R.

Répartition des entreprises de communication présentes sur le vidéotex :

- quotidiens : 28,5 % ;
- mensuels : 20,4 % ;
- hebdomadaires : 15,3 % ;
- édition communication : 13,2 % ;
- nouveaux éditeurs : 9,1 % ;
- divers presse : 8,1 % ;
- audiovisuel : 5,1 %.

« Si 50 % des entreprises de presse ont transposé leur savoir-faire au vidéotex, en diffusant des informations générales, il apparaît que les deux tiers d'entre elles proposent surtout des systèmes de messageries conviviales et des jeux. Ce sont aujourd'hui ces derniers services qui rencontrent la plus grande faveur du public, et qui assurent la rentabilité des services.

« Les informations générales et pratiques restent peu consultées et génèrent un faible trafic, mais la majorité des titres de presse y est attachée.

« Dans tous les cas, les services proposés essaient d'être complémentaires au papier et non concurrentiels.

« Côté résultats, certains journaux ont su remarquablement tirer leur épingle du jeu : Libération, par exemple, reçoit 75.000 heures de consultation par mois. Ses activités télématiques lui ont permis de dégager, en 1985, 8 millions de francs de bénéfices.

« Le Parisien libéré gère en décembre dernier 39.720 appels par jours, Le Nouvel Observateur 14.260 appels. Leur progression est de 1.000 appels par mois environ.

« Pour développer leurs services, les premiers titres de presse sont en général regroupés ou associés à des partenaires locaux (Sud-Ouest avec le G-Cam Bordeaux par exemple). Cette situation a considérablement évolué aujourd'hui avec l'introduction du kiosque, qui a véritablement ouvert le marché de la télématique grand public et permis aux producteurs de rentabiliser très rapidement leurs investissements. Ainsi 80 % des acteurs sont aujourd'hui indépendants.

« Dans les choix de centres serveurs, par contre, les trois quarts des entreprises font appel à des compétences informatiques extérieures. En ce qui concerne les conditions d'accès et les coûts des services, les stratégies sont inhérentes aux contenus et options prises par les prestataires.

« Les résultats de cette étude soulèvent le problème de l'exploitation du Minitel par les entreprises de communication, souligne Mlle Pigasse. Les rubriques les plus demandées font appel à des compétences nouvelles pour la presse. »

En effet, la presse a jusqu'ici davantage utilisé la télématique comme source de revenus sans vraiment mener de réflexion sur le contenu.

Pour M. Joseph Gicquel, responsable du service télématique de Libération, « les journaux se sont jusqu'ici servis de leur image pour faire de la télématique en la considérant simplement comme un média de plus et non complémentaire au papier ».

Le problème risque d'être véritablement posé en raison du développement de la concurrence et accentué dans le cas d'une ouverture plus large du kiosque.

« L'entrée sur le marché de nouveaux acteurs, provenant de l'audiovisuel notamment, la recherche de synergies, de couplages entre médias (presse-vidéotex, radio-vidéotex), devraient profondément modifier la nature du contenu des services et le marché. Enfin, la refonte du système de tarification (kiosque, multipalier) à l'automne prochain devrait être un impact déterminant pour cette nouvelle industrie de programmes. »

2.3.1.2. La perspective de développement de banques de données de presse.

Soucieux du risque de pillage de leur fonds documentaire, les grands journaux américains (*New York Times*, *Wall-Street Journal*) se sont engagés dans la constitution de banques de données.

Cette perspective est aujourd'hui prise en compte par les entreprises de presse, d'autant qu'à l'inverse de ce qui existe dans d'autres pays, la reprographie du contenu des publications de presse ou de l'édition ne donne lieu à la perception d'aucun droit, ce qui constitue un véritable détournement de matière grise. Les entreprises de presse et les éditeurs risquent ainsi de voir se constituer, grâce aux informations qu'ils publient, des banques de données dont ils ne tireront aucun profit. Votre rapporteur a attiré récemment l'attention du Gouvernement sur cette anomalie.

Dans un récent article publié dans la revue *Médias pouvoirs*, M. Paul Dominique Pomart, directeur du Centre de documentation du groupe Bayard-Presses, expliquait le retard des entreprises en la matière.

La faible capacité d'investissement des groupes de presse en France, le poids de certains corporatismes, une tradition de journalisme moins soucieux des faits que du commentaire, ne facilitent pas le passage à des méthodes modernes de traitement et de recherche de l'information. « Et pourtant, il faut bien comprendre que les banques de données

de presse peuvent représenter à terme un enjeu économique pour la presse elle-même, une contribution, certes partielle, à sa survie et à son développement », ajoute-t-il.

Indiquant que chaque journal « est une gigantesque organisation de collecte, de traitement et de diffusion de données informatives », et que cette « organisation est sous-employée dans la majorité des cas », M. Pomart fait remarquer que « vendue plusieurs fois, notamment sous forme électronique, la même information pourrait être diffusée par des canaux plus appropriés et mieux ciblés ». Pour lui, « la commercialisation des banques de données » fait ainsi « partie d'une des pistes qui s'ouvrent à la presse soucieuse de son avenir ».

Enfin, il ne faut pas se cacher que, sans l'aide initiale des pouvoirs publics, il n'y aura pas d'avancée significative dans ce domaine. Même dans un pays aussi libéral que les Etats-Unis, les banques de données ont obtenu un soutien massif des autorités fédérales. Les gouvernements français successifs ont apporté cette aide aux banques de données en général et dans certains secteurs jugés stratégiques.

Votre rapporteur souhaite qu'à l'occasion des discussions sur la modernisation des aides à la presse, le soutien à la constitution de banques de données soit envisagé. Elles constituent en effet une source de diversification potentiellement rentable pour la presse mais qui nécessite de lourds investissements de départ.

2.3.2. L'axe « image-son ».

Ces activités sont, au contraire de la télématique, extérieures à la structure de production et aux domaines de compétence des journaux.

Nombreuses sont pourtant les entreprises de presse tentées par « l'aventure audiovisuelle ». Deux catégories peuvent être distinguées.

- La première regroupe des groupes de communication, exerçant jusqu'à présent leurs activités principalement dans le domaine de la presse écrite ou de l'édition (Hersant, Hachette, Havas-Cep, Editions mondiales). Leur structure concentrée, leur important chiffre d'affaires et leurs résultats positifs leur permettent de postuler pour devenir opérateurs de chaîne nationale de télévision. Dans la compétition qui va s'ouvrir entre télévisions commerciales, leur principal atout est leur capacité financière. De ce point de vue, ils ne se distinguent pas fondamentalement, si ce n'est par leur relative faiblesse, des autres investisseurs potentiels : Bouygues, Decaux, Chargeurs réunis, Moët-Hennessy, G.M.F.-F.N.A.C., Générale occidentale, C.G.E., Lyonnaise des eaux...

- La seconde regroupe des entreprises plus petites, qui ne peuvent espérer devenir opérateurs d'une chaîne de télévision mais qui souhai-

tent développer leur diversification dans le secteur audiovisuel et, en conséquence, prendre pied comme actionnaires minoritaires dans le capital de sociétés de programme. Plusieurs associations se sont constituées pour coordonner les actions, mettre en commun les moyens et peser d'un poids plus important dans les négociations. C'est ainsi que la société quercynoise de participation (1), qui regroupe plusieurs éditeurs de publications, détient 4 % de la S.E.P.C. titulaire de 60 % du capital de la « Cinq ». C'est ainsi qu'a été constituée entre *Le Monde*, *Sud-Ouest*, *La Montagne*, *Ouest-France* et *La Nouvelle République du Centre-Ouest*, la société Pluricomunicator., dont l'objectif est d'étudier les voies de la diversification en vue d'investir dans le secteur de la communication, et notamment de l'audiovisuel. C'est ainsi qu'afin de préparer une prise de participation de l'ordre de 10 % dans le capital d'une chaîne de télévision, des entreprises de presse nationales et régionales (1) se sont regroupées au sein de la société d'étude de la télévision pour la presse (S.E.T.-Presse), avec la participation de la compagnie financière de Suez.

Sans doute une certaine synergie peut-elle être développée entre les deux secteurs d'activité, mais elle relève plus de la fourniture de prestations reposant sur le talent des journalistes ou écrivains exerçant leurs activités sur le papier et à l'écran pour ce qui concerne la production, et sur des actions de promotion réciproque que sur un échange de « savoir-faire » en matière d'édition et de programmation.

Il n'est pas certain que les entreprises de presse aient réellement pris conscience du caractère faiblement substituable des deux activités. Selon M. Jean-Marie Charon, « *l'une des conséquences de cette approche des nouveaux médias s'exprime dans la tendance de nombreuses entreprises de presse à privilégier des formules de radio, de télévision, de services vidéotex, ... qui se rapprochent le plus possible de l'activité des quotidiens, de ses contenus, de ses valeurs, de son économie... : la problématique de l'information est privilégiée, même lorsqu'il s'agit d'une voie très étroite ou très hypothétique, comme pour les radios locales privées ou les télévisions commerciales. P.R.I., le réseau créé par le groupe Rizzoli (Corriere della Sera), la plupart des radios locales des quotidiens français, SAT 1 en R.F.A., T.V.E., le projet de télévision du groupe Hersant, Audio-presse en*

(1) Groupe Marie-Claire 50 %, Les Nouvelles littéraires 7 %, Investir 5 %, La Cote Desfossés 5 %, V.S.D. 5 %, Excelsior Publication (Science et Vie, L'action automobile) 5 %, S.N.E.P. (Echappement, Auto-Hebdo...) 4,2 %, Rock et Folk 4,2 %, Le Temps retrouvé 4,2 %, L'Officiel des spectacles 4,2 %, Editions en direct (Tu... Magazine, Loto Foot...) 2 %, Editions Max Brezol (Collectivités Express) 12 %, Editions Génération (L'Étudiant) 2 %.

(1) Bayard Presse, V.S.D., L'Étudiant, L'Officiel de la haute couture et de la mode, L'Officiel des spectacles, Sélection du reader's digest, Télé-Journal, Ville de Paris, La Voix du Nord, La liberté de l'Est, Le Républicain lorrain, Le Télégramme de Brest, les éditions Max Brezol (Collectivités express, Vie collective), les éditions de Verneuil (La lettre de l'assurance, La Dépêche financière), les éditions Larivière (Auto verte, Moto verte), la Compagnie financière de communication, le groupe S.E.A.E., (éditions Télématiques), le groupe de communication italien Peruzzo et Televisa (société civile regroupant différents actionnaires fondateurs).

D'autres groupes de presse pourraient rejoindre prochainement cette structure.

Belgique, (...) ont en commun l'accent mis sur l'information locale, nationale, spécialisée, etc., là où leurs concurrents se concentrent sur des produits de divertissement, souvent moins chers, plus faciles à rémunérer par la publicité et surtout plus attractifs ».

Le caractère défensif des investissements de la presse dans les autres médias interdit à leurs dirigeants de jouer leur va-tout sur la nouvelle activité à la manière de leurs concurrents.

Il ne peut être question de mettre en difficulté la santé du journal au nom d'une « hypothétique » réussite dans un autre secteur de la communication. Une telle attitude en soi paraît relever du bon sens. Dans des cas tels que ceux de la vente d'Italia 1 et Retequattro par les éditeurs Rusconi et Mondadori au groupe de Fininvest (Berlusconi), étudiés par votre rapporteur au cours de la mission d'information qu'il a menée à Rome et à Milan en janvier 1986, elle a évité que l'un et l'autre ne sombrent dans une situation financière catastrophique à la manière de Rizzoli avec le désastre de P.R.I. Néanmoins, il faut comprendre les implications d'une telle disposition d'esprit dès l'origine de l'engagement de la stratégie de diversification. Il est possible de poser l'hypothèse d'un enchaînement de sous-estimation, d'impératifs stratégiques, d'erreurs dans le choix des professionnels engagés, d'illusions dans les niveaux de synergie... qui résulterait principalement du caractère défensif des stratégies de diversification ».

« L'un des facteurs permettant d'expliquer, selon M. Jean-Marie Charon, le caractère défensif des stratégies multi-médias de la presse tient sans doute dans la spécificité de nature de ses structures entrepreneuriales. L'observation des moments clés de la concurrence entre les quotidiens et les nouveaux arrivants dans la radio, la télévision, voire les groupes de communication déjà existants sur ces médias (C.L.T., Europe 1 ...) fait apparaître un décalage essentiel dans la nature des entreprises elles-mêmes. Les journaux sont dominés par la logique « industrielle » : machines très lourdes (surtout les rotatives), technologies en mutation très rapide (informatique, télécommunications, lasers...), effectifs rédactionnels et de fabrication très importants, gestion des ressources et des charges très stable... Les entreprises de communication commerciales, en revanche, si elles ont également une dimension industrielle, sont des structures de mobilisation de capitaux, d'acquisition et de négociation de droits, de catalogues, d'exclusivité sur des événements, de mise au point rapide de stratégies de programmes, d'approches du ou des publics, de sollicitation - séduction des annonceurs, etc. L'observation des pratiques des uns ou des autres montre que la « logique industrielle » conduit à des attitudes de protection de l'outil technique, du potentiel humain et nécessite une gestion et des garanties de stabilité du cadre juridique, institutionnel... sur le moyen terme. La logique commerciale dans les médias radiophoniques, télévisuels et peut-être demain télématiques, tout en conduisant à l'engagement de masses de capitaux très importantes sur le moyen et long terme, est dominée par la recherche des

meilleures conditions de valorisation de ceux-ci quelles qu'en soient les modalités, quels que puissent être les revirements très rapides que cela peut entraîner au niveau des conditions concrètes. »

La diversification de la presse écrite se révèle donc une entreprise aussi nécessaire que difficile à réaliser. Elle suppose en effet une forte capacité d'autofinancement dont la plupart des entreprises de presse ne disposent pas, à l'exception de quelques groupes de presse structurés. Loin d'être, comme elle est considérée trop souvent, un risque pour le pluralisme de l'information, la concentration ou l'association des entreprises de presse est plus que jamais une condition de leur survie et du développement de groupes français multimédias.

L'évolution du secteur de la communication n'est pas exempte de risques pour la presse écrite. Elle a aussi pour effet d'accroître le dynamisme de nombreuses entreprises et de relancer une véritable concurrence entre les publications. Les profondes mutations qui affectent la presse écrite actuellement en constituent un témoignage éloquent. Les moyens techniques modernes d'impression et de télécopie sont en train de décloisonner progressivement le domaine respectif de chaque catégorie de publication. Ainsi voit-on *Le Figaro* et *Libération* publier des éditions régionales, venant concurrencer la presse régionale dans ses fiefs ; *Le Figaro* et *France-Soir* publier des suppléments magazines en fin de semaines, concurrençant sur leur créneau les hebdomadaires d'information générale ; *l'Express* et de nombreux quotidiens publier des suppléments thématiques susceptibles de concurrencer par leur présentation et leur contenu la presse magazine...

Ce dynamisme accru des entreprises de presse est le signe d'une évolution des mentalités que votre rapporteur salue avec beaucoup d'espoir.

*
* *

Si ce dynamisme conditionne le redressement des activités de la presse écrite en France, il n'est cependant pas suffisant pour l'assurer totalement. Pour ce faire, la presse a, en effet, besoin d'une certaine garantie à moyen terme de ses ressources globales. Or celles-ci risquent de se trouver menacées si le marché publicitaire ne connaît pas un développement rapide avec l'arrivée des télévisions commerciales. Le lectorat reste la principale richesse de la presse écrite, mais il devient exigeant quant au contenu, à la présentation et à la diffusion des publications. Il pourrait se développer davantage si le prix des publications était moins élevé.

Pour toutes ces raisons, la presse a encore besoin du soutien de l'Etat :

- **pour réguler le marché publicitaire et éviter des distorsions susceptibles de la mettre en danger ;**
- **pour abaisser ses prix et gagner de nouveaux lecteurs ;**
- **pour réaliser, en cette période de mutation technologique rapide, un certain nombre d'investissements de modernisation et de diversification.**

Aussi votre rapporteur souhaite-t-il la création rapide de l'observatoire du marché publicitaire et une adaptation du régime des aides à la presse.

CHAPITRE III

LA RELANCE ESPÉRÉE DE LA CRÉATION AUDIOVISUELLE

L'objectif affiché de la réforme de l'audiovisuel entreprise par le Gouvernement est le développement d'une véritable industrie de programme. La production d'images connaît en effet, en France, une croissance médiocre, pratiquement proche de la stagnation, que les rapports de M. Claude Santelli au Président de la République, en 1984, du Service d'observation des programmes à la même époque, et de Mme Danièle Delorme au Conseil économique et social ont tenté d'expliquer (1).

Cet effritement n'est pas une fatalité. La création de nouveaux moyens de diffusion (nouvelles chaînes de télévision hertzienne, par câble ou par satellite) est génératrice d'un besoin de programmes importants. Reste à savoir si ce besoin sera satisfait par des importations supplémentaires ou s'il pourra l'être par l'industrie française. La relance de la création audiovisuelle en France suppose probablement, dans un premier temps, un mécanisme de protection réglementaire efficace, une politique d'incitation susceptible de drainer vers ce secteur des capitaux importants et une relance de la production financée par le service public de l'audiovisuel, laquelle a hélas tendance à fléchir.

1. L'EFFRITEMENT DE LA CRÉATION AUDIOVISUELLE

1.1. La production originale française ne se développe pas.

Malgré l'accroissement important du volume horaire de diffusion, la production originale française ne s'est développée que très lentement. Si un léger redressement peut être observé à partir de 1983, où l'on retrouve le niveau atteint en 1980, et surtout en 1985, on peut légitimement considérer, en raison de l'incertitude pesant sur la configuration

(1) En confirmant les rapports présentés au Sénat par ses deux commissions des finances et des affaires culturelles.

du paysage audiovisuel en cette année de réforme, que la création originale en 1986 connaîtra une grave dépression.

Sans doute est-il difficile d'appréhender en termes financiers ce sujet, en l'absence de statistiques fiables (1) et de cohérence entre les différents documents sur la définition même du terme « création ». Le constat n'en demeure pas moins significatif : le volume de production n'a pas beaucoup évolué.

**VOLUME D'ÉMISSION DE FICTION PRODUITES OU COPRODUITES
PAR CHAQUE SOCIÉTÉ NATIONALE DE PROGRAMME**

(En heures.)

	1980	1981	1982	1983	1984	1985
TF 1 (1)	156	146	109	118	104	130
Antenne 2 (1)	185	174	183	216	224	272
FR 3 (2)	73	83	96	80	86	88
Total	414	403	388	414	414	490

(1) L'ensemble des chiffres concernant la production de fiction par TF 1 et Antenne 2 ont été revus en baisse afin de tenir compte de l'adoption par ces sociétés, à l'instar de FR 3, d'une définition plus restrictive de la fiction n'intégrant ni les émissions de théâtre ni les émissions de fiction destinées à la jeunesse.

(2) Ces chiffres intègrent le volume d'émissions produites par l'A.P.I.

En outre, les statistiques en volume horaire ne permettent pas de distinguer entre fiction lourde, plus rémunératrice pour les producteurs, et productions moins onéreuses. Quoi qu'il en soit, on constate en volume horaire que les producteurs indépendants commencent à prendre une place non négligeable sur le marché.

**RÉPARTITION DE LA PRODUCTION ORIGINALE
DIFFUSÉE PAR LES SOCIÉTÉS DE PROGRAMMES**

Production interne.

	T.F. 1	A. 2	F.R. 3
1980	52 heures	15 heures	44 heures
1981	12 heures	15 heures	47 heures
1982	5 heures	14 heures	55 heures
1983	9 heures	7 heures	56 heures
1984	"	5 heures	49 heures
1985	0 heure	0 heure	70 heures 30'

(1) L'un des premiers objectifs auxquels les autorités de tutelle devraient s'attacher afin de contrôler l'utilisation des dotations de redevance affectées à la création est la constitution d'un instrument statistique et de comptabilité analytique fiable dans chacune des sociétés de programme, permettant d'isoler les dépenses de création.

Production S.F.P.

	T.F.1	A. 2	F.R. 3
1980	90 heures	116 heures	5 heures
1981	79 heures	101 heures	2 heures
1982	52 heures	74 heures	5 heures
1983	77 heures	116 heures	1 heure
1984	60 heures	136 heures	6 heures 30
1985	86 heures	106 heures	6 heures

Production indépendante.

	T.F.1	A. 2	F.R. 3
1980	64 heures	64 heures	26 heures
1981	59 heures	61 heures	31 heures
1982	33 heures	82 heures	27 heures
1983	50 heures	98 heures	28 heures
1984	68 heures	89 heures	21 heures
1985	40 heures	184 heures 05'	32 heures

Source : S.J.T.I.

1.2. Un accroissement des achats de droits de diffusion de séries et de téléfilms étrangers.

Cette incapacité du service public à assurer un volume de création suffisant, soulignée depuis de nombreuses années par votre rapporteur, laisse la place aux programmes produits à l'étrangers, dont les coûts de production sont moindres et dont l'amortissement s'effectue sur un marché plus vaste (1). Il est en effet tentant pour les responsables de la programmation de diffuser beaucoup de séries, dessins animés et téléfilms étrangers (américains pour la plupart, japonais, mais aussi demain brésiliens et australiens), qui représentent un temps d'antenne important pour un coût global assez modeste. C'est ce qui explique une présence de plus en plus envahissante de ces productions sur nos écrans, comme le montrent les tableaux suivants :

(1) Selon M. André Harris, ancien président de F.M.I., « les Etats-Unis vendent au monde entier parce qu'ils réunissent deux conditions : d'abord, leur société profondément multiculturelle est aujourd'hui de référence ; ensuite leur marché intérieur est suffisant pour absorber leurs programmes ».

**ACHATS DE DROITS DE DIFFUSION DE SÉRIES
ET DE TÉLÉFILMS ÉTRANGERS**

(En millions de francs.)

	1980	1981	1982	1983	1984	1985
TF 1	10,6	14	17,7	20,2	35,9	41,3
Antenne 2	12,2	14,2	12,1	15,3	20,2	24,9
FR 3	5,4	6,4	10,5	19,8	26,2	4,8
Total	28,2	34,6	40,4	55,3	82,3	71

**NOMBRE D'HEURES CORRESPONDANT AUX ACHATS
DE DROITS DE DIFFUSION DE SÉRIES ET DE TÉLÉFILMS ÉTRANGERS**

	1980	1981	1982	1983	1984	1985
TF 1	117 h 45	152 h 50	139 h 30	197 h 15	223 h	259 h 55
Antenne 2	139 h 45	115 h 16	72 h 38	126 h 45	147 h 36	158 h 30
FR 3	58 h 45	60 h 31	85 h 30	144 h 14	166 h 30	26 h 01
Total	315 h 30	328 h 37	297 h 38	368 h 14	537 h 06	434 h 26

Source : S.J.T.I.

La diminution en 1985 en volume horaire et en francs résulte de la politique d'économies de FR 3, qui en 1986 a été obligée de reconstituer une partie de son stock. Elle n'est donc pas significative d'une évolution de la programmation de cette chaîne, mais strictement conjoncturelle.

1.3. Les raisons de cette absence de croissance.

L'absence de développement de la création audiovisuelle en France résulte du coût relativement élevé de la fiction originale, des documentaires ou des dessins animés, dont le processus de fabrication est insuffisamment industrialisé en raison de la faiblesse du marché intérieur et des exportations. Les prix ne peuvent donc être amortis, compte tenu de ces spécificités, que sur le seul marché intérieur. D'un prix de revient élevé, les œuvres de création audiovisuelle ne sont pas automatiquement porteuses d'une audience maximale, ce qui accroît le risque de l'acheteur.

1.3.1. *Un processus de production artisanal.*

En raison de l'étroitesse du marché, le processus de fabrication des images demeure en France largement artisanal. Il s'agit d'une production de commandes liées aux demandes immédiates et aux exigences des sociétés de programme. Il n'existe pratiquement aucune concurrence, les sociétés de production ne maîtrisant pas la réalisation des œuvres. De ce fait, les programmes sont essentiellement conçus pour leur diffusion sur les chaînes françaises sans que leur éventuelle exportation ne soit considérée autrement qu'en apport marginal de recettes.

Sans doute la facture des œuvres est-elle d'excellente qualité, mais elle ne s'intègre dans aucun format international et leur conception même accroît les coûts de production (1).

1.2.3. *Une production qui n'est pratiquement pas exportable.*

Les ventes réalisées par F.M.I., principalement en Europe, sont de l'ordre de 35 millions de francs par an ; celles du département de valorisation des archives de l'I.N.A., bien qu'en accroissement, ne dépassent pas 10 millions de francs (et ne couvrent même pas le coût du service), l'activité de commercialisation de Radio France, 6 millions de francs, reste encore déficitaire. Au total, les exportations françaises de productions audiovisuelles ne dépassent guère 50 millions de francs, soit quatre fois moins que celles de la seule B.B.C.-Entreprise, pour prendre un exemple comparable.

Cette situation tient à plusieurs obstacles propres à notre pays.

1.2.3.1. Conçues pour le seul marché intérieur, les prix de revente des produits audiovisuels sont relativement faibles, rapportés à leur coût de fabrication, alors que leur mise sur le marché expose le détenteur des droits à des frais importants. A quelques exceptions près, exporter un programme est un excellent résultat ; dégager une recette dérivée de l'ordre de 10 % une réussite ; au-delà, il s'agit d'une performance exceptionnelle. Les recettes d'exploitation secondaire ont donc un caractère marginal qui n'incite pas au développement d'une véritable politique commerciale.

(1) Le souci de l'exactitude historique contraint par exemple à recréer des jeux d'uniformes militaires, alors que la réutilisation de costumes d'une précédente série serait plus économique...

1.3.2.2. Conçue pour la satisfaction supposée du seul public national, la production française — à l'exception de quelques émissions culturelles ou « haut de gamme », très spécifiques —, est mal adaptée au goût des publics étrangers. Les producteurs, trop dépendants des sociétés de programme, mais aussi contraints par les réalisateurs, ont du mal à imposer le tournage simultané en plusieurs langues qui éviterait le doublage peu apprécié du public anglo-saxon et le formatage en 13, 26, et 52 minutes compatible avec les inserts publicitaires des télévisions commerciales étrangères. Les seuls marchés ouverts aux produits français reste l'Europe (mais plutôt sur les chaînes publiques) et les pays francophones qui, à l'exception de Québec, constituent une clientèle peu stimulante et souvent peu solvable. Les marchés rémunérateurs, par nature déjà très fermés aux exportations étrangères, ne sont pas actuellement abordables pour les productions françaises.

Dès lors, l'amortissement n'est réalisé que sur un marché intérieur exigü, le coût supporté par les sociétés de programme demeure élevé et, en conséquence, celles-ci ont tendance à limiter la diffusion de programmes de création, suppléant leur absence par des émissions de plateau, le sport ou les films moins coûteux.

1.3.3. *La programmation d'émissions de création originale n'est pas la garantie d'une audience forte.*

Malgré l'existence d'un monopole de service public et sa quasi-neutralité sur le volume des recettes publicitaires qu'elle apporte à chaque société, la « course à l'audience » s'est développée depuis 1974 entre les sociétés de programme. Cette « course à l'audience » va s'accroître avec l'arrivée des télévisions commerciales, dont l'objectif sera de s'attacher un public fidèle et nombreux.

Dans ce système concurrentiel, et sauf à arriver très vite à un morcellement de l'audience entre de multiples chaînes qui valoriserait celles adoptant un profil thématique, la logique commerciale conduit à une distorsion entre les intérêts des diffuseurs et des producteurs. Comme l'écrit M. Lionel Lévassour dans une étude publiée dans la revue *Problèmes audiovisuels* éditée par l'I.N.A. : « A l'intérieur de cette logique de marché, on mesure le risque d'une trop grande désolidarité d'un système de diffusion avec les structures de production audiovisuelle. D'un côté, des entreprises qui cherchent à maximiser la rentabilité de leurs activités de programmation sur le marché publicitaire (maximisation qui pourrait être exprimée comme la minimisation des investissements pour une maximisation de l'audience). D'un autre côté, des producteurs en

devoir de diversifier la diffusion de leurs produits pour affronter une concurrence toujours plus vive.

« Or il n'existe aucune corrélation probante entre l'efficiencia d'une programmation (exprimée en termes d'audience qui détermine l'investissement des annonceurs publicitaires) et l'origine des programmes diffusés (les programmes étrangers dont les droits sont dix fois inférieurs à une production originale peuvent atteindre des audiences fort appréciables comme l'a démontré la diffusion de Dallas). »

Votre rapporteur s'est fait communiquer par la société Médiamétrie le palmarès des émissions du 6 octobre au 9 novembre.

Il constate que, parmi les émissions programmées en début de soirée et donc susceptibles d'atteindre une forte audience, seul un téléfilm a dépassé les 30 % alors que, dans ce palmarès, figurent sept films (pour la plupart français) et deux émissions de variétés.

Plus de 30 % (taux moyen Audimat 1 % = 185 000 foyers).

Film : « <i>Le Maître d'école</i> »	45 %	Antenne 2	7 octobre 20 h 30
Film : « <i>La Scoumoune</i> »	39 %	TF1	9 novembre 20 h 30
La nuit des sept d'or (variété)	39 %	TF1	24 octobre 20 h 30
Film : « <i>747 en péril</i> »	39 %	Antenne 2	23 octobre 20 h 30
Série noire : « <i>Le grand môme</i> »	36 %	TF1	29 octobre 20 h 30
Film : « <i>Poisson d'avril</i> »	34 %	TF1	6 octobre 20 h 30
Film : « <i>La Femme d'à côté</i> »	34 %	TF1	26 octobre 20 h 30
Film : « <i>Alexandre le bienheureux</i> »	32 %	Antenne 2	14 octobre 20 h 30
La vie de famille (variété)	32 %	TF1	7 novembre 20 h 30
Film : « <i>Les Misérables</i> » (1 ^{re} partie) ..	31 %	TF1	12 octobre 20 h 30

Si l'on examine les émissions dépassant 25 % d'audience au cours de la même période, quel que soit leur horaire de diffusion, mises à part les émissions quotidiennes d'avant-soirée, comme « *Cocoricoboy* » ou « *le Théâtre de Bouvard* », dont l'audience varie entre 20 et 30 %, on décompte 13 films, 7 émissions de variétés, 3 séries américaines, 3 séries françaises (*Maguy* diffusée sur Antenne 2), 2 retransmissions de matchs de football et seulement 3 téléfilms français.

Compte tenu des coûts respectifs de ces différentes catégories de programmes, on constate aisément que si les créations originales peuvent atteindre des audiences élevées, leur coût par auditeur reste très largement supérieur à celui des films, des variétés ou des séries étrangères.

Toute politique de relance de la production audiovisuelle est conditionnée par la nécessité pour les sociétés de programme de disposer d'une capacité d'achat suffisante et donc des ressources leur permettant d'initier ou d'acquérir des œuvres originales.

Elle passe aussi à plus long terme par l'industrialisation des procédés de fabrication, ce qui nécessite des investissements lourds actuellement difficiles à financer.

Enfin, elle exige que la production soit mieux amortie. L'amélioration de l'amortissement, source de profits supplémentaires réinvestissables ou de prix de vente plus bas, donc plus compétitifs au regard des autres sources d'approvisionnement en programmes, ne pourra être obtenue que par la réunion de deux conditions :

- la préservation, au moins temporaire, d'un marché captif ;
- un effort important tendant à élargir le champ de rentabilité des productions françaises, qui doit porter à la fois sur l'exportation, (ce qui suppose que cet objectif soit pris en compte au stade même de la conception du produit) et sur les coproductions, surtout à l'échelon européen.

Dans l'état actuel du marché, cette stratégie ne peut être impulsée que par l'Etat.

2. UNE INTERVENTION INDISPENSABLE DE L'ÉTAT

L'Etat dispose de trois instruments de relance de la production française qu'il doit utiliser avec un souci d'efficacité maximum et de moindre coût pour les finances publiques : la réglementation, l'incitation, les commandes publiques.

2.1. Une politique de réglementation à deux volets.

Deux objectifs doivent être assignés à l'Etat pour aider au redressement des industries de programme. Le premier, déjà largement utilisé par le précédent Gouvernement, consiste à dresser au moins provisoirement des barrières de nature protectionniste. Le second, plus novateur, sans doute plus efficace à terme et qui peut être pérennisé sans danger, consiste à rétablir la concurrence dans les rapports entre les sociétés de programme et les producteurs.

2.1.1. *Un dispositif protectionniste.*

L'arsenal juridique existant avant la loi du 30 septembre 1986 manquait quelque peu de cohérence. Il reposait sur deux catégories de dispositions. D'un côté, les cahiers des charges des sociétés nationales de programme les obligeaient à programmer au moins 60 % d'émissions d'origine française et à réaliser un chiffre d'affaires annuel avec la S.F.P. comprenant une partie importante consacrée à la production originale. De l'autre côté, les cahiers des charges annexés au contrat de concession des chaînes de télévision privées contenaient des obligations dont l'application était, il est vrai, différée et échelonnée dans le temps, de programmation d'œuvres originales (250 heures après 2 ans, 500 heures à partir du quatrième exercice) et de nationalité des œuvres programmées (30 % d'œuvres d'expression originale française à partir de la fin du troisième exercice) puis 50 % à la fin du cinquième exercice) puis 50 % à la fin du cinquième exercice.

La loi du 30 septembre 1986 a donné les moyens au Gouvernement et à la C.N.C.L. de renforcer ce dispositif.

Le Gouvernement va devoir fixer par décret en Conseil d'Etat, pris après avis de C.N.C.L., le régime de diffusion des œuvres cinématographiques et audiovisuelles pour l'exploitation de chaque catégorie de services de communication audiovisuelle diffusés par voie hertzienne terrestre ou par satellite (art. 27) ainsi que celui pour les services distribués par le câble (art. 33). Pour la privatisation de TF 1, le législateur a maintenu pendant deux ans suivant la cession l'obligation de passer commande à la S.F.P. pour un montant au moins égal à la moitié du chiffre d'affaires réalisé par TF 1 en 1986. En outre, le décret en Conseil d'Etat qui fixera le cahier des charges servant de base à la cession contiendra des obligations minimales sur le régime de diffusion des œuvres cinématographiques et audiovisuelles (art. 62). Enfin, le Gouvernement pourra imposer des contraintes analogues aux sociétés nationales de programmes sur la base de leur cahier des charges (art. 48).

La C.N.C.L., pour sa part, pourra définir des obligations particulières au titulaire d'autorisation concernant notamment le temps minimal consacré à la diffusion d'œuvres d'expression originale française en première diffusion en France (art. 28) et elle aura à choisir en fonction d'un système de « mieux disant » culturel comprenant des engagements des candidats à diffuser des programmes culturels et éducatifs ou à verser un concours supplémentaire au soutien de l'industrie cinématographique et de l'industrie de programmes audiovisuels (art. 30) ; en outre, pour l'acquisition de TF 1, les engagements s'étendent à la diffusion d'œuvres d'expression originale française en première diffusion en France (art. 64).

Forts de leur compétence, le Gouvernement et la C.N.C.L. pourront imposer des règles strictes, en transposant par exemple certaines règles de protection de l'industrie cinématographique. Trois catégories de règles pourraient ainsi être mises en vigueur :

- des quotas de nationalité : 50 % de fictions et de documentaires d'expression originale française, 60 % émanant des Etats membres de la C.E.E. Ces quotas seraient immédiatement applicables aux sociétés du secteur public et à TF 1. En ce qui concerne les réseaux privés, ils seraient atteints par paliers en trois ans ;

- un nombre d'heures et un chiffre d'affaires minimaux (1), faute de quoi des arbitrages néfastes à la qualité d'expression risquent d'intervenir, consacrés à la première diffusion d'œuvres de fiction d'expression originale française, le cas échéant en échelonnant ces dispositions dans le temps (2).

2.1.2. *Un dispositif limitant les concentrations verticales et les abus de position dominante.*

L'existence d'un monopole public de programmation a placé les producteurs, y compris la S.F.P., dans une position de sous-traitant des sociétés de programme.

Il s'agit donc, en revenant aux règles contractuelles, d'empêcher les sociétés de programmes d'investir le secteur de la production et de recréer des liens privilégiés entre certains diffuseurs et certains producteurs qui fausseraient la concurrence. L'adéquation de l'offre et de la demande doit se faire dans un système de pure concurrence, en fonction de la qualité des programmes proposés et des prix d'achat convenus. L'objectif à long terme est de redonner l'initiative aux producteurs, qui pourront proposer leur produit à plusieurs chaînes concurrentes et qui pourront mieux intégrer leur éventuelle exploitation à l'étranger dès le stade de la fabrication.

Outre la suppression du système des commandes obligatoires à la S.F.P. (maintenue deux ans pour TF 1), plusieurs dispositions de la loi du 30 septembre 1986 vont dans ce sens. C'est ainsi que la C.N.C.L. aura à fixer pour chaque catégorie de services de communication audiovisuelle diffusés par voie hertzienne ou terrestre ou par satellite les conditions générales de production des œuvres diffusées, et notamment la part maximale des émissions produites par l'exploitant du service (art. 27). Pour TF 1 privatisée, cette compétence appartient au Gouver-

(1) Les producteurs souhaitent que les chaînes soient obligées de consacrer 10 à 15 % de leurs ressources.

(2) La Fédération française des producteurs de films et de programmes audiovisuels propose : 100 heures la première année, 200 heures la seconde et 300 heures la troisième année, ces diffusions ayant lieu aux heures de grande audience.

nement par décret fixant le calendrier des charges servant de base à la cession. Enfin, les sociétés nationales pourront produire pour elles-mêmes, mais à titre accessoire, et participer à des accords de coproduction dans les conditions fixées par leur cahier des charges (art. 44). Il appartient donc à l'autorité administrative indépendante et au Gouvernement de faire rapidement connaître leur position sur ce point.

2.2. Une politique d'incitation à la création audiovisuelle.

Outre les subventions affectées du ministère de la culture, dont la dotation est en réduction, deux systèmes importants d'incitation à la création audiovisuelle ont été mis en place en 1985 à l'initiative de M. Jack Lang, ministre de la culture à l'époque.

Le premier de ces mécanismes, celui des sociétés de financement de la création audiovisuelle (S.O.F.I.C.A.), accorde une déduction fiscale importante pour les capitaux engagés dans la création audiovisuelle.

Le second, institué par la loi de finances pour 1986 et inspiré d'une formule qui avait fait ses preuves pour le cinéma, est celui du compte de soutien aux industries de programmes.

Il est à craindre cependant que les particularités propres au marché des programmes audiovisuels ne puissent être suffisamment prises en considération par ces deux systèmes d'aides :

— ce sont des aides à l'offre de programmes par les producteurs, alors que le marché est dominé par les diffuseurs, particulièrement en France où ils sont peu nombreux et où ils imposent facilement leurs choix tant aux 300 petits producteurs privés (500 millions de francs de chiffre d'affaires) qu'à la S.F.P., captive du système des commandes obligatoires ;

— ce sont, dans le cas des S.O.F.I.C.A. des aides à la prise de risques, ce qui est tout à fait valable dans le cinéma, où les recettes ne sont pas assurées, mais n'est guère adapté à la fabrication de programmes télévisés qui sont, pour l'essentiel, pré-vendus auprès des diffuseurs. Ils bénéficient donc de recettes relativement sûres ; ce n'est que dans la mesure où l'équilibre financier d'une production repose sur des exportations ou des rediffusions qu'il y a véritablement prise de risque.

S'agissant de mécanismes nouveaux, il est difficile de se prononcer. Mais il est donc à craindre, si des précautions très strictes ne sont pas prises, que les aides ainsi accordées ne permettent pas, à elles seules, de rééquilibrer les rapports entre producteurs et diffuseurs, qu'elles soient finalement captées par les diffuseurs et qu'elles génèrent des hausses de coûts au lieu de déclencher une production supplémentaire ou de favoriser le développement des exportations.

2.2.1. Les S.O.F.I.C.A.

2.2.1.1. L'article 40 de la loi du 11 juillet 1985 portant diverses dispositions d'ordre économique et financier a créé un régime fiscal particulier – généralement dénommé régime de l'abri fiscal, dont le dispositif est pour l'essentiel le suivant :

- des sociétés anonymes de financement des œuvres cinématographiques et audiovisuelles (S.O.F.I.C.A.), qui auront pour activité exclusive le financement en capital d'œuvres cinématographiques ou audiovisuelles, pourront être créées ;

- les personnes physiques qui souscriront en numéraire des actions d'une S.O.F.I.C.A. pourront déduire cet investissement de leur revenu net global, dans la limite de 25 % de ce dernier. Elles devront conserver ces actions pendant cinq ans pour ne pas perdre le bénéfice de cet avantage fiscal ;

- les personnes morales passibles de l'impôt sur les sociétés pourront elles aussi souscrire en numéraire des actions d'une S.O.F.I.C.A. Elles pourront alors pratiquer, dans l'année de réalisation de cette souscription, un amortissement exceptionnel égal à 50 % du montant des sommes qu'elles auront définitivement souscrites à ce titre ;

- les S.O.F.I.C.A. investiront à la fois dans le secteur du cinéma et dans celui des autres productions audiovisuelles (télévision, dessins animés, etc.) sous deux formes : en souscrivant au capital de sociétés de production ou en s'associant par contrat à des producteurs, afin d'acquérir des droits sur les recettes d'exploitation d'œuvres cinématographiques ou audiovisuelles ;

- pour assurer simultanément la protection de l'épargne ainsi collectée et son orientation vers des investissements répondant bien à l'intention du législateur, ce dernier a prévu des sécurités importantes : les S.O.F.I.C.A. devront être agréées par le ministère de l'économie, des finances et du budget, sur avis du ministère de la culture. Elles seront dotées d'un commissaire du Gouvernement ; les œuvres qu'elles financeront devront être agréées par le ministère de la culture, notamment pour s'assurer qu'elles respectent bien les critères de nationalité française introduits dans la loi ; enfin, celles des S.O.F.I.C.A. qui feront appel à l'épargne publique devront obtenir un visa de la commission des opérations de bourse sur le document d'information destiné aux souscripteurs potentiels.

2.2.1.2. Un bilan honnête.

Lancées il y a un an dans l'enthousiasme, les S.O.F.I.C.A. n'ont pas rencontré d'emblée le succès espéré. Alors que le chiffre d'un demi-milliard de francs de collectes était escompté, les huit S.O.F.I.C.A. faisant appel public à l'épargne, agréées, n'ont réussi à mobiliser que 350 millions de francs, en un an.

Il faut préciser que la note d'avertissement de la commission des opérations de bourse était particulièrement réservée sur la rentabilité d'un tel placement.

Elles ont financé 35 films pour un montant de 100 millions de francs et injecté 66 millions de francs dans une dizaine de séries télévisuelles. En matière de programmes de télévision, nombre d'entre elles ont choisi de miser sur les coproductions internationales (Investimage participe au financement de *Guillaume Tell*, coproduit avec des Américains et S.O.F.I.C.A.-Créations à celui des séries *L'heure Simeon*, treize réalisateurs européens, en association avec TF 1, et *Sentiments* avec les télévisions australienne et italienne...), ou les dessins animés (Investimage finance « *Rahan* » dont les recettes en droits dérivés peuvent se révéler importantes. Le pourcentage des investissements par rapport au devis varient entre 10 et 30 %.

Une seule S.O.F.I.C.A. a, à la connaissance de votre rapporteur, souscrit au capital d'une société de production, ou s'appretait à le faire : S.O.F.I.C.A.-Créations dans Turbo-Films avec la participation de producteurs indépendants.

La plupart des S.O.F.I.C.A. envisagent d'augmenter leur capital. Selon leurs estimations, le montant global recueilli auprès des épargnants d'ici à la fin de l'année pourrait atteindre 200 millions de francs.

2.2.1.3. Le système semble toutefois connaître quelques dérapages.

Les S.O.F.I.C.A. ont eu tendance jusqu'ici à se comporter en prêteurs plus qu'en apporteurs de capitaux à risques : certains dossiers sont en effet caractérisés par des montages financiers qui leur réservent la quasi-exclusivité des recettes en France jusqu'à récupération de leur investissement majoré d'un taux d'intérêt. En pratique, ce schéma revient pour l'instant à accorder un crédit de trésorerie au premier diffuseur français et non à favoriser les exportations ou les reventes. De ce fait, l'intervention des S.O.F.I.C.A. risque de se traduire par une diminution de la part des investissements prise en charge par les diffuseurs sans que le producteur voie nécessairement sa position financière renforcée.

De tels errements vont à l'encontre de l'objectif poursuivi, qui reposait sur l'idée que l'avantage fiscal consenti aux souscripteurs de

S.O.F.I.C.A. doit trouver sa contrepartie dans la prise en charge par la société de financement d'une part du risque économique particulier à la production audiovisuelle.

2.2.2. *Le compte de soutien.*

A partir de 1984, dans le cadre du IX^e Plan, une politique industrielle a été définie pour renforcer les capacités nationales de création audiovisuelle dans la perspective de l'apparition de nouveaux réseaux de télévision. Le dispositif défini pour cet objet (art. 36 et 61 de la loi de finances pour 1984) comportait à l'exemple du cinéma un mécanisme de redistribution, au profit des producteurs de programmes, des ressources levées sur les nouveaux services de communication audiovisuelle. Pour ce faire, une deuxième section du compte de soutien a été instituée. Parallèlement, pour pallier le faible niveau des ressources tirées de ce dispositif dans une phase de démarrage des nouveaux réseaux, un fonds alimenté sur crédits budgétaires a été institué à titre transitoire (le fonds de soutien aux industries de programmes). Initialement destinée à la seule production de programmes réalisés pour les nouveaux réseaux de diffusion (Canal Plus, réseaux câblés, nouvelles télévisions par voie hertzienne) la deuxième section du compte de soutien a été élargie à l'ensemble de sociétés de télévision.

2.2.2.1. Elle est alimenté par une part du produit de la taxe et du prélèvement sur les recettes des sociétés de télévision au titre de la redevance, des abonnements et des ressources publicitaires, dont les barèmes ont été fixés comme suit :

Montant des encaissements mensuels (en millions de francs)	Montant de la taxe et du prélèvement (en francs)	
	1986	1987
De 1 à 2	20.000	24.000
De 2 à 3	60.000	73.000
De 3 à 4	120.000	146.000
De 4 à 5	180.000	222.000
Au-delà de 5	le montant de la taxe et du prélèvement est majoré de	
	45.000	55.000
	pour chaque tranche supplémentaire d'encaissement de 1 million de francs	

En 1986, ce barème a eu pour effet de soumettre à un taux moyen de pression fiscale voisin de 4,5 % les sociétés dont les recettes taxables annuelles dépassent 100 millions de francs. Au titre du premier semestre 1986, les résultats du recouvrement par le C.N.C. de la taxe et du prélèvement ont été conformes aux prévisions et ont permis d'encaisser 209 millions de francs (1). Cependant les délais d'encaissement et de recouvrement de la redevance impliquent sans doute une moins-value de 100 millions de francs (soit 25 % du montant initialement prévu), 34 % du produit de la taxe et du prélèvement abondent en 1986 la première section du compte d'affectation spéciale n° 902-10 consacrée au soutien de l'industrie cinématographique, 66 % étant versés à la seconde section dudit compte destinée au soutien de l'industrie des programmes audiovisuels.

Compte tenu des frais de gestion du compte par le C.N.C. (2) 257 millions de francs devaient normalement être distribués en 1986.

En 1987 les nouveaux tarifs se traduisent par un taux de prélèvement voisin de 5,5 % des sommes encaissées pour des recettes annuelles de l'ordre de 100 millions de francs, soit une augmentation d'un point de la pression fiscale par rapport à 1986.

Cette augmentation devait, aux termes de la loi de finances pour 1986, bénéficier intégralement à l'industrie des programmes audiovisuels, 73 % du produit de la taxe étant réservés à la seconde section du compte de soutien contre 27 % à la première section. En raison de l'importance du film dans la politique de programmation des diffuseurs et de la situation difficile de l'exploitation en salle dans un contexte de concurrence accrue des modes de consommation des œuvres cinématographiques, il est proposé de modifier la clé de répartition entre les deux sections du compte de soutien en portant à 35 % la part consacrée à l'industrie cinématographique. Cette mesure fait l'objet d'une disposition du projet de loi de finances pour 1987.

Les évaluations de ressources au titre de ce dispositif tablent sur un produit de 548 millions de francs en 1987 contre 400 en 1986, sur la base de recettes taxables de l'ordre de 9 milliards et demi de francs dont 5 milliards de francs pour le nouveau secteur public (A 2 et FR 3). C'est donc un complément de ressources de 148 millions de francs qui serait disponible pour l'aide aux deux secteurs. Selon la clé de répartition proposée, 56 millions de francs supplémentaires profiteront au cinéma contre 92 à l'audiovisuel.

En 1987, la seconde section du compte de soutien devrait recueillir 357 millions de francs, dont 346 millions de francs à répartir et 11 millions de francs de frais de gestion.

(1) TF 1 : 57,6 millions de francs ; A 2 : 50,3 millions de francs ; FR 3 : 97,1 millions de francs ; Canal Plus : 31,9 millions de francs ; La Cinq : 2,8 millions de francs ; TV 6 : 0 ; T.M.C. : 0,1 million de francs.

(2) 8 millions de francs.

2.2.2.2. Le décret du 6 février 1986 a défini dans le cadre de ce compte, à l'exemple du soutien financier à l'industrie cinématographique, deux régimes d'aide, l'un à caractère automatique, l'autre à caractère sélectif.

Pour 1986, 180 millions de francs ont été attribués au régime de caractère automatique pour lequel le calcul des allocations de soutien financier a été établi sur la base des œuvres de fiction et d'animation diffusées sur les antennes nationales en 1984 et 1985. Quarante et un producteurs privés et trois producteurs publics pourront ainsi bénéficier de cette aide de réinvestissement, pour 247 œuvres éligibles représentant 627 heures de programme. Ce mécanisme a ainsi généré une subvention horaire moyenne de 285.000 F. On peut estimer que les œuvres diffusées en 1986 devraient générer en 1987 une aide au moins égale ou double.

Au cours de ses deux premières sessions (juin et juillet 1986), la commission a examiné 64 projets dont 31 ont été retenus pour 36,9 millions de francs (sur 77 millions de francs mis à la disposition de la commission d'aide sélective) (1).

2.2.2.3. Les mécanismes d'attribution ne sont pas dénués d'effets pervers.

En effet, le prélèvement effectué sur les ressources des diffuseurs risque, d'une part, de limiter les sommes disponibles pour la création et surtout, d'autre part, d'encourager des diffuseurs à faire jouer la « loi du juste retour ». Selon celle-ci, les diffuseurs cherchent à obtenir des producteurs qu'ils investissent à leur profit des sommes au moins équivalentes aux droits de tirage sur le compte du soutien générés par les œuvres qu'ils ont diffusées antérieurement sur leurs antennes. Une façon pour les diffuseurs d'obtenir ce résultat est de réduire leur part de financement aux dépens des producteurs tout en conservant les mêmes droits qu'auparavant sur les commercialisations futures. Si elle est appliquée, et elle l'est réellement si l'on en croit les dirigeants de la S.F.P., cette loi du juste retour risque de geler les parts de marché et de retarder le positionnement des producteurs sur les marchés internationaux en concentrant leur attention sur le marché national.

Si ces déviations n'ont pas été observées dans le cas du cinéma, c'est que la taxe additionnelle sur le prix des places est perçue par les exploitants des salles sur les spectateurs et que les exploitants ne jouent aucun rôle dans la production ni souvent, dans la distribution. Le double rôle du diffuseur en matière audiovisuelle modifie considérablement cette situation : le payeur de la taxe est aussi celui qui finance les programmes, et il peut récupérer d'un côté ce qu'il a perdu de l'autre, l'effet global pouvant être nul, et s'accompagner de rigidités supplémentaires.

(1) Fiction : 7 projets (23,5 millions de francs) ; animation : 4 ; documentaire : 16 ; magazines 3 ; divers : 1.

En outre l'obligation qui a été faite aux producteurs d'apporter 15 % au plan de financement des œuvres aidées est probablement sévère, s'agissant d'un secteur ne disposant que de peu de fonds propres.

Afin d'éviter ces effets pervers, il serait peut-être souhaitable d'asseoir la taxe sur la partie du chiffre d'affaires non réinvesti par les sociétés de programmes en achats de programmes français, en parts de coproduction française ou en création interne. Il conviendrait également de consacrer une part plus importante aux financements des projets nouveaux, en favorisant les produits les plus exportables, et d'assouplir les contraintes de financement imposées aux producteurs.

2.2.3. *Les autres aides.*

2.2.3.1. Le fonds de création audiovisuelle.

Alimenté par crédits budgétaires (chap. 43-40) du ministère de la culture et de la communication (25 millions de francs en 1986), ce fonds a une vocation principalement culturelle.

Il permet une aide sélective aux productions télévisuelles destinées au secteur public en fonction des contenus (sujets culturels, projets originaux, œuvres de jeunes réalisateurs, genres d'émissions connaissant des difficultés telles que le documentaire de création).

Au 15 août 1986, les engagements définitifs (contrats signés ou en cours) représentaient 22,4 millions de francs dont 19,9 d'aides à la production ; 0,4 million de francs d'aides aux pilotes d'animation, 0,7 million de francs d'aides aux conventions d'écriture et 1,4 million de francs pour les manifestations et actions de promotion de la création audiovisuelle.

En 1987, l'existence et le développement du compte de soutien aux industries de programme permet de réduire de 5 millions de francs la dotation du fonds de création audiovisuelle. Ce dernier continuera à financer les aides en « amont » de la production (aides aux pilotes, aides à l'écriture, concours de scénario), la promotion de la création audiovisuelle française ainsi que les productions liées aux priorités de la politique culturelle.

2.2.3.2. Le fonds de soutien aux industries de programmes.

Le fonds de soutien est alimenté par des crédits budgétaires. En 1986, le ministère de la culture et de la communication et le ministère des postes et télécommunications apporteront respectivement 8 millions de francs (après une annulation de crédits de 30 millions de francs en avril) et 90 millions de francs.

Dans le cadre de ce dispositif sont accordées des avances remboursables aux producteurs audiovisuels pour la production d'œuvres originales devant faire l'objet d'une première diffusion sur l'un des nouveaux réseaux de diffusion (Canal Plus, 5^e et 6^e chaînes et réseaux câblés).

Cent cinquante-cinq projets ont ainsi bénéficié, depuis le début de l'année 1986, d'avances pour un montant de 75,1 millions de francs.

Créé en 1984 pour une durée de trois ans, ce dispositif cessera de fonctionner au 31 décembre 1986.

2.2.3.3. La logique économique rendant extrêmement précaire la situation d'un secteur qui chercherait à trouver sa rentabilité sur le seul marché français, même élargi aux pays francophones, **l'exportation et le développement des coproductions internationales (et notamment européennes) constituent un objectif prioritaire** aux yeux de votre rapporteur. Aussi souhaite-t-il que les mécanismes de crédit à l'exportation puissent être adaptés aux programmes audiovisuels.

2.3. Une politique efficace de « commandes publiques ».

A travers deux chaînes nationales de service public et une société d'édition de programmes, l'Etat dispose de moyens pour insuffler une véritable politique de « commandes publiques ».

Tels sont les objectifs retenus pour l'affectation des mesures nouvelles aux sociétés de programme :

— versement à la S.E.P.T d'une dotation de 300 millions de francs ;

— attribution à Antenne 2 et FR 3 de mesures nouvelles d'un montant de 16,5 millions de francs pour la première et de 36,5 pour la seconde, qui devront être affectées à la création ;

— l'affectation de 10 % du produit de la privatisation de TF 1 à la création audiovisuelle par les deux chaînes publiques.

Toutefois, votre rapporteur qui a constaté depuis plusieurs années que les dotations de redevance théoriquement affectées à la création étaient souvent détournées au profit du fonctionnement courant et des structures, se demande si les sociétés nationales de programme ne vont pas se trouver obliger de comprimer une nouvelle fois leur budget de création pour éviter le déséquilibre de leur compte d'exploitation, à cause de la contrainte financière qui pèse sur elles en raison du caractère peu réaliste du calcul de certaines économies de gestion réalisables.

Votre rapporteur souhaiterait donc très vivement qu'au sein des budgets et comptes des sociétés soient instituée une section « création originale » à laquelle des crédits seraient spécialement affectés et de laquelle les virements et transferts seraient interdits, sauf dérogation exceptionnelle.

CHAPITRE IV

LES MOYENS FINANCIERS DU SERVICE PUBLIC EN 1987

I. - LA REDEVANCE

Depuis 1980, la part de la redevance dans les ressources du service public de l'audiovisuel a tendance à diminuer.

En raison de la baisse de 6,5 % et de la suppression de la taxe sur les magnétoscopes, cette tendance va s'accroître en 1987.

1.1. La progression du nombre de comptes gérés est faible.

Depuis 1980, l'augmentation du nombre de comptes gérés est faible (+ 1,6 % de 1985 à 1986). Elle connaîtra même une baisse sensible en 1987, en raison de la suppression de la taxe sur les magnétoscopes à compter du 1^{er} juin 1986. Cette évolution s'est toutefois accompagnée d'une transformation importante du parc des appareils taxables telle qu'elle est décrite dans le tableau ci-dessous :

(En millions de comptes.)

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987
T.V. noir et blanc	8,5	7,9	7,1	6,4	5,3	4,8	4,5	4,1
T.V. couleur	7,5	8,3	9,5	10,7	11,6	12,3	12,6	14,1
Magnéto- scope	•	•	•	•	0,3	0,4	0,4	•
T.V. noir et blanc + magnéto- scope	•	•	•	•	0,02	0,03	0,04	•
T.V. couleur + magnéto- scope ..	•	•	•	•	0,6	0,8	0,1	•
Total	15,6	16	16,2	16,6	17,9	18,3	18,5	18,2

Ce dynamisme de l'assiette de la taxe (accroissement et coloration du parc, création de la taxe sur les magnétoscopes) qui a permis de 1980 à 1985 un accroissement des encaissements de 46 % par an en moyenne, devrait être réduit dans les prochaines années.

La suppression de la taxe sur les magnétoscopes frappe en effet l'élément le plus évolutif de la ressource. En effet, la progression du parc payant, en raison de l'importance du taux d'équipement (supérieur à 90 %) ne reposera plus que sur l'augmentation du nombre de ménages. Encore convient-il de prendre en compte l'accroissement des comptes exonérés parallèle au vieillissement de la population, et à l'augmentation du nombre de foyers exonérés d'impôt sur le revenu. Au total, le nombre de comptes payants ne devrait pas progresser de plus de 1 % par an, passant vraisemblablement de 15,2 à 16 millions en 1990. En outre, l'effet de substitution de récepteurs couleurs aux récepteurs en noir et blanc très rapide dans les années 1970 va se ralentir. Le taux d'équipement atteint d'ores et déjà 65 % du parc (76 % des comptes payants du service de la redevance) (1).

En sens inverse, pour ce qui concerne les recettes réelles, en raison de l'alignement des conditions d'exonération de la redevance sur celles applicables en matière de taxe d'habitation, réalisé par le décret n° 82-971 du 17 novembre 1982, le nombre des comptes exonérés a crû très rapidement.

Il est passé de 1.054.244 en 1982 à 1.996.712 en 1983 (+ 89,4 %), 2.418.484 en 1984 (+ 21,1 %) pour atteindre 2.729.068 en 1985 (+ 12,8 %) et 2.859.456 (au 30 juin 1986). Cette évolution devrait se poursuivre en raison du vieillissement de la population.

Le non-remboursement, partiel depuis 1981, total depuis 1983, de la charge des exonérations de redevance soulève un problème de grande ampleur. Sur le plan des principes, il est anormal de faire supporter aux entreprises publiques les charges de la politique sociale du Gouvernement ; celles-ci devraient être supportées par le budget général de l'Etat.

Sur le plan financier, le non-remboursement des exonérations représente une perte d'environ 1,36 milliard de droits constatés pour le service public de l'audiovisuel.

Votre commission a, depuis 1983, réclamé avec insistance la prise en charge par le budget général du montant des exonérations consenties (2).

Cette observation avait été du reste reprise par M. Jean-Denis Bredin dans son rapport sur les nouvelles télévisions hertziennes (3).

(1) Il faut rappeler que la redevance est due par foyer et que le multi-equipement n'a aucun effet sur son produit.

(2) Sénat (1983-1984, n° 62, annexe n° 47, p. 37 et 38).

(3) M. Jean-Denis Bredin, « Les nouvelles télévisions hertziennes », p. 88, 89, 219 et 274.

Notre collègue, M. Adrien Gouteyron, a également insisté sur cette anomalie dans son rapport sur le projet de loi relatif à la liberté de communication (1).

Votre rapporteur déplore que les changements politiques n'engendrent sur ce point aucune modification, les responsables de la rue de Rivoli s'attachant le plus souvent à supprimer les charges indues du budget général et fermant totalement les yeux sur les charges indues supportées, au profit du budget général, par des entreprises publiques.

1.2. Le taux de la redevance diminuera sensiblement en 1987.

ÉVOLUTION DU TAUX DE LA REDEVANCE DE 1980 A 1987

Année	T.V. noir et blanc		T.V. couleur		Magnétoscopes	
	Montant en francs	Evolution	Montant en francs	Evolution	Montant en francs	Evolution
1980	221	+ 6,76	331	+ 6,77	.	.
1981	238	+ 7,69	358	+ 8,16	.	.
1982	280	+ 17,65	424	+ 18,43	.	.
1983	311	+ 11,07	471	+ 11,08	471	.
1984	331	+ 6,43	502	+ 6,58	612	+ 29,94
1985	346	+ 4,53	526	+ 4,70	641	+ 4,73
1986	356	+ 2,90	541	+ 2,90	656	+ 2,90
1987	333	- 6,50	506	- 6,50	.	suppression

L'évolution du taux de la redevance au cours de la période 1980-1986 n'était pas apparu excessif à votre rapporteur. Pour une somme d'environ 1,50 F par jour, les Français ont accès à trois chaînes de télévision et à de multiples chaînes de radio. En outre, la durée d'émission s'est notablement accrue. Selon une enquête réalisée en 1985 par l'I.N.A., la France se situait dans la moyenne des pays européens.

La restructuration du service public a conduit le Gouvernement à proposer une diminution du taux de la redevance de 6,5 %. Cette mesure relève davantage du symbole que de la raison. Il était sans doute difficile de faire admettre aux Français le maintien, voire l'augmentation du taux de la redevance alors même que TF 1 sortait du secteur public.

Ce faisant, TF 1 a consommé 890 millions de francs de redevance en 1986. La suppression de la redevance sur les magnétoscopes et la baisse de 6,5 % constituera pour le service public une diminution de

(1) Senat (1985-1986), n° 413, page 75.

1.280 millions de francs du montant de redevance distribué. Toutes choses égales par ailleurs, l'addition des deux mesures crée un besoin de financement net de l'ordre de 300 millions de francs pour le service public.

A plusieurs occasions, lors de l'examen au Sénat du projet de loi relatif à la liberté de communication, de nombreux collègues, dont M. Jean-Pierre Fourcade, président de la commission spéciale, et M. Adrien Gouteyron, rapporteur, ont exprimé les plus expresses réserves sur la diminution du taux de la redevance. Le président Edgar Faure avait, quant à lui, proposé que le taux doit maintenu à son niveau actuel mais qu'une partie du montant de la redevance soit directement affectée à la création d'œuvres originales françaises.

Votre rapporteur s'inquiète du risque d'accroissement des non-paiements. Une règle vérifiable montre que plus une taxe est faible, plus l'incitation à la fraude est grande et plus les moyens nécessaires pour lutter contre cette fraude deviennent coûteux ou inquisitoriaux. En outre, le seuil de rentabilité des poursuites est très vite atteint, les frais de justice avancés par le Trésor pour engager les poursuites dépassant souvent les sommes à recouvrer.

Cette mesure paraît en outre dangereuse car l'évolution de la ressource dans les prochaines années se trouvera ralentir au fur et à mesure de l'atténuation de l'effet de parc.

1.3. L'importance des non-paiements

Le rapport sur le service de la redevance de l'audiovisuel pour 1985 fait apparaître une augmentation très sensible du taux de recouvrement sur l'année courante : 74,25 % au lieu de 70,5 % en 1984. Cet accroissement provient en grande partie de l'encaissement plus rapide des chèques grâce aux lecteurs optiques installés dans les centres. En effet, les statistiques font apparaître une augmentation alarmante des retards et des refus de paiement, comme le montre le tableau ci-dessous.

	1984	1985	1984-1985	Pourcentage des avis d'échéance
Avis d'échéance (1 ^{er} avis)	16.679.021	16.617.672	- 3,6	-
Avis de majoration	2.449.201	2.570.573	+ 4,95	15,5
Commandement (lettre recommandée)	1.508.221	1.730.116	+ 14,71	10,4
Contraintes extérieures	786.996	1.344.263	+ 79,81	8,1
Titres exécutoires	108.045	191.415	+ 77,16	1,2

En 1986, l'évolution défavorable dans le recouvrement de la redevance s'est poursuivie. Elle s'est trouvée amplifiée par les comportements d'anticipation des redevables lors de l'annonce de la suppression de la taxe sur les magnétoscopes et de la baisse de la redevance télévision.

La multiplication des contrôles chez les commerçants et les particuliers n'a donc pas permis d'améliorer de façon significative les résultats du service de la redevance.

La fraude, déjà forte, risque d'avoir tendance à s'accroître. La redevance revêt à la fois l'aspect d'une contribution obligatoire et d'un tarif ouvrant droit aux prestations de la télévision. Or le développement des télévisions commerciales gratuites pour le téléspectateur risque d'entraîner des comportements de rejet, motivés par la diminution de la fidélité aux chaînes de service public. Un phénomène analogue avait conduit, il y a quelques années à la suppression de la taxe sur les récepteurs de radiodiffusion sonore.

Votre rapporteur est donc favorable aux dispositions de l'article 64 tendant à renforcer les obligations de déclaration des professionnels et à instituer une solidarité de paiement entre la personne qui prend livraison de l'appareil et le véritable propriétaire, s'ils sont différents.

Toutefois, il attire l'attention du Gouvernement sur l'impopularité de telles mesures qui risquent d'apparaître inquisitoriales à beaucoup de commerçants.

1.4. Les prélèvements de l'Etat.

Deux prélèvements affectent le montant des encaissements de la redevance de l'audiovisuel.

1.4.1. Le prélèvement destiné à couvrir les frais de fonctionnement du service de la redevance.

Ce prélèvement demeure fixé pour 1987 à 410 millions de francs, compte tenu :

- des efforts qui restent à accomplir en termes de recouvrement contentieux ;
- des investissements informatiques en cours qui doivent être menés à bien pour permettre :
 - une gestion plus rapide des comptes des redevables avec une meilleure fiabilité, et donc moins de doléances des assujettis,
 - une réduction, dans les deux ou trois ans à venir, des frais de personnel.

La conjugaison de la diminution des encaissements prévus pour 1987 et du montant du prélèvement conduit à une détérioration du ratio « montant du fonds de concours/produit de la redevance.

1983	1984	1985	1986	1987
4,9	4,6	4,6	4,8	(1) 5,8

(1) Taux supérieur aux dispositions de l'article 367 de l'annexe III du centre général des impôts qui prévoient que le prélèvement représentant les frais de perception d'une taxe parafiscale ne saurait excéder 5 % du montant du produit de cette taxe.

Toutefois, ce ratio devrait connaître une amélioration sensible au cours des prochaines années, en raison notamment de la suppression de 127 emplois qui interviendra dans le courant de 1987 et devrait avoir des effets en année pleine en 1988 (économie évaluée à 20 millions de francs).

Votre rapporteur souhaite que ces suppressions interviennent rapidement. Cent emplois avaient été créés en 1984 lors de la création de la redevance sur les magnétoscopes, dont le maintien ne se justifie plus depuis le 1^{er} juin 1986. Le maintien du prélèvement à son niveau actuel paraît en conséquence inopportun, des économies de l'ordre de 50 millions de francs sont réalisables (1).

1.4.2. La taxe sur la valeur ajoutée.

A partir de 1986, le taux de T.V.A. applicable à la redevance a été réduit de 18,6 à 7 %, permettant de dégager 700 millions de francs de ressources supplémentaires pour le service public.

1.5. Les droits à répartir.

Le montant total des droits à répartir s'élève en 1987 à 6.218 millions de francs (2), soit une diminution de 17,07 % par rapport à 1986, mais à structure constante, (hors TF 1 et S.F.P.) la diminution est limitée à 4,97 %.

La fiabilité de ces prévisions de recettes n'est cependant pas sans limites. Votre rapporteur a eu l'occasion, dans ses précédents rapports, d'évaluer la moins-value en encaissements :

1981	7 millions de francs
1982	106 millions de francs
1983	339 millions de francs
1984	530 millions de francs
1985	383 millions de francs

(1) L'Assemblée nationale a adopté un amendement tendant à réduire de 25 millions de francs ce prélèvement. Toutefois en seconde délibération, la réduction a été ramenée à 12,5 millions de francs. Sur proposition de votre rapporteur le Sénat a décidé dans sa séance du 23 novembre de réduire ce prélèvement de 25 millions de francs supplémentaires.

(2) 6.230,5 millions de francs après les décisions de l'Assemblée nationale.

La surestimation des encaissements résulte pour partie d'un optimisme chronique qui conduit à surévaluer l'effet de parc et à sous-évaluer l'importance des non-paiements.

Pour les mêmes raisons, le montant des encaissements a dû être ramené de 8.434 millions de francs (T.T.C.) prévus au budget à 7.714 millions de francs (T.T.C.) en juillet dernier, à la suite du phénomène massif d'évasion succédant à l'annonce de la suppression de la taxe sur les magnétoscopes et de baisse de la redevance, soit une moins-value évaluée alors à 720 millions de francs. Toutefois, selon les dernières estimations, il semble que le phénomène n'ait été que temporaire et que la moins-value puisse s'établir à un montant de 200 à 250 millions de francs selon les sources auxquelles on se réfère (1).

1.6. Les conséquences pour les organismes du service public des surestimations du montant des encaissements.

La surestimation chronique du montant des encaissements de redevance a toujours eu des effets pervers sur les comptes des organismes du service public de l'audiovisuel. Depuis le 1^{er} janvier 1985, il a été décidé de comptabiliser la redevance sur la base des encaissements de l'exercice dans la limite des prévisions budgétaires annuelles.

Dès lors, toute surestimation a un effet immédiat sur l'exécution du budget et les sociétés du service public sont obligées :

- d'accentuer leur pression sur le marché publicitaire ;
- de faire appel à la trésorerie et de recourir à des concours bancaires souvent coûteux (2) ;
- de réduire en cours d'année leurs objectifs, ce qui pour des sociétés qui reçoivent de la redevance l'essentiel de leurs ressources, comme Radio France (95 %) ou FR 3 (76 %), peut avoir des conséquences fâcheuses.

Pour 1986, à la demande du contrôleur d'État, des provisions de fait à hauteur de 2 % ont été constituées dès le début de l'année. Toutefois, celles-ci risquent de s'avérer insuffisantes en raison de l'importance des moins-values par rapport au montant des droits à répartir (entre 3,1 et 3,8 %).

(1) Le projet de loi de finances rectificative pour 1986 retient la somme de 232,3 millions de francs (art. 8).

(2) Cela dit, il est bien difficile d'éliminer totalement toute pression sur la trésorerie dans la mesure où le paiement de la redevance est un phénomène saisonnier, mal réparti dans l'année, dépendant des grandes périodes d'achat de téléviseurs (décembre-janvier).

1.7. La répartition de la redevance.

Le tableau ci-dessous retrace pour chaque organisme l'évolution de la dotation d'exploitation et de la dotation d'équipement de 1986 à 1987.

ATTRIBUTION DE LA REDEVANCE AUX ORGANISMES

(En millions de francs nets T.V.A.)

	Exploitation			Equipement			Total		
	1986	1987	Augmentation en pourcentage	1986	1987	Augmentation en pourcentage	1986	1987	Augmentation en pourcentage
TF1	840	»	»	37,7	»	»	877,7	»	»
Antenne 2 (1)	886,9	765,3	- 13,7	7,6	0,4	- 94,7	894,5	7.657	- 14,4
FR3	2.049,9	2.256,5	+ 10,1	115,4	3,8	- 96,7	2.165,3	2.260,3	+ 4,4
R.F.(1)	1.771,1	1.731,3	- 9,3	9,9	»	- 100	1.781	1.731,3	- 2,8
R.F.O.	535,5	582,4	+ 8,8	17,6	5	- 71,5	553,1	587,4	+ 6,1
R.F.I.	347,6	350,8	+ 0,1	»	11,3	»	347,6	362,1	+ 4,2
T.D.F.	160	55,1	- 65,6	196	32	- 83,6	656	87,1	- 86,7
I.N.A.	105,4	113,4	+ 7,6	15,6	10,7	- 31,4	121	124,1	+ 2,6
S.F.P.	»	»	»	86,8	»	- 100	86,8	»	»
F.M.I.	»	»	»	15	»	- 100	15	»	»
Programme culturel européen ..	»	20	»	300	280	- 6,6	300	300	»
Total	6.696,4	5.874,8	- 12,3	801,6	343,2	- 57,2	7.498	6.218	- 17,1

(1) + 10 millions de francs en exploitation pour Antenne 2 et + 2,5 millions de francs pour Radio France ont été décidés par l'Assemblée nationale.

**ÉVOLUTION DE LA PART DES RESSOURCES DE REDEVANCE
DANS LE BUDGET DE CHACUN DES ORGANISMES DU SERVICE PUBLIC**

(En pourcentage.)

Organismes	1984		1985		1986		1987	
	Exploitation	Équipement	Exploitation	Équipement	Exploitation	Équipement	Exploitation	Équipement
T.D.F. (1)	7,3	18	6,1	9,2	5,6	9,3	1,9	3,5
Programme éducatif et culturel	»	»	»	»	100	»	100	100
Radio-France	93,8	»	94,3	21	95,6	11,9	94,9	»
R.F.I.	61,3	»	76,9	»	96,7	»	96,7	77,4
T.F.1.	36,2	66,3	35,7	68,7	34,4	60,1	»	»
A.2	45,8	47,1	42	63,5	36,3	20,2	30,4	1,2
FR.3	81,5	31,3	79,1	44,5	78,4	47,6	82,5	2,6
R.F.O.	89	37,3	91,9	59,4	92,9	41,7	91	15,8
S.F.P.	»	47,9	»	63,9	»	53,6	»	»
I.N.A.	9,7	10,7	21,7	36,5	27,4	26,4	30,1	18,7
F.M.1.	»	100	»	92	»	92	»	»

(1) T.D.F. pour 1987 hors satellites.

II. - LES RESSOURCES PUBLICITAIRES

2.1. Un probable renversement de tendance au cours des prochaines années.

MONTANT DES RECETTES DE PUBLICITÉ DE MARQUES

(En millions de francs.)

	1982	1983	1984	1985	1986	1987
Montant	2.053,6	2.438	2.612	2.965,7	3.302	1.950
Evaluation en pourcentage	»	+ 18,7	+ 7,1	+ 13,5	+ 11,3	(1) + 4,8
En pourcentage du budget d'exploitation hors contribution interne)	22,14	27,39	27,18	28,30	28,08	20,4

(1) Evolution calculée hors TF 1.

**MONTANT DES RECETTES DE PUBLICITÉ DE MARQUE DANS LE BUDGET
D'EXPLOITATION DES SOCIÉTÉS AYANT RECOURS A CE MODE DE FINANCEMENT**

(En millions de francs.)

	1982	1983	1984	1985	1986	1987
TF 1	56,9	57,58	56,78	57,53	59,2	(1)
Antenne 2	49,9	50,50	49,02	52,85	57,2	62,3
FR 3	1,3	12,59	13,65	15,73	16,4	12,8
RFO		4,57	6,85	6	6,1	5,5
Ensemble	34,7	38,23	37,63	39,31	40,9	33,1

(1) Hors service public.

La part des ressources publicitaires dans le financement des sociétés de programme s'était continuellement accrue depuis dix ans, atteignant près de 60 % pour les deux chaînes TF 1 et A 2 en 1986, alors qu'elle était inférieure à 30 % en 1975.

La privatisation de TF 1, le plus important support publicitaire du service public, et la révision à la baisse du budget publicitaire de FR 3, expliquent la rupture de 1987.

La logique du financement d'Antenne 2 n'est pas inversée en 1987, puisque la société sera financée à plus de 62 % par des ressources publicitaires (1.565 millions de francs contre 1.394,3 millions de francs en 1986, + 12,2 %).

FR 3, dont les ressources publicitaires parviennent difficilement à s'élever en raison de l'audience décroissante de la chaîne, connaîtra une baisse de ses ressources publicitaires en 1987 (350 millions de francs contre 429,7 millions de francs en 1986, - 18,5 %).

2.2. La réglementation de la publicité.

2.2.1 Quatre grands principes inspirent la réglementation de la publicité télévisée sur le service public.

2.2.1.1. Les règles concernant la diffusion.

a) Les quotas de diffusion limitent le nombre d'écrans publicitaires diffusés par jour et dans certaines tranches horaires.

La limitation de la durée de diffusion de la publicité de marque sur les antennes du service public fait l'objet de dispositions spécifiques dans les cahiers des charges des sociétés nationales de programme.

Cette limite est fixée, en moyenne annuelle, à dix-huit minutes par jour, sans pouvoir excéder vingt-quatre minutes pour une seule journée, et ce pour les écrans publicitaires compris entre 12 heures 15 et 13 heures 30, d'une part, et 19 heures et 22 heures 45, d'autre part (soit les heures de grande écoute).

Le tableau ci-après fait clairement apparaître que ces quotas sont loin d'être atteints.

DURÉE QUOTIDIENNE DE LA PUBLICITÉ DE MARQUE

(En minutes et secondes.)

	1984	1985	1986 (1)
<i>T.F. 1.</i>			
Ecrans soumis à quota	15' 49"	15' 51"	15' 57"
Hors quota	6' 51"	7' 02"	7'
	22' 40"	22' 53"	22' 57"
<i>Antenne 2.</i>			
Ecrans soumis à quota	15' 12"	15' 04"	14' 36"
Hors quota	7' 14"	7' 46"	8' 12"
	22' 26"	22' 50"	22' 48"
<i>F.R. 3.</i>			
Ecrans soumis à quota	7' 37"	8' 48"	9' 17"
Hors quota	"	"	"
	7' 37"	8' 48"	9' 17"

(1) Estimation fondée sur la réalisation au premier semestre et la programmation au deuxième semestre.

b) L'interdiction d'entrecouper les émissions par des écrans publicitaires.

Sans être particulièrement hostile à l'interruption des émissions de télévision pour la diffusion de messages publicitaires, phénomène coutumier dans les pays étrangers et dont les Français, si l'on en croit les sondages, s'accommoderaient, votre rapporteur s'inquiète de sa généralisation. Il estime que la règle d'interdiction de coupure devrait être maintenue pour les chaînes du service public.

Son inquiétude se trouve renforcée par la pratique que semble avoir acceptée la Régie française de publicité d'interrompre les programmes

de longue durée. Il relève le caractère mesquin de l'astuce, « la présentation d'une bande annonce pour les programmes de la journée ou de la semaine » qui permet, avant et après, de diffuser des écrans publicitaires. Cette pratique avait déjà été dénoncée dans le précédent rapport. Ainsi en est-il par exemple de l'émission « *Les Dossiers de l'écran* » diffusée par Antenne 2, dans laquelle un écran publicitaire sépare le film du débat.

c) La sectorisation.

Plusieurs secteurs ont été autorisés à faire de la publicité télévisée en janvier 1986 (1), seuls demeurant interdits l'édition et les spectacles, la distribution et la vente par correspondance, le tabac et les cigarettes, les boissons alcoolisées.

De plus, la publicité pour certains produits demeure soumise à autorisation, par le règlement de la publicité télévisée et radiophonique de la R.F.P. :

— médicaments, appareils, soins, établissements de soins, traitements médicaux et paramédicaux (autorisation préalable du ministère de la santé : art. 23) ;

— prêts individuels ou placements financiers (autorisation du ministre de l'économie et des finances : art. 24) ;

— cours de formation professionnelle et d'enseignement (autorisation du ministre de l'éducation : art. 27).

Ces obligations sont en règle générale respectées. Toutefois votre rapporteur a pu noter au cours de l'année quelques entorses à ces règles.

Il s'agit de l'annonce de spectacles ou de la sortie d'ouvrages littéraires. Ces annonces paraissent parfaitement acceptables à votre rapporteur si elles s'intègrent dans le cadre d'une émission d'information — le spectacle ou la sortie en librairie constituent un événement — ou dans le cadre d'une émission magazine (sur le cinéma, les spectacles ou la littérature). Elles le sont beaucoup moins lorsqu'à la faveur d'une coproduction ou d'une retransmission future, une chaîne de télévision ou de radio vante dans un écran bien délimité les qualités d'un livre (généralement écrit par le producteur d'une émission, les exemples sont fréquents sur Radio France) ou d'un spectacle.

2.2.1.2. *Le plafond de recettes publicitaires.*

L'article 22 de la loi du 7 août 1974 disposait que la proportion des recettes provenant de la publicité de marque ne pouvait excéder 25 %

(1) Bijoux, magazines, textiles et fibres artificielles, produits amaigrissants, tourisme et transports aériens, location de main-d'œuvre, construction et maisons préfabriquées, cours par correspondance et immobilier.

La publicité pour les boissons alcoolisées de moins de 9 degrés est autorisée sur les télévisions privées.

du total des ressources des organismes du service public de la radiodiffusion et de la télévision.

Le Parlement entendait ainsi encadrer l'augmentation déjà inquiétante des ressources de publicité télévisée.

C'est sur cette base de ressources globales dont la définition laissait place à beaucoup d'ambiguïté que le plafond de 25 % a néanmoins été respecté par les gouvernements successifs. Cependant, tout en confirmant le caractère directeur du principe, le Gouvernement n'a pas entendu inscrire cette règle dans la loi du 29 juillet 1982 sur la communication audiovisuelle, malgré les appels pressants du Sénat.

Votre rapporteur a eu maintes fois l'occasion de dénoncer l'illusion d'un tel plafond, qui n'a jamais été véritablement respecté (1).

2.2.2. Le développement de la « parapublicité ».

Votre rapporteur avait, dans son précédent rapport, consacré de larges développements à ce phénomène (2).

La Haute Autorité s'est efforcée, au cours de l'année 1985-1986, de juguler celui-ci :

— soit en faisant des observations aux présidents de chaînes. La Haute Autorité a ainsi, mais souvent en vain, rappelé à l'ordre TF 1 à la suite de plusieurs émissions :

« Anagram », « Hôtel trois étoiles » en septembre 1985, « Les Oscars de la mode » en octobre 1985, ainsi que la diffusion d'un reportage sur certains vins de l'Aude dans le cours d'un journal télévisé en novembre 1985. Elle fit en outre connaître ses appréhensions vis-à-vis du projet d'émission « Ambition », « dont la forme et la présentation pouvaient fournir de multiples occasions de publicité commerciale directe ou indirecte et de promotion personnelle pour le producteur-animateur, alors que sa société était depuis peu de temps cotée en bourse » ;

— soit en précisant de façon plus nette le cadre des coproductions, parrainage d'événements et mécénat d'émission par des entreprises publiques ou privées. A la suite de l'étude réalisée en février 1985, l'essor des coproductions fut rapide, essentiellement sur TF 1 et FR 3 régions. Elles associaient des partenaires extérieurs dans des programmes de divertissements (jeux — variétés) et dans des magazines. L'examen des conventions permit à la Haute Autorité de constater que l'évolution qui se dessinait pouvait inspirer de sérieuses inquiétudes

(1) Sénat 1985-1986, n° 96, tome III, annexe n° 47, pages 218 et 219.

(2) Sénat 1985-1986, n° 96, tome III, n° 47, pages 219 à 229.

quant au respect des principes énoncés dans les documents de février et mai 1985 et, à terme, pour l'indépendance des sociétés de programme.

Compte tenu de l'importance des sommes engagées par les entreprises dans ces productions, ces dernières posaient des conditions de citation allant bien au-delà de la simple mention au générique, leur intervention se rapprochant davantage d'une stratégie publicitaire que d'une démarche de notoriété (1).

La complexité des conventions, engageant plusieurs partenaires faisant intervenir des intermédiaires, créait une menace pour les conditions de transparence imposées à ce genre d'opération.

Par ailleurs, il apparut rapidement que les apports consentis par les firmes étaient faits aux dépens des investissements publicitaires que ces mêmes annonceurs effectuaient auprès des régies de chaînes. A une logique de mécénat ou de parrainage traditionnels se substituait ainsi celle de l'irruption ouverte, et difficile à enrayer, de messages publicitaires à l'intérieur même des programmes.

Pour mettre un terme à cette dérive, la Haute Autorité a publié le 11 décembre 1985 un avis sur les coproductions, le parrainage d'événements et le mécénat d'émissions de radio-télévision.

2.2.3 La loi du 30 septembre 1986 a modifié sensiblement le cadre de la réglementation de la publicité sur le service public.

● Jusqu'à aujourd'hui, la publicité sur l'antenne du service public était encadrée :

- par des dispositions législatives ou réglementaires ;
- par des dispositions inscrites dans les cahiers des charges respectifs des sociétés ;
- par la jurisprudence de la Régie française de publicité ;
- par les avis et recommandations de la Haute Autorité.

En outre, le Parlement fixait annuellement le montant du produit attendu des recettes lors du vote de la loi de finances de l'année.

- Dans le cadre de la loi du 30 septembre 1986 :
 - l'objet, la durée et les modalités de programmation des émissions publicitaires seront fixées par les cahiers des charges. Ainsi que la part normale de publicité en provenance d'un même annonceur ;

(1) Tel était bien le cas de la coproduction Orangina-Cocoricocoboy, puisque le coproducteur mit très vite fin à sa participation, compte tenu du cadre rigide fixé par la Haute Autorité.

- le contrôle du respect de ces obligations relèvera de la commission nationale de la communication et des libertés (C.N.C.L.).

- le montant du produit attendu des recettes demeure fixé annuellement par le Parlement. Toutefois, le plafond des recettes au niveau atteint en 1986 est prévu pour les deux années suivantes, sans d'ailleurs que cette disposition programmatique ne constitue une obligation juridique de faire pour le législateur.

● **Votre rapporteur insiste donc pour que :**

- les cahiers des charges soient rapidement élaborés et fixent un cadre réaliste, mais contraignant à la publicité télévisée et radio-phonique sur le service public ;

- que la C.N.C.L. mette rapidement en place une commission de visionnage. Le rattachement du service actuellement existant au sein de la R.F.P. paraît la solution la plus raisonnable. Celui-ci a en effet montré son efficacité et sa crédibilité. En 1985, la commission a examiné 2.047 films et 3.045 scénarios (dont 43 ont été abandonnés ou refusés). Le délai d'obtention des avis s'est réduit au minimum (pour les 213 moins de 24 heures). La commission a participé à la mise en œuvre d'une organisation de visionnage préalable des messages diffusés sur Canal Plus, la 5 et TV 6. La question du financement du visionnage devra être réglée. Il serait souhaitable que le service qui exercera cette activité au sein de la C.N.C.L. équilibre son budget.

2.3. Le développement de la publicité sur le service public sera ralenti.

2.3.1 *La publicité de marque.*

● **1987 marque un premier palier dans le développement des ressources publicitaires du service public.** Afin de ménager l'équilibre sur le marché publicitaire, le Gouvernement a décidé d'imposer un retrait partiel du service public. Ce retrait comprendra deux étapes :

- une croissance ralentie en 1987, inférieure à l'évolution du marché publicitaire (+ 4,8 % en francs courants, soit 2,4 à 2,7 en francs constants) ;

- un plafond en francs constants en 1988 et 1989.

● **Ce dispositif d'ajustement global n'a pas de répercussion immédiate sur Antenne 2 qui voit ses recettes publicitaires progresser de 12 % alors que FR 3 connaîtra une baisse de ses ressources de 18,5 % et R.F.O. une stagnation.**

Ne connaissant pas les modalités qui seront retenues dans les cahiers des charges pour régler la publicité de marque sur les chaînes du service public, il est prématuré de faire des hypothèses sur la réalisation des prévisions contenues dans la loi de finances.

Les sociétés de programme et leur régie publicitaire (R.F.P.) ont procédé à des ajustements sur la base d'une réglementation inchangée.

C'est ainsi qu'Antenne 2, partant du principe d'une stabilité du nombre d'écrans diffusés et de l'actuelle saturation des écrans diffusés dans le « prime time », a procédé à un ajustement de ses tarifs qui seront relevés de 13 % (les tarifs de la publicité ont toujours été considérés comme très bon marché). Antenne 2 devrait, compte tenu de la stabilité de son audience à un niveau élevé, pouvoir réaliser ses objectifs sans grande difficulté.

FR 3, dont l'audience a du mal à redémarrer après la chute de 1985, sera plus vulnérable à la concurrence des télévisions commerciales. Aussi le montant prévisionnel du produit des ressources a-t-il été réajusté à la baisse. Parallèlement, les tarifs de la publicité seront abaissés en moyenne de 13 % afin d'atteindre un équilibre (en coût au mille) avec Antenne 2. De surcroît, la R.F.P.-FR 3, au lieu de présenter des tarifs fixés par tranche horaire pour toute la semaine, proposera aux annonceurs pour 1987 des tarifs proportionnels à son audience réelle (les espaces publicitaires seront vendus jour par jour et les tarifs réajustés en fonction du programme quotidien), ainsi qu'une garantie d'audience à titre expérimental (la régie s'engage à offrir des passages supplémentaires à toute campagne n'ayant pas atteint une audience correspondant à son investissement). On assiste donc à l'introduction d'une stratégie commerciale, ce qui paraît profondément logique, eu égard aux pratiques opérées par les télévisions commerciales.

FR 3 compte en outre sur l'extention de ses horaires de programmation (de 12 à 17 heures, tous les jours depuis le mois de septembre 1986) et sur le rééquilibrage entre le programme national et les programmes régionaux, pour augmenter son audience et réaliser son objectif de ressources publicitaires.

FR 3 conservera l'option de la publicité régionale qu'elle est la seule à présenter pour l'instant. Toutefois, en raison de la réduction de l'objectif publicitaire qui a été fixé et de la réorganisation des programmes qui ne prévoit pas une extension du nombre et du choix des écrans dont elle dispose, un développement supplémentaire de la publicité régionale n'a pas paru raisonnable : pour autant, les résultats obtenus en 1984, 1985, et 1986 incitent à ne pas négliger cet objectif :

(En millions de francs.)

	1984 (six régions)	1985 (deux régions)	1986 (deux régions)
Chiffre d'affaires net	37,8	73,4	107,6
Chiffre d'affaires brut	45	88	125

Le portefeuille de 1986 compte plus de 260 annonceurs et plus de 360 produits différents.

Sur ce total, plus de la moitié (56 %) est constituée par des annonceurs régionaux, le reste par des annonceurs nationaux.

En volume budgétaire, les annonceurs régionaux représentent plus de 22 % du chiffre d'affaires total, proportion encore élevée. Il s'agit bien d'annonceurs nouveaux n'ayant jamais fait de télévision et abordant ce média pour la première fois grâce à FR 3 publicité. Depuis l'ouverture, c'est ainsi près de 300 entreprises régionales qui ont eu accès à la télévision et cela malgré les handicaps nombreux qui tiennent au niveau des tarifs, aux secteurs non autorisés, aux faibles audiences, aux zones géographiques peu adaptées. Cela signifie par ailleurs la réalisation de plus de 300 films originaux, à petit budget, et qui pour 40 % environ d'entre eux ont été confectionnés en province.

Le service que la publicité régionale rend aux annonceurs nationaux est au moins aussi grand que celui rendu aux annonceurs régionaux.

Il faut savoir en effet que la France est le seul pays industriel où il n'est pas possible — à l'exception précisément de FR 3 publicité — de régionaliser l'investissement publicitaire télévisé (alors que le mode d'achat régional est quasiment unique et en tout cas fortement prédominant en Grande-Bretagne, en Allemagne, en Italie, aux Etats-Unis, au Japon, etc.).

La publicité télévisée régionale de FR 3 leur permet — mais dans une mesure encore très modeste liée à sa faible extension — de résoudre tous ces problèmes dits de « marketing régional ».

C'est cette idée qui explique et justifie que des écrans régionaux ou régionalisables soient situés dans des programmes nationaux.

Il ne semble pas que les bouleversements que l'on pouvait craindre et que la presse locale et régionale redoutaient soient en fait survenus ; l'introduction de la publicité télévisée est généralement acceptée, les représentants de la presse siègent régulièrement dans les conseils d'administration des régies régionales publicitaires, des coopérations publicitaires entre la télévision et la presse ont même parfois été réalisées. Il faut toutefois préciser que les risques pour la presse régionale ou locale seraient effectivement très grands si la « déssectorisation » du secteur de la distribution accompagnait la régionalisation des écrans publicitaires.

TF 1, en voie de privatisation, ne se voit assigner aucun objectif pour 1987. Cependant, la première chaîne publique devra au premier trimestre réaliser un objectif ambitieux en termes de ressources publicitaires afin de compenser la perte de la redevance. Elle bénéficiera donc d'un régime intermédiaire, moins contraignant que les autres chaînes

(accroissement du nombre d'écrans autorisés) et pourra augmenter très sensiblement (de l'ordre de 30 %) ces tarifs.

● Le montant inscrit dans le projet de loi de finances est un montant prévisionnel. Il n'exclut ni un dépassement ni une non-réalisation. Votre rapporteur n'estime pas nécessaire d'imposer au service public un plafonnement en valeur relative et émet des réserves sur le plafonnement en francs introduit dans la loi du 30 septembre 1986.

● Lors de l'élaboration des cahiers des charges, il appartiendra au Gouvernement d'arrêter des choix :

— ou bien il considèrera que les entreprises du service public ont le devoir de participer à la compétition sur le marché publicitaire, auquel cas les seules limites imposées devront être des limites en temps, laissant une grande liberté pour ajuster les tarifs en fonction de l'audience ;

— ou bien il considèrera que les entreprises du service public ne sont pas armées pour affronter cette concurrence ou doivent progressivement se retirer du marché publicitaire ou ne plus participer à son développement et, aux contraintes de durée, il ajoutera un plafonnement des ressources en valeur relative (ce qui laisse beaucoup de souplesse) ou absolue (hypothèse retenue par la loi du 30 septembre 1986).

Il est bien évident que la décision prise imposera, après la réalisation des économies de gestion indispensables, une garantie de progression des financements publics permettant au service public de conserver une audience acceptable et de produire des programmes de qualité.

2.3.2. *La publicité collective.*

Les recettes de publicité collective ont été évaluées à 215 millions de francs pour l'ensemble du service public, soit + 33,46 % (161,1 millions de francs hors TF 1 en 1986) par rapport à l'état prévisionnel des dépenses et des recettes pour l'année 1986.

Bien que les objectifs de publicité collective aient été régulièrement dépassés, notamment par les sociétés disposant d'une large audience, l'objectif fixé pour 1987 paraît ambitieux, mais réalisable, compte tenu des résultats obtenus en 1986.

	Objectif initial (E.P.R.D.)	Evolution n + 1/n (pourcentage)	Objectif réalisé	Evolution n + 1/n (pourcentage)	Objectif réalisé Objectif initial (pourcentage)
Antenne 2 :					
1983	65	•	83,5	•	+ 28,4
1984	65	•	114	+ 36,6	+ 75,4
1985	76,5	+ 17,7	140	+ 22,8	+ 83
1986	95,5	+ 24,8	150	+ 7,5	+ 57
1987	137,5	+ 43,9	•	•	•
FR 3 :					
1983	15	•	32,1	•	+ 114
1984	40	+ 166,6	36,3	+ 13,1	- 9,25
1985	43	+ 7,5	49,6	+ 36,6	+ 15,3
1986	37,3	- 6,3	(1)	•	•
1987	38	+ 1,9	•	•	•
Radio France :					
1983	28	•	33,2	•	+ 18,6
1984	29	+ 3,45	90,5	- 8,1	+ 5,1
1985	26,5	- 8,6	45	+ 47,5	69,8
1986	25	- 5,7	(2) 38,3 (3) 43	(2)- 14,9 (3)- 4,5	(2) 53,2 (3) 72
1987	36	+ 44	•	•	•

(1) 20 % en volume horaire.

(2) Réalisé.

(3) Prévision.

Votre rapporteur tient cependant à faire observer que le recours plus massif à la publicité collective a toujours été considéré par les présidents de société comme un moyen, en cours d'année, de faire face aux moins-values de redevance et d'approcher ainsi l'équilibre budgétaire.

Dès lors que les prévisions de publicité collective prises en compte dans l'élaboration du budget prévisionnel sont établies au niveau le plus juste, la marge de manœuvre devient plus étroite.

L'évaluation, dans le budget prévisionnel pour 1987, des recettes de publicité collective à niveau optimal, conduit à rendre les sociétés plus vulnérables aux moins-values éventuelles des encaissements de redevance et les oblige à fournir un effort de prospection immédiat, ce qui n'est pas sans incidence sur le marché publicitaire.

Votre rapporteur souhaiterait en outre qu'une définition claire soit donnée à la notion de publicité collective. Il apparaît en effet que

la frontière entre publicité de marque et publicité collective n'est pas nette. Ainsi, sous le prétexte de valoriser un produit commun à plusieurs compagnies d'assurance nationalisées, des campagnes sont effectuées sur Radio France pour certaines d'entre elles alors que les compagnies privées en sont exclues. Or chacune prospecte sur un créneau sans mentionner que les compagnies concurrentes proposent le même produit ; le « flash » publicitaire insiste plus souvent sur la marque que sur le produit lui-même. Ainsi, une variété de volaille produite par plusieurs éleveurs et commercialisée sous une même marque sera éligible à la publicité collective, alors que la commercialisation sous sa propre marque ou dans une région voisine l'interdit. Un placement financier sera éligible s'il est proposé par les P. et T. alors qu'un placement équivalent sera refusé s'il provient d'une banque privée.

Enfin, la publicité collective était réservée à certaines entreprises nationales. Tel était le cas de la publicité effectuée par les compagnies d'assurance nationalisées (ce qui n'est pas possible pour les compagnies privées), la privatisation de certaines entreprises devrait conduire à la perte de certains marchés, ce qui ne sera pas sans incidence sur les recettes futures.

2.4. La loi du 30 septembre 1986 va conduire à une réorganisation de l'activité de régisseur de publicité des sociétés de programme du service public.

Cette activité était en effet assurée par la régie française de publicité et ses filiales. Cette société se voyait en outre confier, par l'article 66 de la loi du 29 juillet 1982, le contrôle et l'exécution des dispositions concernant l'objet, la durée et les modalités de programmation des émissions publicitaires, ainsi que les dispositions financières concernant le volume des recettes et la part maximale provenant d'un même annonceur, inscrits dans les cahiers des charges des sociétés de programmes.

Composition du capital de la R.F.P. :

● Etat	51 %
● S.O.F.I.R.A.D.	13,50 %
● Fédération nationale de la publicité	8, %
● Union des annonceurs.....	8 %
● Fédération nationale de la presse française.....	7 %
● Syndicat national de la presse quotidienne et régionale	7 %
● Institut national de la consommation	5 %
● Divers	0,50 %

En tant que régisseur exclusif, elle assure directement (Radio France, R.F.I, TV 5) ou indirectement (à travers les délégations de

pouvoirs consenties aux filiales pour la télévision) la commercialisation des écrans publicitaires. Elle apporte aux sociétés de programmes le volume de recettes qu'elles sont autorisées à percevoir chaque année lors du vote du budget par le Parlement.

Ainsi, en 1986, la R.F.P. doit contribuer au financement de ces sociétés pour un montant net de 3.302 millions de francs en publicité de marque. S'y ajoute la publicité collective pour un montant évalué à 229 millions de francs.

Elle occupe ainsi près de 20 % du marché publicitaire des médias.

Dans cette fonction commerciale, la R.F.P. est tenue de veiller tout particulièrement au respect des principes de neutralité d'accès des clients et de transparence des tarifs. En effet, malgré une demande d'espace TV supérieure à l'offre (limite du temps de diffusion et plafonnement des recettes), les annonceurs, importants ou moins importants, ont accès de manière égale à cet espace grâce à une organisation rigoureuse de la répartition.

Elle exerce aussi un contrôle déontologique des messages publicitaires — sur le plan notamment de la loyauté et de la véracité — en étant très attentive à la fois aux besoins des entreprises et à l'intérêt des consommateurs.

La régie française de publicité est devenue une grande société de services : la 18^e par le chiffre d'affaires, selon le classement de l'*Expansion*.

Or la loi du 30 septembre 1986 ne fait plus référence à la R.F.P. qui, en outre, perd au profit de la C.N.C.L. la majeure partie de son activité propre (la réglementation et le visionnage).

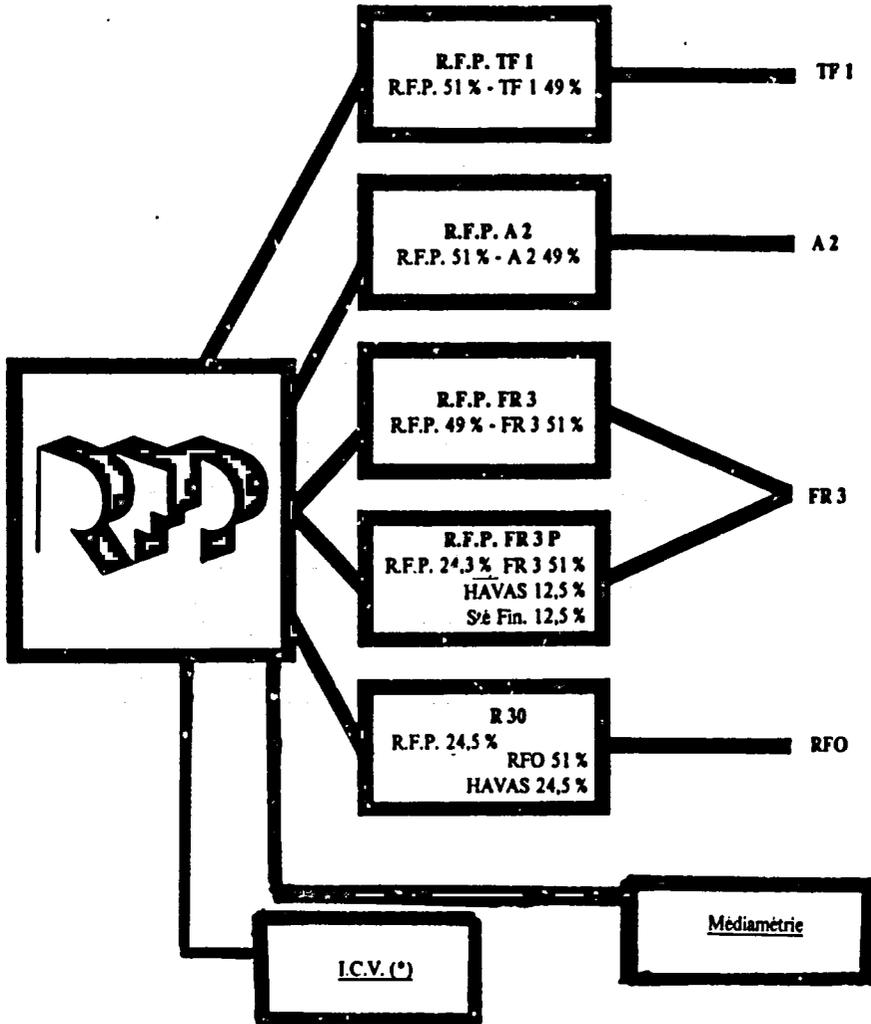
La privatisation de TF 1 va probablement lui retirer une part de marché ; on voit mal comment une société privée pourrait confier sa régie publicitaire à un organisme public.

Ce bouleversement va sans doute conduire à une restructuration profonde.

Deux hypothèses sont envisageables :

- la suppression de la R.F.P., ce qui rendrait totalement autonomes les régies d'Antenne 2 et de FR 3 et obligerait la création d'une régie propre à Radio-France, à TF 1 et à TV 5 (cette solution pourrait être pénalisante pour les deux dernières). Cette solution aurait pour avantage de responsabiliser les sociétés de programme, mais pourrait s'avérer structurellement coûteuse, au moins dans un premier temps ;

- le regroupement au sein d'une société unique propre au service public qui dégagerait des économies d'échelle, en réduisant les coûts de fonctionnement et permettant, le cas échéant, de « mutualiser »



(*) I.C.V. est une société de production créée fin 1983, à l'initiative de la R.F.P., de la société de programme RFO, de la Caisse des dépôts et consignations ainsi que de plusieurs agences de publicité.

Sa vocation première est d'assurer la production de messages publicitaires pour le compte des agences et annonceurs établis dans les départements d'outre-mer, à des conditions économiques aussi favorables que possible. Elle est aussi chargée d'assurer le montage des écrans publicitaires qui sont livrés, pour diffusion, aux différentes stations de RFO.

les ressources publicitaires au sein du secteur public, en proposant par exemple des tarifs préférentiels lorsque les annonceurs répartissent leur investissement sur les deux chaînes. Cette solution est moins responsabilisante pour les sociétés mais permet d'emblée de réduire les coûts de fonctionnement et d'abaisser le taux de commission élevé de la réalisation d'un bénéfice brut égal à environ 30 % de son chiffre d'affaires (32 millions de francs en 1985), et d'accroître sensiblement les ressources du service public.

Sans doute la décision revient-elle aux dirigeants des sociétés, mais elle a une implication politique certaine. Elle conditionnera en partie les modalités de développement des sociétés de service public, selon que celui-ci adoptera une stratégie de groupe, lui permettant de jouer la carte de la « complémentarité » en matière de programmes, par exemple, et de la « synergie » en matière de services communs (ce qui est la stratégie adoptée par les deux groupes public et privé sur le marché britannique B.B.C. 1 populaire, B.B.C. 2 plus culturel/I.T.V. populaire Chanel Four plus culturel) ou une stratégie de concurrence, dans laquelle il risque de s'affaiblir et de ne répondre qu'imparfaitement à ses obligations.

2.5. La commercialisation d'espaces.

Les espaces hertziens non utilisés pour les programmes des sociétés nationales TF 1, Antenne 2 et FR 3 peuvent désormais être commercialisés pour permettre le développement de formes de communication institutionnelles consacrées à des messages économiques, sociaux, éducatifs et culturels.

La mise en œuvre de cette opération a été confiée à la R.F.P. qui a créé dans ce but un département spécialisé, la régie française d'espace (R.F.E.).

Les émissions R.F.E. peuvent être diffusées en clair ou en crypté.

Les émissions diffusées en clair sont accessibles aux entreprises industrielles ou commerciales, aux institutions et administrations, aux collectivités territoriales et aux associations quelle qu'en soit la forme. En sont exclus les partis politiques, les syndicats, les groupements confessionnels ou philosophiques.

La commercialisation des espaces est assurée, pour le compte de chacune des trois sociétés de programmes, par la filiale de la R.F.P. (R.F.P./TF 1, R.F.P./A 2, Espace 3), auprès de laquelle les annonceurs doivent déposer leur projet.

La Régie et ses filiales perçoivent en rémunération de leurs services une commission dont le taux global a été fixé à 12 % du montant des contrats souscrits. La commission est répartie par moitié entre la régie et la filiale concernée.

Dès sa première année de fonctionnement (1985), la R.F.E. a diffusé 160 heures d'émission sur les trois chaînes, pour un chiffre d'affaires de l'ordre de 25 millions de francs.

En 1986, le volume du chiffre d'affaires devrait être de même nature.

Il faut observer que FR 3 diffuse les neuf dixièmes des écrans de la R.F.E. à raison de la structure particulière de ces programmes. L'ouverture de l'antenne l'après-midi à partir de midi et le développement possible d'émissions en matinée devraient réduire le volume des espaces disponibles et tarir progressivement cette source de financement, sauf usage particulier (diffusion de nuit pour enregistrement sur magnétoscopes et utilisation à domicile du programme : cas de certaines émissions de formation produites par les banques ou les campagnes d'annonces à destination des agents de leurs réseaux).

2.6. Le parrainage, le mécénat et la sponsorship.

Le développement des ressources tirées du parrainage, du mécénat et de la sponsorship a été ralenti par les limites posées par la Haute Autorité dans son avis du 11 décembre 1985. En effet, présentés sous cette forme, les contrats de coproduction les plus intéressants financièrement relevaient d'une logique publicitaire, ce qui a conduit les sociétés de programme, après quelques écarts dénoncés par votre rapporteur en 1985, à se montrer plus prudents et à refuser les propositions de cette nature.

Aux termes de l'avis de la Haute Autorité et en dehors des coproductions véritables avec une entreprise appartenant au secteur de la production audiovisuelle, trois formes d'associations demeurent possibles :

- le parrainage.
- le mécénat ;
- les collaborations avec la presse écrite.

● *Le parrainage;*

« Une firme ayant participé à la création ou à la production d'un événement non publicitaire, exceptionnel, ayant une existence propre, extérieure à la grille de programmes (et de préfé-

rence ayant un caractère culturel) peut, en cas de retransmission de cet événement sur l'antenne, se voir reconnaître un droit de citation au titre du parrainage. Ce droit n'existe pas pour une firme qui, n'ayant pris aucune part dans la production de l'événement, souhaiterait être citée au titre du parrainage pour avoir participé à la seule retransmission de cet événement;

L'information demeure un secteur fermé au parrainage.

Le parrainage de diffusion est désormais interdit.

- *Le mécénat.*

Le mécénat consiste, pour une société de programme, à diffuser – à titre exceptionnel et en raison d'un intérêt culturel, scientifique ou artistique évident – une œuvre produite avec le financement et sous la responsabilité d'un mécène.

- *Les collaborations avec la presse écrite.*

Il s'agit des collaborations entre le service public et une entreprise de presse écrite, régies par la recommandation du 11 janvier 1983, s'analysant non comme une coproduction mais comme la mise en commun de moyens rédactionnels.

Depuis très longtemps en effet, les chaînes du service public ont conclu des accords d'association avec des organes de presse, écrite ou audiovisuelle, qui consistent en une mise en commun de moyens rédactionnels, à des échanges de savoir-faire, ainsi qu'en une interactivité entre les auditoires et le public de chacun de ces organismes. Ces pratiques qui demeurent fréquentes ne s'apparentent pas à une coproduction au sens du droit d'auteur et ne devraient pas conduire à ce que des apports financiers d'organismes tiers entrent pour une part autre que marginale dans le coût de l'émission, ni ne confèrent de droits de suite sur les exploitations commerciales ultérieures.

En contrepartie, cependant, il doit être admis que l'organe de presse qui s'associe à la chaîne dispose d'un droit de citation, non seulement au générique mais aussi dans le cours du programme, à condition que ces mentions n'aient pas un objectif seulement publicitaire, mais soient la contrepartie de l'intervention matérielle ou intellectuelle de ce partenaire. »

En ce domaine, il serait certainement utile que l'autorité compétente dans l'avenir pour contrôler la déontologie du parrainage et de la publicité sur les antennes des sociétés nationales prenne une recommandation fixant les limites admissibles de ces formes de citation.

Le quatrième rapport de la Haute Autorité relate un certain nombre de cas concrets qui constituent l'ébauche d'une jurisprudence (1).

(1) Page 69 et suivantes.

L'article 48-3 de la loi du 30 septembre 1986 restreint encore les possibilités des sociétés de programme qui ne pourront faire parrainer « seulement celles de leurs émissions qui correspondent à leur mission en matière éducative, culturelle et sociale », dans des conditions déterminées par la C.N.C.L.

Les recettes tirées de ces actions devenaient très faibles. Encore faut-il préciser que les sociétés de programme n'ont pas toutes la même approche pour comptabiliser les apports de leurs parrains, sponsors, mécènes ou coproducteurs. Il est vrai aussi que certains apports sont faits sous forme de lots ou de cadeaux (jeux) qu'il paraît difficile de comptabiliser, la décision de programmer les jeux dépendant en premier lieu de l'association de tel ou tel type de sponsor.

Seules Antenne 2 et Radio-France ont pu fournir des explications détaillées sur le montant des apports reçus en 1985 et 1986. Ainsi, à la suite du parrainage d'émissions diffusées sur France-Inter, France-Culture et France-Musique, ainsi que sur certaines stations décentralisées, Radio-France a reçu 1,6 million de francs en 1983 et 1,6 million de francs au cours du premier semestre 1986.

Antenne 2 a, en 1985, reçu 750.000 F de la société Volvic et de la société des films C.M. chargée de rassembler les subventions des collectivités locales associées à la production de l'émission « *Gym Tonic* ». En 1986, elle a enregistré une participation de 750.000 F de la Fondation de France pour la série « *Lire, lire, lire* », une participation de 35.000 F pour un jeu inclus dans l'émission « *L'Académie des 9* », de la société Téléstar, soit un total de l'ordre de 2 millions de francs. Cette recette est rattachée dans le compte d'exploitation aux « participations financières aux programmes ».

Votre rapporteur souhaiterait qu'une instruction permette d'isoler dans les comptes d'exploitation les apports de cette nature, et d'en suivre ainsi l'évolution.

CHAPITRE V

LES BUDGETS ET LES COMPTES DES ORGANISMES DU SECTEUR PUBLIC

SOUS-CHAPITRE PREMIER

TF 1

Après avoir connu une crise d'identité et une forte baisse de son audience dans les années 1980-1983, TF 1 se trouve à nouveau à parité avec Antenne 2. Mais cette évolution s'est accompagnée d'une aggravation considérable de sa situation financière, que votre rapporteur avait longuement commentée dans son précédent rapport.

Un plan d'urgence avait été imposé en juin 1985 par le contrôleur d'Etat. Puis un plan quadriennal de redressement a été adopté en 1986 par le conseil d'administration de TF 1, qui semble-t-il commence à faire sentir ses effets. Ce faisant, des mesures structurelles s'imposeraient à qui voudraient assainir durablement la situation.

Aux termes de l'article 58 de la loi du 30 septembre 1986, le capital de TF 1 sera transféré au secteur privé, la « privatisation » de la société interviendra au cours du premier semestre de 1987, ce qui ne va pas sans poser un délicat problème de financement durant la période transitoire.

Quoi qu'il en soit, TF 1 aborde cette nouvelle page de son histoire avec une situation financière dégradée mais un fonds de commerce restauré.

1. LA SITUATION FINANCIÈRE DE TF 1 S'EST CONSIDÉRABLEMENT DÉGRADÉE DEPUIS 1983

La distorsion très importante depuis 1983 entre le montant des charges et celui des recettes a profondément déséquilibré les comptes de la société. Sans nier les charges d'origines structurelles importantes qui pèsent sur TF 1, la responsabilité de la situation incombe incontestablement à la politique de « rétablissement de l'audience » engagée par son président à partir de 1983. En effet, les charges n'ont pas été convenablement maîtrisées alors que les recettes indépendantes de l'audience progressaient à rythme beaucoup plus faible.

La croissance de l'activité de TF 1 a, en quelque sorte, été financée à crédit par la « mise dans le rouge » des principaux indicateurs financiers.

1.1. Trois indicateurs « dans le rouge ».

1.1.1. Le résultat comptable.

Bénéficiaire de 0,9 million de francs, en 1982, le résultat comptable de la société s'est dégradé très brusquement à partir de 1985.

RÉSULTAT COMPTABLE

(En millions de francs.)	
1982	+ 0,9
1983	- 10,3
1984	- 17,8
	(hors complément de provision pour irrecoverabilité totale de redevance comptabilisé pour un montant de 234,9 millions de francs)
1985	- 103,7

Le résultat comptable affiché doit cependant faire l'objet de certains redressements, pour tenir compte de la modification des normes comptables : méthode d'amortissement des droits de diffusion des films long métrage et des services, apurement des restes à recouvrer sur redevance hérités de l'O.R.T.F., requalification de redevance d'équipement en exploitation (1), report en arrière. Les résultats réels s'établiraient à - 132,7 millions de francs en 1984 et - 136,25 millions de francs en 1985.

1.1.2. Le fonds de roulement.

Le fonds de roulement a subi les conséquences de cette détérioration des résultats. Déjà négatif en 1981 et 1982, il s'est réduit de

(1) TF 1 a inscrit en produit exceptionnel 33,9 millions de francs au titre du transfert au compte de résultat d'une partie de la dotation de redevance affectée en 1984 à l'équipement par application à cette dotation du régime comptable des subventions d'équipement. Cette requalification est contestable car la dotation de redevance affectée à l'équipement devrait être considérée comme une ressource propre, n'étant pas affectée par les autorités de tutelle au financement d'investissements désignés.

27,9 millions de francs en 1983, de 125,6 millions de francs en 1984 et de 113,35 millions de francs en 1985, et a atteint - 513,8 millions de francs au 31 décembre 1985.

1.1.3. *La trésorerie*

La société a donc dû accroître son endettement à court terme et accepter une alarmante dégradation de sa trésorerie. Cette dégradation régulière depuis l'origine de la société, s'est cependant accélérée à partir de 1983, la trésorerie devenant négative à partir de juillet 1984 malgré l'allongement des délais de règlement des fournisseurs. En 1985, le solde de trésorerie en fin de mois a été déficitaire pour des montants compris entre 93 et 195 millions de francs.

Les concours à court terme des banques ainsi devenus indispensables ont conduit à un sensible alourdissement des frais financiers : le montant net des charges comptabilisées à ce titre a atteint 4,48 millions de francs en 1984 et a doublé en 1985 : 9,87 millions de francs.

La société s'est, du reste, trouvée dans l'obligation de transformer une partie de son découvert de trésorerie (517 millions de francs, dont 180 millions de francs de découvert bancaire au 31 décembre 1985) en emprunt à moyen terme.

TF 1 a été autorisé par le ministre de l'économie, des finances et du budget, par lettre en date du 14 mars 1986 (1), à emprunter jusqu'à 150 millions de francs pour une durée maximale de quatre ans. Sur cette base, elle a contracté un emprunt de 80 millions de francs auprès de deux banques, le Crédit lyonnais et la Banque de l'union européenne. Toutefois, ce prêt est consenti par les banques à l'emprunteur en considération du statut actuel de ce dernier de société nationale régie par la loi du 29 juillet 1982 contrôlé à 100 % par l'Etat français. En conséquence, toute modification de ce statut et principalement un changement au niveau de l'actionnariat entraînera l'exigibilité immédiate, de plein droit, de toutes les sommes dues aux banques, en capital, intérêts, frais et accessoires en valeur dudit prêt, sauf accord préalable des banques sur cette modification.

En outre, TF 1 s'est vu consentir un prêt à court terme de 40 millions de francs au début de l'exercice 1986 par la Régie française de publicité.

(1) Votre rapporteur souhaiterait qu'un jour, un chercheur doté du sens de l'humour accepte de recenser le nombre de décisions intervenues dans le secteur de l'audiovisuel entre le 9 et le 16 mars 1986.

1.2. Des ressources en accroissement sensible.

Les ressources d'exploitation (chiffre d'affaires) de TF 1 ont augmenté modérément. La situation du chiffre d'affaires laisse entrevoir la place importante du financement publicitaire (supérieure à 60 %) :

	En millions de francs				En pourcentage			
	1983	1984	1985	1986	1983	1984	1985	1986
Redevance	701,7	774,7	790,7	840	33,7	34,8	34	34,5
Publicité	1.279,1	1.346,2	1.478,4	1.538,5	61,3	60,5	63,5	63,1
Autres ventes et prestations ...	103,5	104,8	59,9	60	5	4,7	2,5	2,4
Total	2.084,3	2.225,7	2.329	2.438,5	100	100	100	100

1.2.1. La redevance.

Elle représente un bon tiers des produits. Comme les autres sociétés du service public, TF 1 a souffert des moins-values d'encaissement de redevance et de l'irrégularité de son versement.

(En millions de francs.)

	1984	1985	1986
Montant prévisionnel	789,5	829,3	877,7
Montant réalisé	774,7	790,7	prob. 840
Écart	14,8	38,6	± 37,7

1.2.1. La publicité.

Les ressources publicitaires se sont développées à rythme régulier à la moyenne des autres ressources. Elles ont profité à la fois de l'extension de la durée des émissions et donc du nombre d'écrans diffusables.

Les données significatives concernant l'évolution de la publicité de marques sur l'antenne depuis 1983 sont les suivantes :

	1983	1984	1985
Nombre d'écrans	3.403	3.777	3.862
Nombre de messages	24.473	28.182	28.904
<i>Durée de diffusion :</i>			
Publicité de marques	7.546'	8.300'	8.356'
Publicité collective	772'	865'	1.046'
<i>Durées moyennes journalières :</i>			
Publicité de marques	(1) 20'40"	(2) 22'40"	(3) 22'53"
Publicité collective	2'07"	2'21"	2'52"
<i>Chiffres d'affaires support (commission d'agence comprise) :</i>			
Publicité de marques en francs	1.177.000.000	1.633.118.740	1.767.244.898
Publicité collective en francs	102.061.029	133.173.572	172.004.240

(1) Dont soumis à la réglementation (cf du cahier des charges) : 15'20".

(2) Dont soumis à la réglementation (cf du cahier des charges) : 15'49".

(3) Dont soumis à la réglementation (cf du cahier des charges) : 15'51".

Le produit net provenant de la publicité s'établit donc ainsi .

	1986	1985	1984	Evolution 1985/84 en pourcentage
Publicité : marque	1.443	1.337	1.237	8,1
collective	149	140	108,9	28,5
espace	»	1,4	0,3	»
Refacturation frais techniques ..	»	19,4	18,3	5,7
Restitution à la R.F.P. excédents	»	(55,2)	(52,3)	5,5
Total	»	1.442,6	1.312,2	9,9

La publicité provient pour 1.337 millions de francs de la publicité de marque (chiffre conforme à l'objectif de la loi de finances pour 1985) et pour 140 millions de francs de la publicité collective qui dégage un excédent de 46,3 millions de francs par rapport à la prévision. En trois ans, les recettes provenant de la publicité collective sont passées de 102,1 millions de francs à 140 millions de francs, soit une progression de 37,1 %.

Sur la publicité de marque, un excédent de 74,6 millions de francs a été dégagé qui, conformément à la règle fixée par le décret financier,

est pour les trois quarts déposé dans un compte géré par la R.F.P. (55,2 millions de francs) et pour le quart restant laissé à la disposition de la société en couverture des frais techniques (19,35 millions de francs), qui sont comptabilisés dans le chiffre d'affaires sous la rubrique « ventes et prestations de service ».

Les recettes de publicité « Espace » restent marginales : 1,4 million de francs en 1985 contre 0,3 million de francs en 1984, sans doute en raison d'une mauvaise appréciation des possibilités de la chaîne dans ce domaine.

Il convient de signaler également que TF 1 a reçu en 1985 9 millions de francs au titre de la répartition des excédents de publicité sur années antérieures (application de l'article 18 du décret 84-705 du 17 juillet 1984) destinés notamment à atténuer les effets de la moins-value de la redevance. En 1984, TF 1 avait perçu à ce titre 37 millions de francs. L'arrêté du 30 juin 1986 a affecté 18,03 millions de francs à TF 1 au titre des excédents de ressources publicitaires. Cette ressource est inscrite sous la rubrique « ventes et prestations de service ».

Ces apports de recettes publicitaires ont permis de compenser largement les moins-values d'encaissement de redevance.

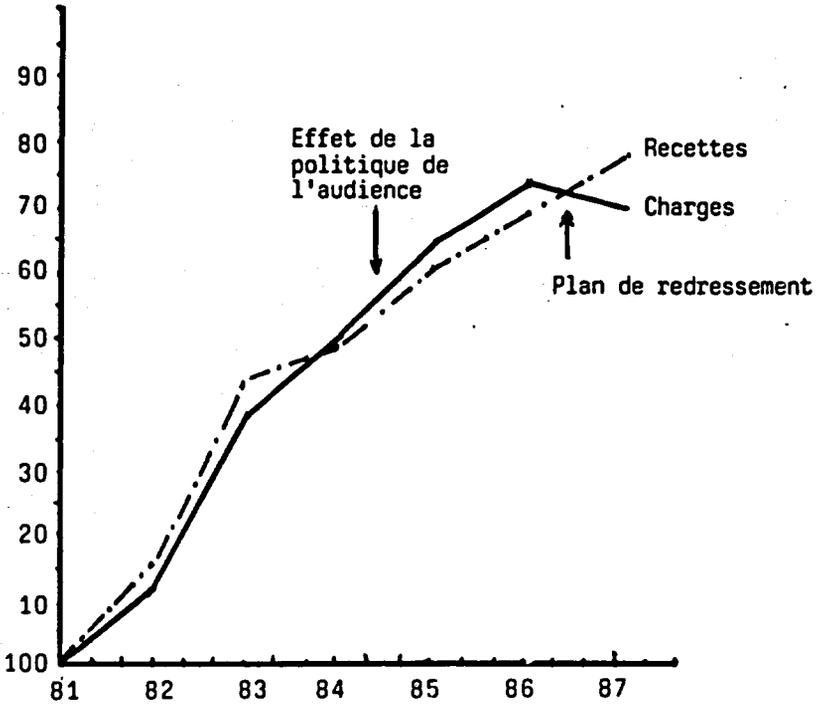
En outre, votre rapporteur avait, à la fin de l'année 1985, attiré l'attention de la Haute Autorité sur le développement de la parapublicité sur les antennes de TF 1.

Par le biais de coproductions plus ou moins bien contrôlées, TF 1 acceptait en contrepartie des apports des coproducteurs, le développement de certaines formes de publicité. Il n'est pas possible de dresser un bilan global de cette politique, que la Haute Autorité a d'ailleurs sévèrement réglementée ; les recettes apportées n'étaient pas regroupées dans une ligne comptable définie.

1.3. Des charges élevées et mal maîtrisées.

Après une augmentation très forte en 1981 (+ 21,4 %) et en 1982 (+ 8 %), suite aux réintégrations de personnel, les charges ont connu une croissance plus modérée en 1985 (+ 6,8 %), avant de reprendre une progression très rapide en 1984 (+ 12,7 %) et 1983 (+ 7,8 %), conséquence de la politique de « rétablissement de l'audience ».

Les charges ont, en règle générale, progressé plus vite que les recettes, ainsi que le montre le graphique ci-après dans lequel charges et recettes ont été réduites en base 100 (1980).



Le tableau suivant expose les grandes catégories de charges (hors amortissement) des exercices 1983, 1984 et 1985 et fait apparaître leur part dans l'ensemble.

	En millions de francs			En pourcentage		
	1983	1984	1985	1983	1984	1985
Consommation de l'exercice en provenance de tiers	863,3	951	1.000,1	60,3	60,2	59,7
Impôts et taxes	18,7	22,4	25,4	1,3	1,5	1,5
Personnel	429,6	478,5	525	30	30,3	31,3
Autres charges	120,9	129,5	125,1	8,4	8,1	7,5
	1.432,5	1.581,3	1.675,6	100	100	100

Les deux principaux postes de dépenses sont les frais de diffusion facturés par T.D.F. et les charges de personnel.

1.3.1. Les frais de diffusion.

Les frais de circuit fixe T.D.F. ont augmenté parallèlement au volume de diffusion. L'un des axes de la politique de rétablissement de l'audience a été en effet l'extension des émissions le matin et le soir.

	1982	1983	1984	1985	1986
Durée de la programmation hebdomadaire	80 h 25	81 h 10	98 h 27	99 h 25	100 h 53
Frais de circuit fixe (en millions de francs)	417,5	448,2	463,9	499,2	513,6

1.3.2. Les frais de personnel.

De 1981 à 1985, le montant total des frais de personnel est passé de 315,7 à 525 millions de francs, s'accroissant ainsi de 66,3 % en francs courants. Forte en 1982 (23 %) en raison des réintégrations, la progression s'est ensuite ralentie en 1983 et 1984 mais elle a marqué un nouvel alourdissement en 1985 (+ 9,7 %).

Plusieurs facteurs expliquent cet accroissement des charges de personnel dont la part relative dans les dépenses d'exploitation augmente.

1.3.2.1. L'accroissement des effectifs.

L'effectif réel des personnels de TF 1 a toujours excédé l'effectif autorisé.

Au 31 décembre	Effectif réel	Effectif autorisé
1981	1.422	1.383
1982	1.579	1.564
1983	1.512	1.504
1984	1.469	1.444
1985	1.502	1.424
1986 (30 juin)	1.498	1.492

Ce tableau a connu des coups d'accordéon successifs avec, en 1982, la réintégration de journalistes et les intégrations de collaborateurs rémunérés au cachet ou à la pige prescrite par le Gouvernement, puis avec l'intégration de cachetiers et de pigistes dont les droits ont été reconnus par la convention collective nationale unique.

En fait l'évolution des emplois est la conséquence d'un ensemble de décisions indépendantes des besoins de la société. L'augmentation a surtout bénéficié aux services de la direction générale et de conception, tandis que l'effectif des services plus proches de la réalisation des émissions et de la gestion progressait plus faiblement. Elle s'est en outre accompagnée, d'une définition de la pyramide hiérarchique et donc de la grille des rémunérations au profit des échelons les plus élevés.

1.3.2.2. L'accroissement des rémunérations.

Le tableau ci-après donne la ventilation des charges par nature et par catégorie de personnel, ainsi que leur évolution.

1.3.2. Les frais de personnel.

(En millions de francs.)

	1985	1984	Evolution (en pourcentage)
1. Par nature de charges :			
- Traitements et congés payés	338,4	304	11,3
- Heures supplémentaires	18,1	16,7	8,3
- Autres primes et indemnités	30,8	30,1	2,3
Sous-total rémunérations	387,3	350,8	10,4
Charges sociales	126,3	116,9	8
Autres charges sociales	11,5	10,8	6,7
Total	525,1	478,5	9,7
2. Par catégorie de personnel :			
- Conventions générales	373,7	341,8	9,3
- Cachets / piges	118,8	105,2	11,3
- Occasionnels / intermittents	32,6	31,5	3,3
Total	525,1	478,5	9,7

Si l'on tient compte de la variation de l'effectif moyen rémunéré des personnels soumis aux conventions générales, tel qu'il ressort des documents soumis à la commission interministérielle des salaires (17.641 mensualités en 1985 contre 17.154 mensualités en 1984), soit + 2,8 % l'évolution des charges, paraît conforme au glissement autorisé de la masse salariale.

La forte augmentation constatée sur la rubrique traitements et congés payés s'explique notamment par une forte progression des congés payés.

1.3.2.3. L'accroissement des heures supplémentaires.

Par rapport à l'exercice précédent, la rémunération des heures supplémentaires continue de progresser de 8,3 % soit, un rythme inférieur à celui observé en 1984 (+ 27 %) et 1983 (+ 16 %), ce qui montre une insuffisante maîtrise de leur contrôle. Dans son rapport sur l'exercice 1984, le contrôleur d'Etat notait déjà que *« la flambée de ces dépenses est peut-être la conséquence des allègements de la durée de programmation, mais elle est également le symbole d'une gestion trop décentralisée entre un nombre trop élevé de centres de coût et un contrôle interne insuffisant »*. La réalité des heures supplémentaires déclarées échappe pratiquement à tout contrôle.

1.3.2.4. Le recours excessif aux personnels occasionnels.

Pour les mêmes raisons, et en dépit de l'intégration d'un nombre important de cachetiers, le montant des rémunérations servies aux personnels cachetiers et pigistes, d'une part, occasionnels et intermittents, d'autre part, a progressé rapidement (+ 7,6 % en 1984 et + 11,3 % en 1985 pour la première catégorie, + 76,2 % en 1984 et 3,3 % en 1985 pour la seconde catégorie).

Il semble que ces excès de dépenses soient liés également à la gestion éclatée de la société. Les engagements sont effectués sans contrôle *a priori*, sur la décision de responsables d'unité de production et sans vérifier préalablement si des personnels d'autres unités ou services pourraient être temporairement affectés. Il est lié à l'accroissement de l'absentéisme, le nombre de journées d'absence rapporté à l'effectif au 31 décembre est passé de 13,4 à 16 (+ 20 %) par agent de 1981 à 1984 — et au remplacement systématique des agents absents sans référence aux besoins du service.

1.3.3. Une gestion « laxiste » de la production et de la programmation.

De 1981 à 1984, le volume de la production artistique n'a cessé de décroître :

(En heures.)

	1980	1981	1982	1983	1984	1985
Production interne	917	877	892	857	772	842
Production externe:						
Secteur public:						
- S.F.P.	612	716,30	655	648	677	705
- I.N.A.	12,30	11	10	10	2	5
- FR 3	1,30	1,30	•	•	•	•
Secteur privé	133	137	157	180	190	300
Total production artistique	1.676	1.743	1.714	1.695	1.641	1.852

Les coûts correspondants n'ont cessé de croître (634,9 millions de francs en 1981, 892,6 millions de francs en 1984) et la répartition par genre fait apparaître une diminution de la production de fiction (146 heures en 1981, 104 heures en 1984), alors que cette catégorie est réputée la plus coûteuse.

En réalité, TF 1 s'est engagée dans la production d'émissions de plateau très onéreuses et, en outre, a très mal contrôlé le coût des productions.

Les moyens propres de production de la société ne semblent pas gérés de la façon la plus optimale. L'ensemble des coûts moyens des productions internes quel que soit le genre d'émission a progressé. En outre, les prestations de service extérieures requises par les productions internes ont eu tendance à croître rapidement, atteignant 176,8 millions de francs en 1985, soit un quasi-doublement depuis 1981. Il semble de surcroît que les commandes ne font l'objet d'aucune mise en concurrence et que TF 1 s'attache assez peu à vérifier la réalité des prix proposés.

La gestion des productions déléguées apparaît globalement déficiente. Les commandes sont autorisées au vu d'un devis, encore que son établissement soit parfois supérieur à la commande. Aussi n'est-il pas étonnant que leur coût fasse l'objet de fréquents dépassements.

Ce laxisme est partiellement la conséquence de la politique de l'audience de TF 1, qui a cherché à mener une politique dynamique de programmation s'accommodant mal des calendriers de commandes de production. Les modifications fréquentes de la grille de programmes, les décisions de programmation exceptionnelle hors procédure ont induit

des coûts supplémentaires non négligeables (1) et un certain gaspillage de productions déjà réalisées qui ne sont pas diffusées.

1.4. Le plan de redressement mis en œuvre depuis 1985.

1.4.1. *Des tentatives infructueuses.*

Devant la dégradation de la situation financière de la société, le contrôleur d'Etat avait, le 15 mai 1985, attiré l'attention des dirigeants de la société sur la nécessité d'adopter d'urgence des mesures d'économie. Ces mesures portaient sur le « train de vie » de la société, « les frais de personnel », mais aussi sur les programmes. Le contrôleur d'Etat estimait à cette époque que :

« — la programmation prévue pour l'été et surtout pour la rentrée de septembre doit être révisée à la baisse par une réduction des objectifs, notamment :

- « ● en durée de programmation : fin de soirée, nuits et matinées, économisant ainsi des coûts de programmes et aussi des frais supplémentaires de diffusion (de 1 à 2 millions de francs par mois),
- « ● en production de documentaires en raison des niveaux élevés des stocks,
- « ● en émissions coûteuses du créneau d'avant-soirée pour lequel TF 1 engage quotidiennement du double au triple des dépenses d'Antenne 2.

« Le projet de grille de la rentrée devrait être ramené de 16,5 à 14 millions de francs par semaine. »

Malgré ces recommandations, les dirigeants de la société se sont orientés vers la recherche de financements supplémentaires :

— En recourant à des coproductions avec des sociétés commerciales extérieures au secteur de l'audiovisuel. L'objectif était, en contrepartie d'une mention au générique ou dans l'émission, d'obtenir une contribution financière significative.

Votre rapporteur avait eu l'occasion, dans son précédent rapport, de dénoncer ce recours à la « parapublicité » qui pouvait, il faut le reconnaître, apporter des ressources importantes à la société.

— En recherchant, par des filiales, des sources nouvelles de fi-

(1) Ainsi la réduction du nombre d'épisodes commandés de la série d'avant-soirée *La famille Bargeot* a entraîné, en raison de l'importance des coûts fixes, un accroissement du coût initial par épisode de plus de 25 % et un coût supérieur de 4,5 millions de francs pour TF 1.

nancement. C'est ainsi que TF 1 a créé en 1985 une filiale TF 01 en association avec l'Agence de l'informatique et le Centre national de documentation pédagogique, dont l'objectif initial était la production d'émissions d'initiation à l'informatique.

Très vite, cependant, TF 1 a eu tendance, selon le directeur général de TF 01, M. Jean-Claude Vernier (1), à acheter les émissions produites par sa filiale (81 heures) à un prix inférieur à leur prix de revient et à mettre à sa charge des personnels dont elle n'avait pas la maîtrise.

De même la création du club TF 1, en novembre 1985, avait-elle pour principal objectif de créer des liens privilégiés entre TF 1 et certaines entreprises pouvant déboucher sur des coproductions d'une part, et les téléspectateurs d'autre part, devant aboutir à un accroissement significatif des ventes de produits dérivés. Ce club a réintégré TF 1 en juin 1986, le nombre d'adhérents n'ayant pas été aussi important que prévu (22.000 au lieu de 100.000 escomptés). Votre rapporteur n'a pu obtenir de précision sur les coûts entraînés par la mise en place d'un tel club (personnel, siège, boutique...) et que ne justifie pas le résultat obtenu.

Cette politique de « fuite en avant » vivement critiquée à la fin de l'année 1985 a débouché sur la mise en place d'un plan quadriennal de redressement dont le but est de réduire la dégradation financière de la société et de s'attaquer à ses charges structurelles.

1.4.2. *Le plan de redressement quadriennal.*

Ce plan de redressement qui a servi de base à l'élaboration du budget de TF 1 pour 1986 porte essentiellement sur deux axes d'effort :

- le rétablissement en quatre ans de la situation de trésorerie, ainsi que la société s'y est engagée envers le ministère des finances ;
- l'exécution excédentaire du budget afin de financer le rétablissement de la trésorerie, ce qui exige, à l'évidence, d'importantes compressions de dépenses.

1.4.2.1. Pour 1986, le budget initial 1986 a été construit en dégageant 75,5 millions de francs (2) du total des dépenses figurant en autorisation dans la loi de finances pour 1986. Si le budget de recettes est exécuté conformément aux prévisions (notamment en ce qui

(1) Correspondance de la presse, 3 novembre 1986, page 14.

(2) La prévision initiale de 93 millions de francs incorporait à hauteur de 32 millions de francs des excédents de publicité sur exercices antérieurs partiellement remis en cause. TF 1 n'a reçu en effet, que 18 millions de francs à ce titre en juin 1986.

concerne la redevance), cette somme de 75,5 millions de francs viendra alimenter le fonds de roulement sur quatre ans. La décélération des dépenses est extrêmement brutale, en effet, la politique de reconstitution du fonds de roulement (dégagement de 75,5 millions de francs du budget) vient après un dépassement de 85 millions de francs du budget 1985.

Ce premier résultat peut être obtenu en opérant trois types d'action :

- forte réduction des dépenses de programmes :
 - la grille de programme élaborée sous la contrainte budgétaire et mise à l'antenne dans le courant du dernier trimestre 1985 et au début de 1986 se traduit par une diminution importante des dépenses de programmes : 9 % de réduction entre le budget réalisé 1985 et les dotations 1986, soit - 104 millions de francs ;
- mesures d'économies sur le personnel permanent et non permanent :
 - pour le personnel permanent, il a été décidé de ne pourvoir les nouvelles vacances qu'à raison d'une sur deux, de plus, une procédure de limitation du recours à des personnels occasionnels et intermittents a été mise en place courant 1985 et accentuée en 1986. L'économie attendue est de l'ordre de 3 millions de francs ;
- la poursuite de mesures à impact financier faible mais à effet d'affichage important telles que :
 - la réduction des frais de réception et représentation (- 8 % entre la réalisation 1985 et le budget 1986, soit environ 240.000 F),
 - le blocage en francs constants, des frais de documentation générale,
 - la réduction de frais de transport par utilisation quasi systématique des possibilités de transport les plus avantageuses (ainsi à titre d'exemple, une économie de 250.000 F a-t-elle été réalisée sur les frais de transport pour la Coupe du monde au Mexique),
 - la réduction des surfaces occupées par la société à Montparnasse (économie attendue environ un million de francs en 1986).

Le budget pour 1986 s'inscrit bien sous le signe du redressement financier. Celui-ci reste toutefois fragile car il est fondé principalement sur une réduction importante des dépenses de programmes, seules dépenses réellement « flexibles » à court terme. Cette action

ne saurait se poursuivre sur longue période sans remettre en cause l'audience de la chaîne. C'est pourquoi, dès 1987, les économies devaient porter sur les autres charges structurelles de la société.

1.4.2.2. Une réalisation partielle.

Dans une déclaration du 30 septembre 1986 (1), le président de TF 1 a indiqué que la chaîne dégagerait un excédent d'exploitation de 70 à 100 millions de francs à la fin de l'année. Cette déclaration laisse à penser que les objectifs du plan de redressement pour 1986 ont été atteints.

Une analyse plus rigoureuse démontre que différents facteurs ont joué pour favoriser le redressement financier de TF 1 mais qu'ils ne correspondent pas toujours au plan de redressement ; ils seraient même susceptibles, si la gestion de la société continuait à être faite au sein du service public, d'en compromettre la réalisation.

En effet, le plan de redressement n'aboutira en 1986 qu'à une exécution partielle puisque l'excédent du compte de résultat ne s'élèverait qu'à 56,3 millions de francs.

- Le plan de redressement a été correctement exécuté pour ce qui concerne les dépenses afférentes aux programmes mais au prix du non-respect du chiffre d'affaires obligatoire avec la S.F.P. (525 millions de francs au lieu de 602 millions de francs fixés par le cahier des charges) et au prix du déstockage de programmes, ce qui n'est pas critiquable compte tenu du niveau élevé de celui-ci, mais ne pourra être renouvelé à l'avenir et limitera les économies réalisables sur les programmes.

- Son exécution concernant les dépenses de personnel est moins probante. L'effectif de la société n'a diminué que de quatre agents ; encore faut-il préciser que cette diminution a été acquise sur les personnels travaillant pour le compte de sociétés installées au centre Lelluch-Sulzer, gérés par TF 1, mais dont le coût est refacturé, et non sur les effectifs réels de la société, lesquels ont même progressé de trois agents (au 30 juin 1986).

Si les frais de personnel permanent laissent entrevoir un accroissement de la charge de rémunération de TF 1 (190,9 millions de francs au 30 juin 1986, 361,1 millions de francs en 1985), au contraire des économies significatives ont été réalisées sur les cachetiers et occasionnels (53,9 millions de francs au 30 juin 1986, 148,8 millions de francs en 1985).

(1) Correspondance de la presse du 1^{er} octobre 1986.

● Enfin la société a transformé une partie de son découvert de trésorerie (120 millions de francs) en emprunt à moyen terme auprès des banques et de la régie française de publicité.

● L'exécution du plan de redressement apparaît donc partielle. Il faut toutefois préciser que TF 1, comme les autres sociétés de service public, a été gênée par les retards et les moins-values d'encaissement de redevance qui ont marqué cette année.

2. UN FONDS DE COMMERCE RESTAURÉ

Située dans le cadre du service public, ayant dès lors à en accepter « les grandeurs et les servitudes », la gestion de TF 1 a été, au cours de cette période, très critiquable.

Placée dans le contexte de sa privatisation, elle apparaît comme moins négative dans la mesure où TF 1 s'est placée dans une situation de programmation très proche des chaînes commerciales et qu'elle a rétabli une audience à un niveau élevé.

Sans doute est-il difficile d'évaluer la part que représente la « clientèle » dans le prix d'un tel fonds de commerce, car elle n'est pas captive et peut se reporter sur d'autres chaînes et, parce qu'elle est avant tout attirée par certains genres de programmes, que les opérateurs devront s'efforcer de maintenir, voire de développer.

2.1. Une structure de programme très voisine de celle des chaînes commerciales.

Si l'on met à part les programmes d'information qui représentent cependant une part importante de la diffusion de la chaîne et nécessitent l'entretien d'une équipe nombreuse de rédaction, la structure des programmes de TF 1 est très proche de celle que l'on peut observer sur les chaînes commerciales étrangères.

Elle correspond à une volonté de séduire un public nombreux et de le fidéliser autour de quelques rendez-vous quotidiens ou hebdomadaires.

Ainsi l'émission d'avant-soirée (19 h 30-20 heures) « *Cocoricocoboy* » obtient-elle des scores d'audience de 25 à 30 points audimat. Le film du dimanche soir et les émissions de variétés du vendredi soir (P. Sabatier) constituent le temps fort de la grille hebdomadaire.

Dans l'état des lieux du service public de l'audiovisuel qu'il a réalisé à la mi-1986 pour la Commission des finances, votre rapporteur notait que cette stratégie avait eu pour résultat de concentrer environ 20 % du coût de la grille hebdomadaire (hors informations) (15,8 millions de francs) sur deux catégories d'émissions : l'émission quotidienne d'avant-soirée *Cocoricocoboy* (1,6 million de francs) et les émissions de soirée du vendredi, *Ambition* (1,9 million de francs), *Porte-Bonheur* (1,4 million de francs), *Carnaval* (2 millions de francs), soit trois heures hebdomadaires au total.

Cette politique de programmation a pour conséquence évidente un volume élevé de rediffusions (19 %) et une réduction de la part consacrée aux productions de fiction, bien que l'on observe en 1985 un certain redressement.

VOLUME DE PRODUCTION DE 1980 A 1985 PAR GENRE

(En heures.)

	1980	1981	1982	1983	1984	1985
Production artistique :						
- Fiction	156	146	109	118	104	130
- Documentaires et magazines ...	220	220	235	299	299	276
- Jeunesse	172	191	226	303	206	152
- Variétés et jeux	457	488	444	460	398	538
- Théâtre et musique	156	122	121	80	92	100
- Emissions religieuses	146	151	156	159	167	161
- Autres (plateaux, matinées et après-midi)	369	425	423	276	375	495
Total production artistique	1.676	1.743	1.714	1.695	1.641	1.852
Information (1)	790	940	827	838	868	1.032
Sports (1)	369	272	366	287	410	409
Total production	2.835	2.955	2.907	2.820	2.919	3.293

(1) Volume diffusé.

2.2. Une audience élevée, stable et fidèle.

Les mesures d'audience réalisées par le C.E.S.P. ou la société Médiamétrie montrent que l'audience de TF 1 s'est rétablie à un haut niveau, égal à celui d'Antenne 2 et très supérieur à celui des autres chaînes : entre 56 et 57 % en audience cumulée moyenne du lundi au dimanche de 5 heures à 24 heures, contre 20 à 23 % pour FR 3, 6 à 7 % pour Canal Plus, 3,5 à 4,5 % pour la Cinq, au cours du premier semestre 1986.

Les études réalisées par le service compétent de TF 1 montrent que la chaîne est la plus écoutée par les jeunes de quinze à trente-quatre ans et qu'elle a amélioré son audience dans la population âgée (jusqu'alors domaine privilégié d'Antenne 2), ce gain ayant un fort impact puisque les personnes âgées sont les plus gros consommateurs de télévision (elles réalisent 45 % du volume total d'écoute).

Actuellement, on constate une opposition très nette des auditoires de TF 1 et d'Antenne 2.

— TF 1 recueille une part d'audience à peu près égale (autour de 40 %) dans toutes les tranches d'âge à partir de 25 ans. La part la plus élevée restant chez les jeunes (45 %) et la moins élevée chez les personnes âgées (39 %) ;

— Antenne 2 offre un profil d'auditoire opposé et de façon beaucoup plus tranchée avec un minimum de 35 % de part d'écoute des « quinze - vingt-quatre ans » et un maximum de 48 % de part d'écoute des « soixante-cinq ans et plus ».

Comme pour l'âge, on trouve peu de disparités entre les parts d'audience recueillies par TF 1 dans les différents niveaux d'instruction sauf chez les personnes de niveau d'instruction supérieur que regardent moins TF 1 qu'Antenne 2 (rappelons qu'ils représentent 13 % de la population d'enquête et réalisent 8,5 % de l'écoute totale).

Les statistiques concernant la composition des foyers montrent :

- qu'Antenne 2 reste leader dans les foyers sans enfants ;
- que la part d'audience de TF 1 augmente non seulement dès qu'il y a au moins un enfant au foyer, mais aussi dès qu'il y a plus de deux adultes.

L'auditoire de TF 1 est donc très proche de celui des chaînes commerciales (R.T.L. T.V. en Lorraine, par exemple).

3. LA PÉRIODE TRANSITOIRE

La privatisation de TF 1 ne pourra vraisemblablement pas intervenir avant le second trimestre de 1987. Aussi la société va-t-elle avoir à adopter un budget pour une période transitoire dont la durée est relativement indéterminée.

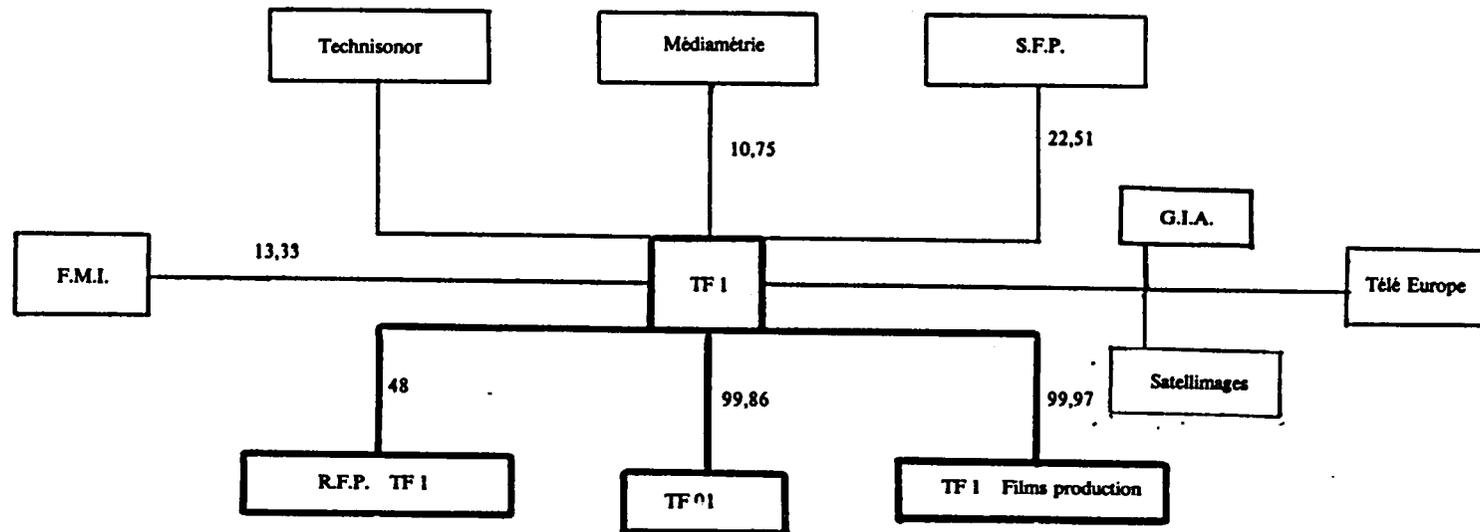
Le projet de loi de finances pour 1987 ne contient aucune disposition concernant les ressources et les dépenses de TF 1, ce que votre rapporteur considère comme anormal, la première chaîne restant dans le service public jusqu'à sa privatisation effective.

TF 1 ne recevra donc pas de dotation de redevance et devra financer la poursuite de son activité par ses seules ressources propres, c'est-à-dire par la publicité commerciale.

Actuellement, le conseil d'administration n'a arrêté aucun budget pour 1987. Il semble toutefois que le financement publicitaire exclusif sera réalisable si TF 1 augmente ses tarifs de 31 % en moyenne, multiplie le nombre des écrans publicitaires et accroît leur durée. Les dirigeants de la société envisagent même d'étendre la durée des programmes le matin et le soir, afin d'insérer des écrans supplémentaires et auraient souhaité pouvoir insérer certains écrans dans le cours des émissions.

Des conditions particulières président à l'élaboration du budget de TF 1. En outre, les autorités de tutelle n'ont pas encore arrêté leur position sur les demandes de dérogation de TF 1. Votre rapporteur n'a pas obtenu davantage de précisions sur le fonctionnement de la société au cours de cet exercice de transition.

Votre rapporteur attire toutefois l'attention du Gouvernement sur les difficultés de trésorerie auxquelles la société devra faire face en début d'année 1987. En effet, TF 1 ne recevra plus d'allocation de redevance à compter du 1^{er} janvier et devra donc assurer l'équilibre de ses dépenses par les seules recettes de publicité, lesquelles résultent de la vente d'écrans en novembre ou en décembre 1986 à des tarifs inférieurs de 30 % aux tarifs affichés de 1987 et dans des conditions de durée conformes au cahier de charges. Aussi se révéleront-elles insuffisantes. TF 1 risque de devoir alourdir son déficit de trésorerie, ce qui ne paraît pas être une excellente solution.



1. TF 1 Films
Production : Production de films cinématographiques.
2. R.F.P. TF 1 : Régie publicitaire de la société Antenne 2
Autre actionnaire : R.F.P.
3. S.F.P. : Production d'œuvres et documents audiovisuels et prestations de services pour la réalisation de ces programmes.
Autre actionnaire : A 2 (22,5), FR 3 (4), Etat (51).
4. F.M.I. : Commercialisation des œuvres et documents audiovisuels.
Autres actionnaires : S.F.P. (6,67), Antenne 2, FR 3, Etat, Sofirad, I.N.A., R.F.O.
5. Médiamétrie : Mesure de l'audience des programmes.
Autres actionnaires : A 2, FR 3 (10,75), I.N.A. (18,92), Radio France (16,13), R.F.P. (16,3), R.M.C., Europe n° 1, Etat (5,38).
6. Télé Europe : Etudes, production, achat vente, location et exploitation de documents sonores ou images pouvant être diffusés sur les antennes de radio ou de télévision, ou pouvant être projetés sur des écrans de cinéma.
Autres actionnaires : S.F.P. (7, 65), A 2, FR 3, Sodete, Telfrance.
7. Technisonor : Prestations de toute nature à la radiodiffusion sonore et à la télévision. Exploitation de l'industrie cinématographique.
Autres actionnaires : S.F.P. A 2, Sofirad, R.M.C., FR 3.
8. TFO 1 : Production d'émissions consacrées à l'informatique.
9. Satellimages : G.I.E. de programmation de TV 5.
Autres actionnaires : A 2, FR 3, Etat.
10. Groupement
informatique
de l'audiovisuel

**SOUS CHAPITRE II :
ANTENNE 2**

Bien que ses résultats aient tendance à se dégrader légèrement, la situation financière d'Antenne 2 demeure satisfaisante. Le bénéfice réalisé en 1985 s'élève à 31,9 millions de francs.

Au cours des cinq dernières années, les moyens financiers d'Antenne 2 se sont régulièrement améliorés tandis que la chaîne connaissait un développement important, notamment au cours de 1985. Les dépenses d'exploitation ont ainsi crû de 13,2 % en francs constants de 1981 à 1985, tandis que la diffusion s'accroissait de 18,9 % pour s'établir à 5.374 heures.

1. UNE SITUATION FINANCIÈRE SOLIDE

Antenne 2 a continué de dégager un résultat positif en 1985. Le compte de résultat d'Antenne 2 en expose les éléments :

(En millions de francs.)

Résultats	Produits	Charges	Solde	
			1985	1984
Exploitation	3.472,5	3.440,6	31,9	31,7
Financier	16,5	1	+ 15,5	+ 8,8
Exceptionnel	645,4	660,9	- 15,5	- 2,2
			31,9	52,1

Cette bonne situation (de résultat et de trésorerie) pourrait toutefois se dégrader en 1986 en raison des retards enregistrés et des moins-values d'encaissement de la redevance. Leurs conséquences financières n'étant pas actuellement évaluables, il n'est pas possible d'établir le résultat prévisionnel d'Antenne 2 pour 1986.

Sachons simplement qu'Antenne 2 doit ses bons résultats à trois facteurs :

- l'importance des ressources publicitaires dans les recettes de la société, ce qui la rend moins sensible aux moins-values d'encaissement de redevance ;
- la maîtrise des charges d'exploitation ;
- une politique de programmation stable, reposant sur la fidélité des téléspectateurs.

1.1. Les produits d'exploitation.

Trois produits d'importance très inégale constituent le chiffre d'affaires :

(En millions de francs.)

	1984	1985	1986	1987
Redevance	878,9	971,7	886,9	765,4
Publicité	1.189	1.298,5	1.489,8	1.702,5
Autres ventes et prestations ...	116,8	42	60	43,5
	2.184,7	2.312,2	2.436,7	2.511,3

Source : E.P.R.D. Projet de loi de finances.

L'élément le plus caractéristique de l'évolution des recettes est l'accroissement de la publicité (en valeur absolue et en valeur relative) et la diminution concomitante du montant de la redevance.

Ce partage des ressources est amplifié si l'on prend en compte les résultats effectifs (moins-value de redevance de 2 à 3 %, dépassement en termes de publicité de marque et de publicité collective).

1.1.1. La redevance.

Elle diminue en valeur absolue et relative. En 1984, 90 millions de francs ont été requalifiés en cours d'année, le montant du budget s'établissant alors à 968,9 millions de francs.

Compte tenu des moins-values de recettes, les encaissements ont été les suivants :

1984 : 950,3 millions de francs ;

1985 : 926,5 millions de francs ;

1986 : 860/865 millions de francs (sur la base d'une moins-value de 2,5 à 3 % des encaissements) ;

1987 : 765,4 millions de francs (prévisions).

La tendance à la diminution de ce chapitre de recettes s'accroîtra en 1987 en raison de la baisse de la redevance et de la suppression de la taxe sur les magnétoscopes. De ce fait, Antenne 2 devra rechercher davantage de ressources publicitaires ; elle est la seule société de programme à pouvoir vraiment bénéficier de cette capacité en raison de son audience.

1.1.2. La publicité.

Sa part est en constante augmentation. Les prévisions inscrites au budget sont souvent dépassées et compensent les moins-values de redevance (1) :

(En millions de francs.)

	1984	1985	1986	1987
Publicité de marques	1.075	1.222	1.394,3	1.565
Excédent	74,5	Non communiqués	Non communiqués	•
Excédent bénéficiant directement à A 2	18,6	•	•	•
Reversements	76,1	7	12,3	•
Publicité collective	65	76,5	95,5	137,5
Excédent	49	63,5	54,5	•
Total	1.358,2	1.369	1.556,6	1.702,5

(1) En cas de dépassement du chiffre d'affaires de publicité de marques, 25 % seulement sont laissés à la disposition de la société, 75 % sont déposés dans un compte géré par la R.F.P. et font l'objet d'une redistribution entre tous les organismes du service public de la communication audiovisuelle.

En cas de dépassement du chiffre d'affaires de publicité collective, le surplus bénéficie intégralement à la société.

Les nouvelles conditions de concurrence risquent à l'avenir de limiter les excédents de publicité d'Antenne 2, surtout lorsque les prévisions qui permettent l'équilibre du budget sont évaluées au niveau optimal (c'est le cas de la publicité collective en 1987).

1.1.3. Les autres ventes et prestations comprennent des ressources de nature très diverse, dont les principales ont évolué de la manière suivante :

	1983	1984	1985	30 juin 1986
Prestations de services (1)	4,5	4,1	8,3	1,2
Droits dérivés	6	13,7	12	3,3
Ventes de droits (2)	22,9	15,4	39,7	14,6
Participations financières aux programmes	16,1	22,6	24,8	5,4
Total	49,5	55,8	84,8	24,5

(1) A l'exclusion des locations d'antenne, il s'agit essentiellement de prestations techniques fournies aux autres télévisions, généralement étrangères.

(2) Incluent les ventes directes de droits de diffusion de programmes A2, les reversements de F.M.L., les reversements de coproducteurs, les droits de reprises des programmes A2 par des réseaux ciblés étrangers, et les locations de cassettes du magazine « Une semaine en France » à l'étranger.

1.1.4. Production immobilisée.

Le total de la production immobilisée, qui s'élève en 1985 à 1.046,4 millions de francs, se répartit ainsi par genre (1984 : 892,5 millions de francs).

Genre	Productions	Achats	Total
Production « fiction » (fiction française + coproduction)	447,1	»	447,1
Achat « fiction »	»	27,8	27,8
Films dessins animés	2,3	68,5	70,8
Emissions culturelles	159,4	4,9	164,3
Emissions musicales	21,3	1,2	22,5
Jeunesse	34,3	7,2	41,5
Jeux - Divertissements	262,3	10	272,5
Total	926,7	119,6	1.046,4

Tous les postes progressent par rapport à 1984 (sauf la production de dessins animés, la production et les achats d'émissions musicales). En moyenne, les produits progressent de 15,5 % et les achats de 32,1 % (total + 17,2), traduction de la politique de reconstitution des stocks (notamment de films cinématographiques) entamée en 1985 et qui se poursuit en 1986.

1.2. Les charges.

Le tableau suivant permet la comparaison, entre les trois derniers exercices connus, des grandes catégories de charges, classées conformément au nouveau plan comptable général ; il fait apparaître leur évolution en valeur et leur part respective dans le total.

	(En millions de francs)			En pourcentage		
	1983	1984	1985	1983	1984	1985
Coût des programmes achetés	655,4	702,4	802,8	22,7	22,6	23,4
Consommation de l'exercice en provenance de tiers	872,7	921,9	996,2	30,2	29,6	29
Impôts et taxes	19,8	21,2	25	0,7	0,7	0,7
Personnel	386,8	427,6	461,6	13,4	13,7	13,4
Amortissement de programmes diffusés	773,6	858,1	965,8	26,8	27,6	28,1
Autres amortissements et provisions ..	61,5	48,3	41,3	2,1	1,5	1,2
Autres charges de gestion courte	119,5	132,3	144,9	4,1	4,3	4,2
Total	2.889,7	3.111,8	3.437,6	100	100	100

Apparaissent ainsi clairement trois évolutions :

- la part plus importante consacrée aux programmes : progression des programmes achetés et de l'accroissement des programmes diffusés ;
- une maîtrise partielle des coûts externes ;
- une maîtrise assurée des coûts internes.

1.2.1. Les effets de la politique des programmes.

L'accroissement de la durée de diffusion conduit à une rotation plus rapide des stocks et donc à l'augmentation des productions et achats de droits, d'une part, des amortissements de produits diffusés d'autre part.

1.2.1.1. *L'acquisition de programmes.*

Il convient de distinguer le coût de la production déléguée et celui des achats de droits de diffusion.

	1984	1985	Variations en %
Production déléguée	562,87	536,81	+ 13,1
Achat de droits de diffusion	97,5	111,6	+ 14,5
Total	660,37	747,41	+ 13,4

La progression beaucoup plus rapide en 1985 (+ 13,4) qu'en 1984 (+ 7 %) résulte de la création des émissions de télévision du matin et des suppléments de crédits affectés en production déléguée.

Cette progression sera importante également en 1986, notamment pour les achats de droits de diffusion.

a) La production déléguée.

L'augmentation de la production déléguée s'est encore principalement orientée vers la S.F.P. En 1985, la S.F.P. a facturé à Antenne 2, à ce titre, 402,7 millions de francs (pour 470 h 30 de programme) contre 370,7 en 1984. La différence a été confiée à d'autres producteurs délégués du secteur privé.

RÉPARTITION DE LA PRODUCTION DÉLÉGUÉE
PAR GENRE DE PROGRAMMES (1985)

(En millions de francs.)

	S.F.P.		Coproductions avec l'I.N.A.	Coproductions avec des sociétés du secteur privé	Total
	Coproductions	Production exécutive			
Fiction	43,3 32 h 30'	202,20 73 h 30'	»	172,76 184 h 05'	418,26 290 h 05'
Théâtre et musique	»	21,27 42 h 10'	»	10,53 15 h 05'	31,80 57 h 15'
Documentaires - Magazines	»	0,98 (Finitions)	4,6 6 h 55'	12,75 43 h 25'	18,33 50 h 20'
Divertissements	»	133,92 318 h 50'	0,32 0 h 43'	18,44 55 h 00'	152,68 374 h 33'
Jeunesse	0,9 2 h 36'	0,14 0 h 50'	0,20 0 h 22'	14,50 34 h 40'	15,74 38 h 28'
Total	44,2 35 h 06'	358,51 435 h 20'	5,12 8 h 00'	228,98 332 h 15'	636,81 810 h 41'

En 1986, Antenne 2 a procédé à des anticipations qui ont eu pour effet d'orienter davantage la production déléguée vers le secteur privé.

Ces anticipations, qui conduisent Antenne 2 à s'écarter quelque peu des obligations contenues dans son cahier des charges vis-à-vis de la S.F.P. et de l'I.N.A., ont contribué à la détérioration des relations avec les producteurs du secteur public.

Cette répartition pourrait continuer à évoluer en raison de la suppression des commandes obligatoires à la S.F.P. En l'absence de décisions arrêtées par les pouvoirs de tutelle sur les prescriptions des futurs cahiers des charges, il ne paraît pas possible d'effectuer dès à présent des prévisions fiables de commandes pour 1987.

b) Les achats de droits de diffusion.

Après une diminution en 1984, les achats de droits ont rapidement progressé en 1985. Cette évolution sera plus accentuée encore en 1986. Antenne 2 du reste a procédé, au cours de ces deux années, à une reconstitution de ses stocks, notamment de films cinématographiques (92 films achetés en 1985, 166 en 1986, dont respectivement 51 et 118 films français).

ÉVOLUTION DES ACHATS DE DROITS DE DIFFUSION

(En milliers de francs.)

	1985 bilan au 31 décembre 1985	1986 budget
Films et téléfilms	60.095	(1) 136.290
Séries	23.049	(2) 65.200
Théâtre/Musique	1.365	"
Documents/Magazines	2.922	1.800
Variétés	13.844	7.660
Jeunesse	10.204	8.672
Crédits non répartis au 1 ^{er} septembre 1986	"	2.800

(1) Films seulement.

(2) Séries et téléfilms.

Cette reconstitution était rendue nécessaire par :

- la pauvreté des stocks d'Antenne 2 ;
- l'accélération de la rotation des stocks en raison de l'accroissement de la durée hebdomadaire de programmation.

Votre rapporteur considère la politique d'Antenne 2 en ce domaine d'autant plus intéressante que l'arrivée sur le marché des programmes des télévisions commerciales va très probablement conduire à une augmentation du prix des films.

RÉPARTITION DES ACHATS DE DROITS
(France/Etranger.)

(En millions de francs.)

	France		Etranger		Total	
	1985	1986	1985	1986	1985	1986
Films long métrage	38,7	104,7	16,1	30,1	54,8	134,8
Films court métrage	1,3	1,5	0,1	»	1,4	1,5
Téléfilms	»	»	4	2,6	4	2,6
Séries	2	1	21	64,2	23	65,2
	42	107,2	31,2	96,9	83,2	204,1

Votre rapporteur note avec satisfaction l'importance des budgets consacrés à l'achat de droits de diffusion de films français. Cependant, si la part des achats de droits de téléfilms et de séries françaises est faible, cela s'explique par le fait que lorsqu'un producteur engage une production, il s'assure préalablement de sa diffusion sur une chaîne de télévision, associe les sociétés de programme à la production (coproduction) ou agit pour leur compte (production déléguée). Par conséquent, ne figurent en achats que les produits étrangers, déjà diffusés par les télévisions du pays de production.

1.2.1.2. *Amortissement de programmes diffusés.*

En 1985, Antenne 2 a diffusé 5.374 heures de programme, soit 674 heures de plus que l'année précédente. Cette augmentation résulte de la mise en place de Télématin. En 1986, le volume de diffusion progressera encore du fait de l'extension des programmes du matin à partir du mois d'avril.

En effet, le succès remporté par Télématin (1) a permis d'envisager l'ouverture totale de l'antenne pendant les matinées de semaine, de manière à proposer un programme ininterrompu de 6 h 45 à 23 h 30. Après la diffusion du magazine de Télétex « Antiope », la tranche de 10 heures à 12 heures est consacrée à des rediffusions d'émissions de deuxième partie de soirée (« *Apostrophes* », « *Moi-je* », « *Les dossiers d'Alain Decaux* », les magazines d'information : « *Résistance* » et « *Le Magazine* »).

(1) Audience cumulée atteinte en 1985 au taux de 8,6 %.

1.2.1.3. *La gestion du stock de programmes.*

Il est intéressant de rapprocher la valeur des amortissements des programmes diffusés de celle des nouveaux programmes acquis ou produits :

(En millions de francs.)

	1984	1985
Amortissement	858,1	965,8
Acquisition	892,5	1.046,4

Entre 1984 et 1985, le stock de programmes a progressé de 74,7 millions de francs en valeur brute et de 23,6 millions de francs en valeur nette (après prise en compte des amortissements anticipés sur les programmes non diffusés). Cette progression concerne essentiellement les programmes de fiction produite, pour lesquels le volume stocké s'est accru de plus de trente heures. A l'inverse, le stock des films cinématographiques a continué de diminuer (27 films en moins).

En 1986, la tendance va se renverser par rapport aux années précédentes : on enregistrera une reconstitution du stock des films et un début de déstockage des programmes de fiction produits (surabondants).

1.2.2. *La maîtrise partielle des coûts externes.*

Une partie importante de ces coûts représente les contributions obligatoires de la société :

- circuits permanents de T.D.F. : 470,3 millions de francs en 1985 ;
- conservation des archives et frais de recherche de l'I.N.A. : 53 millions de francs ;
- enquêtes et sondages de Médiamétrie et du S.O.P. : 7,1 millions de francs ;
- prestations informatiques du Groupement informatique de l'audiovisuel 10,8 millions de francs.

1.2.2.1. *Les dépenses de transmission et de diffusion.*

La location des circuits permanents de T.D.F. (434,2 millions de francs en 1984, 470,3 millions de francs en 1985) constitue une charge importante pour la société. A cet égard, votre rapporte-

regrette l'absence de transparence réelle des coûts facturés par T.D.F., notamment du forfait imposé pour les têtes de chaîne qui semble sans commune mesure avec le volume des services rendus. En outre, il s'inquiète du mauvais état des réseaux TV 2 qui connaissent un taux de panne supérieur aux autres réseaux de T.D.F., ce qui perturbe le service d'Antenne 2.

A ces coûts fixes s'ajoutent les liaisons occasionnelles fournies par T.D.F. Si les dépenses de cette nature ne progressent que légèrement, on peut toutefois regretter la lenteur nécessaire à l'apurement définitif de ce compte (plus d'un an).

1.2.2.2. Les prestations techniques pour la fabrication des programmes.

Antenne 2 fait appel à la S.F.P. dans une large proportion pour le façonnage et les prestations techniques, dont la vidéomobile. Le chiffre d'affaires atteint 120 millions de francs. A l'avenir, la S.F.P. sera davantage mise en concurrence avec d'autres producteurs.

1.2.2.3. Les droits de retransmission connaissent une forte inflation.

Les droits de retransmission seront à l'avenir beaucoup plus coûteux, l'évolution des droits de retransmission sportive depuis 1984 en témoigne :

(En millions de francs.)

1984	1985	1986
6,8	12,8	19,6

La forte augmentation des dépenses en 1985 et 1986 est due essentiellement au football, qui a imposé des prix très élevés pour les retransmissions (exemple Bordeaux-Juventus en coupe d'Europe : 2,2 millions de francs). En 1985, une convention a été signée entre la Ligue nationale et la Fédération de football, d'une part, les sociétés de programme du service public, d'autre part. Cet accord, applicable jusqu'en 1988, a entraîné pour Antenne 2 le versement de 3,5 millions de francs au titre de la saison 1985-1986.

1.2.2.4. Les dépenses résultant du recours aux agences de presse.

Ces dépenses progressent sensiblement. Leur augmentations est principalement liée au prix d'abonnement (+ 22,5 %) souscrit en 1986 à l'A.C.P. après arbitrage de la tutelle. Cette pratique de subvention

déguisée ne paraît pas admissible à votre rapporteur. Si, pour des raisons de pluralisme et de diversification régionale, par exemple, l'Etat veut aider l'Agence centrale de presse, il serait préférable qu'il le fasse ouvertement.

1.2.3. La maîtrise assurée des coûts internes.

1.2.3.1. Les dépenses de personnel.

Par rapport à l'exercice précédent, les dépenses de personnel augmentent globalement de 7,95 % ; cette progression concerne inégalement les diverses catégories de salariés, mais aussi de charges salariales, comme le montrent les deux tableaux suivants :

(En millions de francs.)

	1983	1984	1985	Pourcentage 1984/85
Rémunérations	236,2	262,9	280,7	+ 6,7
- dont heures supplémentaires	(12,8)	(17,8)	(15,7)	- 11,8
- dont bureaux à l'étranger	(2,5)	(5)	(3,9)	- 22
Charges annexes	45,2	47,6	55,7	+ 17
- dont congés payés	(20,8)	(23,7)	(29)	+ 22,3
Charges sociales	94,9	105,1	114,4	- 10,8
Œuvres sociales	10,5	12	10,7	- 10,8
Total	386,8	427,6	461,6	7,95
Personnels permanents	276,5	298	315,7	+ 5,9
Cachetiers	86,5	96,3	109,9	+ 14,1
Occasionnels	21,7	33,7	36	+ 6,8
Total	386,8	427,6	461,6	7,95

L'effectif des personnels permanents d'Antenne 2 s'élevait à 1.343 en 1984 ; 1339 en 1985 ; 1.363 en 1986. Il est prévu pour 1987 la suppression de trente-cinq emplois, toutes catégories confondues.

L'effectif réel a évolué comme suit : 1984 : 1.323 . 1985 : 1.368 . 1986 : 1.363.

Antenne 2 est demeurée dans la limite des effectifs autorisés ; toutefois, le nombre d'heures supplémentaires avait fortement augmenté en 1984. Cette inflation des heures supplémentaires a été maîtrisée en

1985 (- 2,1 millions de francs. Il en fut de même des frais entraînés par les bureaux à l'étranger.

Le recours, parfois systématique, aux services des cachetiers et les charges sociales, notamment celle des congés payés, ont connu une forte augmentation en 1985, conséquence de la mise en application de la convention nationale unique des personnels de l'audiovisuel qui a accru les rigidités et étendu un assez grand nombre d'avantages sociaux.

Compte tenu des incertitudes actuelles, notamment en l'absence de plus amples précisions sur les conditions pécuniaires des départs volontaires à partir de cinquante-cinq ans prévus à l'article 69 de la loi relative à la liberté de communication, il n'est guère possible d'estimer l'évolution de l'effectif réel en 1987.

1.2.3.2. *Les dépenses de fonctionnement courant.*

Ces dépenses progressent à un rythme moins élevé que l'inflation (+ 0,4 % en 1985). Votre rapporteur note avec intérêt les économies réalisées sur le « train de vie » de la société : - 4,3 millions de francs sur les déplacements, missions et réceptions ; - 8 millions de francs sur les rémunérations d'intermédiaires et honoraires ; stabilité des frais de publicité et de cadeaux. Il s'étonne toutefois de la forte progression des frais postaux et téléphoniques (+ 30 %) et des frais de personnels extérieurs à la société (+ 177,4 %). Cette dernière évolution, déjà constatée en 1984, traduit un recours accru à la sous-traitance pour diverses fonctions nécessitées par la gestion du nouveau siège social (gardiennage, sécurité, énergie, climatisation). Outre le coût important de la location du siège de l'avenue Montaigne (34,9 millions en 1985), les charges annexes qu'entraîne son utilisation ont été largement sous-estimées au moment du transfert de la société.

1.3. Résultat financier.

Par rapport à l'exercice précédent, les principales données du compte de résultat concernant les opérations financières ont évolué favorablement, grâce en partie à la bonne situation de trésorerie, permettant des placements à taux rémunérateur.

(En millions de francs.)

	1983	1984	1985
Produits financiers :			
- Produits de participations	2.508	2.583	4.420
- Produits d'autres valeurs mobilières, et créances de l'actif immobilisé	990	936	934
- Autres intérêts et produits assimilés	8.515	6.115	8.334
- Reprises sur provisions	"	"	222
- Différence positive de change	34	749	555
- Produits nets sur cessions de valeurs mobilières de placement	"	"	1.485
Total	12.047	10.383	15.950
Charges financières	988	1.623	1.033
Résultat financier	+ 11.059	+ 8.760	+ 14.917

Cette situation pourrait cependant se dégrader en 1986 (1) en raison des moins-values de redevance, et notamment des retards de paiement observés depuis le mois de juin, malgré la provision importante réalisée dès le début de l'année.

En 1987, l'évolution à un niveau optimal des recettes de publicité collective risque d'accroître les tensions de trésorerie, si les encaissements de redevance ne s'effectuaient pas de façon plus régulière.

2. UN DÉVELOPPEMENT IMPORTANT DES PROGRAMMES

Antenne 2 a conduit avec prudence et efficacité le développement de ses programmes.

(1) Etat de la trésorerie en fin de mois :

(en millions de francs.)

	Réalisé	Prévision du contrôle d'Etat (mai 1986)
janvier	+ 3,4	"
février	+ 39,2	"
mars	- 3	"
avril	- 18,6	"
mai	- 6,4	+ 13,8
juin	+ 10,7	+ 53,4
juillet	+ 20,3	+ 42,8

2.1. L'accroissement de la diffusion.

La chaîne a diffusé en 1985 5.374 heures de programmes, soit 813 de plus qu'en 1984. Elle a notamment ouvert son antenne à compter de 6 h 45 le matin pour la diffusion de « Télématin ». En outre, depuis le 1^{er} avril 1986, elle diffuse des programmes pendant la totalité de la matinée, soit une grille hebdomadaire de 110 heures d'émission.

2.2. Une « bonne » politique de programmes.

2.2.1. Antenne 2 a réussi à stabiliser son audience grâce à une bonne politique de programmes.

● Cette politique repose, en premier lieu, sur le maintien d'un certain nombre d'émissions qui assurent la fidélité du public. Le succès depuis plus de dix ans d'émission telles qu'*Apostrophes*, *Les Chiffres et Les Lettres*, *Les Dossiers de l'écran*, *Le Grand échiquier* ou de séries populaires comme les « *Cinq Dernières Minutes* » ou les « *Enquêtes du commissaire Maigret* » constituent un « acquis » d'audience remarquablement solide.

● Elle consiste, en second lieu, à amortir au maximum les programmes par une politique très adroite de rediffusion. Votre rapporteur se garde de critiquer la rediffusion des émissions de télévision, car elle correspond le plus souvent au goût du public (la rediffusion de certains films populaires peut porter l'audience à des niveaux records). Elle permet en outre de rentabiliser les programmes de coût élevé, sans pour autant pénaliser les ayants-droits (réalisateurs, artistes) qui perçoivent des droits lors des rediffusions. Encore convient-il d'ajouter que les rediffusions doivent être intelligemment programmées et ne pas apparaître comme des alibis à une mauvaise gestion ou à une incompétence.

Enfin, en raison du renouvellement permanent du public et du fait que seule une minorité de téléspectateurs a généralement pu voir une œuvre lors de sa première diffusion, la rediffusion présente l'intérêt d'offrir une seconde chance à des créations. Il faut de même tenir compte de l'intérêt de la présentation d'œuvres anciennes de qualité, voire de documents d'archives aux nouvelles couches de téléspectateurs.

En 1985, Antenne 2 a rediffusé 857 heures d'émissions (16 % du programme).

Les rediffusions dans la semaine suivant la première diffusion concernent exclusivement les émissions culturelles (documentaires, magazines) et représentent la quasi-totalité des émissions rediffusées pour ce genre de programme.

Cette pratique, très prisée des chaînes commerciales (Canal Plus, la « Cinq », TV 6), tendra certainement à se développer dans les années à venir.

Une telle politique de programmes a pour autre avantage d'équilibrer les coûts. La grille hebdomadaire de programme d'Antenne 2 atteint 24,5 millions de francs (grille de mai 1986).

2.2.2. Antenne 2, malgré des efforts réels en certains domaines, contribue encore insuffisamment au développement de la création d'œuvres originales françaises.

2.2.2.1. *Les points positifs.*

Antenne 2 a fait des efforts certains en faveur des œuvres d'animation. Alors que le cahier des charges lui fixait l'obligation de consacrer 3,7 millions de francs pour la production de ce genre de programmes, la société a consacré 17 millions de francs, en réinvestissant pratiquement la totalité des recettes d'exploitation résultant des droits dérivés des précédentes séries.

Antenne 2 a aussi consenti des efforts importants en faveur de la production cinématographique, à travers la dotation qu'elle sert à sa filiale « Films A 2 » (39,3 MF) — qui a participé à la coproduction de 24 films en 1985 — mais aussi par l'intermédiaire des droits d'achat de première diffusion des films produits par sa filiale (37,6 MF).

2.2.2.2. *Les inquiétudes.*

Si Antenne 2 reste au premier rang des sociétés de service public en matière de productions et de coproductions, elle n'aura produit en 1986 que 215 heures de fiction originale, soit 35 heures de moins qu'en 1985 (- 14 %). Votre rapporteur exprime d'autant plus d'inquiétude à ce sujet que les contraintes budgétaires pèseront davantage sur Antenne 2 en 1987.

Votre rapporteur s'inquiète aussi de la lenteur du développement de la coopération européenne en matière de coproduction. Depuis la signature, le 19 juillet 1985 à Zurich, de l'accord sur la constitution d'un groupement européen de production de programmes de télévision entre Antenne 2 (France), Z.D.F. (R.F.A.), O.R.F. (Autriche) et la R.A.I. (Italie), notamment, le comité des programmes ne s'est réuni qu'une seule fois. La réponse apportée par Antenne 2 au questionnaire de votre rapporteur ne peut se révéler satisfaisante :

« Le Comité des programmes s'est réuni à Paris le 25 septembre 1985 pour examiner une quinzaine de projets et en sélectionner un petit nombre qui a donné lieu à des scénarios développés. Le conseil de direction s'est réuni ensuite le 16 avril 1986 pour étudier ces propositions et a décidé que trois projets (Z.D.F., O.R.F. et R.A.I.) donneraient lieu à des pilotes et que d'autres projets, dont un français, seraient réexaminés à l'automne. Le projet français sera ainsi presque certainement réalisé.

« Parallèlement, un groupe de travail s'est réuni à Londres le 14 janvier 1986 pour préciser les axes du contrat type de production, et un premier projet de contrat concernant la production du pilote proposé par la Z.D.F. (projet « Eurêka ») a été mis au point en juin 1986. Ce pilote devrait être mis en production à l'automne 1986, bientôt suivi par les projets de l'O.R.F. (« Le Quatrième Homme »), de la R.A.I. (« Rallye ») et du projet d'Antenne 2 dont le choix définitif reste à faire. »

3. LE BUDGET D'ANTENNE 2 POUR 1987 ET SES CONSÉQUENCES

Les données du budget pour 1987 telles qu'elles ont été fixées par les autorités de tutelle et communiquées à la société se caractérisent par :

● Un accroissement du budget de fonctionnement de 3,1 % correspondant :

— à la reconduction du budget 1986 augmenté d'un glissement de prix à hauteur de 1,9 % portant sur les seules charges de personnel ;

— à l'ajustement de certains crédits destinés soit au rattrapage d'une insuffisance de dotations en 1986 (T.D.F., Médiamétrie, taxe professionnelle, etc.), soit à traduire l'effet mécanique de certaines dispositions légales ou contractuelles (compte de soutien, auteurs) ;

— à l'inscription d'un crédit supplémentaire destiné aux programmes (51,5 millions de francs) du fait de la privatisation de TF 1 (émissions religieuses, création, matin) ;

— à diverses mesures d'adaptation (amortissements, réserve) ;

— à la suppression des crédits correspondant à la diminution de l'effectif autorisé en 1987 (moins 35 emplois, — 8,6 millions de francs).

● Un apport de 0,4 million de francs au titre des remboursements d'emprunts antérieurs.

3.1. Un budget de rigueur.

3.1.1. *Les recettes ordinaires* s'établissent à 2.511,3 millions de francs.

La dotation de redevance est en diminution de 13,7 % par rapport à 1986 et ne correspond plus qu'à 30,5 % de l'ensemble des ressources ordinaires de l'exercice 1987 (contre 36,4 % en 1986).

Corollairement, le montant attendu des recettes de la publicité augmente de 12,2 % pour la publicité de marques et de 44 % pour la publicité collective, ce qui porte à 62,3 % la part de la publicité de marques (contre 57,2 % en 1986) dans le total des ressources prévues pour 1987.

3.1.2. *Les dépenses de fonctionnement* s'établissent au même niveau que celui des recettes ordinaires.

Elles comportent :

- un effort important en matière de réduction des charges de personnel (- 8,6 millions de francs), correspondant à la diminution de l'effectif autorisé de trente-cinq emplois. Toutefois, la réalisation de l'objectif calculée sur la base de réduction en année pleine et sans prendre en compte la charge restant à la société au titre de l'indemnisation des préretraités est loin d'être acquise ;

- un supplément de crédit de 12,3 millions de francs à T.D.F. correspondant à une sous-estimation des dépenses prévues en 1986 et à des dépenses supplémentaires tenant à des extensions de programmes (religieuses) ;

- plusieurs mesures nouvelles concernant les programmes pour un montant total de 51,5 millions de francs. Toutefois, ce montant correspond pour moitié (25 millions de francs) aux dépenses nouvelles entraînées par le transfert de TF 1 à Antenne 2 des émissions religieuses du dimanche matin. 16,5 millions de francs sont inscrits au titre de la création d'émissions de fiction et de documentaires, et 10 millions de francs pour poursuivre la diffusion d'émissions en matinée. Dans ces conditions, le budget de production 1987 (hors émissions religieuses) ne progresse que de environ 1,2 % en francs courants par rapport à 1986.

3.2. Un budget dont l'exécution exigera des efforts importants.

L'équilibre du budget paraît cependant exiger des efforts sur longue période. En effet, le budget se caractérise par une absence de souplesse

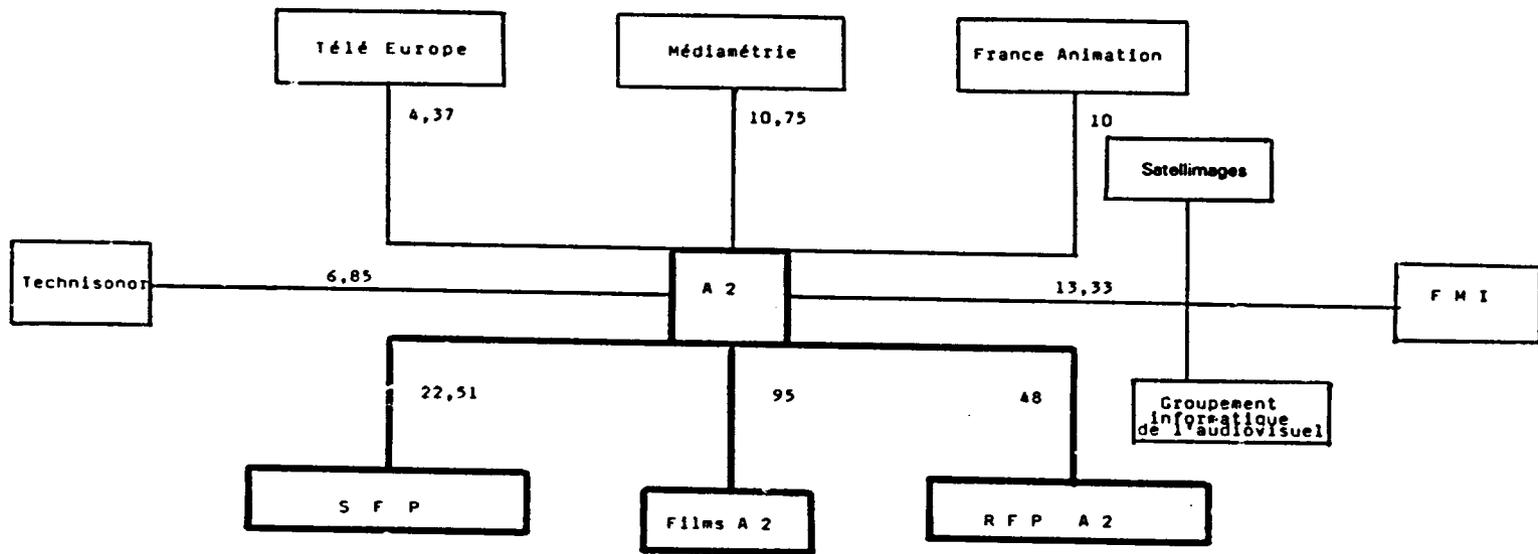
en matière de recettes. L'objectif de publicité collective a été fixé au niveau maximum des possibilités prévisibles (137,5 millions de francs). Antenne 2 ne pourra donc pas compter sur des excédents de publicité collective pour compenser d'éventuels écarts négatifs entre les prévisions de recettes de redevance et les encaissements effectifs, comme ce fut le cas les années précédentes.

En outre, si le niveau de la ressources global est en légère progression, les crédits supplémentaires sont affectés à des objectifs nouveaux ; quant aux crédits destinés à la production ils sont maintenus à leur niveau de 1986. Cette stagnation ne tient pas compte de la progression probable des prix des différentes programmes (en particulier progression certaine du coût des retransmissions sportives et des achats de films et séries.

*
* *

Antenne 2 ne pourra donc maintenir son niveau d'activité en équilibrant ses comptes qu'à condition que soient levée toute crainte de moins-values ou de retards dans l'encaissement de la redevance et au prix de ressources supplémentaires dégagées par des économies internes.

Votre rapporteur sera attentif, tout au long de l'an prochain, à l'attitude des dirigeants de la société, qui devront éviter des solutions de fuite en avant, comme le déstockage massif de programmes, sans investissement nouveau dans le domaine de la création originale, voire des recours excessifs aux recettes de publicité commerciale.



1. Films A 2 : Production de films cinématographiques.
2. R.F.P. A 2 : Régie publicitaire de la société Antenne 2
Autre actionnaire : R.F.P.
3. S.I.P. : Production d'œuvres et documents audiovisuels et prestations de services pour la réalisation de ces programmes.
Autre actionnaire : TF 1 (22,5), FR 3 (4), Etat (51)
4. F.M.I. : Commercialisation des œuvres et documents audiovisuels.
Autres actionnaires : S.F.P. (6, 67), TF 1.
5. Mediametrie : Mesure de l'audience des programmes.
Autres actionnaires : TF 1, FR 3 (10,75), I.N.A. (18,92), Radio France (16 13), R.F.P. (16,73), R.M.C., Europe n°1, Etat (5,38).
6. Tele Europe : Etudes, production, achat, vente, location et exploitation de documents sonores ou images pouvant être diffusés sur les antennes de radio ou de télévision, ou pouvant être projetés sur les écrans de cinéma.
Autres actionnaires : S.F.P., TF 1, FR 3, Sodete, Telfrance.
7. Technisonor : Prestations de toute nature à la radiodiffusion sonore et à la télévision. Exploitation de l'industrie cinématographique.
Autres actionnaires : S.F.P., Sofirad, R.M.C., TF 1, FR 3.
8. France animation : Production de dessins animés.
Autres actionnaires : Sofirad, R.M.C. audiovisuel, S.F.P. (10), Caisse des dépôts et consignations, R.M.C., Casterman, Crawleys.
9. Satellimages : G.I.E. de programmation de TV 5.
Autres actionnaires : TF 1, FR 3, Etat.

SOUS-CHAPITRE III

FRANCE RÉGIONS 3

Dernières nées des chaînes publiques de télévision, FR 3 a connu une histoire cahotique en raison de fréquents changements de stratégie. Il est vrai que la vocation spécifique — et notamment régionale, qui lui fut assignée dès son origine et qui fut renforcée par la loi du 29 juillet 1982, fut difficile à mettre en œuvre. Le développement d'une programmation régionale comme d'une production originale des unités régionales était un objectif prioritaire, mais les contraintes qu'imposait sa réalisation ont été dès le début très mal perçues. Peu à peu, FR 3 a néanmoins précisé ses objectifs, renonçant heureusement à la mise en place des sociétés régionales de programmes, puis à la programmation régionale spécifique à laquelle s'est substituée la logique du réseau, aboutissant enfin au retour à la prédominance du programme national dans la grille hebdomadaire. Il n'en demeure pas moins que le poids des structures pèse lourdement sur la gestion d'une telle entreprise et que les moyens dont elle dispose paraissent surdimensionnés pour son volume de diffusion, et plus encore pour son audience effective, laquelle a diminué alors que le taux d'écoute de l'ensemble des chaînes s'accroissait.

Le tableau suivant permet de bien faire apparaître les particularités essentielles de la troisième chaîne par rapport aux deux premières.

LOI DE FINANCES POUR 1986

(En millions de francs.)

	FR 3	TF 1	A 2
Volume budgétaire			
• fonctionnement M.F.	2.612,3	2.438,5	2.436,7
dont personnels	1.003,5	483,2	446,7
• équipement	242,4	62,1	37,6
Part de la redevance dans les ressources	79,2 %	35,4 %	36,3 %
Part de la publicité dans les ressources	17,1 %	62,1 %	60,4 %
Effectifs permanents	3.396	1.492	1.363

Source : Contrôle d'Etat.

Si FR 3 gère un volume de ressources voisin de celui de TF 1 et d'Antenne 2, elle dispose d'un personnel beaucoup plus important, ce qui entraîne des coûts fixes importants. Il est vrai que FR 3, contrairement aux deux autres chaînes, possède son propre outil de production, réparti dans les douze directions régionales avec trois centres de production lourde (Lille, Lyon et Marseille).

Le paradoxe est que, malgré cette abondance de moyens propres, qui fait qu'elle a peu de relations avec la S.F.P., FR 3 ne diffusait ses programmes que pendant une plage horaire limitée (17 heures - 24 heures) ; seule la démultiplication des programmes régionaux, diffusés de 17 h à 19 h 45, conduit à un volume de diffusion important (7.398 heures pour les programmes régionaux et 1.989 heures pour le programme national).

Cette situation serait acceptable si la société obtenait une audience importante. Il n'en est malheureusement rien :

- Si FR 3 a toujours eu une audience nettement plus faible que ses deux concurrentes, cet écart s'est creusé au cours des dernières années (1 à 1,5 en 1981, 1 à 1,7 en 1983 et 1 à 2,2 en 1985).

- Les programmes régionaux obtiennent en règle générale de très mauvais résultats : ils ne correspondent donc pas au goût du public. Le journal d'informations régionales bénéficie cependant d'une audience appréciable (1).

FR 3 est donc toujours en quête d'identité et devra trouver les moyens de redresser son audience. Il s'agit là, sans aucun doute, de l'un des problèmes majeurs du service public de l'audiovisuel. Il mérite d'être traité avec beaucoup de soin car FR 3 est devenue, du fait de la privatisation de TF 1, un maillon essentiel du service public.

M. Jean-Philippe Lecat, ancien ministre, vient de se voir confier par le Gouvernement une mission de réflexion sur l'avenir de la chaîne, ce que votre rapporteur note avec satisfaction. Il regrette cependant que l'ensemble des études et missions concernant le secteur de l'audiovisuel n'ait pas été mené préalablement à l'engagement des décisions les plus importantes.

*
* *

(1) Le paradoxe est que ce journal est diffusé simultanément par Antenne 2 et FR 3 et que c'est Antenne 2 qui capte la plus grande partie de l'audience. Cette formule accroît la liberté de choix des téléspectateurs qui se trouvent dans les zones charnières, mais prive FR 3 d'un produit d'appel important pour fidéliser son propre public.

Malgré des résultats apparemment proches de l'équilibre, FR 3 est une entreprise fragile économiquement et financièrement.

Le résultat bénéficiaire de l'exercice 1985, qui s'élève à 30,9 millions de francs, n'est pas significatif. Ce résultat est, en effet, influencé par plusieurs modifications de méthode de comptabilisation ou de gestion entre les deux exercices. La neutralisation de l'effet de ces modifications donnerait un résultat légèrement négatif (1,1 million de francs).

Votre rapporteur note surtout la détérioration du résultat d'exploitation, qui est passé d'un excédent de 25,3 millions de francs en 1984 à un déficit de 17,2 millions de francs en 1985. Alors que la progression des produits était de 11,4 % entre les deux exercices, celle des charges a été de 13,1 %.

Il n'est pas actuellement possible, en raison des difficultés d'évaluation des moins-values d'encaissement de redevance, de faire des prévisions pour l'exercice 1986, d'autant plus que FR 3 est très dépendante des ressources publiques.

1. UNE SOCIÉTÉ TRÈS DÉPENDANTE DES RESSOURCES PUBLIQUES

La part de la redevance, qui représentait plus de 90 % dans les ressources de FR 3 avant 1983, date de l'introduction de la publicité de marque sur la chaîne, est depuis moins importante, mais n'en demeure pas moins à un niveau très élevé puisqu'elle représente près des quatre cinquièmes du montant total des recettes de la société.

	1983		1984		1985		1986		1987	
	En millions de francs	En pourcentage								
Redevance	1.605,2	80,6	1.728,6	74,1	1.797,2	78,5	2.049,9	78,5	2.256,5	82,5
Publicité	324,8	16,3	413,2	17,7	426,6	17,9	467	17,9		
Autres recettes	60,7	3,1	191,1	8,2	220,7	9	95,4	3,6	91,2	3,3
Total	1.990,7	100	2.332,9	100	2.444,5	100	2.612,3	100	2.735,7	100

(1) 1987 : 36,3 %

C'est donc la redevance qui constitue la ressource essentielle de FR 3, les autres ressources ne jouant qu'un rôle marginal.

1.1. La redevance.

FR 3 est donc extrêmement vulnérable aux moins-values qui peuvent affecter les encaissements de redevance.

Cette évolution s'est traduite pour FR 3 de la manière suivante :

(En millions de francs.)

	1983	1984	1985
Previsions	1.670,3	1.793,6	1.884,9
Realisations	1.605,2	1.728,6	1.797,2
Ecart	- 65,1	- 65	- 87,7

L'accroissement de l'écart entre prévision et réalisation est préoccupant pour la gestion de la société (4,7 % en 1985 contre 4,4 % en 1984). Compte tenu de cette dégradation, FR 3 a été amenée à réaliser des réserves en cours d'année en 1985 et des provisions dès le début de l'exercice 1986 à concurrence de 2 % de la prévision (41 millions de francs). Les éléments connus concernant les retards et moins-values d'encaissement pour 1986 laissent supposer que cette réserve sera insuffisante pour compenser à elle seule les déséquilibres que nous venons de noter.

En 1987, FR 3 sera encore plus vulnérable à d'éventuelles moins-values. En outre, les retards et moins-values de 1986 ont pesé lourdement sur la trésorerie de la société.

1.2. La publicité.

Malgré une faible audience qui limite les possibilités pour FR 3 de collecter des ressources publicitaires abondantes, celle-ci a bénéficié jusqu'à présent d'un marché protégé.

Aussi les recettes de publicité de FR 3 ont-elles crû jusqu'à représenter près de 20 % des recettes.

Pour autant, FR 3 ne dispose pas actuellement de base solide pour accroître le volume de ces recettes, ni même semble-t-il pour maintenir sa part de marché, face à l'arrivée des télévisions commerciales.

1.2.1. Les tarifs publicitaires sont élevés.

Ils dépassent en coût au mille de 15 à 35 % ceux pratiqués sur les autres chaînes. Sa situation sur le marché est donc fragile, l'ouverture de nouveaux écrans sur Antenne 2 et le lancement de la « 5 » ayant eu une répercussion sur les réservations d'espaces publicitaires de FR 3 au premier semestre 1985.

Pour affronter la concurrence, FR 3 a donc pris la décision de baisser pour 1987 ses tarifs de 13 % en moyenne et d'offrir des conditions de vente plus compétitives. On peut prévoir que ces nouvelles conditions pourront permettre le maintien d'un certain volume de publicité, mais rien n'est moins sûr.

1.2.2. L'organisation des régies s'avère coûteuse.

Décidée en juillet 1982, l'ouverture de l'antenne de FR 3 à la publicité de marque est intervenue le 1^{er} janvier 1983 pour le programme national et s'est échelonnée du 1^{er} janvier 1984 au 31 mars 1985 pour le programme régional.

Une seule société aurait été capable d'assurer la régie de la publicité nationale et celle de la publicité régionale ; mais, pour des raisons tenant au souci de ménager les intérêts des agences et accessoirement des annonceurs, d'apaiser les craintes que faisait naître le rôle confié à l'agence Havas et à Publicis dans la collecte de la publicité régionale et d'associer plus étroitement la presse quotidienne régionale aux décisions, le ministre chargé des techniques de la communication a décidé, en janvier 1983, la création de quatorze sociétés :

- la société R.F.P.-FR 3, chargée de la publicité diffusée sur le programme national de FR 3 ;
- la société FR 3-P et ses douze filiales régionales, chargées de la publicité diffusée sur les programmes régionaux.

Dans son rapport particulier du 2 juillet 1986, la Cour des comptes a observé que les structures mises en place s'étaient révélées extrêmement coûteuses.

« Les deux régies (R.F.P.-FR 3 et FR 3-P) dirigées chacune par un président-directeur général, assisté d'un directeur général adjoint, se sont dotées d'états-majors et de directions financières et commerciales distincts, alors qu'à l'évidence une régie commune eût permis de réaliser de substantielles économies d'échelle. Mais, même en l'absence de régie

commune, les dépenses auraient pu être réduites grâce à la mise en commun de certains moyens, notamment informatiques, ainsi que le prescrivait d'ailleurs la lettre du 14 janvier 1983 du ministre de la communication sur l'organisation des sociétés de régie.

« Dans le cadre contraignant actuellement existant, le développement de la publicité régionale ne pourra qu'être limité, mais de toute manière le poids des structures et des accords mis en place pour organiser la collecte ne sera pas supportable et une réorganisation s'impose.

« A cet égard, le regroupement des deux régies FR 3-P et R.F.P.-FR 3 paraît notamment devoir être examiné de toute urgence, ainsi que le sort des douze filiales régionales. »

De même, une meilleure coordination de FR 3 et de sa ou ses régies publicitaires devrait permettre la réalisation d'un certain volume d'économies.

1.2.3. *Le problème majeur demeure l'érosion de l'audience.*

Dans l'ère du marché concurrentiel dans laquelle est entré l'audiovisuel français, FR 3 ne retrouvera un niveau de ressources publicitaires que si elle réussit à stabiliser voire à augmenter son audience. L'ouverture de nouveaux écrans permise par l'extension de la diffusion l'après-midi n'apportera cependant que des recettes relativement marginales.

1.3. Les autres recettes.

Les autres recettes n'ont qu'un caractère marginal, d'autant que d'une façon très critiquable se trouvent comptabilisés dans cette rubrique les versements d'excédent de publicité attribués par la tutelle et qui connaissent normalement des variations très importantes d'une année sur l'autre (97,4 millions de francs en 1984 ; 37,5 millions de francs en 1985 ; 10,7 millions de francs en 1986.)

Si l'on met à part les excédents de publicité, la croissance des recettes commerciales additionne la baisse des produits de vente d'émissions (1) et de droits dérivés (2) et une augmentation des recettes liées

(1) Reversement de F.M.I. pour les ventes de droits et contrats directs pour l'information et le sport (4,9 millions de francs en 1985).

(2) 1984	1,3 million de francs
1985	0,5 million de francs
1986 (30 juin)	0,4 million de francs

Les résultats commerciaux de la série Jeunesse 1985-1986 devaient permettre de réaliser 1 million de francs de recettes en 1986. Il faut noter aussi le développement des droits dérivés de l'émission Thalassa (club et magazine mensuel) qui pourrait apporter des recettes de l'ordre de 0,4 million de francs.

à la diffusion d'émissions sur le réseau de FR 3 (location d'antenne : 33,4 millions de francs en 1985).

1.4. L'évolution des stocks de programmes.

Ceux-ci passent de 409 millions de francs en 1984 à 575,4 millions de francs en 1985, soit un accroissement de 40,7 %.

Compte tenu de l'amortissement des programmes diffusés, l'exercice 1985 fait ressortir une augmentation en valeur du stock de programmes de 81,4 millions de francs (hors amortissements dérogatoires), l'exercice 1984 s'étant soldé par une diminution du stock de 3,2 millions de francs.

Cette situation résulte pour partie :

— de l'extension en 1985 du champ des programmes immobiliers et d'une meilleure appréciation des moyens affectés aux émissions en gestion directe (37,5 millions de francs) ;

— du rattrapage partiel des retards pris dans la vérification technique des produits livrés qui s'étaient traduits par une non-comptabilisation en 1984 d'environ 41 millions de francs ;

— du retour à la programmation en réseau courant 1985 des émissions acquises ou produites dans le cadre de l'A.F.I. qui a eu pour effet de supprimer l'accélération de l'amortissement des programmes.

Le tableau ci-dessous fait apparaître l'évolution des productions immobilisées par secteur et par type de production :

(En millions de francs.)

	1985	1984	Evolution
<i>Programme national :</i>			
● Productions propres	176,1	166,4	+ 5,8 %
● Productions déléguées	149,9	85,5	+ 75,3 %
● Achats de droits	149,5	80,2	+ 86,4 %
Total	483,8	332,1	+ 45,6 %
<i>Programme régional :</i>			
● Productions propres	55,5	60,2	- 7,8 %
● Productions déléguées	1,7	5,6	- 69,4 %
● Achats de droits	34,4	11,1	+ 210 %
Total	91,6	76,9	+ 19 %

On observe donc une augmentation sensible des productions déléguées au détriment des productions propres résultant pour une large part du développement de la politique de coproduction. Les transferts d'imputation opérés en 1985 à la suite d'une meilleure appréhension des origines juridiques des émissions rendent toutefois délicate la comparaison entre les deux exercices.

Outre une remarque générale sur la méthode qui consiste à porter en immobilisation les émissions produites ou acquises alors qu'il s'agit plutôt de valeurs d'exploitation qui devraient être comptabilisées en stocks, la Cour des comptes a sévèrement critiqué la méthode d'évaluation utilisée par FR 3.

2. UNE STRUCTURE ET UNE ORGANISATION INTERNE QUI EXPLIQUENT LA LOURDEUR ET L'IMPORTANCE DES CHARGES DE LA SOCIÉTÉ

Le siège central, les douze directions régionales, les vingt-cinq centres d'actualités télévisées, les dix centres de production de programmes constituent la structure la plus importante, par l'ampleur de ses moyens, des sociétés nationales de programme.

L'essentiel des moyens de FR 3 — 80 % des effectifs (1) et 60 % des dépenses — est regroupé dans les douze directions régionales. La production de programmes est réalisée dans les dix centres de fabrication (dont trois assurent des productions lourdes) qui travaillent à la fois pour les programmes national et régionaux, tandis que les actualités télévisées sont réalisées par des équipes de journalistes réparties en vingt-cinq bureaux régionaux d'information.

A l'inverse des autres sociétés nationales de programme, FR 3 dispose, en effet, de ses propres moyens de production.

La mise en place de ces structures et l'organisation des différents échelons n'a pas été sans répercussion sur l'alourdissement des charges de la société comme sur sa politique d'investissement.

2.1. Une société surdimensionnée.

2.1.1. L'impact de la régionalisation.

Les dispositions de la loi du 29 juillet 1982 sont — et votre rapporteur ne peut que s'en féliciter — restées lettre morte en ce qui concerne la création de douze sociétés régionales de télévision.

La régionalisation ne s'en est pas moins concrétisée par le développement de programmes régionaux, gérés par douze directions régionales. L'insuffisance des possibilités de chaque région a conduit à leur mise en commun dans le cadre d'une structure particulière : l'agence de programmes interrégionaux (A.P.I.). Mais le coût de la duplication au profit de chaque région des programmes ainsi produits ou achetés en commun a conduit à remettre en cause le système et à diffuser « en

(1) Répartition des effectifs de FR 3 au 31 août 1986 :

- Siège	434	12,8 %
- Info Paris	276	8,1 %
- Régions	2.682	79,1 %
Total	3.392	

réseau » — c'est-à-dire à la même heure — les émissions communes du programme régional. Dès lors, la spécificité régionale des émissions produites ou achetées par l'A.P.I. n'était plus évidente ; cet organisme se borne depuis l'été 1985 à jouer le rôle d'instance de concertation des directions régionales dans la planification des productions susceptibles d'être diffusées sur les antennes régionales. L'A.P.I., dont le règlement-cadre ne date que du 11 avril 1984 et dont le coût de fonctionnement hors activité est supérieur à 2,5 millions de francs par an, est donc déjà remise en cause pour des raisons qui n'auraient pas dû échapper à ses créateurs.

L'utopie d'une politique de programmation régionale a donc heureusement pris fin. La faible audience des programmes régionaux a conduit à une meilleure imbrication entre le programme national et les programmes régionaux à diffusion régionale : un certain nombre de productions régionales sont diffusées sur le réseau national, ce qui permet d'en mieux amortir le coût.

En définitive, le développement de l'informatique régionale a constitué le résultat le plus concret de la politique de régionalisation.

La mésaventure dans laquelle fut entraînée FR 3 démontre à l'évidence l'absence de toute réflexion sur l'audience potentielle et le coût réel d'émission ne pouvant être amorties que sur une audience réduite.

FR 3 en subit encore les séquelles dans ses structures de production et de programmation. Malgré les modifications des grilles de programmes, il ne semble pas que les directions régionales (1) aient vu leurs moyens et leurs effectifs diminués.

2.1.2. *L'existence des moyens de production internes.*

L'existence d'importants moyens de production interne constitue la deuxième caractéristique structurelle de FR 3.

a) L'importance des moyens de production (information et programme) dont dispose FR 3 conditionne sa programmation aussi bien du réseau national que des émissions régionales.

Voici les chiffres communiqués par FR 3 en ce qui concerne le programme national qui montrent que pour une diffusion de 1.989 heures comportant notamment :

(1) Effectif des directions régionales en 1986 :

Paris Ile-de-France - Centre 115, Normandie 129, Aquitaine 164, Bourgogne - Franche-Comté 175, Nord-Picardie 336, Limousin - Poitou-Charente 183 - Rhône-Alpes - Auvergne 326, Provence-Côte d'Azur - Corse 384, Lorraine - Champagne - Ardennes 200, Bretagne - Pays-de-Loire 252, Alsace 186, Midi-Pyrénées - Languedoc-Roussillon 239.

- 347 heures d'information et 130 heures de magazines ;
- 366 heures de films de cinéma ;
- 255 heures de variétés et jeux ;
- 177 heures de fiction ;
- 177 heures de programmes jeunesse.

Les modalités de production en ont été les suivantes :

- 568 heures de production interne ;
- 399 heures de production avec des moyens internes ou externes mais en gestion directe de FR 3 ;
- 258 heures de production externe ;
- 639 heures d'achat de droits ;
- 125 heures de programmes hors FR . (publicité, R.F.O.).

C'est dire que la production propre représente encore au moins la moitié de la programmation.

En effet, comme l'observe le Cour des comptes dans le rapport particulier du 2 juillet 1986, « après une pointe à 745 heures en 1982, l'activité de production du programme national a décliné de 1981 (652 heures) à 1984 (625 heures) et, à l'intérieur de cette production, la part de la fiction a diminué : 83 heures en 1981, 95 heures en 1982 et 60 heures en 1984, ainsi que celle des documentaires ramenée de 116 heures à 51 heures ».

S'agissant de la programmation régionale, elle a représenté en 1986 une diffusion de 7.398 heures, ainsi réparties :

- émissions quotidiennes d'information 4.589 heures (donc en production interne) ;
- autres émissions régionales 2.809 heures sur lesquelles on compte 2.296 heures de production originale.

b) Le plein emploi des moyens de production n'en est pas pour autant assuré, le taux de sous-emploi est évalué de 0 à 30 % dans certains centres.

Mais curieusement FR 3 n'utilise pas non plus toutes les possibilités que lui donnent ses moyens techniques.

Dans son rapport sur l'exercice 1985, le contrôleur d'Etat fait ainsi remarquer « que la programmation de FR 3 ne comporte que très peu de retransmissions sportives (39 heures en 1985), qui sont pourtant un facteur important d'audience, alors qu'avec ses équipes de vidéomobile, le reportage sportif pourrait être beaucoup plus largement pratiqué. Il l'est d'ailleurs mais en prestations pour les émissions des sociétés concurrentes. Or les dispositions du cahier des charges de FR 3 pour les émissions concernant le sport sont rigoureusement identiques à celles applicables à TF 1 et à Antenne 2. Cette limitation se référerait à un accord verbal de 1975 dont on ne perçoit pas les raisons de la survivance ».

c) Dans un dernier rapport particulier, la Cour des comptes met également en évidence l'impossibilité pour FR 3 d'apprécier le coût exact des programmes :

« Les imperfections dans la prévision affectent d'abord la production propre : production interne avec les moyens de FR 3 ou en gestion directe avec des moyens externes. Pour 59 émissions d'une valeur unitaire de plus d'un million de francs terminées ou en cours de production en 1984, les devis initiaux s'étaient élevés globalement à 65,6 millions de francs. L'évaluation comptable fin 1984 était de 109,6 millions de francs.

« Même si l'écart de 44 millions de francs ne correspond pas toujours à des dépassements, mais dans certains cas à des modifications des projets, entraînant un réajustement des devis, on constate une sous-estimation chronique des prévisions au vu desquelles sont prises les décisions de production. Dans le cas du film « Gaspard de la Meije » (cas extrême il est vrai) tourné en 1983 sur la base d'un devis initial de 3,3 millions de francs et terminé en 1984, le bilan établi seulement fin septembre 1984 est de 5,6 millions de francs ; l'écart est dû à la sous-évaluation du devis initial mais aussi à des dépassements budgétaires. Cette situation s'explique en partie par le recours à un chargé de production occasionnel, parti sans rendre ses comptes (qui n'ont dès lors pu être arrêtés qu'avec retard), et qui avait disposé d'une régie alimentée d'avances successives sans contrôle, et avait engagé ainsi des dépenses abusives.

« Cet exemple illustre des pratiques courantes dans la société auxquelles il importerait de mettre rapidement un terme en fixant strictement les règles de fonctionnement des régies de dépenses, en contrôlant leur utilisation et en proscrivant le recours à des chargés de production occasionnels pour les projets importants. »

Les imperfections de l'analyse des coûts s'étendent aussi à la production des émissions d'information. L'exemple du magazine « Vendredi » était suffisamment significatif pour que la Cour des comptes le développe dans le rapport précité :

« L'exemple du magazine « Vendredi » a retenu plus particulièrement l'attention dans la mesure où le coût unitaire des émissions produites ou achetées varie de 100 KF à 4 millions de francs, avec des dépassements souvent importants par rapport aux prévisions initiales. Or, ces prévisions sont extrêmement sommaires puisqu'elles portent généralement sur un coût moyen d'émission de 325 KF en 1984, passé à 350 KF en 1985 ; ces émissions devraient faire l'objet de devis initiaux au moins aussi élaborés que ceux du programme national, puisqu'il s'agit de productions souvent fort coûteuses.

« Faute d'une telle procédure, les dépassements budgétaires du seul magazine « Vendredi » se sont élevés en 1984 à 6,6 millions de francs. L'alerte avait pourtant été donnée en temps utile par l'administrateur de

l'information, mais ni le directeur de l'information, ni le directeur administratif et financier, ni le directeur général ni même le président, n'ont pu ou voulu imposer les mesures de redressement adéquates.

« En ce qui concerne l'émission (à caractère, il est vrai, exceptionnel et d'une typologie spécifique) « Portrait de F. Mitterrand », aucun devis particulier n'avait établi, même si un coût initial de 1 million de francs avait été envisagé; en définitive le coût final de cette émission, commencée en 1984 et terminée dix mois après en 1985, s'est élevée à 3,7 millions de francs auxquels il convient d'ajouter les coûts indirects des personnels de la direction de l'information.

« Or, la Cour a relevé que pour le seul magazine « Vendredi », les coûts de personnels immobilisés étaient en 1984 de 3,4 millions de francs, alors que les coûts réels pour cette période étaient au moins de 4,8 millions de francs; cet exemple met en lumière l'écart entre les dépenses de personnels permanents prises en compte pour la valorisation des émissions et les dépenses de même nature réellement engagées par la société.

« On notera également qu'aucune part du coût des services communs de l'information (plus de 10 millions de francs) n'a été imputée à celui du magazine « Vendredi ».

« En définitive, le cas particulier de la direction de l'information illustre lui aussi la difficulté pour FR 3 de connaître le coût réel de la création et d'opérer des choix en connaissance de cause. Pour atteindre cet objectif, trois conditions doivent être remplies :

« — qualité et respect des prévisions budgétaires ;

« — exactitude des calculs servant à l'élaboration des coûts standards, fondement d'une évaluation correcte des émissions ;

« — prise en compte des moyens communs affectables à la production ou aux achats. »

Cette analyse justifierait, s'il en était besoin, l'existence d'une comptabilité analytique qui fait cruellement défaut à FR 3.

d) Une réorganisation de l'activité de production est actuellement envisagée. Elle consisterait à isoler le secteur de production de la société. Les moyens de production intégrés dont l'activité est essentiellement consacrée à la réalisation des objectifs de télévision régionale de FR 3 resteraient auprès des directions régionales, mais il serait créé une unité de production comprenant elle-même le service de production et les moyens de production nationaux organisés en une cellule régionale spécifique. Cette réorganisation implique une réflexion sur la spécialisation des différents centres de production.

Si l'on met à part les trois centres « lourds » de Lille, Lyon et Marseille, on peut se demander si les autres centres régionaux de production (à l'exception de Rouen et Paris qui n'ont pas de moyens

propres) ne pourraient pas se spécialiser, dès lors que les débouchés existent, dans un créneau spécifique, comme Nancy l'a fait avec succès dans le domaine des nouvelles images.

Cette spécificité s'exprimerait soit par la nature des productions (fictions élaborées, soap opera, variétés, etc.), soit par une compétence technique particulière (vidéographie, effets spéciaux, étalonnage électronique, prise de son stéréophonique, etc.).

Si séduisante soit-elle, cette réorganisation impliquera un redéploiement important des personnels de production. Votre rapporteur s'inquiète en outre de la parcellisation des tâches à laquelle pourrait conduire une volonté technocratique de maintien de tous les sites d'implantation et de production.

2.2. Ces deux caractères spécifiques contribuent à l'alourdissement des charges de la société.

Le tableau ci-après fait apparaître le montant et la part relative de chaque catégorie de charge d'exploitation (hors amortissements et provisions) ainsi que leur évolution :

(En millions de francs.)

	1985	1984	Part 1985 en %	Part 1984 en %	Évolution en %
Coût des programmes	310,1	168,6	12,6	7,8	+ 83,9
Achats et variation de stocks ...	197,6	199,5	8	9,2	- 0,9
Sources extérieures et autres ...					
Sources extérieures	796,4	729	32,3	33,8	+ 9,2
Impôts et taxes	56,5	55,6	2,3	2,6	+ 1,6
Charges de personnel	949	862,4	38,5	39,9	+ 10
Autres charges de gestion	152,7	144,6	6,2	6,7	+ 5,6

La progression globale des charges est de 13,1 % dotations aux amortissements et provisions incluses et de 14 % hors provisions et amortissements.

Les charges de personnel constituent le poste le plus important, atteignant près de 40 % de l'ensemble. Celles-ci constituent le problème majeur de gestion de la société.

2.2.1. Les charges et la gestion du personnel.

L'importance des dépenses de personnel constitue une caractéristique essentielle du budget de FR 3, d'autant qu'y sont associées des

charges de fonctionnement et des charges immobilières qui forment un total de charges fixes beaucoup plus élevées à FR 3 que dans les sociétés concurrentes.

Le total des dépenses de personnel a été de 949 millions de francs en 1985, en augmentation de 86,6 millions de francs sur 1984, soit + 10 % répartis ainsi :

	En millions de francs	Ecart sur 1984 En pourcentage
Remunerations des personnels permanents	519.7	+ 8.8
Remunerations des personnels non permanents	161.9	+ 10.4
Charges sociales	267.4	+ 12.4

Le tableau ci-après donne la ventilation des charges par nature et par catégorie, ainsi que leur évolution :

	1985	1984	Evolution en pourcentage
<i>1. - Par nature de charges</i>			
Traitements et congés payés	602.6	550.1	9.5
Heures supplémentaires	18.9	16.8	12.3
Autres primes et indemnités	60.1	57.6	4.4
Sous total remunerations	681.6	624.5	9.1
Charges sociales et de prévoyance	240.5	215.7	11.5
Autres charges sociales	26.7	22.2	20.3
Autres frais de personnel	0.2	NS	
Total	949	862.4	10
<i>2 - Par catégorie de personnel</i>			
Convention générale	717.7	665.1	9.6
Occasionnels/Intermittents	122.4	101	21.2
Cachets/Piges	108.9	106.3	2.4

Le personnel permanent est réparti géographiquement : un quart à Paris, trois quarts dans les douze régions étant précisé qu'un tiers se trouve dans les trois régions (Lille, Lyon, Marseille) disposant d'un centre de production lourde.

Même si les effectifs réels permanents sont restés en dessous des effectifs autorisés, la croissance du poids relatif des dépenses de personnel dans les charges ne paraît avoir été ralentie qu'à partir de 1985.

Selon les observations de la Cour des comptes : « cette situation résulte de l'évolution des effectifs aussi de la mise en œuvre des nouvelles conventions collectives qui se traduisent en année pleine par un surcoût de près de 7 millions de francs de la masse salariale (hors charges sociales) correspondant aux reclassements et mesures sociales d'accompagnement.

« Mais le poids des dépenses de personnel est également dû à un certain laxisme de la gestion ».

a) Les personnels permanents.

Pour ce qui concerne les personnels permanents, la Cour des comptes constate un certain dérapage de la grille des salaires vers le haut. Les rémunérations supérieures à 10.000 F mensuels brut sont passées de 45,2 à 61 % de l'ensemble ; parmi elles les rémunérations supérieures à 15.000 F mensuels brut sont passées de 12 à 17,2 % de 1982 à 1984.

Ces hausses individuelles de rémunération s'expliquent à la fois par l'effet des intégrations et l'application de la nouvelle convention collective, mais aussi par de nombreuses promotions fonctionnelles (1). En 1985, ces mesures de promotion ont concerné 263 salariés (7,8 % de l'effectif).

b) La coexistence d'un sous-emploi des personnels permanents et d'un recours aux heures supplémentaires et à des personnels occasionnels.

L'accroissement des heures supplémentaires et du recours aux personnels occasionnels résulte de plusieurs facteurs :

— la parcellisation des métiers dans le cadre de la convention collective ;

— les difficultés de la programmation, que la mise en place prévue d'un plan cadre glissant devrait atténuer ;

— une insuffisante préoccupation d'éviter le recours aux occasionnels dans la planification des congés et des jours de récupération.

(1) La Cour des comptes constate aussi qu'un certain nombre de titulaires de hautes rémunérations restent inemployés après avoir été mis à l'écart et que l'organigramme des services centraux fait apparaître un nombre important de conseillers et de chargés de mission qui s'ajoutent aux nombreux directeurs, eux-mêmes assistés de chefs de service qualifiés.

La Cour des comptes estime nécessaire que des études soient réalisées pour connaître la part respective de ces différents facteurs. Il importerait en effet de réduire les charges supplémentaires qu'ils apportent, d'autant que de nombreux sous-emplois ont été mis en évidence.

c) L'existence de primes et indemnités nombreuses difficiles à gérer.

Outre les primes à caractère social, on relève au moins une dizaine d'indemnités représentatives de frais et une quinzaine d'indemnités liées à un poste de travail ou à l'exercice d'une activité.

Ce régime indemnitaire, qui n'est pas propre à FR 3 puisqu'il se retrouve dans les autres sociétés de l'audiovisuel public, gagnerait à être simplifié.

d) La Cour des comptes observe, enfin, l'existence d'avantages indirects pécuniaires ou en nature (affectation de véhicules (1), frais de réception : 5 millions de francs en 1984, mise à disposition de téléviseurs, magnétoscopes, abonnements à Canal Plus... frais de mission mal contrôlés...).

2.2.2. Les services extérieurs.

Cette rubrique représente un peu moins d'un tiers des charges. L'évolution brute telle qu'elle ressort du compte d'exploitation est de 9,2 % par rapport à 1984 (796,4 millions de francs contre 729 millions en 1984). Les contributions obligatoires, sur lesquelles FR 3 n'a pas pouvoir de négociation, représentent 60 % de ce groupe de dépenses et 19,4 % des charges d'exploitation ont augmenté de 6 %.

(En millions de francs.)

	1985	1984	Evolution en pourcentage
Circuits permanents T.D.F.	418,3	393,5	6,3
Conservation archives et frais de recherche (I.N.A.)	40,3	39,1	3
Prestations informatiques	10,7	9,8	9,8
C.E.O./S.O.P. (enquêtes sondages)	7,6	7,9	- 3,6
	476,9	450,3	6

(1) FR 3 a réduit de 17 à 12 le nombre de véhicules de fonction en 1986.

**LES AUTRES SERVICES EXTÉRIEURS SONT EN PROGRESSION
DE 9,2% PAR RAPPORT A 1984.**

(En millions de francs.)

	1985	1984	Évolution en pourcentage
Frais de régies publicitaires	101,4	76,8	32
Personnel extérieur	10	8,8	14,2
Déplacements, missions, réceptions	76,8	76,3	0,7
Rémunérations d'intermédiaires et honoraires ...	6,2	4,9	26,4
Frais postaux, téléphone, télex	23,6	21,9	8,1
Entretien et réparation	23,9	21,6	10,3
Locations	39,7	28,5	6,1
Charges locatives	9,4	5,6	67,3
Publicité, publications et relations publiques	7	5	38,4

Votre rapporteur s'inquiète de la croissance très rapide des frais de régie publicitaire qui représentent environ un cinquième des recettes brutes de publicité et qui devraient être maîtrisés à l'avenir ; ainsi que de l'accroissement des frais de publicité, publication et relations publiques. Sur ce point, une meilleure coordination avec les régies publicitaires permettrait certainement de réaliser de substantielles économies.

2.2.3. Le coût des programmes.

Si FR 3 recourt pour environ 50 % de son programme national à des moyens de production internes, elle complète celui-ci en achetant des programmes à l'extérieur (achats de droits) ou en les faisant réaliser (production déléguée).

Quatre tendances peuvent être dégagées à partir de l'examen des exercices 1984, 1985 et 1986 (premier semestre) :

a) Accroissement sensible de la production déléguée, grâce notamment à la coproduction J'émissions. Toutefois, les obligations vis-à-vis de la S.F.P. et de l'I.N.A. ne sont pas respectées depuis plusieurs années.

b) Augmentation très forte des achats de droits de diffusion.

	1983	1984	1985	1986 (30 Juin)
<i>Volume horaire :</i>				
- Films long métrage	354 h 18	362 h 44 (179 films)	332 h 24 (179 films)	228 h 49
- Films court métrage	19 h 17	19 h 40	17 h 30	7 h 16
- Fiction	66 h 44	84 h 26	85 h 12	76 h 41
- Documentaire	7 h 02	7 h 13	8 h 50	9 h 11
- Musique	48 h 50	61 h 08	53 h 29	12 h 40
- Jeunesse	63 h 13	29 h 13	96 h	69 h 50
- Divertissements	12 h 22	17 h 10	16 h 18	5 h 24
- Divers	27 h 54	51 h	30 h	11 h
Total	599 h 42	633 h 14	639 h 33	420 h 57
<i>Montant (en millions de francs) :</i>				
- Films long métrage	•	92,1	100,7	100,1
- Films court métrage	•	1,5	1,8	1,2
- Fiction	•	5,8	7,1	7,1
- Documentaire	•	0,3	0,8	0,1
- Musique	•	3,5	2,3	0,9
- Jeunesse	•	7,8	26,5	19,7
- Divertissements	•	3,5	1,6	0,8
- Divers	•	2,9	1,5	1,6
Total	•	118,3	142,3	131,6

Ces achats concernent pour l'essentiel les films. Aux termes de son cahier des charges, FR 3 peut en effet diffuser 210 films, soit un nombre supérieur à celui autorisé - au total - pour les autres chaînes. Pour l'année 1983, FR 3 s'est conformé à cette règle et a diffusé 147 films dans le cadre de ses programmes courants et 52 films dits de ciné-club. Elle a respecté les quotas de nationalité tant pour la programmation courante (66 % de films en provenance d'Etats membres de la Communauté européenne au lieu de 60 %, dont 60,6 % d'expression française au lieu de 50 %) que pour les ciné-clubs (48 % de films français au lieu de 40 % requis).

Votre rapporteur note l'importance des achats de droits concernant les émissions destinées aux jeunes. Il s'agit, en fait, essentiellement des programmes diffusés le samedi soir (*Disney Channel*).

Votre rapporteur a cependant le regret de constater la part de plus en plus importante des achats de programmes étrangers, ce qui concerne tant les films que les œuvres audiovisuelles.

(En pourcentage.)

	1984	1985	1986 30 juin
Total	41,8	52,1	61,3
<i>dont :</i>			
- films long métrage	31,8	39,9	51,5
- fiction	100	67,6	100
- documentaire	•	12,5	100
- musique	22,8	21,7	14,2
- jeunesse	96	100	100

Cette évolution est d'autant plus inquiétante que les films et la case horaire du samedi soir constituent les meilleures audiences de FR 3.

c) Développement des coproductions cinématographiques.

Depuis 1984, les coproducteurs cinématographiques sont réalisées dans le cadre d'une filiale « FR 3 films production ».

La filiale est également chargée de négocier l'achat des droits de diffusion des films coproduits, les montants correspondants apparaissent dans les comptes de FR 3.

FR 3 a du reste consacré des montants assez importants à la production, soit sous forme de dotation annuelle à sa filiale, soit sous forme d'achats de droits de diffusion.

(En millions de francs.)

	1984	1985	1986
Dotation	17,7	18	17
Achats de droits	14,3	21,8	25

Le montant investi par FR 3 Films production a été en augmentation depuis sa création, comme le nombre de films coproduits.

	1984	1985	1986
Montant investi (millions de francs)	20,1	26,6	30
Films coproduits	16	17	19

Toutefois, les recettes commerciales ont été jusqu'ici très faibles : 4,9 millions de francs en 1984 ; 9,2 millions de francs en 1985 et 8 millions de francs en 1986.

La sélection des films coproduits paraît avoir été opérée dans des conditions contestables, ainsi que l'observe la Cour des comptes dans le rapport précité.

« Le choix des films coproduits a posé quelques problèmes puisqu'il était demandé d'améliorer la situation financière en équilibrant les productions dites difficiles par des films touchant un plus large public. La présence dans le conseil d'administration de trois réalisateurs renommés aurait dû permettre d'éclairer les choix : en réalité, le conseil n'a joué qu'un rôle mineur dans des décisions qui ont été prises en fait par le directeur général adjoint. Ce dernier démissionna à la fin de 1984, puis, après avoir travaillé pour la société « Producteurs associés », il a curieusement été réembauché par FR 3 fin 1985 pour assurer la fonction de directeur des programmes, d'où il imposa à nouveau ses vues à la filiale cinéma.

« Parmi les décisions contestables, on peut citer :

« — un an après la coproduction du film « Le Bon Roi Dagobert » (1), la décision de coproduire avec « Producteurs associés », déjà cité, le film « Liberté, Egalité, Choucroute » ; en l'absence de recettes commerciales, il en est résulté une perte nette pour la société de 3,1 millions de francs, FR 3 ayant consacré au surplus 1,4 million de francs à l'achat d'un droit de diffusion ;

« — deux autres coproductions avec « Producteurs associés » réalisées en 1984, « Le Vol du sphinx » (1) et Le Téléphone sonne toujours deux fois pour des investissements de la filiale de 1,6 et 1,2 million de francs et des achats de droits par FR 3 de 1,2 et 0,8 million de francs. Fin 1985, « Producteurs associés » était toujours débiteur de 400 KF correspondant au montant des recettes revenant à la filiale, et le producteur délégué du « Vol du sphinx » a dû déposer son bilan à l'issue du tournage.

« Nul doute que ces péripéties et le choix de films de qualité contestable n'aient desservi la réputation de FR 3, chaîne du cinéma, auprès des professionnels et du public.

d) Un meilleur amortissement des programmes par des multidiffusions.

FR 3, contraint par ses difficultés financières, a développé une politique de rediffusion de ses programmes. Les rediffusions ont atteint 244 heures en 1985, soit 12,3 % du volume global de diffusion du programme national.

(1) « Producteurs associés » a participé à hauteur de 25 % au montage financier.

Votre rapporteur ne saurait critiquer cette pratique. Elle permet un meilleur amortissement des programmes. En outre, elle ne nuit généralement pas à l'audience, car elle concerne soit des émissions à grand succès, soit des émissions diffusées en seconde partie de soirée et qui, rediffusées l'après-midi, touchent un autre public.

Elle permet en tout cas à FR 3 d'étendre son programme l'après-midi depuis la fin du mois de septembre 1986 sans trop obérer ses finances.

Votre rapporteur s'inquiète cependant de l'importance croissante des rediffusions de films cinématographiques sur FR 3, atteignant 62,7 % du volume diffusé en 1985 et 70,7 % au premier semestre 1986. L'existence de programmes de ciné-clubs ne saurait justifier à ses yeux une pratique aussi systématique.

2.3. Une politique d'investissement ambitieuse.

Pour la réalisation de la régionalisation et la modernisation de ses équipements, FR 3 a bénéficié depuis 1982 d'importantes dotations de redevances.

(En millions de francs.)

1983	1984	1985	1986
78,1	(1) 41,4	63	115,4

(1) + 10 millions de francs de subvention d'équipement.

Dans son rapport sur l'exercice 1985, le contrôleur d'Etat fait apparaître que l'effort d'équipement va au-delà du simple renouvellement puisqu'un tiers des engagements correspond à de nouvelles opérations.

« Sans doute le nombre de centres d'implantation de FR 3, qui est élevé (25 plus le siège), conduit-il à cette multiplication d'investissements techniques mais il n'en est pas moins intéressant de noter que le budget d'équipements techniques de FR 3 est deux fois plus important que celui de la S.F.P.

« Ce programme annuel fait suite à plusieurs années d'investissements importants, permettant à la société de disposer d'un outil performant dont un tiers environ est destiné à la production et deux tiers à la télévision régionale et à l'information.

« Il reste que les moyens techniques ainsi disponibles n'ont pas de finalité propre et ne se justifient que s'ils répondent à des besoins incontestables de la production et des programmes. Ce souci est à l'origine d'une décision récente de la direction de la société de recréer un comité

des investissements appelé à juger du bien-fondé des projets, qui avait malheureusement disparu dans les années récentes. »

Les contraintes budgétaires qui vont marquer l'exercice 1987 obligeront FR 3 à mener une politique plus sélective et mieux adaptée à ses besoins, le budget d'investissement passant de 242,4 millions de francs à 145,2 millions de francs.

3. LE BUDGET POUR 1987 ET LES ORIENTATIONS DE FR 3

Le budget pour 1987 est marqué par un effort de rigueur, FR 3 s'est en outre fixé pour objectif le rétablissement de son audience.

La réalisation concomitante de ces deux objectifs peut prendre l'allure d'une gageure, elle représente en tout cas un pari très risqué.

3.1. Les orientations définies par FR 3 pour rétablir son audience.

Les orientations définies par la société concernent essentiellement le programme, les autres objectifs de réorganisation de la production ou relatif aux moyens financiers, demandent soit du temps, soit l'accord des autorités de tutelle pour être réalisés.

3.1.1. L'objectif assigné est le rétablissement de l'audience. La chaîne doit en effet affirmer son identité.

- De nouvelles réalisations ont d'ores et déjà été programmées, qui concernent la promotion de la chaîne (nouveau logo, autopromotion (1)) et de nouvelles émissions : le 19/20 de l'information, le magazine *Taxi*, l'ouverture d'antenne aux sports et loisirs le dimanche après-midi, la rénovation des variétés du mercredi, l'effort sur la fiction.

- Une stratégie de réseau a été élaborée qui se traduit :

- par un programme en réseau notamment attractif et tous publics en début de soirée par l'existence de programmes régionaux ou locaux centrés sur l'information (marqués par une politique de rendez-vous réguliers et par un plus grand effort vers l'information de service) ;

- par des programmes fabriqués en région.

(1) FR 3 rejoint peu à peu les deux autres chaînes qui consacrent entre 3 et 5 % de leur temps d'antenne à l'autopromotion.

Il s'agit donc d'un retour au programme national (le cas échéant, produit dans les régions) avec des décrochages pour des émissions d'information ou de service régionales.

● Les horaires de diffusion ont été étendus depuis la fin du mois de septembre 1986.

FR 3 ne pouvait continuer à affronter la concurrence avec une ouverture d'antenne restreinte.

Les objectifs ont donc été définis de la manière suivante :

— ouverture de l'antenne à 12 heures pour faire de cette tranche le créneau privilégié de la télévision régionale. L'exemple des magazines de la mi-journée à Bordeaux et à Toulouse doit être étendu à d'autres régions ;

● multidiffusion et programmes ciblés dans le courant de l'après-midi ;

● stabilisation de l'horaire de *Soir 3* et valorisation des deuxièmes parties de programme programmés vers 22 h, avec en contrepartie une fermeture de l'antenne ne dépassant pas minuit.

Cette fermeture de l'antenne permettrait d'économiser des frais de diffusion, importants pour une audience minime, et d'exploiter des espaces rendus disponibles pour la R.F.E.

● La place de la télévision régionale est en cours de redéfinition.

La télévision régionale à diffusion régionale doit donc en premier lieu se voir offrir de meilleurs horaires lui permettant de toucher un plus vaste public. L'heure du déjeuner, où plus de 60 % des Français sont chez eux, doit lui rendre accessible ce potentiel d'audience puisqu'il est de 27 % dans la tranche 12 h 30 - 14 heures contre 12 % dans la tranche 17 heures - 19 heures, soit plus du double.

Compte tenu des moyens financiers que cela entraîne, il y aurait donc transfert de l'actuelle tranche 18/19 h de 12 heures à 13 heures.

D'autre part, la télévision régionale gagnera en impact en concentrant l'intérêt sur l'information dans son sens le plus large : l'information régionale, mais aussi l'information de service et l'information sous forme de magazines à caractère culturel, économique, social et sportif.

● L'association entre FR 3 et la S.E.P.T. pourrait être renforcée.

La limite en œuvre de l'association entre FR 3 et la S.E.P.T., telle qu'elle a été annoncée par le ministère de la culture et de la communication en août 1986, apparaît éminemment souhaitable. Ceci permettrait en premier lieu de limiter au maximum les frais de fonctionnement de la société nouvelle par utilisation, pour sa gestion, des supports adminis-

tratifs et techniques de FR 3. Le budget de la S.E.P.T. serait donc « investi sur l'écran » au maximum.

L'amortissement des émissions serait facilité par une possibilité de diffusion sur plusieurs supports (hertzien terrestre, satellite, câble). Cette collaboration active avec FR 3 permet d'amorcer cette politique pendant la période où le satellite T.D.F. 1 n'atteindra qu'une audience restreinte.

Si votre rapporteur se félicite des économies que permettrait de réaliser une telle association, il n'en considère pas moins que les émissions de la S.E.P.T., dès lors que le satellite sera opérationnel devraient être diffusées sur FR 3 suffisamment de temps après leur diffusion sur le satellite, sinon le programme culturel et européen ne constituerait pas une incitation à l'équipement en matériel de réception.

En outre, votre rapporteur souhaite que la S.E.P.T. conserve l'entière maîtrise de sa programmation et ne constitue pas, même dans la période intermédiaire, la « roue de secours » de FR 3 en coproduisant comme ce fut le cas en 1985 des magazines d'information (*Taxi*) dont l'intérêt diminue à mesure que s'éloigne la date de la production.

3.1.2. La réalisation de ces objectifs n'est pas sans risque.

Dans son rapport sur l'exercice 1985, le contrôleur d'Etat analyse en termes financiers les orientations définies par FR 3 et souligne les risques financiers encourus par la société.

« L'ouverture d'antenne pour cinq heures de programmes nécessite des moyens financiers. FR 3 fait un effort de redéploiement pour faire face aux besoins de la nouvelle grille qui porte sur une dizaine de millions de francs pour la période concernée de 1986, soit un peu plus de trois mois.

« Ce coût relativement faible s'explique par la programmation peu coûteuse de programmes en rediffusion ou en stocks, ou au plan national d'une émission existante au niveau régional. En réduisant la place d'émissions nouvelles dans cette extension de grille le coût se réduit partiellement aux frais de diffusion ou charges d'ayants droit.

« Mais il sera plus difficile d'étendre à l'année suivante, sauf peut-être la période estivale, le nouveau dispositif. Les moyens budgétaires pour assurer cette programmation supplémentaire, ainsi que la reconstitution des stocks, devront être dégagés dans un budget étroit.

« Il serait d'ailleurs raisonnable de compenser partiellement cette extension des programmes de mi-journée et d'après-midi, en limitant la diffusion de seconde partie de soirée : les auditoires sont peu nombreux et par contre les frais de diffusion et de fonctionnement augmentent fortement après 23 heures. »

Ainsi donc, FR 3 aura des difficultés à autofinancer ces nouveaux projets (d'autant que les recettes de publicité sont en règle générale faibles à ces heures d'écoute). FR 3 souffre, en l'espèce, du potentiel limité de croissance de ses ressources qui limite ses marges de manœuvre, que n'accroîtra pas le budget pour 1987.

3.2. Le budget pour 1987.

Le budget de FR 3 pour 1987 prend en compte les directives des autorités de tutelle.

3.2.1. La dotation budgétaire progresse de 1,7 % par rapport à 1986 (2 735,7 millions de francs contre 2.612,3 millions de francs).

Cette progression recouvre des économies réalisées sur les frais de personnel et des mesures nouvelles destinées à favoriser la création.

3.2.1.1. *Des économies sur les frais de personnel.*

Si un glissement de 1,9 % est autorisé sur les frais de personnel, comme pour l'ensemble des organismes du service public, FR 3 réalisera des économies grâce à la suppression de 100 emplois, qui devraient aboutir à une économie de 25,9 millions de francs. Toutefois, l'abattement sur la dotation a été réalisé sur la totalité de l'année alors que les suppressions de postes seront étalées sur toute la période et il ne tient pas compte des charges et indemnités que devra supporter la société pour les départs en préretraite. Sauf à accroître de façon importante le nombre des départs en préretraite, il paraît impossible à votre rapporteur que FR 3 puisse réaliser les économies demandées.

3.2.1.2. *Une faible progression des contributions obligatoires.*

Seule la contribution T.D.F. enregistre une progression de 13,9 millions de francs destinée à permettre un volume de diffusion accru et à faire face au surcoût engendré par l'amélioration du parc des émetteurs et réémetteurs, ce qui porte le montant à 468,9 millions de francs.

La contribution prévue pour la conservation des archives par l'I.N.A. est maintenue au niveau de 1986, soit 40,7 millions de francs.

Les versements aux comptes de soutien et aux sociétés d'auteurs sont abondés de 29,1 millions de francs. Ces crédits correspondent d'une part à l'augmentation de 1 % (passage de 3 % à 4 %) du prélèvement pour le compte de soutien à la création. Quant aux sociétés d'auteurs, dans la mesure où les ressources s'accroissent, FR 3 devra acquitter un versement proportionnel.

3.2.1.3. Des mesures nouvelles en faveur de la création.

Elles correspondent à l'attribution de 82,8 millions de francs de crédits supplémentaires, qui devront être affectés aux objectifs suivants :

- a) Une augmentation de la création soit 36,5 millions de francs ;
- b) Les achats de films longs métrages soit 28,5 millions de francs ;
- c) Le sous titrage des émissions pour les déficients auditifs soit 3,3 millions de francs ;
- d) Un accroissement de la dotation aux amortissements corporels soit 14,5 millions de francs.

Il faut préciser que les montants cités ci-dessus incluent les effets induits que sont les versements aux sociétés d'auteurs et les contributions aux comptes de soutien aux industries du cinéma et des programmes. Les effets induits représentent 10 % de la dotation de référence. Cela signifie que les mesures nouvelles ne bénéficient en réalité que de 90 % du total mentionné.

3.2.2. Une dépendance financière accrue.

a) La faible audience de FR 3 limite ses possibilités à collecter des ressources publicitaires supplémentaires. Le passage d'un marché protégé à un marché concurrentiel oblige la société à réduire de 13 % en moyenne ses tarifs et à offrir aux annonceurs des conditions commerciales avantageuses. Il n'était donc pas raisonnable de prévoir un accroissement des recettes publicitaires. La prévision enregistre même une baisse sensible de celle-ci :

	1986	1987	En pourcentage
Publicité de marque	429,7	350	- 18,5
Publicité collective	37,3	38	+ 1,9
	467	388	- 16,9

b) Cette diminution des recettes publicitaires est compensée par une augmentation des dotations de redevance qui atteignent 2.256,5 millions de francs, soit une progression de 10 % par rapport à 1986.

La redevance représentera en, 1987, 82,4 % des ressources de FR 3. C'est dire que la société sera encore plus sensible aux retards et moins-values éventuelles des encaissements de redevance.

En conclusion, il faut noter que si les mesures nouvelles retenues par les autorités de tutelle sont importantes — et ce dans un contexte économique tendu —, elles ne pourront être affectées à la priorité affichée par la chaîne qui correspond à l'ouverture de l'antenne dès la mi-journée et la programmation continue pendant l'après-midi. Cet objectif, indispensable pour permettre le rééquilibrage des deux chaînes du service public, devra être assuré par redistribution du budget 1986 reconduit.

FR 3 se trouve donc dans une situation très périlleuse dont elle ne pourra sortir que si plusieurs facteurs plus ou moins dépendants des décisions de ses dirigeants additionnent leurs effets :

1° remontée sensible de l'audience, permettant des recettes publicitaires supérieures aux prévisions ;

2° réalisation d'économies ;

3° absence de moins-values et de retards sur les encaissements de redevance ;

4° meilleure adéquation entre les moyens de production de la société et ses besoins réels.

Votre rapporteur s'interroge sur la stratégie définie par FR 3, qui vise par le rétablissement de l'audience à situer la société sur un pied d'égalité avec Antenne 2 et les chaînes commerciales, en s'adressant on le sait, au même public.

Il est peut-être illusoire de prétendre que le marché français puisse absorber la concurrence de quatre programmes populaires. Il est donc à craindre que les sociétés du service public ne s'épuisent dans une concurrence stérile.

Votre rapporteur se demande si FR 3 n'aurait plutôt intérêt à s'adresser à un public ciblé et à démarquer plus nettement ses programmes de ses concurrents, assurant ainsi une certaine complémentarité avec Antenne 2. Sans doute l'audience n'atteindrait-elle que rarement celle des chaînes populaires, mais FR 3, chaîne de service public, contribuerait sans doute davantage à la production d'œuvres originales et pourrait s'attacher un public fidèle.

Une décision de cette nature, si elle était prise, supposerait bien entendu qu'une véritable politique d'harmonisation des programmes et de coopération s'instaure entre les deux sociétés nationales de programmes.

Votre rapporteur attend beaucoup de la mission de réflexion confiée à M. Jean-Philippe Lecat. Il regrette cependant que cette mission intervienne après le vote de la loi du 30 septembre 1986, qui place FR 3 dans une situation nouvelle et après l'élaboration de son budget pour 1987.

1. FR 3 Films production :

Toutes opérations concernant la production de films cinématographiques, en association avec l'industrie du cinéma et la cession de tous droits d'exploitation des films ainsi produits, et plus généralement toutes opérations connexes ou complémentaires permettant d'en faciliter la réalisation et la valorisation commerciale.

2. Société de radiodiffusion et de télévision pour l'outre-mer :

Programation, radiodiffusion et télévision pour les départements et territoires d'outre-mer.

Autres actionnaires : Etat 40 % ; Radio France 12,5 %.

3. S.E.P.T. Canal 1 :

Société d'édition de programmes télévisés à caractère éducatif, culturel et européen.

Autres actionnaires : Etat 25 % ; Radio France 15 % ; I.N.A. 15 %.

4. Régie française de publicité France Régions 3 :

Régisseur de publicité (antenne nationale).

Autre actionnaire : R.F.P. 48,2 %.

5. France Régions 3 Publicité :

Holding de régies régionales de publicité.

Autres actionnaires : R.F.P. 24,3 % ; Havas 12,15 % ; Société financière de publicité régionale 12,2 %.

France-Régions 3 Publicité	33,84	41,88	La Charente libre 8. La Populaire du Centre 8. Société de presse, d'édition du Centre 8.
Rhone-Alpes - Auvergne	33,84	33,88	La Montagne 8. Groupe Progrès 8. Le Dauphiné libéré 8. Imprimerie du Messager 8.
Provence-Cote d'Azur - Corse	33,84	33,88	Le Provençal 16. La Marseillaise - Inter-Province-Publicité 8. Centre de diffusion La Pensée sociale chrétienne 8.
Bretagne - Pays de la Loire	33,84	33,88	Ouest-France 8. S.E.R.P.O. - Presse Océan 8. Le Télégramme de Brest et de l'Ouest 8. Chronique éditions 8.
Midi-Pyrénées - Languedoc-Roussillon	33,84	33,88	La Dépêche et le Petit Toulousain 8. L'Indépendant du Midi 8. Société nouvelle du Télégramme 8.
Lorraine - Champagne-Ardenne	33,84	33,88	Le Republicain lorrain 8. L'Est républicain 8. Le journal l'Union 8. La Haute-Marne libérée et Les Imprimeries de Champagne 8.

Nonnandie	33,84	33,88	La Marche libre 8. L'Eveil normand Meaulle 8. Société normande de presse et Société cher- bourgeoise d'éditions, la Presse de la Man- che républicaine 8.
Paris - Ile-de-France - Centre	33,84	33,88	Le Parisien libéré 8. La Nouvelle République du Centre-Ouest 8. La République du Centre 8. Les Nouvelles de Versailles 8.
Nord-Picardie	33,84	33,88	Le Courrier Picard 8. l'Observateur 8. La Voix du Nord 8. Nord Eclair 8.
Bourgogne - Franche-Comté	33,84	33,88	Le Bien public 8. L'Yonne républicaine 8. La Croix - La Vie jurassienne 8. Le Courrier de Seine-et-Oise 8.
Alsace	33,84	33,88	Société des éditions l'Alsace 10,08. Les Dernières Nouvelles de Strasbourg 10,68. L'Ami du peuple 10,64.
Aquitaine	41,84	41,88	Le Courrier français 8. Sud-Ouest 8.

5. Méditerranée film production :

Société de production.

Autres actionnaires : Le Provençal 33,7 % ; Société lyonnaise de banque 28,8 %.

6. Eural-Production :

Société de production.

Autres actionnaires : Les dernières nouvelles d'Alsace 33,7 %. Crédit mutuel 19,9 %, S.A.D.E. 12 %.

7. Mediametrie :

Mesure de l'audience des programmes.

Autres actionnaires : TF 1, A 2 (10,75), I.N.A. (18,92), Radio France (16,13) R.F.P. (16,13), R.M.C. (5,38), Europe n° 1 (5,38), Etat (5,38).

8. Tele Europe :

Études, production, achat, vente, location et exploitation de documents sonores ou images pouvant être diffusés sur les antennes de radio ou de télévision ou pouvant être projetés sur les écrans de cinéma.

Autres actionnaires : S.F.P. (7,65), TF 1, A 2 (4,37), Sodete, Telfrance.

9. Technisonor :

Prestations de toute nature à la radiodiffusion sonore et à la télévision. Exploitation de l'industrie cinématographique.

Autres actionnaires : S.F.P. (5,8), Sofirad, R.M.C., TF 1, A 2 (6,85).

10. Satellimages :

G.I.E. de programmation de TV 5.

Autres actionnaires : TF 1, Antenne 2, Etat.

11. Studio numérique :

Developpement technique et produits nouveaux.

Autres actionnaires : T.D.F., Thomson Vidéo Equipement.

12. TVtel 3 :

13. Investimages :

société financière (SOFICA).

Autres actionnaires : établissements bancaires.

SOUS CHAPITRE IV

RADIO FRANCE

Pour un budget de fonctionnement de l'ordre de 1,8 milliard de francs, Radio France compte en 1986 3.150 agents permanents (dont 358 pour les deux orchestres nationaux qui lui sont rattachés.)

Ses activités radiophoniques s'étendent à :

- 3 chaînes nationales (France Inter, France Musique, France Culture) ;
- 2 programmes thématiques (Radio 7, Radio Bleue) ;
- 35 stations locales (radios décentralisées de service public) ;
- 2 programmes nationaux à audience locale (F.I.P. à Paris et 12 F.I.R. dans les régions) ;
- plusieurs programmes spécifiques destinés à des auditoires particuliers (étudiants, immigrants, épargnants).

L'audience des programmes nationaux, qui s'était effritée depuis 1981, comme celle des radios périphériques du reste, mais dans une proportion plus accentuée, se rétablit progressivement.

En 1985 l'audience de France Inter d'un jour de semaine moyen était de 15 % soit 6.000.000 d'auditeurs (source : vagues du C.E.S.P.). Pour le premier semestre 1986, l'audience moyenne est de 16 %, soit 6.896.000 auditeurs, et 17 % au troisième trimestre (1).

La progression de France Inter, sensible déjà dans les résultats des trois vagues du C.E.S.P. 1985, se confirme dans les résultats mensuels de Médiamétrie. En effet, pour le premier semestre 1986, à l'exception des mois de janvier et février, l'audience est supérieure à 16 % ; elle est de 16,8 % pour le deuxième trimestre (soit 7.200.000 auditeurs).

La refonte de la grille des programmes de France Inter, qui apparaît de meilleure qualité, a suscité ce regain de l'audience.

L'audience de France Musique et de France Culture reste stable, malgré l'encombrement de la bande F.M., le non-respect de la législa-

(1) Elle devance ainsi Europe n°1, mais demeure très en deçà du score de R.T.L.

tion sur la puissance des émetteurs de radios locales privées et la non-exécution des décisions de justice intervenues dans ce domaine, qui gênent considérablement les radios de service public.

1. UNE SITUATION FINANCIÈRE QUI SE DÉGRADE PROGRESSIVEMENT

Alors que, traditionnellement, le résultat comptable était légèrement excédentaire, un certain déficit est apparu en 1985.

Le compte de résultat de Radio France met en évidence les principaux éléments suivants :

(En millions de francs.)

Résultat	Produits	Charges	Solde	
			(1985)	(1984)
Exploitation	1.789,9	1.793,2	- 5,3	- 11,8
Financier	5,1	3	+ 2,1	+ 6,1
Exceptionnel	17,7	18,1	- 0,4	+ 6,4
Total	1.810,7	1.814,3	- 3,6	+ 0,7

Ce tableau montre l'apparition d'un déficit de faible ampleur par rapport à 1984. Mais l'évolution qui résulte de facteurs externes à l'entreprise (baisse des produits exceptionnels, détérioration du résultat financier en raison de la persistance des moins-values d'accroissement de redevance) ne doit pas occulter la résorption du déficit d'exploitation qui diminue de 55 %.

Les aléas pesant sur le montant exact des moins-values d'encaissement de redevance, ne permettent pas à votre rapporteur d'évaluer le résultat de l'exercice 1986.

1.1. Des recettes incertaines.

L'importance des moins-values de redevance constitue pour la société une préoccupation constante depuis plusieurs années. La redevance représente, en effet, 90 % environ des recettes de la société, ce qui la rend particulièrement sensible à l'évolution des encaissements.

1.1.1. *La redevance.*

Radio France a comptabilisé en 1985, 1.566 millions de francs de produits de redevance en exploitation, soit 86,5 % du total des produits d'exploitation.

ÉVOLUTION DU PRODUIT DE LA REDEVANCE

(En millions de francs.)

	1984	1985	1986	1987
1. Budget initial	1.500,7	1.642,4	1.771,1	1.731,3
2. Budget révisé (29 juillet 1986)	"	"	1.614,6	"
3. Résultat	1.472,6	1.566	"	"
4. Ecart (1-3)	28,1	76,4	156,5	"
5. Taux de couverture (3/1)	98,1 %	95,3 %	91,2 %	"
6. Part de la redevance dans les produits d'exploitation	87,8 %	86,5 %	"	"
7. Moins-value produit d'exploitation	1,7 %	4,2 %	"	"

Les moins-values enregistrées chaque année pèsent sur l'équilibre de l'exploitation de la société tout en entraînant un fléchissement des produits financiers. Ces moins-values ont jusqu'à présent pu être compensées par le versement de ressources supplémentaires provenant d'excédents de publicité (37 millions de francs en 1984, 52 millions de francs en 1985) et de bons résultats de publicité collective.

Pour 1986 il a été décidé d'inscrire, sur la suggestion du contrôleur d'Etat, dès le budget initial, une provision de 35,4 millions de francs représentant 2 % du produit attendu de la redevance.

Cette provision a été financée par la majoration des recettes propres de la société (vente d'antenne, produits dérivés...). Par mesure de précaution, il a également été décidé de geler une faible part des crédits de fonctionnement accordés à France Inter, France Culture ainsi qu'aux services musicaux : le budget approuvé le 13 décembre 1985 par le conseil d'administration s'établissait en équilibre à 1.886,5 millions de francs, soit une augmentation de 35,4 millions de francs par rapport à l'E.P.R.D.

Cependant cette provision est rapidement apparue insuffisante. Dès le mois de mai 1986, la dégradation des encaissements de redevance s'est accentuée, notamment à la suite de l'annonce de la suppression de la taxe sur les magnétoscopes. Dès lors, les provisions ne pouvaient plus équilibrer le « manque à gagner ». Les chiffres indiqués en juillet 1986 par les services de la redevance, mais qui n'ont pas été confirmés officiellement, correspondaient à une moins-value de 156,5 millions de francs hors taxe, soit 8,8 % du produit attendu.

Dans le cadre d'un budget révisé, la « provision redevance » a été portée de 35,4 millions de francs à 53,1 millions de francs; soit + 17,7 millions de francs, représentant une majoration de 1 % du montant du produit initialement accordé à la société. Le budget révisé prévoit de financer cette augmentation par un accroissement des recettes propres (+ 3,2 millions de francs) et par une réduction des dépenses (- 14,5 millions de francs).

1.1.2. Les recettes publicitaires et commerciales.

Radio France a éprouvé par le passé des difficultés à compenser les moins-values de redevance par des excédents de recettes « hors redevance ». 1983 avait marqué à cet égard une très nette régression. La création en juin 1984 d'une délégation aux affaires promotionnelles et commerciales (D.A.P.C.) a eu des effets positifs et encourageants pour la société. Toutefois, ces recettes ne peuvent constituer pour Radio France qu'un appoint marginal.

a) La publicité collective.

Après un résultat médiocre en 1983 et 1984, Radio France a enregistré à partir de 1985 une amélioration des recettes provenant de la publicité collective.

(En millions de francs)

	1982	1983	1984	1985	1986	1987
Prevision initiale	23	28	29	26,5	25	36
Résultat	34,8	33,2	30,5	45	38,3 (au 30 juin 1986)	•

La publicité collective est désormais diffusée sur toutes les stations de Radio France.

(En millions de francs)

	1985	Au 30 juin 1986
France Inter	40,8	33,1
France Musique	1,4	1
Radio Bleue	0,2	0,2
Radios locales	2,6	4

La décision annoncée en septembre 1986 par M. Philippe de Villiers, secrétaire d'Etat auprès du ministre de la culture et de la communication, d'interdire la diffusion de la publicité collective sur les radios locales décentralisées de service public, constitue une perte de

recette potentielle importante (10 %) alors que la publicité collective connaissait un fort développement sur ces antennes.

La prévision de recette pour 1987 paraît raisonnable et même susceptible d'être dépassée.

En effet, le temps de publicité collective autorisé sur France-Inter (30 minutes) est loin d'être utilisé (8 minutes en 1985). Toutefois, il faut tenir compte du souci des dirigeants de ne pas heurter l'auditoire qui apprécie la « différence » avec les radios périphériques et de la forte concurrence sur ce marché (malgré la remontée de Radio-France). Le dépassement ne pourra donc être considérable (1).

Votre rapporteur estime toutefois que la notion de publicité collective mériterait d'être définie plus clairement (2).

On notera que les recettes tirées du parrainage d'émissions (1,6 million de francs en 1985 ; 1,6 million de francs au 30 juin 1986), notamment d'émissions de France-Musique.

b) Les recettes commerciales.

Elles représentent 100,3 millions de francs, dont près de la moitié (48,7 %) correspond aux loyers et charges payés par les locataires de la société de la Maison de Radio France ; celle-ci a une surface de 70.581 m² dont 70,4 % sont occupés par Radio France et le reste loué à divers occupants dont FR 3 et RF 1.

Les services rendus aux administrations (12,1 millions de francs) et les autres prestataires de services (24,9 million de francs) progressent légèrement par rapport à l'exercice précédent.

Les ventes de programmes diminuent alors que les autres ventes (3,5 millions de francs) progressent plus rapidement que la moyenne. La délégation aux affaires promotionnelles et commerciales, créée en 1984, semble obtenir des résultats encourageants, tant dans le domaine de la publicité (voir ci-dessus) que dans celui des ventes de produits dérivés.

(1) On notera à titre statistique qu'en 1985 ont été diffusés :

- sur France-Inter, 7.200 messages ou citations représentant environ 49 heures de publicité ;
- sur Radio Bleue, 161 messages ou citations soit 55 minutes de publicité ;
- sur Radio 7, 53 messages ou citations soit 22 minutes de publicité ;
- sur les 37 radios locales décentralisées de service public, 7.270 messages ou citations représentant au total 65 heures de publicité ;
- sur France-Musique (parrainage exclusivement), 324 citations soit environ 54 minutes de publicité.

Au total quelque 15.000 messages ou citations* ont donc été diffusés représentant environ 116 heures de publicité. (Durée globale annuelle des programmes de Radio-France : 204.268 heures).

(2) Voir *supra* page 147

(En millions de francs.)

	Cassettes Radio France		Disques Occara		Éditions privées	Éditions littéraires
	Recettes	Volume	Recettes	Volume	Recettes	Volume
	1983	1,6	43.000	1,5	•	0,6
1984	1,4	39.000	1,7	85.000	(**) 1,1	0,2
1985	1,5	47.000	1,9	90.400	0,8	0,3
1986 (30 juin) ..	1,4	53.500	(*) 1,3	52.300	•	•

(*) Dont 0,3 million de francs en « compacts » (5.700 ventes).

(**) Dont 0,3 million de francs pour « Carmen ».

Ce secteur présente un incontestable potentiel de croissance, comme le montrent les résultats obtenus en 1985 et 1986 ; il devrait permettre de dégager des excédents mais, là encore, pour une faible part de ressources.

1.1.3. *Autres recettes d'exploitation.*

Celles-ci recouvrent notamment les subventions d'exploitation attribuées par répartition des excédents de publicité de marque du service public, déposés sur un compte géré par la R.F.P. Radio-France a ainsi obtenu des services de tutelle de 40 millions de francs en 1984 et 52 millions de francs en 1985. Aucune recette de cette nature n'a cependant été attribuée en 1986 (1).

1.2. Des charges fixes en progression.

Les charges ont progressé en 1984 et 1985 à un rythme annuel de + 6,2 %, malgré les efforts engagés par Radio-France pour mieux maîtriser les dépenses (Radio-France est la seule société du service public d'un outil de contrôle de gestion fiable) tout en lançant, depuis 1985, des chantiers de « productivité ».

1.2.1. *L'accroissement des charges.*

Cette évolution résulte pour une large part de la décentralisation de Radio-France et de la création des radios locales décentralisées de service public. Cela s'explique par l'augmentation des charges de

(1) A la date du 30 septembre 1986.

personnel (+ 30 % en francs constants de 1981 à 1985) ; les effectifs ont en effet progressé de 26 %. Alors que les autres charges d'exploitation (diffusion, frais de gestion, versements aux sociétés d'auteurs) ont été mieux maîtrisées.

Le tableau suivant permet de comparer les grandes catégories de charges d'exploitation :

	En millions de francs			Structure des charges en pourcentage		
	1983	1984	1985	1983	1984	1985
Consommation de l'exercice en provenance de tiers	631,7	628,7	668,7	39,8	37,2	37,3
Impôts et taxes	40,5	49,5	49,2	2,5	2,9	2,7
Personnel	734,3	807,2	891,9	46,2	47,8	49,7
Autres charges de gestion courante ...	66,8	68,6	71,6	4,2	4,1	4
Amortissement des programmes diffusés	•	14,3	10,8	•	•	•
Autres amortissements et provisions ..	116	120	100,6	7,3	8	6,3
	1.589,1	1.688,5	1.793,1	100	100	100

Le rapport particulier de la Cour des comptes sur les comptes et la gestion de Radio France du 13 décembre 1985 explique l'évolution des charges de personnel par trois facteurs :

« L'entrée en vigueur des nouvelles conventions collectives régissant les journalistes, les techniciens et les personnels administratifs et de service, qui a induit des améliorations indiciaires et des avantages sociaux tout en réduisant la souplesse de gestion de la société, ce qui a conduit à l'intégration de personnels antérieurement rémunéré au cachet, aggravant ainsi les contraintes de gestion auxquelles Radio France se trouve confrontée.

« Elle s'est en outre avérée coûteuse. Pour ce qui est de la seule convention collective générale commune, compte non tenu des « réserves » constituées préalablement, le coût salarial est estimé à 8,7 millions de francs pour 1985, auquel s'ajoute le coût des mesures sociales, évalué à 4,2 millions de francs en année pleine. Ces calculs ne tiennent pas compte du coût potentiel que représente, à terme, le nouveau mode de rémunération des fonctions, introduit par la convention.

« Or, compte tenu notamment du caractère global de la négociation, les avantages salariaux et sociaux accordés par les nouvelles conventions collectives n'ont pas été accompagnés d'un aménagement de la définition

des qualifications et des statuts dont la rigidité constitue pourtant l'un des obstacles les plus importants à l'amélioration de la productivité de la société.

« Cette occasion n'ayant pas été saisie, il apparaît indispensable de négocier maintenant des accords d'entreprise conduisant à un aménagement des règles actuelles qui aboutissent à faire coexister sous-emploi et paiement d'heures supplémentaires, notamment en raison du travail en commun de personnels soumis à des statuts très différents (la Cour des comptes a particulièrement mis en évidence la coexistence de sous-emploi et de paiement d'heures supplémentaires pour les techniciens et les personnels de production). »

En outre, l'intégration des personnels ouvriers et autres personnels (annexe 2 de la convention) et les mesures d'harmonisation (annexe 3 de la convention) ont entraîné un coût supplémentaire de 6,2 millions de francs en 1985.

EFFETS DE LA NOUVELLE CONVENTION COLLECTIVE

	En milliards de francs/1985
I. — Intégration cachetiers (annexe 1) :	
Intégration	2,5
Effets induits par l'intégration des cachetiers dans la nouvelle convention	6,2
	8,7
II. — Intégration convention collective (annexe 2) :	
Personnel ouvrier	0,4
Autres personnels	0,7
III. — Harmonisation (annexe 3)	
	5,1
Coût total estimé	14,9

● La nature du développement de l'activité de la société (mise en place des radios locales) qui a accru les coûts fixes dans une proportion plus importante que ne l'aurait occasionné un simple enrichissement des programmes.

● Enfin, certains personnels hérités de FR3 ont été à l'origine de surcoûts (les cachetiers « consolidés », en particulier).

L'évolution des charges de personnel devrait en 1987 être mieux maîtrisée, même si les suppressions d'emplois prévues au budget (- 100) n'entraînent pas des économies aussi importantes que prévu (1).

b) Les autres charges d'exploitation ont connu une meilleure évolution.

● La décentralisation n'a pas accru excessivement les frais de diffusion facturés par T.D.F. ; en effet les chaînes nationales représentant la majeure partie de cette dépense :

(En millions de francs)

	Chaînes nationales	Décentralisation
Diffusion	306,4	27,9
Faisceaux	18,9	
Circuits permanents	16,5	

● L'annuité d'amortissement au bilan s'élève en 1985 à 68,5 millions de francs pour les immobilisations corporelles, c'est-à-dire (immeuble de Radio France, matériels et installations), soit 12,1 % de plus qu'en 1984 (par les effets de la décentralisation et des renouvellements d'équipement).

● Les provisions pour créances de redevance, dont le montant était stable (31,7 millions en 1985) ont été réévaluées en 1986.

c) Les charges financières.

Le résultat financier a encore présenté en 1985 un excédent, mais très réduit : 2,1 millions de francs (contre 6,1 millions de francs en 1984 et 11,6 millions de francs en 1983).

Le total des produits financiers est de 5,1 millions de francs (contre 8,2 millions de francs en 1984 et 12 millions de francs en 1985).

La situation de la trésorerie s'est donc fortement dégradée, en raison des moins-values sur encaissement de redevance, qui ont entraîné la disparition de placements à comptes bloqués.

Les charges financières, de leur côté, ont fortement augmenté : 3 millions de francs en 1985 ; celles-ci sont le résultat de l'importante dégradation des soldes de trésorerie, due à la détérioration des encaissements de redevance de ces dernières années qui ont obligé Radio France à faire de plus en plus appel à des concours bancaires.

Il est peu probable que cette situation s'améliore en 1986.

1.2.2. L'effort de maîtrise des coûts et d'amélioration de la productivité mérite cependant d'être souligné.

a) Le contrôle de gestion.

Dans son rapport particulier, la Cour des comptes observe « *les grands progrès* » accomplis par la société depuis 1982 en matière de comptabilité analytique. « *Sous quelques réserves, les instruments d'un système de gestion efficace sont en place. Toutefois la volonté d'utiliser ce système à des fins de contrôle de gestion est encore timide.* »

La Cour des comptes notait alors que les dirigeants de Radio France étaient conscients des efforts à réaliser.

Ces observations semblent avoir été retenues dès l'élaboration du budget 1986. La société a, dans le cadre de la mise en place graduelle d'un contrôle de gestion, opéré un rapprochement plus rigoureux entre objectifs de programme et moyens, sinon pour tous les services concernés, du moins pour une chaîne de programme (France Culture), car, expliquent les dirigeants de Radio France, la comptabilité analytique, par le changement de mentalité qu'elle implique, ne peut être que progressivement intégrée au fonctionnement quotidien de Radio France. Les structures des autres services de programmes (Information, France Inter, services de la musique) ont, dans le même temps, été remaniées afin de permettre à Radio France d'étendre cette expérience à l'ensemble des chaînes lors de la préparation du budget de 1987.

La Cour des comptes observait également que le contrôle de gestion dans les stations décentralisées de service public étaient plus efficaces.

D'une part, l'installation progressive de centres de gestion inter-régionaux (1) permet d'assurer un suivi plus précis de la gestion des différentes stations locales. D'autre part, un contrôleur de gestion est placé auprès de l'administrateur général de la décentralisation.

b) Les efforts d'amélioration de la productivité.

Dans le rapport précité, la Cour des comptes estimait, « *bien qu'il n'existe pas d'indicateur fiable de mesure de la productivité des personnels de la société, il apparaît très clairement que si la mise en place des radios locales s'est accompagnée d'une organisation du travail plus efficace, des réserves de productivité subsistent au sein des services centraux, ce dont la société est d'ailleurs consciente.* »

L'organisation du travail dans les radios décentralisées de service public a conduit en effet à limiter à un le nombre de techniciens à la

(1) Quatre centres de gestion sont actuellement en place. Le plan de déconcentration sera achevé au 1^{er} janvier 1987 par la création du dernier centre de gestion à Besançon.

console, à supprimer les fonctions d'assistant de production et d'assistant de réalisation en revalorisant la fonction technique, et à supprimer la fonction de dactylographe de presse.

En revanche, une meilleure organisation des services centraux peut encore apporter des gains de productivité.

Depuis la fin du contrôle, Radio France a conduit une importante réflexion sur la répartition des tâches et l'amélioration de la productivité (opération « Performances »).

Cette réflexion s'est du reste traduite en 1986 par un redéploiement des personnels qui a permis d'améliorer la productivité et de dégager des règles qui ont rendu possible la poursuite du développement malgré le difficile contexte budgétaire. Ce redéploiement, ainsi que la résorption de sureffectifs (l'opération « Performances » a permis, à ce jour, de détecter soixante-dix emplois en sureffectifs), sont une condition nécessaire pour la société, si celle-ci veut réaliser les objectifs assignés par sa mission de service public.

*
* *

En conclusion, il importe de souligner que, malgré la détérioration progressive de ses comptes, la société a dégagé jusqu'en 1985 un flux d'autofinancement croissant (40 millions de francs en 1981, 85 millions de francs en 1985) grâce à une politique prudente d'amortissement et de provision. Le montant des investissements réalisés chaque année est ajusté aux amortissements pratiqués (73 millions de francs prévus pour 1987), en sorte que l'autofinancement atteint près de 100 % et que l'endettement de la société est réduit au strict minimum.

2. UNE POLITIQUE COÛTEUSE DE DÉCENTRALISATION

Votre rapporteur a toujours observé avec prudence et quelque réserve — en raison du coût de certaines stations — le développement de la décentralisation de Radio France. Cette politique initiée en 1979 par le ministre de la culture et de la communication a été systématisée par la loi du 29 juillet 1982. L'objectif était même, à cette époque, la création d'une radio par département. La contrainte budgétaire a cependant — et heureusement — obligé les dirigeants de Radio France à réviser à la baisse leurs objectifs.

La décentralisation des radios de service public semble aujourd'hui arrivée à son terme. Elle s'est avérée, malgré des résultats apparents de productivité, fort coûteuse pour la société.

2.1. La décentralisation paraît achevée.

L'ensemble des budgets de fonctionnement (y compris les crédits d'appointements) notifiés aux stations locales et aux services décentralisés, s'élève en 1986 à 282,20 millions de francs, soit 14,9 % du budget total de Radio France au titre de cet exercice. Le coût de la décentralisation prenant en compte, outre ces budgets de fonctionnement, les charges communes relatives à cette activité et les crédits nécessaires au fonctionnement des services logistiques propres à la décentralisation, s'élève à 403,55 millions de francs, soit 21,4 % du budget total de Radio France pour 1986.

2.1.1. Le développement des radios décentralisées de service public a cependant contribué à hauteur de 90 % à l'accroissement du volume d'activité de la société.

Sa configuration est aujourd'hui la suivante :

- 35 stations décentralisées de service public diffusent de six à dix-huit heures de programme quotidien (1) ;
- 14 programmes nationaux à audience locale (F.I.P. et F.I.R.) (2).

Trois éléments caractérisent actuellement ces radios :

- une implantation irrégulière (densité forte et même excessive dans la vallée du Rhône, le Midi et plusieurs grandes villes ; absence dans la région Midi-Pyrénées, l'ouest de la vallée du Rhône, certaines régions du Centre) ;

- un coût moyen horaire faible en valeur absolue (moins de 2.500 francs l'heure, contre 15 à 17.000 F pour France Inter, France Musique et France Culture), mais plus élevé si on le rapporte au nombre d'auditeurs ;

- des résultats extrêmement variables en termes d'audience (allant de 1 à 25) :

- les résultats obtenus, du 17,3 % en Corse au 27 % de la Creuse, en passant par les 23,9 % du Périgord, les 23,1 % de la Mayenne, les 22,9 % de l'Indre, les 22,6 % des Landes, indi-

(1) En 1985 (plan Harmonie II) ont été mises en place : Radio France Pays basque, Radio France Picardie, Radio France Provence, Radio France Loire-Océan, Radio France Besançon (treize heures de programmes). En outre, le programme de Radio France Alsace a été porté à dix-huit heures par jour.

En 1986 ont été mis en place des programmes à Caen, Rouen, Dijon, Nîmes et Perpignan. En outre, les programmes des stations d'Amiens, Bayonne, Pau, Orléans, Limoges, Rennes et Besançon ont été augmentés.

(2) En 1985 a été créé F.I.R. Tours.

En 1986 a été créé F.I.R. Cherbourg.

quent clairement que ces radios ont su répondre à une attente réelle des populations dans les zones à dominante rurale. Dans la plupart des régions desservies, les radios décentralisées, de service public, dépassent les chiffres enregistrés par les stations de couverture nationale, en particulier les périphériques,

- les résultats sont également satisfaisants dans les zones rurales bénéficiant d'une métropole d'équilibre : 15,3 % pour le Puy-de-Dôme et 7,2 % pour l'Isère,
- ils sont plus décourageants dans les zones à dominante urbaine (audience souvent inférieure à 5 %, sauf dans le Nord - Pas-de-Calais et à Belfort).

2.1.2 En raison de la contrainte budgétaire qui pèsera sur Radio-France en 1987, il n'est pas prévu d'ouvertures nouvelles ; une réorganisation des programmes des radios décentralisées de service public est même en préparation, afin de réaliser des économies supplémentaires.

Des extensions éventuelles dans des départements non encore occupés où un potentiel de pénétration apparaît possible pourraient à l'avenir être envisagées. Mais il conviendra que Radio France procède par redéploiement des moyens existants en acceptant de tirer les conséquences de l'échec de certaines radios dont l'audience très faible ne s'élèvera vraisemblablement pas (19 stations ont une audience inférieure à 5 %).

2.2. La décentralisation a accru les coûts fixes de Radio France.

La décentralisation et l'accroissement des effectifs qui l'a accompagnée ont contribué à l'accroissement des charges fixes de la société qui sont de l'ordre de 80 %. Cette proportion, très lourde, s'explique principalement par le fait que Radio France produit elle-même, avec son personnel permanent, la quasi-totalité de ses émissions, à la différence des sociétés de télévision.

L'accroissement du personnel permanent, passé de 2.383 à 3.145 agents de 1981 à 1985 (+ 32 %), s'explique par la décentralisation (+ 743 emplois théoriques, y compris les 202 transferts de FR 3) ; de plus, le transfert de 231 emplois à RFI ne s'est pas accompagné d'une diminution des emplois à Paris, puisque ces départs ont été remplacés et que les effectifs théoriques ont crû de 46 unités.

3. L'ACTIVITÉ DE RADIO FRANCE EN 1986 (HORS DÉCENTRALISATION)

Hors décentralisation, l'activité de Radio France s'est développée dans le sens d'une amélioration de la qualité des programmes et d'une synergie entre les différentes composantes de la société.

3.1 La collaboration entre chaînes nationales et radios décentralisées de service public.

Les dirigeants de Radio France se sont efforcés de développer l'interactivité entre France Inter et les stations locales, notamment dans le domaine de l'information. Ainsi la campagne électorale de mars 1986 a-t-elle franchi une étape supplémentaire en ce sens (1).

3.2 Un effort remarqué en faveur de la chanson française.

France Inter a poursuivi son action en faveur de la chanson française en lui accordant une place de choix dans ses programmes, ainsi que l'a d'ailleurs montré une étude effectuée récemment par le Service d'observation des programmes : dans ses commentaires, le S.O.P. précise que pour cette chaîne, en 1985, la chanson française l'emporte nettement sur la chanson étrangère, mais aussi que la station accorde une place certaine — contrairement à ses concurrents périphériques — aux musiques latines (ibérique, latino-américaine, italienne). Cette action a été remarquée par la Haute Autorité dans son quatrième rapport. Selon des statistiques de la Sacem portant sur les œuvres musicales protégées, France Inter a diffusé, pendant les trois premiers trimestres de 1985, sur la totalité de sa programmation musicale, 58,28 % d'œuvres d'origine française.

3.3. Une diversification porteuse d'effets de synergie, la création du festival de Radio France et de Montpellier.

Avec une fréquentation moyenne par spectacle d'environ 86 %, la première édition du festival international de Radio France et de Montpellier, pendant l'été 1985, avait été un incontestable succès.

(1) En utilisant la rédaction de France Inter comme tête de réseau, Radio France a mis en place, en son sein, une mini-agence de presse spécialisée centralisant heure par heure toutes les informations touchant aux élections législatives recueillies par les stations au niveau local ou national.

Cette affluence avait permis de dépasser très largement le montant des recettes prévu, condition nécessaire pour que fût atteint l'équilibre financier du festival.

Dans ces conditions, au vu des résultats, les initiateurs du festival avaient décidé de reconduire une édition du festival en 1986, ce qui a été fait ; quelque 130 concerts, plus de 1.000 musiciens, environ 70.000 spectateurs, tels sont les chiffres qui reflètent le II^e festival de Radio France et de Montpellier qui a eu lieu du 15 juillet au 4 août 1986, plus éclaté que le premier dans l'ensemble de la région.

Cette action de diversification, à travers laquelle Radio France trouve une source de programmes et des moyens de participer au développement culturel, est encourageante.

3.4. Le recours aux nouvelles technologies.

En 1985, les technologies numériques ont été très présentes à l'antenne (diffusion de disques audionumériques et d'enregistrements numériques de concerts réalisés par la société). Radio France a participé aux travaux menés par les laboratoires de l'établissement public de diffusion T.D.F. pour la réalisation du studio audionumérique dont certains matériels entièrement nouveaux sont destinés au studio 120 de la Maison de Radio France.

La société a également mis en service en 1985 une régie mobile de prise de son unique au monde, permettant simultanément la diffusion en direct de concerts et leur enregistrement sur magnétophone multipiste numérique. Radio France a d'ailleurs été, pour cette régie mobile, le premier radiodiffuseur mondial de service public à faire l'acquisition de ce magnétophone multipiste numérique.

En outre, Radio France avait entrepris, à la fin de 1985, avec un constructeur français, une étude pour la mise en place d'un dispositif de diffusion automatique programmable de bandes magnétiques enregistrées. C'est le système qui est appliqué depuis le 1^{er} mars au programme de la station thématique Radio 7.

Dans le domaine de la gestion a commencé, au début de l'été 1986, la mise en place d'un réseau automatisé de communication (le « R.A.C. ») qui, en permettant aux directions parisiennes et aux stations décentralisées d'accéder aux banques de données de la société, a pour conséquence de réduire les coûts liés aux modes traditionnels de communication (téléx, téléphone, photocopies, etc.).

4. LE BUDGET POUR 1987 ET SES CONSÉQUENCES SUR L'ACTIVITÉ DE RADIO FRANCE

Les grandes lignes du budget de 1987 pour Radio France se traduisent globalement:

— par la non-prise en compte de l'inflation de 1986, à l'exception des dépenses de personnel ;

— par l'application de mesures particulières à la société :

● réduction de 30 millions de francs des crédits affectés à la décentralisation ;

● suppression dès le 1^{er} janvier 1987 de 97 emplois devant entraîner une réduction des crédits d'appointements de 21,5 millions de francs (1).

Radio France disposera en 1987 d'un budget inférieur de 62 millions de francs à celui de 1985 (1.824,3 millions de francs contre 1.886,5 millions de francs), la dotation de redevance étant réduite de 40 millions de francs (- 2,3 %).

Les activités nationales, radiophoniques et musicales pourront être maintenues à hauteur de celles de 1986. L'effort de productivité engagé par la société depuis maintenant un an (opération « Performance ») doit permettre d'assurer le maintien de ce niveau d'activité en dépit d'une réduction d'une quarantaine d'emplois et de l'absence de glissement des dotations budgétaires.

Les économies de la société au titre de ses activités de décentralisation entraîneront la suppression d'un nombre d'emplois important — une soixantaine au moins, dont une trentaine de techniciens — ainsi qu'une diminution du budget de fonctionnement des stations, le conseil d'administration de la société ayant choisi de préserver toutes les implantations existantes.

(1) Votre rapporteur se montre sceptique quant à la réalisation d'une économie d'un tel montant. En effet, il est peu probable, en l'absence de l'arrêt de toute décision concernant la mise en œuvre du « volet social » de la loi du 30 septembre 1986, que les suppressions interviennent effectivement au 1^{er} janvier 1987, ce qui évidemment retardera leur effet budgétaire estimé ici en année pleine. En outre, il conviendrait de connaître précisément les parts respectives des suppressions pour départ à la retraite et des suppressions pour mise en prérétraite. Dans le dernier cas, Radio France est en effet tenue de supporter le tiers de la rémunération.

M. Jean-Noël Jeanneney a, en conséquence, proposé une série de mesures assurant le maintien d'une présence significative du service public de la radio en région et s'inscrivant dans le nouveau cadre budgétaire :

- la diffusion sur le réseau ondes moyennes des émissions régionales sera supprimée, à l'exception de l'Alsace et de la Corse ;
- un programme musical sera élaboré en collaboration avec l'ensemble du réseau. Diffusé, vingt-quatre heures sur vingt-quatre, en stéréophonie sur le satellite Telecom 1, ce programme donnera une grande place à la chanson et à la musique françaises ;
- les stations décentralisées de service public pourront reprendre cette modulation selon leur situation particulière, en maintenant un total de sept à quatorze heures de production propre par jour. Les stations diffuseront sur cette modulation de courtes interventions.

En outre, dans le cadre du budget présenté au conseil d'administration figurent deux mesures qui permettront aux auditeurs de France Culture et des stations locales FIP de bénéficier d'un confort d'écoute accru par la diffusion de programmes en stéréophonie. Il s'agit là d'une mesure rendue possible par la transmission des programmes des FIP via le satellite Telecom 1, libérant ainsi un réseau hertzien terrestre en modulation de fréquence qui sera attribué à France Culture. La couverture de l'ensemble du territoire en stéréo par France Culture pourra ainsi être assurée suivant un calendrier qui sera déterminé avec T.D.F.

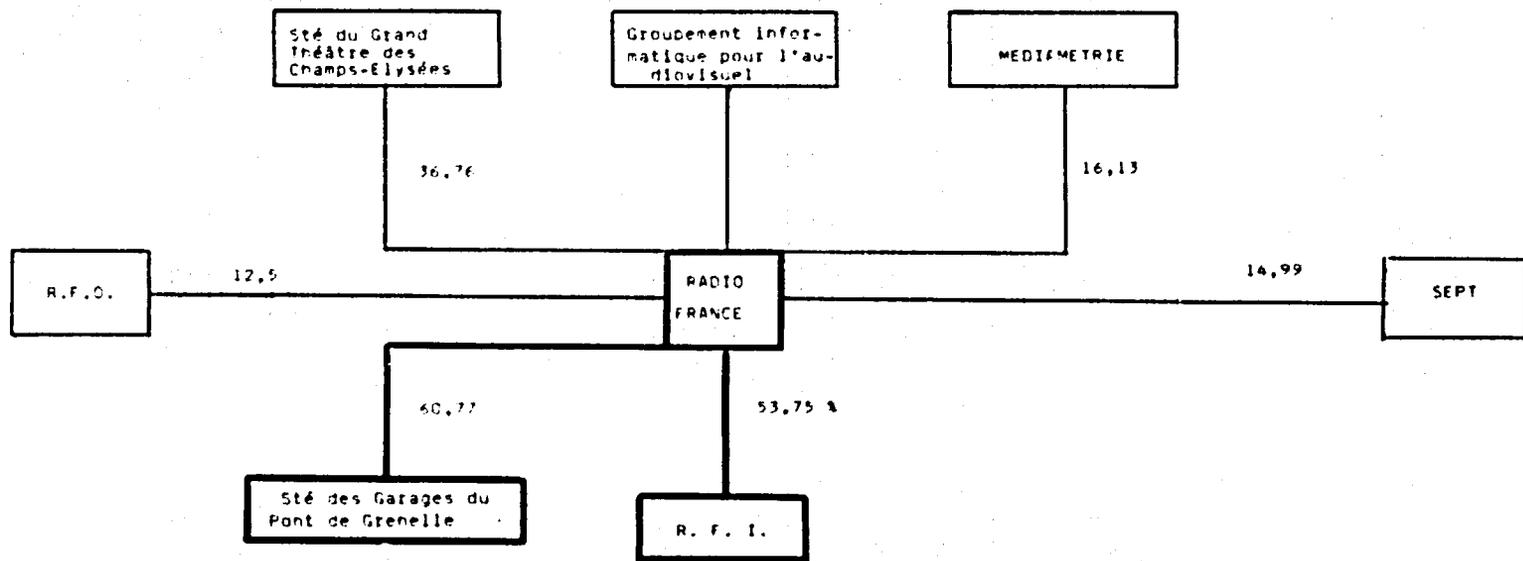
Radio France envisage aussi, bien que des crédits n'aient pu pour le moment, être dégagés au budget de 1987, de diffuser deux programmes radiophoniques (1) « haut de gamme » à partir du satellite T.D.F. 1 qui sera mis en orbite à l'automne 1987.

L'équilibre du budget de Radio France et la réalisation des objectifs d'activité prévus par son conseil d'administration dépendront :

1. de sa capacité à réaliser des économies supplémentaires en cours d'exercice ;
2. de la possibilité qu'elle aura de dégager des ressources complémentaires de publicité collective ;
3. du niveau d'encaissement de redevance en 1987.

Autant dire que le but est loin d'être atteint, mais qu'il s'agit, ni plus ni moins, pour Radio France, de manifester publiquement sa volonté de se réformer véritablement et de faire honneur à sa mission de service public.

(1) Un programme musical et un programme culturel et d'information.



ORGANIGRAMME DES FILIALES ET PARTICIPATIONS DE RADIO FRANCE

1. Radio France Internationale :

Société nationale de radiodiffusion sonore pour l'étranger chargée de l'action extérieure du service public.

Autre actionnaire : Etat

2. R.F.O. :

Société nationale de programme pour l'outre-mer.

Autres actionnaires : FR 3 (33,7), Etat (40 %).

3. Société des garages du Pont de Grenelle :

Réalisation et exploitation de garages entre la voie sur berge et le quai Kennedy par convention avec la Ville de Paris.

4. Société du Grand Théâtre des Champs-Élysées :

Exploitation du théâtre soit directement, soit par voie de location, et notamment représentations lyriques, chorégraphiques avec ou sans orchestre, récitals, concerts, etc.

5. Société Mediamétrie :

Mesure de l'audience des programmes.

Autres actionnaires : TF 1, A 2, FR 3 (10,75), INA. (18,92), Europe n° 1, R.M.C., Etat (5,30), RFP (16,13).

6. S.E.P.T. :

Société d'édition de programmes télévisés à caractère éducatif, culturel et européen.

Autres actionnaires : FR 3 45, INA 15, Etat 25.

SOUS-CHAPITRE V

RADIOTÉLÉVISION FRANÇAISE D'OUTRE-MER (RFO)

Créée en 1983 par transfert des activités de la délégation pour l'outre-mer de FR 3, la société nationale de radiodiffusion sonore et de télévision pour l'outre-mer (RFO) gère un budget d'environ 670 millions francs (en 1987) et groupe 770 agents. Son capital est réparti entre FR 3 (47,5 %), l'Etat (40 %) et Radio France (12,5 %).

Elle a vocation à diffuser et produire des programmes de radio et de télévision à destination des départements et territoires d'outre-mer dans lesquels elle dispose de neuf stations. Accessoirement, elle produit également des émissions consacrées à l'outre-mer retransmises en métropole par FR 3 (*RFO-hebdo* et *Bleu outre-mer*) et gère une agence d'images internationales permettant aux télévisions des pays du tiers monde d'être alimentées en sujets d'actualité des chaînes françaises (A.I.T.V.).

L'intérêt porté aux D.O.M.-T.O.M. par le Gouvernement et l'essor donné à l'agence d'images (A.I.T.V.) ont conduit à une augmentation importante de son budget de fonctionnement en 1987 (+ 11 %). Celui-ci passerait de 567,5 millions de francs en 1986 à 640,1 millions de francs en 1987.

1. DES ACTIVITÉS EN PLEIN DÉVELOPPEMENT

1.1. Une société de programme de radiodiffusion et de télévision.

De Paris, où se trouve son siège social, RFO coordonne l'activité de neuf stations basées outre-mer :

- sept assurent la gestion d'une radio et d'une télévision (Martinique, Guadeloupe, Guyane, Saint-Pierre-et-Miquelon, Réunion, Nouvelle-Calédonie, Polynésie française) ;
- deux ne diffusent que de la radio (Wallis et Mayotte).

1.1.1. La télévision outre-mer.

85 % environ des programmes sont d'origine nationale, sélectionnés par RFO à partir des productions de TF 1, d'Antenne 2 et de FR 3. Ces programmes sont expédiés aux stations sous forme de bandes ou de cassettes. Aux Antilles et en Guyane, à Saint-Pierre-et-Miquelon et à La Réunion, ils alimentent également (à raison de vingt heures par semaine) le second canal TV mis en place progressivement dans ces régions depuis 1983. L'actualité nationale et internationale est acheminée en images par satellites depuis Paris au cours de plusieurs transmissions quotidiennes de trente minutes chacune. Les reportages qui composent ce service d'actualité par satellite (moniteur) sont enregistrés par les stations qui les insèrent dans leurs journaux télévisés. Ces reportages sont extraits des différents journaux des trois chaînes françaises mais aussi réalisés spécialement à l'intention de l'outre-mer par la rédaction parisienne de RFO

En outre, pour atténuer au maximum l'isolement des populations d'outre-mer par rapport à l'actualité et aux grands événements de l'actualité internationale, la société développe une politique d'utilisation systématique des satellites de communication et retransmet en direct les faits les plus importants.

1.1.1.1. *RFO a diffusé en 1985 dans ses sept stations de télévision un total de 23 350 heures d'émissions télévisées, dont 19 426 heures sur le premier réseau de 3 932 heures sur le deuxième réseau.*

(En heures)			
Genre \ Origine	Programme métropolitain	Production locale	Total
Information	2.718	1.875	4.593
Programme artistique	17.784	1.181	18.965
dont : 1 ^{er} réseau	14.961	.	.
2 ^e réseau	2.823	.	.
Total	20.502	3.056	23.558

1.1.1.2. *L'activité de ce département connaît en 1986 un développement important avec :*

- le lancement de la télévision à Wallis-et-Futuna (juillet) et Mayotte (décembre) ;

- la transmission par satellite de trois heures de programmes quotidiens à destination des départements d'outre-mer.

a) Depuis le 9 septembre 1986, RFO assure effectivement l'envoi par satellite de vingt et une heures de programmes hebdomadaires à destination des télévisions de la Martinique, la Guadeloupe, la Guyane, La Réunion et Saint-Pierre-et-Miquelon.

Les émissions venues de métropole et diffusées par ces chaînes étaient en effet jusqu'à maintenant enregistrées sur cassettes et acheminées par avion (en deux circuits, l'un vers l'Afrique, l'autre vers l'est) à ces départements qui les diffusaient tour à tour, ce qui entraînait des délais allant de trois semaines au moins à environ trois mois.

Les envois se feront désormais par Telecom-1 chaque jour depuis Cognacq-Jay.

L'extension du nouveau système de transmission aux autres territoires d'outre-mer impliquerait l'utilisation du satellite Intelsat. Sa location coûterait deux fois plus cher que Telecom-1 sur lequel RFO est prioritaire, cette solution n'est donc pas actuellement envisagée.

b) L'extension de la télévision à Wallis-et-Futuna et à Mayotte.

Initialement prévu pour le mois de juillet 1986, le lancement de la télévision à Wallis-et-Futuna a dû être quelque peu différé, en raison des économies qu'a dû réaliser en cours d'année RFO pour faire compenser les moins-values d'encaissement de la redevance (économie 0,5 million de francs).

Comme Wallis-et-Futuna, Mayotte disposera à la fin de la présente année de trois heures de programme quotidien de télévision.

1.1.2. La radiodiffusion sonore.

Chaque département et territoire dispose d'un réseau en ondes moyennes. Tandis que l'on y installe progressivement la stéréo en FM (Martinique, Guadeloupe et Réunion la possèdent déjà).

Un second canal radio vient d'être mis en service à La Réunion. Il retransmettra en direct les programmes de France Inter.

RFO a diffusé en 1985 dans ses neuf stations de Radio Guyane, Guadeloupe, Martinique, Saint-Pierre-et-Miquelon, La Réunion, Mayotte, Nouvelle-Calédonie, Wallis et Tahiti, un total de 50.688 heures.

La quasi-totalité des programmes radio (80 à 90 %) sont réalisés localement. Le reste est repris sur les programmes de Radio France.

(En heures)

Genre	Origine		Total
	Programme métropolitain	Production locale	
Information	3.828	7.054	10.882
Programme artistique	8.940	30.866	39.806
Total	12.768	37.920	50.688

Les informations nationales et internationales sont transmises depuis 1975 par satellite depuis Paris : tous les matins, Martinique, Guadeloupe, Saint-Pierre-et-Miquelon et la Guyane reçoivent en direct un journal réalisé par la rédaction radio de Paris. Tous les soirs, des éléments d'informations présentés par RFO et repris sur France Inter sont expédiés vers le Pacifique. Un « réseau » est envoyé par satellite à destination de toutes les stations ; il comprend des reportages, documents papiers... construits et créés par RFO.

1.2. L'activité de production locale.

Les tableaux ci-dessus montrent que l'activité de production locale de RFO n'est pas négligeable.

Elle représente 74,8 % de la programmation radiophonique (65 % pour l'information et 77,5 % pour le programme artistique).

Elle est plus marginale en télévision : 13 % du programme (40,8 % pour l'information et 6,2 % pour le programme artistique).

RFO bénéficie d'une « fenêtre » sur FR 3 pour ces productions :

- Un hebdomadaire d'actualités de l'outre-mer de vingt-cinq minutes, *RFO hebdo*, est diffusé chaque dimanche soir à 18 h 30.

- Un mensuel d'une heure « *Bleu outre-mer* », regroupant des émissions venant des départements ou territoires d'outre-mer (onze numéros en 1985) est diffusé en soirée.

Votre rapporteur souhaite vivement que des obligations de cette nature soient maintenues dans le cahier des charges des sociétés de programme du service public, car elles permettent à la population originaire des D.O.M.-T.O.M., nombreuse en métropole, de suivre l'actualité de leur département ou territoire d'origine et aux métropolitains de mieux connaître la vie quotidienne de nos compatriotes.

1.3. L'action internationale.

L'agence d'images télévisées A.I.T.V. est une des directions de la société RFO. Son rôle, hérité du service de coopération de l'O.R.T.F., est de diffuser dans les pays relevant de la coopération culturelle, des images d'actualité quotidiennes ou des magazines.

1.3.1. Un développement récent.

● En 1984, une dizaine de télévisions reprenaient, quotidiennement, le service d'actualité unique transmis par RFO à destination des départements et territoires d'outre-mer.

Par ailleurs, une vingtaine de télévisions sud-américaines et asiatiques recevaient un service hebdomadaire de vingt-six minutes en langue espagnole ou accompagné d'un « dope sheet » en anglais.

Ces programmes étaient réalisés à partir d'éléments repris des chaînes TF 1, A 2 et FR 3.

● En 1985, le secrétaire d'État à la communication a chargé RFO de développer un service international d'actualités destiné à alimenter par satellite et par cassettes les pays relevant de la coopération culturelle et plus particulièrement les pays du tiers monde. C'est ainsi que furent diversifiés les services d'actualités par satellite ou « monitorings » de manière à ce que soient alimentés avec des produits spécifiques les différentes télévisions destinataires.

La société a ainsi expérimenté, depuis février 1986, deux nouveaux services quotidiens d'actualités par satellite en français et en espagnol, à l'intention des pays d'Amérique du Nord et d'Amérique latine (quarante chaînes potentiellement réceptrices, et en anglais à l'intention de douze chaînes asiatiques).

● En 1986, le sommet francophone de Paris a décidé la création d'une agence d'images francophone s'appuyant sur la réalité de l'A.I.T.V., mise en place au sein de la société RFO. En conséquence, une direction de l'agence d'images A.I.T.V. chargée de gérer l'ensemble des liaisons d'actualités par satellite ou par cassettes relevant jusqu'alors de la coopération culturelle a été mise en place.

1.3.2. Les services offerts par l'Agence.

L'agence d'images diffuse, par satellite et par cassettes, cinq services d'actualités quotidiennes, auxquels s'ajoutent trois services d'actualités hebdomadaires par satellite ainsi que quatre services hebdomadaires par cassettes et trois magazines mensuels par cassettes vidéo.

Cet ensemble représente un volume de :

104 heures de diffusion par satellite ;

122 heures de diffusion par cassettes ;

soit un total de :

226 heures diffusées dans cent quarante télévisions du monde.

L'agence d'images A.I.T.V. de RFO dispose, pour l'alimentation des différents magazines et services d'actualité par satellite, d'images qu'elle produit ou qu'elle récupère sur les chaînes nationales TF 1, A 2, FR 3, RFO.

En 1986, la rédaction dont dispose la direction de l'agence d'images a réalisé près de 20 % des sujets diffusés dans le cadre des services d'actualités par satellite à destination de l'Afrique. Dans le même temps de 10 à 15 % des sujets diffusés sur le service d'actualité par satellite à destination de l'Amérique latine étaient réalisés par la direction de l'A.I.T.V.

A cela il faut ajouter les images produites par les télévisions francophones dans le cadre des accords de coopération avec l'agence.

1.3.3. Les moyens de l'Agence.

a) *Les moyens en personnel.*

Elle dispose, pour ses propres missions, d'une équipe rédactionnelle installée à Paris, composée de journalistes professionnels de RFO, mis à la disposition de l'agence d'images ainsi que de journalistes engagés sous contrat à durée déterminée dans le cadre d'une convention qui lie RFO au ministère des affaires étrangères. Deux équipes de reportage complètent cet effectif, tandis que l'ensemble des moyens de la direction de l'Information de l'outre-mer sont mis à disposition de l'agence d'images en tant que de besoin.

Enfin, l'A.I.T.V. utilise chaque fois qu'il est nécessaire, les correspondants des chaînes nationales TF 1, A 2 ou FR 3 pour « couvrir » des événements qui se dérouleraient dans les pays qui les concernent et qui auraient un intérêt pour les « clients » de l'agence d'images.

En 1986, l'agence d'images aura diffusé par satellites plus de 8.000 sujets d'actualité de 1' à 1'30" en moyenne, dont près de 15 % auront été produits par des équipes de l'agence d'images. L'ensemble des sujets se répartissant à peu près à part égale entre TF 1 et A 2 (la part relevant de la chaîne Fr 3 étant légèrement inférieure aux deux précédentes).

b) *Les moyens financiers.*

L'agence a disposé en 1986 d'un budget de fonctionnement de 20,1 millions de francs.

Son financement est double :

- une participation du ministère des affaires étrangères qui s'établit à 15,2 millions de francs pour 1986 (dont 14,1 millions de francs en fonctionnement et 1,1 million de francs en investissement). Elle est prévue à hauteur de 20,6 millions de francs dans le projet de budget 1987 ;

- une dotation spécifique sur la redevance qui s'est établie à 5 millions de francs en 1986 (dont 3 millions de francs en équipement) ;

- une attribution d'excédents de ressources publicitaires pour 1986 à hauteur de 4 millions de francs.

Sans nier l'utilité de développer une telle agence, votre rapporteur s'étonne une nouvelle fois que des ressources destinées aux entreprises du service public de l'audiovisuel (redevance) ou résultant de son activité (excédents de publicité) soient affectées à l'action internationale.

L'action internationale est par nature une mission de l'Etat. Il appartient au budget général de l'Etat d'en assurer en totalité le financement. Une nécessaire clarification s'impose en ce domaine. Si les entreprises du service public de l'audiovisuel constituent les supports privilégiés de l'action internationale, elles ne doivent pas en assurer le financement sur leurs ressources propres.

Les charges correspondantes se répartissent ainsi :

Monitorings par satellite	10,3
Tournages spécifiques	1,7
Magazines sur cassettes	4,4
Retransmissions	2,1
Frais de fonctionnement de l'A.I.T.V.	1,6
	<hr/>
	20,1

1.3.4. Les objectifs de l'agence et ses perspectives de développement.

● Les objectifs de l'agence ont été définis en 1985 et confirmés par le sommet francophone en 1986. Il s'agit de développer le dialogue Nord-Sud, d'assurer la diffusion de la langue française et d'assurer la présence de la France dans le monde.

● L'échange d'images par satellite mis en place par l'A.I.T.V. est un moyen efficace de permettre une circulation rapide de l'information télévisée hors des circuits tenus aujourd'hui par les sociétés anglo-américaines.

● Alors que les agences de presse anglo-américaines desservent en 1986 plus de 800 chaînes de télévision dans le monde, l'idée de développer une agence francophone est récente. De ce fait, l'A.I.T.V. n'est encore présente que dans 140 télévisions.

● La réalisation de tels objectifs exige que l'agence ne se contente pas de diffuser des produits français destinés au public national, mais diffuse, chaque fois qu'il est nécessaire, un produit spécifique adapté à chaque zone de diffusion (les sommets africains, la conférence des non-alignés, le championnat d'Afrique de football sont autant de sujets spécifiques, à peine effleurés sur les chaînes nationales et qui doivent être traités plus particulièrement par l'agence).

● Cependant l'ambiguïté de son statut et de sa vocation demeure. Il s'agit en premier lieu d'une agence publique sur laquelle le ministère des affaires étrangères, qui participe à son financement, conserve un certain contrôle. Il s'agit, en second lieu, d'une agence dont la vocation est davantage tournée vers la coopération et la francophonie que vers la diffusion d'images à destination des grandes sociétés de programme étrangères : A.I.T.V. propose ses images, elle ne les vend pas.

● Votre rapporteur souhaiterait qu'une véritable stratégie puisse se développer entre les différents moyens de communication audiovisuelle dont la vocation est l'action internationale. Cela supposerait qu'une clarification des missions soit opérée entre les différents intervenants et que les modalités de leur financement soient arrêtées.

2. UNE GESTION QUI MÉRITERAIT D'ÊTRE AMÉLIORÉE

Grâce à des apports extérieurs importants (excédents de publicité, réintégration dans l'exploitation des subventions d'équipement), les résultats comptables de RFO sont en règle générale équilibrés.

RESULTATS			
(En millions de francs)			
	Solde 1983	Solde 1984	Solde 1985
Exploitation	- 12,3	1	+ 4,6
Financier	3,1	- 2,7	+ 4,2
Exceptionnel	0,6	2,3	+ 5
	- 8,6	- 0,6	+ 13,8

Le volume de l'exploitation, lié au développement de l'activité de RFO, s'accroît fortement chaque année :

+ 23,1 % en produits et + 19,4 % en charges en 1984 ;

+ 23,9 % en produits et + 23,3 % en charges en 1985.

2.1. Un financement très dépendant des encaissements de redevance.

	1983	Pourcentage du total	1984	Pourcentage du total	1985	Pourcentage du total	1986	Pourcentage du total	Pourcentage 86/85
Redevance	342,1	86,6	394,9	82,4	461,4	86,7	524,5	88,6	+ 13,7
Publicité	35,9	9,1	39,8	8,3	39,3	7,4	39	6,6	.
Ventes et prestations ..	16,9	4,3	44,6	9,3	31,3	5,9	28,7	4,8	- 9
	394,9	100	479,3	100	532	100	92,2	100	+ 11,3

2.1.1. La redevance.

RFO est financée à plus de 85 % par la redevance, ce qui entraîne pour elle une certaine vulnérabilité du fait des fluctuations constatées pour les encaissements.

	1983	1984	1985	1986 (1)
Ecart entre prévisions et réalisations (en millions de francs)	- 1	- 7,5	- 22,5	- 11

(1) Budget initial - budget rectifié (selon les prévisions du service de la redevance de juillet 1986, le manque à gagner serait de 50 millions de francs, compte tenu des prévisions plus récentes, on peut l'estimer à 16 millions de francs).

Les comptes de la société doivent en conséquence être rééquilibrés chaque année soit par des économies sur les dépenses de programme, soit par décalage d'objectifs, ainsi que par l'attribution d'excédents de publicité.

Ainsi, à la suite de l'annonce d'importants retards et moins-values d'encaissements en juillet 1986, RFO a adopté un plan d'économie de 12,5 millions de francs :

(Millions de francs.)

- Économies sur les moyens existants - 5,7
- Convention collective des artistes - 2

- TV. à Wallis et Mayotte : (décalage du lancement au dernier trimestre)	- 0,5
- A.I.T.V.	- 1
- Programmes régionaux	- 3,3

2.1.2. Les ressources publicitaire.

Les recettes de publicité ne représentent que 6 à 7 % des produits de compte d'exploitation.

En 1985, la publicité radio-télévisée sur les antennes de RFO a atteint un chiffre d'affaires brut global légèrement supérieur à 69 millions de francs. Ce qui représente une hausse d'environ 11 % par rapport à l'exercice 1984.

Ce chiffre d'affaires se décompose en 26,6 millions de francs pour la radio (38 % du total) et 42,6 millions de francs pour la télévision (62 %).

En radio, on enregistre une baisse de chiffre d'affaires de l'ordre de 11 % par rapport à 1984.

Deux raisons à cet état de fait :

- la montée en puissance de la télévision qui a attiré de nombreux annonceurs locaux et extra locaux ;
- la percée d'une (voire deux) radio locale privée dans chacune des neuf zones où est implantée RFO

En télévision, en revanche, la progression est sensible par rapport à 1984 : + 33. Il est à noter qu'au cours de l'exercice précédent, les écrans n'avaient été ouverts que pendant les 2/3 de l'année approximativement.

Pour l'ensemble radio-télévision, la répartition du chiffre d'affaires par zone géographique s'établit de manière suivante : près de 80 % pour les trois plus importants départements (Réunion : 30,3 % - Martinique : 26,1 - Guadeloupe : 23,1 %) et 20 % pour les trois autres zones (Polynésie : 9,1 % - Nouvelle-Calédonie : 6,5 % - Guyane : 4,9 %).

Pour la répartition entre publicité locale (ordres pris sur place) et publicité extra locale (ordres pris à Paris), elle se situe globalement aux environs de 3/4 - 1/4.

L'activité publicitaire a permis à RFO d'atteindre les objectifs que lui fixait la loi de finances 1985.

Pour les recettes non plafonnées (radio publicité de marque + publicité collective), RFO a encaissé 16,8 millions de francs de recettes nettes. Ce qui correspond à un prélèvement de 37 % sur les recettes brutes.

En ce qui concerne les recettes plafonnées (19,2 milliards de francs pour la télévision), l'objectif est largement dépassé puisque RFO aurait pu encaisser 25,2 millions de francs de recettes nettes (39,3 % de prélèvement). L'excédent est donc d'environ 6 millions de francs répartis pour 2 millions de francs à RFO au titre des frais techniques et 4 millions de francs à la RFP au titre des excédents globaux.

Au total, RFO a encaissé au titre de l'exercice 1985, 37,6 millions de francs, fonds de promotion en faveur des produits locaux déduits. D'autre part, RFO a bénéficié, au titre de rétrocessions sur les frais de mise à l'antenne perçus pour la diffusion des messages publicitaires, un versement complémentaire d'environ 0,8 million de francs. Au taux de régie fixé (1) en début d'année 1985 (4,2 %) Régie-Inter-Océans a réalisé pour l'exercice 1985 une marge brute de 2,9 millions de francs. Ses charges d'exploitation ayant atteint le niveau de 2,2 millions de francs.

Le développement de la publicité sur RFO est freiné également par un taux de prélèvement excessif des agences (45 % contre 20 % en métropole) et des tarifs trop bas pour certains des annonceurs dont la production n'est locale qu'en apparence.

2.1.3. Les « ventes et prestations ».

Le poste « ventes et prestations » se décompose ainsi depuis 1983 :

	1983	1984	1985
Quote part co-producteur	•	0,8	•
Excédents R.F.P.	6	31,5	15
Services rendus aux administrations et prestations techniques	9,1	11,1	13,7
Autres prestations de service	1,8	1,2	2,6
	16,9	44,6	31,3

Les services rendus aux administrations correspondent pour l'essentiel à l'exécution de la convention avec le ministère des affaires étrangères (envoi par satellite et par cassettes de sujets ou de magazines d'actualités vers les pays étrangers) : 10,6 millions de francs ou 13,7 millions de francs en 1985 ; 14,1 millions de francs en 1986.

Il convient de noter également l'importance des versements d'excédents de ressources publicitaires (31,5 millions de francs en 1984,

(1) En métropole, les taux de régie de la RFP sont de 2 %.

15 millions de francs en 1985 et 20,44 millions de francs en 1986) décidées par l'autorité de tutelle pour compenser des insuffisances de ressources sur la redevance ou pour couvrir des charges exceptionnelles non budgétées dans la loi de finances, telles que le renfort des moyens d'information à Nouméa en 1985 ou le développement de l'agence d'images A.I.T.V. en 1986.

2.2. Des charges qui pourraient être réduites.

Par grandes catégories, les charges d'exploitation ont évolué de la manière suivante de 1983 à 1985 :

(En millions de francs)

	1983	1984	1985	Pourcentage du total		
				1983	1984	1985
Consommation en provenance de l'extérieur	117,6	144	200,2	28,7	29,4	33,2
Impôts et taxes	9,7	8,2	12,6	2,4	1,7	2
Personnel	237,3	254,5	267,7	58	52,1	44,4
Amortissements et provisions (dont provision redevance)	28	62,4	40,5	6,8	12,8	6,7
Autres charges de gestion courante	16,7	19,8	81,6	4,1	4	13,5
	409,3	488,9	602,6	100	100	100

Le tableau ci-dessous donne l'évolution des dépenses budgétaires (hors amortissements, provisions et charges exceptionnelles) par direction :

	1985	1984	1986 prévisions
Siège	107	135,1	140
Charges générales (1)	99,6	141,9	161,5
Martinique	32,7	34,1	35
Guadeloupe	32,9	33,4	34
Guyane	24,6	24,5	26
Réunion	37	35,4	38
Nouvelle-Calédonie	30,8	33,7	32
Polynésie	35,8	36,5	36
Saint-Pierre	19,4	20,5	22
Mayotte	3,7	4,6	4,9
Wallis	3,5	4	4
	427,9	503,6	533,4

(1) T.D.F., I.N.A., sociétés d'auteurs, impôts.

L'évolution des charges générales reflète essentiellement celle de la facturation de T.D.F.

L'augmentation des dépenses du siège trouve son origine dans le développement de l'activité en matière de coproductions et d'achats de droits, le développement de l'information et de l'action internationale, ainsi que dans l'accroissement des liaisons satellites (monitorings quotidiens et retransmissions vers les stations).

2.2.1. L'évolution rapide des dépenses de diffusion, de transmission et de distribution.

L'évolution des frais de diffusion facturés par T.D.F. est la suivante :

(En millions de francs.)

1985	1984	1986 prévision
43,7	76,6	98,3

Il s'agit des frais de diffusion dans les départements et territoires d'outre-mer en radio et télévision. Ils ne donnent pas lieu, de la part de l'établissement public, à une facturation détaillée par zone géographique et type de réseau (radio, T.V. et par canal) ainsi que cela serait souhaitable pour une compréhension de l'évolution des coûts. Ceci étant, la forte progression entre 1984 et 1985 s'explique par l'opération de désimbrication à la suite de laquelle les personnels de diffusion et les frais de fonctionnement et d'entretien des émetteurs ont été pris en charge par T.D.F. et intégrés à la facturation, alors qu'ils étaient jusqu'alors directement payés par RFO.

Les programmes acheminés par RFO, vers les directions régionales le sont par transport de cassettes ou par satellite. Jusqu'en 1986, les transmissions par satellite étaient réservées presque exclusivement aux émissions d'information et aux retransmissions sportives. Il a été décidé, à compter du 1^{er} septembre 1986, de retransmettre quotidiennement trois heures de programmes par le satellite Telecom 1 vers les D.O.M.

L'expédition de cassettes ne se faisant pas par envoi direct et simultané dans toutes les stations, mais en suivant deux circuits (Atlantique et Pacifique), il en résultait pour les stations en bout de chaîne un décalage pouvant atteindre trois mois avec la diffusion en métropole. Ainsi que cela apparaît sur le tableau ci-après, le mode de transmission par satellite est beaucoup plus onéreux et le nouveau dispositif s'est traduit par l'attribution de crédits supplémentaires pour 1986 (4,7 millions de francs d'excédents publicitaires) et 1987 (21 millions de francs pour cinq heures quotidiennes).

(En millions de francs)

	1984	1985	1986	1987
Liaisons satellites	(*) 18,4	20,7	29,6	45,6
Transports de programmes	6	7,5	7,5	7,5

(*) Y compris 2,6 millions de francs de provision pour facturation complémentaire par T.D.F.

Il est prévu que le poste transports de programmes reste à son niveau actuel car la baisse du nombre d'heures transportées par cassette sur les D.O.M. sera compensée par l'institution de deux envois séparés à Tahiti et Nouméa pour les programmes transmis dans les D.O.M. par satellite.

Globalement, les dépenses de diffusion, transmissions et distribution des programmes prennent une place croissante dans les charges d'exploitation de RFO, traduisant ainsi le développement de son activité :

1984	13,9 %
1985	18,9 %
1986	23,6 %

2.2.2. Des charges de personnel qui demeurent élevées.

Bien que la part diminue au sein des charges d'exploitation, les charges de personnel demeurent élevées et représentent le premier poste de dépenses de la société. RFO emploie 783 agents permanents autorisés en 1986. Le coût de gestion de ses personnels est sans doute excessif dans certaines stations. Ainsi, la direction régionale de Saint-Pierre-et-Miquelon emploie 51 personnes, soit près de 1 % de la population de ce département dont RFO est le premier employeur. En outre, les personnels présents dans les D.O.M.-T.O.M. bénéficient de majorations indiciaires supérieures à celles qui seraient appliquées dans la fonction publique et de primes diverses.

Les dépenses de personnels n'en ont pas moins été maîtrisées depuis deux ans. Ainsi le volume des heures supplémentaires, qui avait crû de 16,9 % de 1984 à 1985, n'a augmenté que de 1,4 % (+ 30,1 % en montant de 1984 à 1985, + 3,8 % de 1985 à 1986), même s'il reste à un niveau élevé. Il en va de même de l'emploi de personnel intermittent (+ 29,1 % en montant de 1984 à 1985, 4 % de 1985 à 1986).

2.2.3. Des dépenses de « train de vie » insuffisamment contrôlées.

Les dépenses de déplacements, missions et réceptions ont crû de 41,9 % de 1984 à 1985, passant de 10,5 à 14,9 millions de francs. L'évolution de ces frais généraux (parc de véhicules, frais de représentation) témoignent d'un certain relâchement dans la gestion.

2.2.4. Une certaine faiblesse du contrôle de gestion.

La faiblesse du contrôle budgétaire conduit chaque année à des dépassements importants dans l'engagement des dépenses par rapport aux budgets prévisionnels, notamment dans les directions régionales.

En outre, l'absence de contrôle de gestion et d'outils d'analyse des coûts rend difficile l'appréciation de l'efficacité économique de la société et de l'activité réelle des services décentralisés. Il n'existe pas de véritable service d'inspection interne.

Ces insuffisances expliquent sans doute que contrairement aux autres sociétés de programme, la productivité de RFO ait stagné au cours de la période 1983-1985. En effet, la production locale a progressé à un rythme supérieur à celui des effectifs mais très largement inférieur à celui des charges d'exploitation hors diffusion.

3. LE BUDGET DE 1987

3.1. Si le budget de RFO pour 1987 est empreint, comme celui des autres organismes du service public, d'une grande rigueur.

Le budget 1987 se caractérise par :

— la reconduction en francs courants des crédits 1986, à l'exception des frais de personnel qui glissent de 1,9 %. Ce taux, pour la société RFO, est inférieur à celui découlant du fonctionnement mécanique des grilles de salaire et qui s'établit à environ 2,5 % ;

— une réduction des effectifs à hauteur de douze emplois se traduisant par une diminution de 3,6 millions de francs de la dotation de personnel permanent, soit 0,3 million de francs par emploi (1) ;

— la prise en compte du financement des objectifs lancés en 1986 par attribution d'excédents publicitaires (transmissions par satellite,

(1) Cet objectif risque de ne pas être atteint pour les mêmes raisons que celles évoquées à propos des budgets des autres sociétés de programme. Voir *supra* pages 61 et 62.

A.I.T.V., convention collective des artistes) et de l'extension en année pleine de la télévision à Wallis et Mayotte ;

- l'ajustement de la contribution à T.D.F.

Ce budget se traduit donc par une grande rigueur, en particulier au niveau de la gestion du personnel, qui va amener la société à développer sa productivité, l'accroissement des objectifs, allant de pair avec une réduction des effectifs.

3.2. Il connaît toutefois une augmentation importante des recettes.

	En millions de francs		Evolution en pourcentage	En pourcentage	
	1986	1987		1986	1987
Redevance	524,5	582,4	+ 11	88,6	91
Publicité	39	35	- 7,7	6,6	5,6
Ventes et prestations	28,7	21,6	- 24,7	4,8	3,4
	592,2	640,1	+ 8,1	100	100

Le budget de RFO connaît un accroissement plus important que la moyenne du service public (+ 8,1 %), en raison notamment d'une forte augmentation des dotations de redevance (+ 11 %) et de l'attribution d'une subvention importante (20,6 millions de francs au lieu de 14,1 millions de francs en 1986) du ministère des affaires étrangères pour le financement de l'agence d'images A.I.T.V.

Votre rapporteur souhaiterait d'ailleurs que les crédits consacrés à cette agence fassent l'objet d'un document séparé dans la présentation du budget de RFO, de façon à isoler ses moyens de financement.

La croissance de la dotation de redevance aura cependant pour effet de rendre RFO encore plus sensible aux moins-values et retards éventuels d'encaissement. L'équilibre du budget de la société en 1987 dépendra donc largement de l'existence de tels phénomènes.

3.3. Qui devrait lui permettre d'accroître son activité.

Il est prévu en 1987 de poursuivre l'effort en portant à cinq heures la diffusion quotidienne d'émission par satellite (1). Par ailleurs, l'activité de l'agence d'images A.I.T.V. est destinée à se développer. Les nouveaux objectifs seront déterminés à l'issue d'une concertation avec les responsables du ministère des affaires étrangères.

(1) Sept heures prévues en 1988.

SOUS - CHAPITRE VI

RADIO FRANCE INTERNATIONALE

Créée par la loi du 29 juillet 1982, RFI a pris la suite de la direction correspondante de Radio France.

Elle a connu un fort développement de ses activités qui lui a permis de passer du 28^e rang des radios internationales au 8^e rang, diffusant 847 heures hebdomadaires en 1986 contre 416 heures en 1982.

Cette progression d'activité a conduit la société à augmenter ses effectifs permanents de 280 en 1982 à 409 en 1985 et ses charges (196 millions de francs en 1983 à 336 millions de francs en 1986). Ce faisant, elle a réalisé au cours des cinq dernières années des gains de productivité significatifs : c'est ainsi que le nombre d'heures de programmes originaux par agent productif a presque doublé de 1982 à 1986. Eu égard au développement de l'activité, l'accroissement des charges peut donc être considéré comme modéré.

Ce développement s'est accompagné d'une profonde modification de la situation des recettes de la société. Les subventions du ministère des affaires étrangères ont été progressivement réduites, puis supprimées en 1986, de sorte que le financement de RFI repose désormais pour la presque totalité sur la redevance (95 % des ressources). Cette opération de débudgétisation, dénoncée par le Sénat, rend la société plus vulnérable mais l'on doit reconnaître qu'elle a, indûment sans doute, permis le développement rapide de ses activités. Quoi qu'il en soit, faire assumer le financement d'une société à vocation internationale par le contribuable de la redevance ne paraît pas d'une logique absolue.

RFI apparaît comme une société gérée correctement mais dont les ressources insuffisamment évolutives risquent à l'avenir de freiner le développement. Si elle a, au cours des dernières années, réalisé d'importants progrès, elle ne correspond pas aux objectifs qu'un pays comme la France se devrait d'avoir en ce domaine.

1. UNE SOCIÉTÉ CORRECTEMENT GÉRÉE

Les résultats d'exploitation de la société ont toujours été présentés en équilibre mais ont, en réalité, dégagé des soldes bénéficiaires si l'on tient compte du transfert d'une partie de la redevance d'exploitation vers l'investissement. Un strict contrôle budgétaire et des prévisions calculées de façon prudente ont favorisé cette situation. De ce fait, RFI dispose d'une trésorerie abondante qui lui a permis en 1986 d'apporter des concours importants à T.D.F., pour l'achèvement des travaux d'équipement du site de Montsinéry en Guyane et qui lui permettront d'assumer la construction du centre d'émission du Sri Lanka dans les prochaines années.

Ce faisant, si la modification intervenue dans la structure des recettes a pu constituer un moyen très bon marché pour le budget de l'Etat d'assurer le développement de la société, elle risque au contraire dans les années à venir de pénaliser son développement.

1.1. Les recettes.

EVOLUTION DES RECETTES DE 1983 A 1986 EN KF

	1983		1984		1985		1986	
	Réel	Pourcentage répartition	Réel	Pourcentage répartition	Réel	Pourcentage répartition	Simulation au 31 décembre	Pourcentage répartition
Redevance	121.757	56,8	157.370	54	182.717	60,3	316.420	91,6
Publicité	1.241	0,6	2.507	0,9	2.539	0,8	3.100	0,9
Ventes de programmes :								
- Ministre des relations extérieures	77.315	36,1	110.503	37,9	66.126	21,8	-	-
- Fonds d'action sociale	5.419	2,5	5.270	1,8	5.270	1,7	5.270	1,5
- Autres administrations	923	0,4	851	0,3	31	-	302	0,1
Autres ventes et prestations de service	2.485	1,2	1.846	0,6	4.931	1,6	4.250	1,2
Produits financiers	5.274	2,5	12.808	4,4	17.378	5,7	15.900	4,6
Produits exceptionnels	20	-	360	0,1	24.205	8	65	-
Total avec préciput	214.434	100	291.515	100	303.197	100	345.307	100
Préciput T.D.F.	- 66.720		-		-		-	
Total R.F.I.	147.714		291.515		303.197		345.307	

Redevance requilibrée perçue par R.F.I. et s'ajoutant aux montants comptabilisés en recettes ci-dessus :

1983	6 600, soit un total de redevance hors taxe perçue par R.F.I. de 128 357 KF
1984	21 000, soit un total de redevance hors taxe perçue par R.F.I. de 179 370 KF
1985	62 800, soit un total de redevance hors taxe perçue par R.F.I. de 245 517 KF

La redevance a pris le relais des subventions du ministère des affaires étrangères dont le retrait est devenu total en 1986.

Cette modification de la structure des recettes a constitué un élément très contraignant pour la société, en raison notamment des retards et des moins-values d'encaissement.

En effet, depuis 1983, les encaissements de la redevance versés à R.F.I. ont été systématiquement inférieurs aux montants (soit en encaissements, soit en recettes) prévus par le service de la redevance (qui constituent la base des comptes d'exploitation prévisionnels) :

1983 - 5,38 %
1984 - 6,61 %
1985 - 4,65 %
1986 - 3,10 % (loi de finances rectificative pour 1986, article 8).

R.F.I. ne doit qu'à une grande prudence et à une rigueur souvent contraignante d'avoir pu éviter des tensions de trésorerie puis des déficits réels d'exploitation jusqu'en 1985.

En outre, la redevance ne constituait pas, jusqu'en 1986, l'unique source de financement de l'activité de la société, et la contribution du ministère des affaires étrangères a toujours, pour sa part, été versée avec une grande régularité et pour la totalité des sommes inscrites au budget.

En 1986, le désengagement financier des affaires étrangères a accru la vulnérabilité de la société, laquelle a été obligée de prendre des mesures affectant les budgets de tous les services de 5 %, sans pour autant avoir la certitude de ne pas terminer l'année avec un résultat déficitaire.

Cette situation présente d'ailleurs deux autres inconvénients majeurs :

- L'action radiophonique extérieure française s'est considérablement développée au cours de ces dernières années. Il n'en demeure pas moins que la France se situe, en cette matière, en-deçà de grandes nations industrialisées, en particulier de nos partenaires européens tels que l'Allemagne et la Grande-Bretagne. La mise en œuvre des nouveaux moyens de diffusion (liaisons satellite, émetteur asiatique) autorisent une importante extension de la présence culturelle et économique de la France dans le monde. Or cet élargissement nécessite des moyens supplémentaires pour élaborer des programmes adaptés à de nouveaux auditoires. Il est à craindre que la redevance, dont la croissance devrait être limitée dans les années à venir, ne puisse en fournir le financement.

- Le quasi-monopole de la redevance dans le financement de l'action radiophonique extérieure place le ministère des affaires étrangères dans une situation insolite. Il a naturellement vocation, s'agissant d'une mission de souveraineté, à en définir et en choisir les

objectifs. Toutefois, il ne dispose actuellement d'aucun moyen lui permettant de faire mettre en œuvre une mesure qu'il juge essentielle quand le ministère de tutelle (culture et communication) n'a plus les possibilités financières de la classer dans ses priorités, lors de la répartition de la redevance. Il s'agit d'une situation unique dans le groupe des grandes radios internationales dont le financement est assuré, le plus souvent en totalité, sur le budget de l'Etat et plus précisément sur les crédits du ministère chargé des affaires étrangères.

Les autres recettes apparaissent très marginales, les recettes publicitaires ne progressant que dans des proportions très faibles. La participation du Fonds d'action sociale aux frais de production des émissions pour les communautés étrangères en France est restée la même en francs courants depuis 1983, ce qui conduit R.F.I. à supporter une part croissante du coût d'émissions très spécifiques et sans lien avec sa vocation internationale (1,5 millions de francs).

La part des produits financiers dans l'équilibre des comptes de R.F.I. a été, depuis 1983, importante puisqu'elle a atteint jusqu'à 5,7 % de nos recettes en 1985. Cette situation est due à l'existence conjoncturelle d'un confortable disponible bancaire qui sera utilisé, pour l'essentiel, pour le financement du centre émetteur asiatique. Elle risque cependant de subir les conséquences des moins-values de redevance.

1.2. Les charges.

Les charges occasionnées par le développement de l'activité de R.F.I. se sont considérablement accrues (69 % de 1983 à 1986).

Leur structure a peu varié. Les services extérieurs qui englobent les frais de diffusion, représentent environ la moitié des dépenses, les charges de personnel en absorbant le tiers.

ÉVOLUTION DES DÉPENSES DE 1983 A 1987 EN KF

Radio France Internationale	1983		1984		1985		1986		1987	
	Réel	Pourcentage répartition	Réel	Pourcentage répartition	Réel	Pourcentage répartition	Simulation au 31 décembre	Pourcentage répartition	Prévision budgétaire	Pourcentage répartition
60. Achats	4.366	2,2	9.681	3,5	10.640	3,5	12.555	3,7	12.421	3,4
61. Services extérieurs	101.316	50,4	141.368	50,7	155.469	51,3	173.535	51,2	183.869	50,7
62. Autres services extérieurs ...	7.531	3,7	12.357	4,4	15.205	5	15.815	4,7	15.622	4,3
63. Impôts, taxes, versements assimilés	2.701	1,3	4.323	1,6	4.622	1,5	6.593	1,9	6.883	1,9
64. Charges de personnel	77.622	38,6	93.110	33,4	105.930	34,9	117.715	34,7	123.863	34,1
65. Autres charges de gestion courante	2.944	1,5	4.632	1,7	6.038	2	7.396	2,2	7.521	2,1
66. Charges financières	29	•	545	0,2	90	•	111	•	105	•
67. Charges exceptionnelles	248	0,1	334	0,1	11	•	15	•	•	•
68. Dotations aux amortissements et provisions	4.099	2	12.369	4,4	5.108	1,7	5.495	1,6	12.516	3,4
Total net charges avec préciput (variations en francs constants) ...	200.856	100	278.719	100	303.113	100	339.230	100	362.800	100
Provision Sri Lanka	10.866		12.606		•		•		•	
Préciput de diffusion T.D.F.	-66.720		•		•		•		•	
Total compte de résultat R.F.I.	145.002		291.325		303.113		339.230		362.800	

1.2.1. Les frais de diffusion.

a) Les frais facturés par T.D.F.

Les frais de diffusion facturés par T.D.F. au titre de la diffusion radiophonique extérieure sont passés de 66,7 millions de francs en 1983 à un montant de l'ordre de 125 millions de francs en 1986.

En 1983, T.D.F. était rémunérée par un versement préciputaire de redevance qui lui était directement attribué. Depuis 1984, les frais de diffusion sont facturés par T.D.F. à R.F.I. qui est dotée budgétairement en conséquence.

De 1983 à 1984, le coût de la diffusion T.D.F. est passé de 66,72 à 100 millions de francs, soit une progression de 51,21 % en francs courants. Cette hausse spectaculaire est liée à la mise en service du centre émetteur de Montsinéry en Guyane française à la fin du premier trimestre 1984.

En 1985, la hausse de 13,34 % en francs constants se justifie par une augmentation du nombre d'heures de diffusion sur le site de Montsinéry et l'effet report en année pleine du coût de fonctionnement de ce centre. En outre, T.D.F. a mis en service en juillet 1985 un émetteur OM sur Paris et la région parisienne afin de diffuser le service mondial en français, dont le coût a été facturé pour 0,6 million de francs à R.F.I. La hausse 1986 est beaucoup plus modérée (+ 2,49 % en francs constants). Elle représente l'effet report de la mise en service de l'émetteur OM parisien et le coût de location d'un émetteur FM en Guyane française. Le complément de 0,63 million de francs constitue la rémunération des heures fréquence supplémentaires mises à la disposition de R.F.I. dans le cadre de l'échange de fréquence franco-chinois interrompu le 1^{er} juillet 1986 (+ 4 heures sur le site d'Allouis Issoudun).

DIFFUSION T.D.F. EN K.F.

Contributions versées par R.F.I.,
sauf en 1983, année au cours de laquelle, la redevance a versé
la contribution de 66.720 à T.D.F.

Libellé	1983	1984	1985	1986	1987
Appels de cotisations	66.720	103.200	119.088	124.400	131.000
Complément	"	- 2.312	"	"	"
Régularisation	"	"	"	633	"
Contribution nette	66.720	100.888	119.088	125.033	131.000
Variation exercice précédent : ..					
- En francs courants	"	51,21 %	18,04 %	4,99 %	4,77 %
- En francs constants	"	44,52 %	13,34 %	2,49 %	3,27 %

b) Les autres frais de diffusion et de distribution.

En dehors de T.D.F., R.F.I. s'adresse directement à trois organismes pour assurer la diffusion de ses programmes, pour un coût d'environ 16 millions de francs. En outre, elle distribue ses programmes par cassettes pour diffusion sur des radios étrangères.

● **Africa n° 1.**

R.F.I. a développé de façon significative la location d'heures de fréquence quotidiennes sur l'émetteur de la société gabonaise Africa n° 1 (filiale de la Sofrad) : sept heures en 1983, onze heures en 1984,

quatorze heures en 1985. En 1986, elle va louer six heures supplémentaires lors de la mise en service, à la fin de l'année, d'une antenne circulaire permettant d'atteindre dans d'excellentes conditions l'Afrique centrale (dont la couverture est mal assurée actuellement à partir de Paris). Le budget 1987 prévoit le maintien de cette mesure pour le prochain exercice.

Les frais de diffusion facturés par Africa n° 1 sont passés de 4,7 millions de francs en 1983 à 13,1 millions de francs en 1986. Ils atteindront 19,5 millions de francs en 1987.

● Somera.

R.F.I. a conclu en novembre 1985 une convention avec la Somera, filiale de T.D.F. et de R.M.C., pour la mise à disposition d'une heure fréquence sur son émetteur de Chypre entre 4 et 5 heures, temps universel, chaque jour. Cette extension, dont le maintien est prévu en 1987, permet d'atteindre dans d'excellentes conditions une zone très difficile à toucher en ondes courtes : le Proche-Orient.

L'absence de R.F.I. est d'ailleurs regrettable dans cette partie du monde où vivent de nombreux francophiles et francophones. Votre rapporteur invite le Gouvernement à réfléchir sur une meilleure coordination de l'action radiophonique dans cette région. Les difficultés actuelles de la Somera, que la restructuration de Radio Monte-Carlo ne pourra qu'accroître, risquent d'obliger les pouvoirs publics à prendre des décisions dans un délai rapproché afin de maintenir la présence française sur les ondes radiophoniques dans cette région.

Les frais de diffusion facturés par la Somera atteignent 1,8 million de francs en 1986.

● Satellite Canada.

Il s'agit de la location aux P.T.T. françaises et canadiennes d'une voie (montante et descendante) sur un satellite de communication permettant d'alimenter le satellite de diffusion Anick C 3 qui, grâce à un réseau de câbles distributeurs, permet de proposer le service mondial en français dans environ 1.200.000 foyers du nord des États-Unis. Cette extension a été mise en œuvre à la mi-octobre 1985.

Pour R.F.I., le coût de cette opération revient à 1,3 million de francs.

Actuellement, douze câblodistributeurs (dont les deux principaux : Vidéotion et CF câble représentant 70 % des abonnés) proposent le service de R.F.I.

Dix-neuf autres offriront cette distribution un peu plus tard. Neuf câblodistributeurs sont encore indécis et quatorze autres n'ont pas fait connaître leur position.

D'ores et déjà, les principaux centres du Québec (Montréal et Québec en tête), sont desservis. Le potentiel d'abonnés est d'environ trois millions de foyers.

● Radio France Internationale distribue sur bandes des programmes enregistrés réalisés en quatre langues (français, anglais, espagnol et portugais). Multicopiés dans un atelier spécialisé, ces émissions sont adressées à une soixantaine de radios nationales africaines et aux postes diplomatiques à l'étranger qui les font parvenir à plus de mille trois cents radios dans le monde.

Deux organismes sont utilisés : la valise diplomatique et un transitaire, société filiale d'Air France. Les progressions enregistrées en 1984 et 1985 correspondent à une extension du champ de distribution de nos programmes dits de « coopération ».

Le coût de la distribution est évalué à 1,9 million de francs.

R.F.I. a particulièrement développé sa pénétration sur les réseaux américains. Elle a ainsi pu obtenir la mise à disposition d'heures fréquence sur des émetteurs FM de la côte ouest des États-Unis. En outre, la distribution du programme en anglais sur l'actualité française fait l'objet d'une large distribution par les services de l'ambassade de France à Washington (cent vingt-huit distributeurs).

Le développement de ce nouveau type de diffusion se heurte, néanmoins aux contraintes de la distribution par bande (lenteur, coût élevé des expéditions en express, 300 à 400 F par envoi). La solution idéale adoptée par certains concurrents européens, consiste en une location d'une voie sur un ou plusieurs satellites de diffusion. La plupart des stations radio des États-Unis sont équipées des matériels de réception adéquats.

Son coût annuel serait par voie louée de 1,8 à 2,5 millions de francs.

1.2.2. *Les frais de personnel.*

Les frais de personnel ont connu une évolution régulière et relativement modérée. Leur croissance a été plus rapide en 1985 en raison de l'intégration de quarante et un collaborateurs en application de la convention collective de l'audiovisuel.

R.F.I. emploie 431 personnes à titre permanent (403 en 1985). La société a su maîtriser le recours aux heures supplémentaires. Elle emploie en revanche un nombre important (1.500 à 1.600) de collaborateurs intermittents, dont 400 établis à l'étranger et qui interviennent comme correspondants, pigistes ou dans le cadre de coproductions du service de coopération.

1.3. Un accroissement sensible de la productivité.

Le tableau ci-après fait apparaître l'effort réalisé par R.F.I. pour maîtriser les coûts et accroître la productivité. Ainsi si les dépenses ont augmenté de 107 % en francs constants de 1982 à 1986 et l'effectif du personnel de 54,5 %, le volume de production originale a progressé de 155,5 % et le volume des émissions diffusées de 165 %.

RADIO FRANCE INTERNATIONALE

Comparaison de 1982 à 1986 des dépenses, effectifs, production spécifique en diffusion directe et diffusion.

(Point au mois d'avril 1986.)

R.F.I.	1982	1983	1984	1985	1986	% 86/82
Dépenses (hors provision Sri Lanka) en millions de francs	146,25	200,85	278,72	303,11	339,23	•
- Variation en pourcentage :						
- francs courants	•	37,3	38,8	8,8	11,9	132
- francs constants	•	28	32,1	4,1	9,4	106,8
Effectif :						
- Agents	279	316	365	380	431	•
- Variation en pourcentage	•	13,3	15,5	4,1	13,4	54,5
Volume de productions originales :						
- Heures hebdomadaires	98	168	213,50	238,75	250,40	•
- Variation en pourcentage	•	71,4	27,1	11,8	4,9	155,5
Volume d'émissions diffusées :						
- Heures hebdomadaires	328,32	355,25	382,81	794,15	871,50	•
- Variation en pourcentage	•	8,2	7,8	107,5	9,7	165,4
Volume hebdomadaire de diffusion en 1986 :						
- Français			661,5 heures.			
- Anglais			54,2 heures.			
- Portugais			35 heures.			
- Espagnol			60 heures.			
- Russe			7 heures.			
- Polonais			11,3 heures.			
- Roumain			7 heures.			
- Allemand			28 heures.			
- Serbo Croate			3,5 heures.			
- Vietnamien (quatrième trimestre 1986)			3,5 heures.			
- Créole			0,5 heures.			
Total			871,5 heures.			

2. UN ACCROISSEMENT TRÈS SENSIBLE DU VOLUME D'ACTIVITÉ, MAIS UN DÉVELOPPEMENT INSUFFISANT EU ÉGARD AUX AMBITIONS DIPLOMATIQUES DE LA FRANCE

2.1. Le plan de développement de R.F.I. a dû être réorienté.

Adopté en mars 1982 par le Gouvernement français, le plan de développement prévoyait des objectifs ambitieux pour R.F.I.

- mondialisation de ses programmes alors que la couverture de R.F.I. se limitait plus traditionnellement à l'Afrique et à l'Europe ;

- multiplication des langues étrangères utilisées qui devraient passer de sept fin 1982 à dix-neuf fin 1987.

2.1.1. *L'extention du champ de diffusion.*

Confrontée à des difficultés d'extension de son champ de diffusion, R.F.I. a dû avec l'accord du ministère des affaires étrangères, réorienter ses axes de développement et privilégier les langues et les programmes que son réseau disponible rendrait le plus efficaces.

Si la mise en service début 1984 du centre de Montsinéry (1) a permis de couvrir l'Amérique latine et les Caraïbes, tout en améliorant sa diffusion en Afrique de l'Ouest, R.F.I. ne dispose toujours pas de moyens techniques lui assurant une couverture efficace de l'Asie et du Pacifique. Cette lacune ne pourra être comblée que dans un délai minimum de trois ans, après l'achèvement d'un centre de diffusion en Asie dont la création a été décidée récemment par le Gouvernement français et dont R.F.I. assurera totalement le financement sur ses ressources propres (2) pour un coût global de l'ordre de 170 millions de francs.

En revanche, R.F.I. a pu accéder pour un coût relativement modeste (inférieur à 1,8 million de francs par an), à un ensemble de

(1) R.F.I. a dû assurer ce prêt de 15 millions de francs à T.D.F. pour la construction d'un quatrième émetteur sur ce site.

(2) Lorsqu'il s'est avéré que les difficultés rencontrées par les partenaires allemands de R.F.I. (Deutsch Welle) au Sri-Lanka interdisaient à R.F.I. de disposer des moyens de diffusion dans cette zone avant cinq ou six ans, des démarches ont été entreprises pour faire aboutir un projet de même nature mais contrôlé entièrement par la France. R.F.I. a élaboré un schéma financier cohérent et obtenu l'autorisation de réunir par le biais de requalification de redevance les capitaux qui lui permettront de financer seule la construction d'un centre de trois émetteurs vraisemblablement dans le sud du Sri-Lanka. La société a désormais l'assurance qu'elle peut atteindre dans une plus grande indépendance l'ensemble des objectifs qui lui avaient été assignés en mars 1982.

réseaux câblés canadiens et nord-américains, ce qui n'était pas prévu au plan de développement. C'est ce dernier phénomène qui justifie pour l'essentiel que, dès 1986, le volume global de diffusion prévu à l'achèvement du plan soit largement dépassé : 847 heures contre 753 heures. Au mois d'avril 1986, le volume de diffusion a même atteint 871,5 heures hebdomadaires avec la création d'émissions spécifiques relayées vers le Pacifique et l'Asie du Sud-Est sur les émetteurs de la radio internationale chinoise à Pékin (dans le cadre d'un accord d'échanges de fréquence entre Paris et Pékin). La dénonciation de cet accord par le Gouvernement français en juillet 1986 a conduit à supprimer ces émissions.

2.1.2. *L'extension des programmes.*

De 1982 à 1986, le volume global de diffusion de Radio France Internationale aura plus que doublé, passant de 415,75 heures à 847 heures par semaine (le volume des productions spécifiques diffusées à l'étranger aura quant à lui progressé de 140,5 % durant la même période).

a) *Le programme en langue française.*

● L'augmentation est de 89,44 % pour la diffusion en langue française (soit + 300 h 75 dont 124 h 25 sur le Canada et le nord des Etats-Unis grâce à la location d'une voie satellite).

● Cependant, le service mondial en français est loin d'être achevé. Si les émissions en langue française vont atteindre dès 1987 une amplitude quotidienne de 24 heures, les émissions spécifiques (en français) qui devaient, dans le plan, être diffusées en parallèle du service mondial en français sur des zones limitées à des heures de grande écoute, n'ont pu être mises au point. L'obstacle majeur est bien évidemment l'insuffisance et l'inadaptation des moyens de diffusion actuels.

b) *Le programme en langues étrangères.*

En ce qui concerne les langues étrangères, la progression est de + 164,15 % (soit + 130,5 heures). Elle porte d'abord sur les émissions vers l'Amérique latine avec la création de 56,5 heures en espagnol et brésilien puis l'Europe de l'Est avec une augmentation de 26,25 heures. Cependant il reste, pour atteindre les objectifs du plan de développement, à créer 66,50 heures fréquence hebdomadaires. L'insuffisance des moyens actuels de diffusion, en particulier vers l'Asie et le Pacifique, a considérablement gêné l'action de R.F.I. dans ce domaine.

2.2. **Son achèvement nécessite un effort financier important.**

L'achèvement du plan de développement dans des conditions optimales nécessiterait environ 153,95 millions de francs de crédits

annuels de fonctionnement. Le budget de R.F.I. serait alors de 516,75 millions de francs (soit 362,8 millions de francs du budget 1987 + 153,95 millions de francs) :

		(En millions de francs.)
- diffusion		248,7
- production		268
Total		516,7

On constate que dans cette hypothèse les coûts de production seraient très inférieurs à la prévision du plan : 268 millions de francs contre 314,7 millions de francs évalués en 1982. L'économie porterait sur les frais de personnel : l'estimation du plan de développement prévoyait un effectif d'environ 700 agents (pour un volume de programmes légèrement inférieur) contre 606 dans l'évaluation actuelle.

En revanche, les coûts de diffusion, en particulier aux tarifs actuels de T.D.F., seraient de 88,6 millions de francs supérieurs à l'estimation 1982.

2.3. Cet effort est pourtant nécessaire, car la place de la France sur les ondes internationales n'est pas à la hauteur de ses ambitions diplomatiques.

L'effort consenti depuis de nombreuses années par des pays voisins comparables à la France et dont les ambitions diplomatiques sont moins affichées montre que si une partie du retard a été comblée, il reste un effort important à réaliser.

**DIFFUSION ET PROGRAMMES
COMPARAISON AVEC LA B.B.C. ET LA D.W.**

(Point au 31 août 1986.)

Stations	Emetteurs d'un moins 100 kw	Heures de programme par jour	
		Langue nationale	Langues étrangères
R.F.I.	28	24,45	17 h. 45 en 7 langues
B.B.C.	80	28	103 heures en 36 langues
D.W.	27	24	60 heures en 32 langues

N.B. : Pour R.F.I., le nombre d'heures de programme intègre les émissions de France-Culture diffusées sur les réseaux câbles canadiens.

3. LE BUDGET DE R.F.I. POUR 1987

3.1. Un budget d'exploitation en faible progression.

Conformément aux indications fournies par l'autorité de tutelle, le budget d'exploitation de R.F.I. a été arrêté à 362,8 millions de francs contre 359,4 millions de francs en 1986.

Cette progression traduit mal l'évolution réelle des moyens dont va disposer R.F.I. en 1987. En effet, des transferts importants de crédits vers le budget d'équipement (émetteur de Sri-Lanka) (1) ou vers celui de l'I.N.A. (2) vont permettre de dégager 14,3 millions de francs pour l'exploitation de la société.

En réalité, les moyens financiers mis à la disposition de R.F.I. pour son exploitation en 1987 progressent de plus de 4,9 % (17.700.000 F) :

- 12.700.000 F au titre de l'effet report des mesures lancées en 1986 et de l'actualisation des frais de personnel ;

- 5.000.000 F pour financer une action nouvelle en 1987.

3.1.1. *Les recettes.*

Le financement des mesures pour 1987 (effet report 1986, extension du service mondial et actualisation des frais de personnel) est assuré à 94,1 % par un accroissement des ressources de redevance qui représente désormais 97 % de l'ensemble de nos recettes. Les recettes de publicité et les produits financiers ont été reconduits en francs courants, alors que les autres recettes commerciales ont été inscrites en progression de 200.000 F par rapport à 1986. R.F.I. a en effet, depuis quelques mois, obtenu des résultats encourageants dans sa recherche de cofinancement d'action de formation aux métiers de la radiodiffusion qu'elle organise en Afrique. La contribution du F.A.S. a été reconduite à son niveau de 1986 (5.250.000 F). Des négociations ont été entamées avec

(1) Pour financer la construction d'un centre émetteur au Sri-Lanka, en coopération avec la Deutsche Welle, R.F.I. avait obtenu d'inscrire chaque année une provision pour charge à répartir (sur la durée de l'accord) de 12.200.000 F. L'abandon du projet au profit d'un plan de construction d'un centre entièrement français a amené à revoir la technique de son financement. C'est désormais sur ses fonds propres que R.F.I. assurera la charge de son installation. Les sommes, consacrées jusqu'en 1987 à la couverture de la provision pour charge à répartir au compte d'exploitation (12.200.000 F), ont donc été transférées à celui des investissements.

(2) La contribution due par R.F.I. à l'I.N.A. au titre de la conservation de ses productions radiophoniques (2.100.000 F) sera désormais versée directement par la redevance à l'établissement.

cet organisme afin d'obtenir l'actualisation d'un versement (qui n'a pas varié en francs courants depuis 1982) afin de réduire, sinon de neutraliser, un déficit sur la production des émissions pour les communautés étrangères en France qui devrait atteindre 1.700.000 F en 1987.

3.1.2. *Les charges.*

L'évolution des charges prévisionnelles de R.F.I. a pour origine :

- la reconduite du budget 1986 ;
- les mesures nouvelles décidées pour 1987.

a) *La reconduite du budget pour 1986.*

Abstraction faite des transferts déjà analysés, la progression du budget pour 1987 par rapport à 1986 à activité constante est de 12,7 millions de francs (+ 3,53 %). Elle résulte de l'actualisation des crédits de personnels (suppression d'un emploi et majoration en glissement de + 1,9 %) : + 2,1 millions de francs, des effets en année pleine des mesures nouvelles lancées en 1986 (notamment extension du dispositif de diffusion de Moyabi et le fonctionnement du quatrième émetteur de Montsinéry) + 11,5 millions de francs, un accroissement des charges et provisions (notamment pour couvrir les éventuelles moins-values de redevance) : 2,5 millions de francs et des mesures négatives de redéploiement internes : - 3,4 millions de francs.

b) *Les mesures nouvelles.*

Grâce à une attribution complémentaire de redevance de 5 millions de francs, R.F.I. aura la possibilité de lancer, en 1987, une mesure essentielle de son plan de développement : le passage à 24 heures sur 24 de ses programmes en langue française.

Son objectif sera, en utilisant de façon optimale les capacités de diffusion dont elle dispose (en attendant la construction du centre émetteur en Asie) la mondialisation de ses programmes en français.

Le coût de trois heures supplémentaires (diffusion incluse) intègre :

- l'attribution de crédits de cachets et piges pour la rémunération de trois animateurs, pigistes et assistants ;
- la location d'une seconde liaison satellite vers le centre émetteur de Montsinéry pour véhiculer en parallèle le français et l'une des deux langues locales (2 millions de francs).

3.2. *Le budget d'équipement.*

Tel qu'il apparaît dans le document budgétaire, le budget d'équipement de R.F.I. s'élève à 14,6 millions de francs. Il est financé pour

3,3 millions de francs par les amortissements et 11,3 millions de francs par la redevance. Ce budget comprend une réserve de 11,3 millions de francs pour la constitution de l'émetteur de Sri Lanka.

Ce budget ne rend pas véritablement compte de l'effort d'investissement qui sera demandé à R.F.I. La société sera en effet obligée de mobiliser en puisant sur ses réserves et sa trésorerie les capitaux permanents nécessaires à la construction de ce centre émetteur. Les discussions engagées avec d'éventuels partenaires comme T.D.F. ne permettent pas à ce jour d'apprécier le montant de la charge que devra supporter R.F.I. en 1987. Le coût global de l'investissement s'élèverait à 170 millions de francs.

*
* *

R.F.I., a jusqu'aujourd'hui, grâce à une gestion saine et des apports conséquents de redevance, pu poursuivre son programme de développement et rattraper une partie de son retard sur ses concurrentes étrangères.

Il s'avère désormais que la redevance ne pourra apporter à la société les financements nécessaires à la poursuite de son développement et que les aléas qui affectent ses encaissements perturberont l'exploitation d'une société dont elle assure 97 % du financement.

Notre rapporteur s'est toujours montré très réservé vis-à-vis du désengagement du ministère des affaires étrangères et du budget général de l'Etat. La politique de débudgétisation poursuivie jusqu'en 1986 et maintenue en 1987 rend la société plus fragile et en fait supporter la charge par des contribuables qui n'en reçoivent pas le service. En outre, l'action radiophonique extérieure est une mission par nature régaliennne qu'il importe à l'Etat d'assurer et de financer.

Le retour progressif à un cofinancement (budget de l'Etat et redevance) garantirait mieux la cohérence de la politique française en matière d'action radiophonique internationale, en redonnant au ministère des affaires étrangères les moyens de la mettre en œuvre. Il apparaît en outre de nature à mieux protéger la qualité des programmes existants en limitant les réductions brutales et imprévisibles des moyens de production, provoquées par les aléas de la redevance. Enfin, il constitue la seule assurance raisonnable de la nécessaire extension de l'action radiophonique extérieure française.

SOUS-CHAPITRE VII

TÉLÉDIFFUSION DE FRANCE

Aux termes de la loi du 29 juillet 1982 sur la communication audiovisuelle, T.D.F. disposait d'un quasi-monopole de la diffusion des programmes de radio (1) et de télévision (mais non de celui des transmissions) ; il emploie 4.100 personnes et son chiffre d'affaires a représenté 2.580 millions de francs en 1986. Le développement de nouvelles activités (télévisions privées, radios locales, satellite de télédiffusion directe) a cependant sensiblement modifié l'activité de l'établissement.

Cette évolution sera accélérée par la mise en application de la loi du 30 septembre 1986. T.D.F. va non seulement être transformé en société, mais surtout ne conservera de monopole qu'à l'égard des entreprises publiques, en nombre plus limité. Pour plus de 40 % de son chiffre d'affaires, T.D.F. sera dès 1987 en position de concurrence pour la diffusion et surtout pour la transmission des signaux. Dans ce contexte nouveau, des questions essentielles vont très rapidement se poser.

Or, si la situation de l'établissement, en 1985 et 1986, a fait apparaître un rétablissement financier, cet équilibre demeure fragile en raison de l'importance de l'endettement de la société.

I. DES RÉSULTATS PROCHES DE L'ÉQUILIBRE

T.D.F. dégage des résultats d'exploitation proches de l'équilibre, ce qui paraît assez logique pour un établissement dont les marges de manœuvre sont somme toute assez réduites puisque plus de 80 % de ses ressources étaient jusqu'alors déterminées par ses relations automatiques avec les sociétés de programme du service public.

Les comptes de l'exercice 1985 font apparaître un résultat bénéficiaire de 11,6 millions de francs, après une année 1984 déficitaire de 8,3 millions de francs.

(1) Seules les radios locales dont la puissance d'émission était inférieure à 500 W pouvaient, légalement, assurer directement celle-ci.

Le total du compte de résultat qui s'établit à 2.649,4 millions de francs en 1985 est en augmentation de 14,1 % par rapport à celui de 1984 qui était de 2.321,3 millions de francs. La part du résultat d'exploitation sur ce total est très largement prédominante avec 2.617 millions de francs de produits et 2.473,4 millions de francs de charges.

Si le montant des produits d'exploitation s'est accru au fur et à mesure du développement de l'activité de diffusion : augmentation de la durée des programmes du service public, arrivée de nouveaux clients privés avec les radios locales privées, puis des télévisions commerciales, l'évolution des charges de l'établissement a été insuffisamment maîtrisée. Conséquence de cette insuffisante maîtrise des charges, T.D.F. n'a pas été en mesure d'autofinancer la plus grande partie de son programme d'investissement, qui a beaucoup augmenté. L'établissement s'est donc régulièrement endetté, ce qui pèse forcément sur ses résultats financiers.

1.1. Une diversification des ressources permise par le développement de l'activité de diffusion et de transmission de l'établissement.

1.1.1. *L'activité de diffusion et de transmission de l'établissement s'est développée avec l'allongement de la durée des programmes du secteur public audiovisuel, les extensions de parc pour réduire les zones d'ombre, le développement des activités outre-mer, l'ouverture de Canal Plus et la mise en service des radios libres et des nouvelles télévisions privées.*

a) *L'allongement de la durée des programmes du service public.*

● Le volume des programmes de Radio France diffusés par l'établissement sur les différents réseaux est le suivant :

En modulation d'amplitude :

Réseau A : France Inter - 0. km	8.533 heures.
0. km	5.888 heures.
F.I.P.	3.650 heures.
Sorbonne	622 heures.

En modulation de fréquence :

Réseau MF 1 : France Inter	8.435 heures.
Réseau MF 2 : France Culture	8.298 heures.
Réseau MF 3 : France Musique	8.472 heures.
Réseau MF 4 : F.I.P.	5.110 heures.

Chacune des stations départementales ou régionales de service public a diffusé en moyenne 6.361 heures de programme.

● Le volume des programmes des sociétés de service public diffusés par T.D.F. en 1985 s'établit comme suit :

Réseau TV 1 (TF 1)	5.272 heures.
Réseau TV 2 (A 2)	5.389 heures. — Antiope Vidéo 260 heures.
Réseau TV 3 (FR 3)	3.112 heures.

Auquel il faut ajouter, en moyenne, 836 heures de programmes diffusés par chaque centre d'actualités télévisées régionales.

b) *Les extensions des réseaux pour réduire les zones d'ombre.*

La situation de ces réseaux au 1^{er} janvier 1986 était la suivante :

TV 1 (TF 1)	112 émetteurs, 2.924 réémetteurs.
TV 2 (A 2)	112 émetteurs, 2.901 réémetteurs.
TV 3 (FR 3)	116 émetteurs, 2.827 réémetteurs.

Depuis le dernier recensement communiqué dans le cadre du rapport d'exécution du cahier des charges 1984, ont été mis en service seulement des réémetteurs :

206 pour TF 1.
195 pour A 2.
177 pour FR 3.

Par ailleurs, fin 1985, 215 réseaux communautaires distribuaient au moins les 3 programmes nationaux à 24.700 foyers raccordés (35 réseaux ont été créés depuis le dernier recensement communiqué, avec une couverture de 3.200 abonnés supplémentaires).

Au total, l'amélioration de la couverture par des stations de réémission diffusant les 3 programmes nationaux ou par des réseaux communautaires distribuant au moins ces 3 programmes a concerné 70.000 habitants environ.

c) *Le développement des activités outre-mer.*

Les réseaux de télévision outre-mer comprenaient au 1^{er} janvier 1986 :

TV 1 : 100 émetteurs ou réémetteurs.
TV 2 : 17 émetteurs ou réémetteurs.

En 1985, ont été mis en service :

3 réémetteurs TV 1 en Nouvelle-Calédonie.

8 émetteurs ou réémetteurs TV 2 (2 en Guyane, 3 à Saint-Pierre-et-Miquelon, 3 à la Réunion).

Il convient d'y ajouter l'installation de 11 émetteurs radio FM.

Ces extensions ont permis de diffuser pour le compte de R.F.O.

(En heures de programmes.)

	Radio	T.V. 1	T.V. 2
Martinique	6.684	2.728	1.196
Guadeloupe	6.519	2.645	1.201
Guyane	6.230	2.895	35
Saint-Pierre-et-Miquelon	6.655	2.545	154
Réunion	6.551	2.867	1.090
Nouvelle-Calédonie	6.218	2.896	•
Polynésie	5.985	2.739	•

La montée en régime de la deuxième chaîne de télévision de R.F.O. s'est poursuivie en 1986.

d) *L'ouverture de Canal Plus.*

● Au 1^{er} janvier 1986, ce réseau comptait 102 équipements de diffusion. Depuis le dernier recensement communiqué, 44 émetteurs ou réémetteurs ont été mis en service, permettant la diffusion en 1985 de 7.752 heures de programmes.

● La couverture du réseau de Canal Plus a été achevée au cours de l'année 1986.

e) *La mise en service des radios locales privées et des télévisions commerciales.*

Au 1^{er} janvier 1986, 184 stations étaient exploitées par l'établissement en métropole et 16 dans les D.O.M.-T.O.M.

● Des réseaux en modulation de fréquence pour quatre clients privés (RTL, Europe 1, RMC, Sud Radio) ont été ouverts à la fin du premier semestre 1986.

● Deux réseaux multivilles, celui de la « 5 » et celui de TV 6, ont pu être ouverts dès février 1986, six mois après la décision du Gouvernement de lancer ces projets : la couverture a été progressivement étendue aux zones prévues suivant un calendrier qui a respecté les objectifs contractuels.

L'extension des réseaux et le développement des services de radio et de télévision est accompagnée d'un accroissement du volume des

prestations techniques que T.D.F. est susceptible de proposer (transmission, fourniture de relais mobiles...), malgré quelque retard pour ce qui concerne le réseau de la « 5 ».

1.1.2. Il en résulte un accroissement très sensible du chiffre d'affaires de l'établissement et une modification progressive de la structure de sa clientèle.

L'évolution du chiffre d'affaires – qui représente 87 % des produits d'exploitation – apparaît au regard des chiffres ci-après ventilés par nature de prestations et par client.

1. - PAR NATURE DE PRESTATION.

(En millions de francs.)

	1985	Part C.A. (en pourcentage)	1984	Part C.A. (en pourcentage)	Évolution (en pourcentage)
Diffusion	1.837,7	80,7	1.593,6	82,6	15,3
Locations de faisceaux hertziens et circuits	327	14,4	250,1	13	30,7
Prestations relais mobiles	45,7	2	37,3	1,9	22,5
Prestations réseaux communautaires	9,5	0,4	7,3	0,4	30,1
Prestations d'ingénierie de contrôle et d'expertise	7,2	0,3	16,8	0,9	- 57,1
Prestations pédagogiques ...	3,1	0,1	2,2	0,1	40,9
Autres prestations	6	0,3	2,4	0,1	150
Ventes de marchandises	18,9	0,8	10	0,5	18,9
Produits ex. antérieurs	20,9	0,9	9,9	0,5	111,1
	2.276		1.929,6		18

Si 80 % de l'évolution du chiffre d'affaires concerne les prestations de diffusion, on peut observer comme l'an passé une forte progression de la demande de relais hertziens mobiles.

En outre, les ventes de marchandises qui étaient en baisse en 1984 affichent un fort accroissement du fait de la vente de 10.906 décodeurs à l'Inde.

2. - PAR TYPE DE CLIENTÈLE

(En millions de francs.)

	1985	Part C.A. (En pourcentage)	1984	Part C.A. (En pourcentage)	Evolution (En pourcentage)
Sociétés groupe audiovisuel ...	1.983,5	87,1	1.810,8	93,8	9,5
Autres clients	224,7	9,9	66,9	3,5	235,9
Divers	67,8	3	51,9	2,7	30,6
	2.276		1.929,6		18

La progression de la part de la clientèle extérieure au groupe audiovisuel dans le chiffre d'affaires - du fait de la transformation du paysage audiovisuel - est très importante, celle-ci intervenant pour 46 % dans l'accroissement des recettes de l'établissement public en 1985.

L'évolution s'est encore accélérée en 1986. Selon les prévisions contenues dans le budget modifié de l'établissement, les sociétés nationales de programme ne devaient représenter que 81,7 % des recettes de prestation, alors que la clientèle privée représenterait 18,3 %. En 1987, le chiffre d'affaires supplémentaire apporté par les chaînes de télévision privées atteindrait 93,8 millions de francs (3,35 % des produits), dont 62,2 millions de francs pour la « 5 » et 31,6 millions de francs pour TV 6.

Le tableau ci-dessous indique par nature de prestation et par client les produits d'exploitation en provenance des services de télévision attendus par T.D.F. pour 1986.

BUDGET PRÉVISIONNEL 1986

Produits d'exploitation concernant les sociétés de télévision.

(En millions de francs.)

	TF 1	A 2	FR 3	RFO*	Canal Plus	La 5	TV 6	TMC	Télévisions étrangères
A. - Diffusion (1)	380,5	384,6	368	87,3	187,2	42,8	21	6,7	.
B. - Transmission :									
● Liaisons de diffusions T.D.F.	42,7	43,4	43,3	.	36,3	.	.	1,2	.
● Liaisons diffusion satellite Télécom 1 louées à la D.G.T.	13,5	8,8	.	.
● Liaisons de production T.D.F.	8	7,8	23,2	0,9	1,0
● Relais mobiles	17	11,6	6,6	2,3	1,2	1,2	.	.	.
● Circuits loués à la D.G.T. ou aux administrations étrangères refacturés aux sociétés (hors liaisons de diffusion pour La 5 et TV 6)	29,9	29,7	7	.	30,8	3,2	.	.	.
● Circuits T.D.F. vendus aux clients étrangers	50
Sous-total Transmission (2) ...	97,6	92,5	80,1	34	40,7	14,2	8,8	1,2	50
C. - Têtes de réseaux (3)	50,9	54,7	22,7	1,2	5,6	5,2	1,8	.	50
Totaux (1) + (2) + (3)	529,1	531,8	460,8	122,5	233,5	62,2	31,6	7,9	50

* Produits Radio et Télévision.

1.2. Une évolution insuffisamment maîtrisée des charges de l'établissement.

Hors amortissement et provisions, les dépenses du budget de fonctionnement se sont élevées à 1.837,9 millions en 1985, contre 1.658,8 millions de francs en 1984 (+ 10,8 %).

Sur ces totaux, les charges de personnel ont représenté respectivement 957,2 millions de francs et 52,1 % en 1985 au lieu de 855,2 millions de francs et 51,6 % en 1984, soit une progression de 11,9 %, supérieure à l'augmentation moyenne des charges.

En outre, la sous-traitance et les service extérieurs ont connu eux aussi une progression rapide, passant de 345,4 millions de francs, soit 20,8 % du budget de fonctionnement en 1984, à 412,4 millions de francs (+ 19,4 %), soit 22,4 % dudit budget.

1.2.1. *L'accroissement sensible des charges de personnel.*

La progression entre les deux exercices procède d'une part de l'augmentation des effectifs rémunérés, d'autre part des évolutions salariales.

a) *L'augmentation des effectifs.*

L'effectif moyen rémunéré a été de 4.109 en 1985 contre 3.867 en 1984, soit une augmentation de 6,20 %.

Au cours des dernières années les effectifs réels de T.D.F. ont franchi deux paliers importants d'augmentation, comme l'indiquent les chiffres suivants :

Fin 1981	Fin 1982	Fin 1983	Fin 1984	Fin 1985	Effectif autorisé 1986
3.522	3.721	3.716	4.196	4.104	(1) 4.172

(1) Y compris 140 emplois gagés sur emplois bloqués au ministère des P.T.T. et pris en charge financièrement sur les ressources propres de T.D.F.

Pour partie, il s'agit d'intégrations de personnels classés hors effectifs : en 1982 intégration de 95 surnuméraires, et en 1984 intégration de 138 personnels de nettoyage par application de la convention collective, ainsi que de 68 personnes précédemment gérées par R.F.O.

Pour le solde, il s'agit de créations nettes d'emploi liées à l'augmentation d'activité. Celle-ci s'est accrue avec l'extension des durées de programmation des sociétés nationales de programme, l'ouverture de Canal Plus, puis de TV privées, ainsi que de radios locales, et avec les extensions toujours poursuivies, bien que de plus en plus discutables, du parc des réémetteurs.

b) *Les évolutions salariales.*

Le tableau ci-après donne la ventilation des charges par nature et leur évolution :

(Millions de francs.)			
	1985	1984	Evolution
Traitements/Congés payés	572,5	515,7	11 %
Heures supplémentaires	21,7	17,8	21,5 %
Primes/Indemnités	97,8	85,6	14,3 %
Rémunérations	692	619,1	11,8 %
Charges sociales et de prévoyance	233,5	208,8	11,8 %
Autres charges sociales	31,7	27,3	16 %
Total	957,2	855,2	11,9 %

Malgré la progression des effectifs, on note une nouvelle augmentation importante de 21,5 % des heures supplémentaires entre les deux exercices (44 % depuis 1983). La croissance rapide de ce poste est probablement révélatrice d'une tension sur les effectifs en raison de l'accroissement d'activité, mais elle peut aussi être l'indication qu'une révision des conditions de travail et d'établissement des tableaux de service serait souhaitable.

Les progressions salariales ont été contenues dans le cadre de l'accord de groupe qui a eu pour effet une augmentation des rémunérations de 4,5 % en niveau et de 5,83 % en masse.

Enfin l'incidence des mesures d'intégration dans la nouvelle convention collective a été prise en compte en année pleine 1985.

Pour 1986, le budget modifié approuvé le 4 juillet prévoit un accroissement de 5,3 % des charges de personnel de l'établissement, qui s'élevaient à 1.007,7 million de francs, soit 50,9 % des dépenses de fonctionnement.

Cet accroissement résulte de la création de 55 emplois budgétaires et des glissements de salaires (+ 4,1 %).

1.2.2. *L'accroissement rapide de la charge des services extérieurs et de la sous-traitance.*

Cette catégorie de dépenses fait apparaître une forte évolution comparée à celle constatée au cours de l'exercice précédent (19,4 % contre 11,5 %).

a) La cause principale de cette évolution provient, à concurrence de 48 %, des frais de circuit (129,7 millions de francs) qui affichent une progression de 33,2 % contre 6,6 % en 1984. Les frais de circuit sont liés au volume des demandes des sociétés de programme auxquelles ils sont refacturés.

Leur progression n'est donc pas en elle-même inquiétante. Ce qui l'est davantage, c'est la lenteur de la facturation, qui pose des problèmes de trésorerie à T.D.F. et soulève ces contestations avec les sociétés de programme qui « découvrent » avec surprise des dettes vieilles d'une ou plusieurs années. La situation n'est certes pas, lorsqu'il s'agit des circuits internationaux, totalement imputable à T.D.F. mais n'en devrait pas moins faire l'objet d'efforts pour remédier à ces retards grandissants.

b) Autres locations - charges locatives et réparations : cette catégorie de dépenses atteint 196,5 millions de francs en 1985 contre 94,5 millions de francs en 1984, soit 12,7 % d'augmentation. La révision triennale du bail de l'immeuble du siège explique une partie de cette différence, mais on constate aussi une forte progression des locations de matériel (82,6 %) et des réparations de matériel et d'équipements techniques (29,2 %). En revanche, les locations de véhicules ont diminué (- 21 %).

c) Une augmentation démesurée du « train de vie » de la société :

(En millions de francs.)

	1985	1984	Pourcentage
Personnel extérieur et honoraires	6,4	5	+ 28 %
Déplacements / missions / réceptions	31,1	25,7	+ 21 %
Publicité / publications / relations publiques	3,2	6,5	+ 103 %

Selon le rapport du contrôleur d'Etat sur les comptes de l'exercice 1985, ces fortes augmentations s'expliquent partiellement ainsi :

« ● *Le recours à des personnels intérimaires s'est fortement accentué en 1985, et il a été nécessaire en 1986 de freiner ce mouvement.*

« ● *Les déplacements et missions à l'étranger ont doublé entre les deux exercices.*

« ● *Enfin, non seulement la participation aux foires et expositions a fortement augmenté (+ 72 %), mais encore le précédent président de T.D.F., M. Schoeller, a décidé sans autorisation budgétaire le lancement d'une campagne publicitaire de 1,1 million de francs. Le règlement de cette dernière affaire a fait l'objet d'un compte rendu particulier.* »

Cette catégorie de dépenses devrait connaître en 1986 une croissance encore plus importante (+ 26,2 %), atteignant 520,4 millions de francs. Il importe donc que T.D.F. parvienne, en améliorant son système de facturation et en réduisant son train de vie, à maîtriser cet ensemble de charges, et ceci dans les meilleurs délais.

1.3. Une politique d'investissement à bout de souffle.

1.3.1. Une distorsion très forte entre le montant des investissements engagés et la capacité à autofinancement de l'établissement.

De 1981 à 1985, les investissements se sont fortement accrus (+ 42 %), passant en francs constants 1985 de 683 à 969 millions de francs. Ces investissements (4,3 milliards de francs au total en francs constants) sont imputables à hauteur de 18,6 % au satellite de télédiffusion directe TDF 1. Quant aux autres investissements, ils sont dus pour 8 % à la recherche, pour 45 % au renouvellement de l'équipement et à l'amélioration de la productivité, et pour 44 % à l'extension des réseaux, qui a concerné à la fois le secteur public (25 %) et le secteur privé (19 %) (1).

Toutefois, après la forte croissance des investissements des années précédentes, 1985 a marqué une baisse.

Les paiements sur investissements se sont élevés à 968,9 millions de francs en 1985. Ils se répartissent ainsi :

(En millions de francs.)

Satellites	Hors satellites
182,8	786,1 dont : TV privées 121 radios privées 25,4

Les engagements hors satellites ont été de 694 millions de francs, dont 180 millions de francs pour les télévisions privées. 1985 est très en retrait par rapport aux engagements des trois années antérieures hors satellites, qui ont été de 809 millions de francs en 1982, 908 millions de francs en 1983 et 931 millions de francs en 1984.

Or les résultats de l'établissement au cours de cette période se sont révélés insuffisants pour que les possibilités d'autofinancement accompagnent la croissance des investissements.

(1) Canal Plus : 244 millions de francs ; télévisions privées : 37 millions de francs ; radios locales : 27 millions de francs.

La capacité d'autofinancement de l'établissement dépend donc essentiellement des dotations aux amortissements, fonction des investissements antérieurs.

La croissance des investissements ayant été plus rapide que celle des dotations aux amortissements, T.D.F. n'a pu « autofinancer » qu'une part de plus en plus réduite de ces investissements. L'autofinancement, qui couvrait 79 % des investissements en 1981 (91 % si l'on ne tient pas compte du satellite T.D.F. 1), n'ent couvrait plus que 66 % en 1985 (82 % hors satellite).

1.2.3. T.D.F. a dû dégager des ressources nouvelles.

Pour financer ses investissements, et particulièrement ceux du satellite, T.D.F. a dû dégager des ressources nouvelles.

Plusieurs moyens ont été utilisés pour parvenir à cette fin :

1.2.3.1. *Un recours massif à l'emprunt, tant auprès du F.D.E.S. pour le programme de satellite T.D.F. 1/T.D.F. 2 qu'auprès du secteur bancaire pour le financement des réseaux de Canal Plus et des télévisions privées.*

a) Dès 1980, T.D.F. a été autorisée à emprunter 156,75 millions de francs auprès du FDES pour finir le satellite T.D.F. 1. Cette première autorisation fut suivie d'une deuxième en 1984 pour 75 millions de francs, puis d'une troisième en 1985 pour 210 millions de francs. Au total 441,75 millions de francs ont été mobilisés suivant le calendrier ci-dessous :

(Millions de francs.)

1981	1982	1983	1984	1985	1986
82	74,75	.	75	32	178

b) Pour le financement des nouveaux réseaux (Canal Plus et télévisions privées) et de la diffusion des radios locales privées, T.D.F. a été autorisée à emprunter auprès des banques depuis 1984 pour un montant cumulé de 553 millions de francs, 120 millions de francs en 1984 pour le financement de Canal Plus, puis 90 millions de francs en 1985 pour le même réseau, et enfin, en 1986, 8 millions de francs pour les émetteurs destinés à la diffusion des radios locales privées et 335 millions de francs pour financer les équipements de transmission et de diffusion des télévisions commerciales, dont la totalité n'a pas été mobilisée.

1.3.2.2. *Le versement par l'Etat de dotations en capital, prélevées tant sur le produit de la redevance (927,2 millions de francs de 1982 à 1986) que sur le budget de l'Etat (180 millions de francs de dotation et 290,75 millions de francs de subvention d'équipement) et cela tant pour le satellite (602,2 millions de francs) que pour les autres équipements (795,8 millions de francs).*

(Millions de francs.)						
	1982	1983	1984	1985	1986	Montant cumulé
Dotations en capital	•	70	110	•	•	180
Dotations en redevance	261,7	152,05	212,5	105	196	927,25
Subvention d'équipement	9,5	28,05	121,2	64	68	290,75
Total	271,2	250,1	443,7	169	264	1.398

1.3.2.3. *T.D.F. a dû en outre réduire son fonds de roulement et sa trésorerie disponible, ce que notait votre rapporteur dans son rapport précédent (1).*

(En millions de francs.)				
	1982	1983	1984	1985
Evolution du fonds de roulement	286	217	168	246
Disponibilités de trésorerie au 31 décembre	233,5	165,3	28,2	125

La situation du fonds de roulement s'est redressée en 1985 : + 78 millions de francs (2).

De même les liquidités de trésorerie, qui s'élevaient à 28 millions de francs au 31 décembre 1984, s'élevaient à 125 millions de francs à la clôture de l'année 1985.

Dans son rapport sur l'exercice 1985, le contrôleur d'Etat s'interroge sur la nécessité pour l'établissement de disposer dans les années

(1) Sénat, n° 91, tome III, annexe n° 47, page 241.

(2) Encore convient-il de nuancer cette appréciation. En effet, la valeur de variation présentée ci-dessus résulte de la seule analyse comptable, mais il convient de signaler que le différé de paiement de Canal Plus resté comptablement dans les actifs circulants alors qu'il s'agit d'une créance récupérable seulement à moyen terme. Dès lors, économiquement, la variation positive du fonds de roulement doit plutôt être appréciée à 24 millions de francs.

futures d'un fonds de roulement plus conséquent. « En effet, malgré la saisonnalité caractérisant les recettes de redevance et celles de la publicité qui constituent les principaux produits d'exploitation des sociétés de l'audiovisuel, les versements à T.D.F. sont faits sur une base non modulée, et à échéance moyenne de 30 jours. Ainsi, T.D.F. qui à part ses personnels, paye ses charges avec un délai jamais inférieur à trente jours, mais plutôt de l'ordre de 45 à 60 jours, n'a eu jusqu'à présent que des besoins négatifs en fonds de roulement. La modification d'origine du chiffre d'affaires qui caractérise déjà la gestion actuelle, mais surtout qui va se marquer à partir de 1987, fera apparaître des besoins en fonds de roulement selon les modalités de paiement qui seront convenues avec les clients. »

d) Diminuer en 1985 les investissements de renouvellement des réseaux, notamment celui d'Antenne 2, qui apparaît comme le plus vétuste. Il s'en est suivi d'ailleurs une dégradation des relations entre l'établissement de diffusion et la société de programme. Votre rapporteur considère, et la loi du 30 septembre 1986 le réaffirme, que la mission principale de T.D.F. est la diffusion des émissions du service public. Celle-ci doit donc être assurée avec le maximum d'efficacité et de régularité. T.D.F. a eu, ces dernières années, tendance à sacrifier quelque peu le service rendu à une clientèle captive, pour consentir davantage d'efforts en faveur de sa nouvelle clientèle privée, sur un marché plus concurrentiel.

Le projet de satellite de télédiffusion directe a donc modifié de façon importante la physionomie de l'établissement. Les dépenses concernant le premier satellite T.D.F. 1 et non prises en charge par le Centre national d'études spatiales ont été financées à hauteur des trois quarts environ (750 millions de francs sur 1.030) sur des ressources externes. En revanche, le financement du second satellite T.D.F. 2 sera du domaine des capitaux privés. Et, pour l'heure, il demeure sans solution.

1.3.3. Cette pratique a eu pour conséquence un alourdissement de la charge de la dette de l'établissement.

Si la part des capitaux empruntés demeure au bilan dans des limites que l'on peut encore qualifier de raisonnables, n'atteignant pas en 1985, 20 % des capitaux permanents de l'établissement, votre rapporteur note tout de même l'évolution très rapide du ratio endettement/capitaux permanents depuis 1983 :

	Endettement	Capitaux permanents	Ratio
1983	266,6	2.554	0,10
1984	438,8	2.981	0,15
1985	623	3.467	0,18

Il s'inquiète aussi de l'évolution de la charge de la dette de l'établissement pour les années à venir, ce qui alourdira dangereusement le résultat financier, comme le montre le tableau ci-dessous :

(En millions de francs)

	Dette au 31 décembre	Annuités de remboursement (capital + frais financiers)		
		F.D.E.S.	Autres	Total
1986	628,44	23,76	41,22	64,98
1987	919,44	36,76	66,50	103,26
1988	894,17	36,74	81,94	118,68
1989	829,85	36,75	117,8	154,55
1990	740,57	36,74	139,53	176,27
1991	570,5	36,68	210,3	246,98
1992	367,9	36,74	194,38	231,12
1993	252,34	36,74	148,68	185,42
1994	134,39	36,73	105,78	142,51
1995	96,03	36,73	14,14	50,87
1996	54,74	36,73	12,96	49,69

La loi de finances pour 1987 autorise T.D.F. à emprunter 180 millions de francs pour la réalisation des réseaux de télévisions commerciales et de radios périphériques diffusés en FM.

La consolidation des emprunts contractés auprès du F.D.E.S. pour la mise en œuvre du programme TDF 1 - TDF 2, envisagé lors du conseil d'administration du 14 mars 1986, allégerait sensiblement les annuités de remboursement de l'établissement et lui permettrait d'accroître sa capacité d'autofinancement.

1.4. La persistance de charges indues et de créances douteuses.

1.4.1. *Les charges indues.*

Outre le développement d'investissements lourds, comme le programme de satellite TDF 1 - TDF 2, l'établissement s'est vu confier à titre principal ou comme associé des missions qui ne relevaient que de très loin de sa vocation !

Cette pratique a eu pour conséquence l'engagement de T.D.F. par l'intermédiaire de ses filiales sur des marchés risqués, l'établissement se trouvant, à l'évidence, dans l'obligation de supporter le passif de ses filiales ou d'accroître ses engagements par des augmentations de capital.

Le contrôle d'Etat a depuis longtemps appelé l'attention des pouvoirs publics sur ces entreprises, qui constituent un alourdissement certain pour T.D.F.

a) *Sofratev et A.D.E.T.E.*

L'activité de Sofratev, filiale à 67,95 % de T.D.F., s'articule autour de trois axes : ingénierie, opération clés en mains, promotion de la vidéographie diffusée à l'étranger (pour le compte de T.D.F.).

Le chiffre d'affaires de Sofratev est passé de 22,4 millions de francs en 1983 à 32,5 millions de francs en 1985. La part de l'ingénierie et opérations clés en main dans ce chiffre d'affaires est passée de 64 % en 1983 à 78 % en 1985, tandis que la part de la promotion de la vidéographie (subventionnée par T.D.F.) baissait de 36 % en 1983 à 22 % en 1985. Cette tendance s'accroîtra en 1986 où la vidéographie ne devrait pas représenter plus de 5 % du chiffre d'affaires.

Le résultat, équilibré en 1983, était de + 867.000 F en 1985, après impôt sur les bénéfices de 1.196.000 F.

Cette société était malade de ses deux filiales, l'A.D.E.T.E., dont elle détenait 51 % du capital, et Vidéographie Systèmes (V.S.), dont elle détenait 8 % du capital jusqu'à la clôture de son activité en 1984 (Sofratev a cédé sa participation au franc symbolique à C.S.I.).

L'agence pour le développement de la télévision en Arabie saoudite (A.D.E.T.E.), créée en 1975 dans le cadre d'un protocole intergouvernemental pour le développement de la télévision couleur dans le Royaume (système Secam), s'est trouvée confrontée à un ralentissement très net des affaires lancées par le gouvernement saoudien dans le domaine des investissements de télévision et des retards de paiement de plus en plus sérieux de la part de ce gouvernement à partir de 1983.

Or l'agence n'avait pas constitué les réserves financières suffisantes pour faire face à cette période de fin de mandats, au cours de laquelle de nombreuses charges continuaient à courir pour elle, tandis que les recettes devenaient très marginales.

Elle dut alors faire appel à des facilités bancaires sur place, qui furent cautionnées par T.D.F. et la S.C.E.T.-Internationale, coactionnaire avec Sofratev de l'A.D.E.T.E. (1).

Un plan d'économie fut alors mis en place avec réduction progressive des effectifs.

Bien que le protocole intergouvernemental dans le cadre duquel agit l'A.D.E.T.E. ait été renouvelé au début de 1985, l'A.D.E.T.E. a été amenée, faute d'un programme suffisant d'affaires nouvelles de la part des Saoudiens, à retirer totalement ses personnels d'Arabie saoudite au premier semestre de 1986.

Financièrement, T.D.F. a largement participé à soutenir la société :

- 6 millions de francs de subvention d'équilibre versés en 1985 ;
- 1 million de francs de subvention en 1986 ;
- 1 million de francs de travaux pris en charge par T.D.F. en 1986 ;
- 2,7 millions de francs d'avance en compte courant en 1985, destinés à être consolidés en participation au capital (opération pour laquelle l'accord des tutelles n'a pas été donné).

En outre, de nombreuses créances de T.D.F. sur l'A.D.E.T.E. n'ont pas été réglées par cette société.

Aujourd'hui la société est mise en sommeil, dans l'attente de solutions éventuelles à négocier entre gouvernements.

b) Somera (2).

Filiale de T.D.F. à 45 % (le capital restant appartient à R.M.C.), la Somera diffuse son programme à partir de Chypre en direction des pays du Moyen-Orient.

En 1983, à la suite de la suppression de la subvention du ministère des relations extérieures (3 millions de francs) et de la diminution des contrats publicitaires, la société a connu un déficit important (4,2 millions de francs). Un plan de redressement a été mis en œuvre en 1985.

T.D.F. a été amenée à cautionner un découvert bancaire de la société pour un an, à compter d'avril 1985, de 2 millions de francs.

D'autre part, pour permettre à la société de reconstituer sa trésorerie et poursuivre son activité, une augmentation de capital a été décidée (5 millions de francs pour R.M.C., 4 millions de francs pour T.D.F.). T.D.F. a versé au début de 1986 ses 4 millions de francs sous forme d'avance en compte courant, qui devrait être consolidée en apport en capital.

(1) Ces cautions ont été restituées au début de 1985, à la suite de l'amélioration de la trésorerie de l'A.D.E.T.E., elle-même réalisée en grande partie grâce à des subventions et avances de T.D.F.

(2) Voir *infra* p. 419.

Or il s'avère que :

- l'évolution de l'audience, jusqu'à présent importante de cette radio, connaît un net tassement depuis 1985 ;

- et que les perspectives de développement du marché publicitaire et provenance de la région sont très compromises (20 millions de francs escomptés en 1986 au lieu de 50 millions de francs perçus).

T.D.F. s'est donc trouvée entraînée, à titre d'actionnaire, à participer à une augmentation de capital, décidée par l'Etat au titre de l'action extérieure, alors même que l'opération s'avère très risquée sur le plan financier. En outre, la privatisation annoncée de R.M.C. risque de remettre en cause le capital de la Somera (les repreneurs éventuels n'étant, par nature, pas intéressés par la reprise de cette filiale déficitaire), il serait préjudiciable que T.D.F. se retrouve engagée au-delà de sa participation actuelle.

Entre toutes ces sociétés existe un point commun. Elles ont toutes été créées à l'initiative des pouvoirs publics pour atteindre des objectifs étrangers aux missions statutaires de T.D.F. : un objectif de développement de la culture et de la présence françaises à l'étranger pour la Somera, un objectif que l'on peut qualifier de politique extérieure pour l'A.D.E.T.E., un objectif industriel et de commerce extérieur pour V.S.

T.D.F. n'a pas à supporter le coût financier de ces politiques et, à travers l'établissement public, les contribuables de la redevance à en supporter le poids.

Votre rapporteur s'inquiète également de la création en 1987 d'une nouvelle charge induite pour l'établissement. Il est en effet prévu que T.D.F. ne facturerait pas à la C.N.C.L. les frais exposés pour la planification et le contrôle des fréquences, alors que ces compétences appartiennent désormais à l'autorité indépendante. Cette règle, que votre rapporteur espère exceptionnelle et très provisoire, a pour effet de laisser à la charge de T.D.F. une dépense de 100 millions de francs en 1987.

1.4.2. *Les créances douteuses.*

Dans son précédent rapport, votre rapporteur s'était inquiété du développement des créances de la société.

Il a enregistré, pour 1985 et les premiers mois de 1986, avec satisfaction :

- le règlement par les sociétés de programme d'une grande partie de leur dette ;

- la suppression de la provision Canal Plus, en raison des résultats devenus florissants de la société.

Toutefois, il s'étonne du maintien de certaines créances de télévision étrangère dont certaines sont très onéreuses, pour 21 millions de francs. Il regrette que la situation de T.M.C. (filiale de R.M.C. et donc de la Sofirad) vis-à-vis de T.D.F. se soit même détériorée en 1986 puisque sa dette atteint 14 millions de francs. Votre rapporteur souhaite que les autorités de tutelle interviennent dans les meilleurs délais pour régler cette situation.

Enfin, il constate avec inquiétude l'accroissement des provisions que T.D.F. est obligée de constituer pour se prémunir contre la défaillance de certaines radios locales privées. Il souhaite que l'établissement se montre plus judicieux et contrôle la solidité financière des sociétés faisant appel à ses services.

2. LES CONDITIONS NOUVELLES D'ACTIVITÉ IMPOSENT À T.D.F. DE PROFONDES MUTATIONS.

La loi du 30 septembre 1986 sur la liberté de communication aura pour conséquence :

- une modification du statut de l'établissement, dont les missions évoluent par rapport à la loi du 29 juillet 1982 ;
- une transformation importante de la nature de son activité, désormais plus orientée vers l'exploitation commerciale.

En outre, le désengagement progressif de l'Etat du programme de satellite de diffusion directe amène T.D.F. à rechercher des partenaires privés pour le financement de TDF 2.

2.1. Une modification du statut et des missions.

- La loi prévoit le changement de statut de T.D.F., l'établissement public industriel et commercial se transformant en société anonyme dont la majorité du capital doit cependant rester la propriété de personnes publiques.

T.D.F. ne sera donc plus soumise aux règles de la comptabilité publique et n'aura plus d'agent comptable.

Des personnes privées pourront participer à son capital.

- Les missions de T.D.F. sont redéfinies. Ces attributions de nature régaliennne (le plan de répartition ou la « police des fréquences »)

sont transférées à la Commission nationale de la communication et des libertés.

T.D.F. reste chargée de la diffusion et de la transmission des programmes des sociétés nationales de service public, mais pour les autres exploitants de services de communication audiovisuelle, radios ou télévisions privées, ou sociétés d'exploitation de câbles, T.D.F. ne peut qu'offrir ses services de diffusion et de transmissions « concurrentement avec d'autres opérateurs », et perd ainsi sa situation de monopole.

2.2. T.D.F. se trouve placée en situation de concurrence.

Placée en position de concurrence, T.D.F. va devoir réagir rapidement pour adapter sa position sur un marché dont une partie réduite seulement lui reste garantie.

Les activités de transmission et de diffusion pour le compte de l'ensemble des sociétés du service public représentent 57 % des produits attendus (au lieu de 76 % en 1986 en raison de la privatisation de TF 1).

Les recettes d'exploitation en provenance de la clientèle privée devraient plus que doubler. En effet, les recettes provenant des clients privés représentent, si l'on y inclut TF 1, 36 % des produits attendus en 1986 (dont 18 % pour TF 1).

Les services commerciaux vont être appelés à un nouvel effort, tandis que le problème des tarifs devra être soumis à un nouvel examen.

2.2.1. *Les tarifs de T.D.F. manquent de clarté et de neutralité.*

Depuis 1984, T.D.F. applique à ses clients (1) un système de facturation des prestations reposant sur des barèmes détaillés pour chacun des éléments constitutifs de réseaux (émetteurs de diverses catégories, réémetteurs, liaisons).

Ce mode de facturation a été substitué à un régime de contributions devenu source de contestations. Seulement, il a été dès le départ convenu que cette substitution devait être globalement neutre, dans les relations financières de T.D.F. et des sociétés nationales de programme. Aussi se révèlent-ils source de distorsions car ils intègrent très imparfaitement les éléments composant des prix de revient et la marge recherchée. La comptabilité analytique en cours de rénovation n'a pas

(1) Il a été appliqué à partir de 1984 aux sociétés nationales de programme, puis à la fin de 1984 à Canal Plus et au début de 1986 aux autres télévisions privées (la Cinq et la Six), ainsi qu'aux quelques radios privées clientes de T.D.F. Les conventions passées avec ces nouveaux clients ont d'ailleurs introduit des clauses de bonus/malus.

encore permis de bien cerner les impacts financiers des différents produits. En outre, les bases de ce tarif ne sont pas connues des sociétés de programme, ce qui nuit évidemment à la transparence de leurs relations avec l'établissement de diffusion.

L'analyse de ces tarifs fait ressortir quelques distorsions éloquentes :

— une répartition non homogène des frais généraux conduit à surfacturer la diffusion proprement dite d'un peu moins de 10 % alors que les têtes de réseau et la partie mobile des transmissions pour lesquelles T.D.F. est dans une situation concurrentielle sont nettement sous-facturées ;

— au sein de la diffusion de la télévision, la tarification appliquée aux émetteurs et aux réémetteurs n'obéit pas aux mêmes principes et ne correspond pas aux rapports de coûts. L'absence de prise en compte du critère de population desservie dans la facturation des réémetteurs alors que ce critère est utilisé pour les émetteurs conduit à minorer le prix des extensions de parc de réémetteurs réalisées au cours des dernières années pour améliorer la réception dans des zones de faible population, et aboutit à limiter le nombre de fréquences disponibles ;

— à l'inverse, le critère de puissance des émetteurs normalement pris en compte par le tarif n'a pas été retenu par Canal Plus et les nouvelles télévisions privées où le critère de population l'a emporté.

La tarification retenue tient mal compte des coûts réels supportés par T.D.F. et conduit à favoriser la résorption des zones d'ombre par la multiplication du nombre de réémetteurs sans que les formules alternatives soient mises en concurrence (1).

2.2.2. Comme l'indique le contrôleur d'Etat, la révision tarifaire est une tâche urgente pour T.D.F. dès lors que la concurrence va peser davantage sur la gestion et que la stratégie de l'entreprise devra inclure la notion essentielle de la rentabilité qui, au demeurant, ne s'oppose pas nécessairement à celle du service public. Elle permettra aussi de bien s'assurer que tous les investissements prévus par les programmes pluriannuels sont susceptibles de dégager des marges bénéficiaires, et par conséquent sont tous nécessaires dans la perspective d'un chiffre d'affaires dont plus de 40 % devra être réalisé dès la prochaine année en position de concurrence — ce qui n'a pas toujours été le cas dans le passé, où la recherche de l'autonomie de moyens, voire une conception exagérée des obligations de service public, a pu prévaloir sur le meilleur choix économique.

(1) Ce qui peut entraîner des dépenses supplémentaires en moyens techniques et en personnel de maintenance.

2.3. Le programme de satellite TDF 1-TDF 2 devra être financé par le secteur privé.

Depuis qu'en octobre 1979 la France et la République fédérale d'Allemagne ont pris la décision de procéder en commun à l'étude et au développement d'un système de diffusion directe par satellite, T.D.F. s'est impliquée totalement dans ce programme.

Les études préparatoires concernant l'équipement des satellites et les normes des signaux diffusés, les marchés de construction des satellites TDF 1 et TDF 2 et des installations terrestres, le marché déjà passé avec Ariane Espace pour le lancement de TDF 1, ont constitué année après année une part de plus en plus grande de l'activité des services de T.D.F., mais aussi des engagements importants dans le financement des investissements.

Le programme T.D.F. 1 :

La décomposition du coût des différentes opérations industrielles est actuellement la suivante pour T.D.F. (le C.N.E.S. assurant le financement complémentaire) :

	Euro-satellite	Ariane space	Transport campagne Mise à poste	Assurances	Connexion	Total
Millions de francs 1981	276,2	255,6	52,4	155	102,5	841,7
Millions de francs courants	349,5	343	70,1	248	135,2	1.145,8

Les engagements de T.D.F. dans ce programme se montent à 841,7 millions de francs (CE 81) dont 642,7 millions de francs ont déjà été engagés.

L'échéancier prévisionnel des engagements de T.D.F. sur le programme TDF 1 est le suivant :

	Montants engagés au 31-12-85 (MF 81)	Montants à engager en 1986		Montants à engager en 1987		Total (1) (MF 81)
		(MF 81)	(MF 86)	(MF 81)	(MF 87)	
Satellite (Eurosatellite)	276,2	»	»	»	»	276,2
Lancement (Ariane space)	246,2	»	»	9,4	15,5	255,6
Opérations (campagne et mise à poste)	»	17,8	25,1	34,6	52,9	52,4
Connexion	90,8	11,7	16,5	»	»	102,5
Assurance	»	»	»	155	248	155
Total	613,2	29,5	41,6	199	329,5	841,7

(1) 1.598,8 millions de francs (1986).

Il est à noter que la situation particulière en matière d'assurance spatiale ne permet pas d'apprécier exactement le montant du coût de l'assurance des risques liés au lancement. En conséquence ce montant doit être considéré comme une simple estimation sujette à ajustements.

Le programme TDF 2.

L'échéancier des paiements prévisionnels de TDF 2 est le suivant, compte tenu d'un lancement possible à la mi-89 :

(Millions de francs courants.)

	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	Total
Eurosatellite	67,8	234,2	216,8	85,3	1,2	20,7	21,3	647
Lancement	»	46	95	243,7	114	»	»	499
Opérations liées au lancement	»	»	20	28	78	4	»	130
Assurances	»	5,2	10,6	27,3	241,9	»	»	285
Investissements connexion + D.2 Mac-Paquets ..	»	30	59,8	74	30	3,2	»	197
Total ..	67,8	315,4	402,2	458,3	465,1	27,9	21,3	1.758

T.D.F. a d'ores et déjà engagé une partie importante de cette somme pour l'exécution du contrat de fourniture du satellite.

Mais les sommes restant à engager dépassent de très loin la capacité d'endettement de T.D.F.

Un schéma de commercialisation qui avait été proposé en mars 1986 aurait conduit à un déficit d'exploitation s'il avait été retenu (1).

La loi du 30 septembre 1986 a donc annulé les autorisations délivrées sur la base de ce schéma et une mission a été confiée le 29 juillet 1986 par le Gouvernement à M. Contamine, président de T.D.F., pour préparer la constitution d'une société de commercialisation devant prendre en charge l'achèvement et le lancement de TDF 2, ainsi que l'exploitation du système opérationnel TDF 1 - TDF 2.

Selon le schéma retenu par le Gouvernement, la société à constituer doit permettre de mobiliser les moyens de financement recherchés (1.758 millions de francs) sous la forme de capitaux propres apportés par les actionnaires et, si nécessaire, de recours à l'emprunt.

Suivant le montant des tarifs fixés pour la location des canaux, une partie du financement recherché pourrait également provenir de l'autofinancement dégagé pendant les premières années d'exploitation de TDF 1.

Les produits d'exploitation seront constitués essentiellement de la location des canaux disponibles, soit quatre dans un premier temps, le système ne permettant pas de diffuser des programmes sur un cinquième canal que lorsque TDF 2 sera en exploitation.

Ces dépenses ne concernent que les investissements de la première génération de satellites. A moyen terme, dès 1990 ou 1991, la société, si elle veut permettre la continuité du service assuré par TDF 1 - TDF 2, devra commencer à financer les satellites de la deuxième génération, dont le coût est difficile à préciser, compte tenu de la diversité des solutions techniques envisageables.

Selon les informations dont dispose votre rapporteur (2), l'Etat n'a pas l'intention d'apporter des financements supplémentaires au programme TDF 2, bien que cette intention n'ait pas été confirmée.

Pour ce qui concerne TDF 1, le satellite, ainsi que les installations au sol nécessaires à son fonctionnement, sont financés par l'Etat, T.D.F. et le C.N.E.S.

(1) Il apparaît en effet que le projet TDF 1 - TDF 2 s'équilibre avec une location annuelle par canal de 110 millions de francs, soit le double de celui prévu par le schéma de commercialisation de mars 1986.

(2) Il n'a pas été répondu à la question n° 49 : « Préciser les intentions du Gouvernement dans ce domaine ».

Le coût d'achèvement du programme s'élève à 365,5 millions de francs (359,4 millions de francs en 1987 et 7,1 millions de francs en 1988). Or le budget de T.D.F. pour 1987 ne comprend pas les charges et les ressources liées aux satellites TDF 1 - TDF 2. Votre rapporteur souhaite en conséquence savoir si le Gouvernement a l'intention de financer l'achèvement du programme, avec quels moyens et sur quel budget. Il lui appartient en effet de prendre les mesures financières nécessaires pour que T.D.F. puisse assurer également les paiements en 1987 et 1988 (1).

Un intérêt industriel incontestable a prévalu dans la décision qui vient d'être prise. Mais, quoi qu'il en soit, T.D.F. devra en payer partiellement le prix en raison d'accroissement de charges au titre de ce programme. Or l'utilisation de satellites n'allège en aucune manière les dépenses qui résultent de l'exploitation des réseaux terrestres, tandis que d'autre part le monopole de l'établissement va disparaître. Votre rapporteur trouve, en ces arguments, une seconde raison pour envisager la consolidation des prêts contractés auprès du FDES, ce qui allégerait les charges de la dette de T.D.F.

3. LE BUDGET DE T.D.F. POUR 1987 ET SES CONSÉQUENCES

Compte tenu du projet de constitution d'une société de commercialisation devant prendre en charge l'achèvement et le lancement de TDF 2, ainsi que l'exploitation du système opérationnel TDF 1-TDF 2, le budget 1987 de T.D.F. n'inclut pas en fonctionnement et en investissement de dépenses liées aux satellites TDF 1 et TDF 2.

Lors de la constitution de cette future société, il devra notamment être précisé les fonctions qui resteront de la responsabilité de T.D.F. et qui seront remboursées par la société à T.D.F. sous forme de prestations de service.

3.1. Le budget d'exploitation.

3.1.1. *Les produits d'exploitation sont en très faible hausse.*

a) **Les produits attendus des sociétés du secteur public n'évoluent que très faiblement. Aucun glissement de tarifs n'est prévu.**

Ils représentent 1.637,4 millions de francs répartis comme suit :

Antenne 2 : 535,3 millions de francs

(1) L'article 8 du projet de loi de finances rectificative pour 1986 prévoit un prélèvement de 170 millions de francs sur les ressources des organismes du service public, ce qui paraît une solution critiquable.

FR 3 :	468,9 millions de francs
Radio France :	369,7 millions de francs
R.F.I. :	131 millions de francs
R.F.O. :	132,5 millions de francs,

soit 59,9 % du total des produits.

b) Les autres produits hors secteur public, qui incluent TF 1, ont une évolution plus importante. Ils atteignent 1.120,4 millions de francs, soit 39,6 % des produits.

Les produits attendus de la société qui reprendra TF 1 ont été maintenus à un niveau relativement prudent (523,6 millions de francs).

Ceux de Canal Plus et la « 5 », des radios périphériques sur la FM sont établis en application des conventions signées (1).

Par mesure de prudence, ceux de TV 6 ont été limités à 20 millions de francs et aucun produit n'est affiché pour des contrats concernant des stations locales de télévision privée.

Les autres produits ont été estimés sur la base de l'activité 1986. Les contrats éventuels, notamment dans le cadre de la radiodiffusion de données, devraient ultérieurement augmenter ces produits.

c) Le versement direct de la redevance (55,1 millions de francs) est en fort retrait par rapport à 1986.

d) Aucun remboursement des charges supportées par T.D.F. concernant les missions dévolues à la Commission nationale de la communication et des libertés n'est actuellement prévu. Les agents du plan de fréquences seront mis à disposition de la C.N.C.L. mais demeureront dans les effectifs budgétaires de T.D.F. La constitution de cette charge induite, évaluée à 100 millions de francs, appelle toutes les réserves de votre rapporteur. Elle constitue une opération classique de débudgétisation dont le service public de l'audiovisuel a trop souffert par le passé.

4.1.2. Les charges d'exploitation devront être comprimées.

a) Les charges de personnels n'évolueront pas : l'effet d'augmentation en masse des salaires (+ 1,9 %) étant compensé par une réduction d'effectifs de soixante-dix emplois budgétaires (2). Pour des raisons déjà

(1) Canal Plus : 258,9 millions de francs, la « 5 » : 122,2 millions de francs ; radios périphériques : 19,4 millions de francs. Sur ce dernier point, la rupture du contrat avec Europe 1 risque de se traduire par une moins-value assez sensible.

(2) L'effectif budgétaire de T.D.F. est ramené de 4.172 à 4.073 agents.

exposées (1), votre rapporteur estime que la stabilité des charges de personnels telle qu'elle apparaît dans le budget de T.D.F. sera un objectif très difficile à réaliser.

b) Les autres charges d'exploitation devront être maintenues dans une enveloppe en augmentation de 37 millions de francs dont 14 millions de francs pour les circuits et 11 millions de francs pour les impôts et taxes. Seules des mesures d'économies importantes permettront de tenir cet objectif difficile.

c) Les charges financières passent de 51 à 70 millions de francs, conséquence des investissements entrepris en 1985 et 1986 pour les télévisions privées et les radios périphériques.

d) La dotation aux amortissements passe à 679 millions de francs, soit + 33,5 millions de francs, ce qui traduit l'augmentation des mises en service des équipements réalisés en 1985 et 1986.

e) La provision pour risques commerciaux est maintenue.

ÉVOLUTION VENTILÉE DES DÉPENSES DE L'ÉTABLISSEMENT

Exploitation	(*) 1986	(*) 1987	Ecart	
			Millions de francs	Pourcentage
Charges de personnel	999,2	1.000,4	+ 1,2	+ 0,1
Charges financières	51	69,8	+ 18,8	+ 36,9
Autres charges d'exploitation ..	986,3	1.023,7	+ 37,4	+ 3,8
Dotations aux amortissements et provisions	700,5	734	+ 33,5	+ 4,8
Total	2.737	2.827,9	+ 90,9	+ 3,3

(*) Compte tenu des décisions concernant le satellite, le budget 1987 est présenté et comparé sans cette activité.

3.2. Le budget d'investissement.

Les ressources du tableau de financement n'incluent pas de subventions pour le plan câble ni pour le C.E.R.L.O.R. Les autorisations d'emprunt pour le financement des objectifs nouveaux (achèvement et

(1) Budgetisation en année pleine, sans tenir compte des indemnités restant à la charge des organismes. Voir *supra* p. 61 et 62.

sécurisation des réseaux des télévisions privées, notamment) sont limitées à 180 millions de francs.

Les emplois du tableau de financement incluent 22 millions de francs de remboursement d'emprunt. 875 millions de francs de crédits de paiement sont prévus : compte tenu des paiements prévisionnels sur exercices antérieurs, il sera possible d'envisager un plan pluriannuel d'investissement dont les engagements 1987 seront limités à 776 millions de francs pour les télévisions privées et les radios périphériques.

L'effort d'investissement portera sur l'amélioration de la qualité des services et le renouvellement et adaptation des équipements existants.

Investissement crédits de paiement	1986	1987	Écart	
			Millions de francs	Pourcentage
Études et recherches	81,3	82	+ 0,7	+ 0,8
Extension des réserves	143	116,7	- 26,3	- 18,3
Extension des services	354	295,7	- 58,3	- 16,4
Amélioration de la qualité des services	92,5	88,7	- 3,8	- 4,1
Renouvellements et adaptation .	221,3	269,1	+ 47,8	+ 21,6
Autres opérations	16,8	22,8	+ 6	+ 35,7
Total	908,9	875	- 33,9	- 3,7

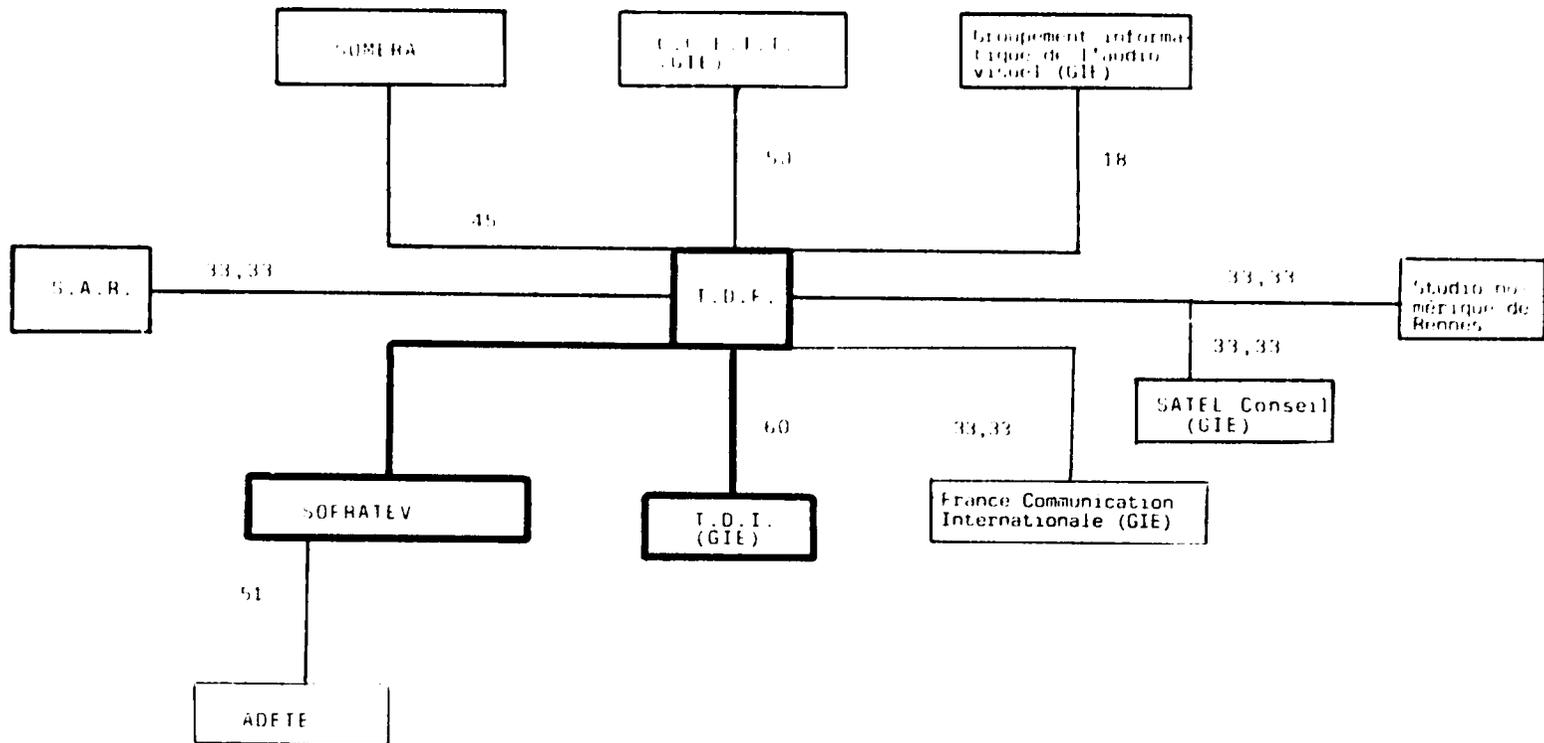
Un effort de productivité permettant encore d'abaisser les coûts de ses prestations sera sans doute indispensable. Compte tenu de la réduction des emplois budgétaires et des versements de redevance prévus au budget 1987, cet exercice devra être marqué par une politique de grande rigueur.

Votre rapporteur estime nécessaire, pour que T.D.F. puisse réaliser cet objectif, que l'établissement se dote des instruments de comptabilité analytique nécessaires à l'édification de tarifs incontestables et qui lui permettraient d'analyser l'intérêt des investissements à réaliser.

Il souhaite aussi que les autorités de tutelle mettent un terme à la pratique du transfert de charges imposée à l'établissement.

Il s'inquiète de la réduction en francs constants des dotations consacrées aux études et à la recherche alors qu'un effort intense doit être consacré à la mise en œuvre d'une norme européenne de télévision haute définition.

Les recherches menées par T.D.F., et plus particulièrement par le C.C.E.T.T. (Centre commun d'étude de télédiffusion et télécommunications) se placent dans un cadre européen très large en collaboration avec les principaux groupes industriels concernés. T.D.F. et le C.C.E.T.T. sont associés au projet Eurêka adopté sur ce sujet en juin 1986 à l'initiative des groupes Bosch, Philips, Thomson et Thorn Emi. En outre, ils représentent la France dans les groupes de travail de l'Union européenne de radiodiffusion, où se discutent les normes de radiodiffusion avant présentation au C.C.I.R. L'objectif des études actuelles est l'établissement d'une proposition de norme européenne compatible à présenter au C.C.I.R. à son assemblée plénière de 1990. Ce sera l'un des thèmes majeurs des études de T.D.F. pour les années à venir en ce qui concerne la télévision. **Votre rapporteur déplore que davantage de moyens financiers ne puissent être mis sur cette action qui conditionnera l'avenir des industries électroniques françaises pour au moins une décennie.**



1. Sofrater :

Chargée des études et réalisations d'ordre technique ou financier relatives aux problèmes concernant la radiodiffusion, la télévision et les techniques audiovisuelles, notamment à l'étranger.

Autres actionnaires.

Sous-filiale : A.D.E.T.E. - Agence française chargée du développement de la télévision en Arabie saoudite, en application d'un protocole intergouvernemental.

Autre actionnaire : S.C.E.T. Internationale.

2. S.A.R. :

Chargée de favoriser le développement de la radiodiffusion sur le territoire français, dans les pays membres de la Communauté et à l'étranger ; de rechercher, réunir et mettre en œuvre des moyens techniques et financiers appropriés de nature à favoriser ce développement dans le cadre et conformément aux dispositions législatives et réglementaires applicables en l'espèce.

Autres actionnaires : G.I.E.L. (Groupement des industries électriques) et la Société pour le développement de la télévision.

3. Somera :

Chargée d'étudier et réaliser l'implantation comme l'exploitation dans la principauté de Monaco, ainsi qu'à l'étranger, hormis le territoire français, des installations nécessaires à la diffusion des programmes de radiodiffusion.

Autre actionnaire : Radio Monte-Carlo.

4. Société d'études pour la télévision directe par satellite :

Société anonyme fondée en 1985 entre T.D.F., l'Etat et le Centre national d'études spatiales, chargée d'études pour la création d'une société de commercialisation des capacités de radiodiffusion en direct par satellite.

En cours de liquidation depuis septembre 1986.

5. Centre commun d'études de télévision et de télécommunication (C.C.E.T.T.) :

Recherche dans le domaine de l'électronique, et plus particulièrement dans les techniques de télécommunications, de la télévision et de l'audiovisuel.

Autres membres du G.I.E. : Centre national des télécommunications, 50 %.

6. Groupement informatique de l'audiovisuel (G.I.A.) :

Exploitation dans le domaine de l'informatique.

Autres membres du G.I.A. : sociétés publiques de l'audiovisuel.

7. Vidéo transmission International (V.T.I.) :

Le G.I.E. Vidéo transmission international (V.T.I.) est en cours de liquidation, les membres du groupement ayant décidé sa dissolution anticipée en juillet 1986.

Autres membres de V.T.I. : France câbles radio, 33,33 % ; Société française de production, 33,33 %.

8. Télédiffusion internationale (T.D.I.) :

Chargée de fournir à des organismes étrangers des prestations d'exploitation et de maintenance d'installations de radio-télévision.

Autres membres de T.D.I. : Société française de production, 40 %.

9. Satel Conseil :

Ingénierie, conseil et assistance en matière de satellites et de systèmes intégrés mettant en œuvre des équipements spatiaux pour les télécommunications, la radiodiffusion et la télévision.

Autres membres de Satel Conseil : France câbles radio, 33,33 % ; Centre national d'études spatiales, 33,33 %.

10. France communication internationale (F.C.I.) :

Entraide pour l'action à l'étranger : commercialisation des programmes français, mise en œuvre des actions de formation, d'ingénierie et l'aide à l'exploitation.

Autres membres de F.C.I. : Institut national de l'audiovisuel, 33,33 % ; France Média International, 33,33 %.

11. Studio numérique de Rennes :

Assure l'exploitation commerciale du studio numérique et met ce nouvel outil au service des créateurs.

Autres membres du studio numérique de Rennes : FR 3, 33,33 % ; Thomson-Vidéo-Equipement , 33,33 %.

SOUS-CHAPITRE VIII

LA SOCIÉTÉ FRANÇAISE DE PRODUCTION ET DE CRÉATION AUDIOVISUELLE

Née de l'éclatement de l'O.R.T.F. en 1974, insuffisamment dotée en capital et en trésorerie lors de sa constitution, la S.F.P. a connu un démarrage très difficile. Aussi le pari de M. Jean-Charles Edeline, consistant à diversifier l'activité de la société en trois directions (cinéma, télévision, autres prestations), chacune de celles-ci devant réaliser le tiers du chiffre d'affaires, n'a-t-il pu être gagné.

Le déséquilibre financier chronique de la S.F.P. a dès lors toujours constitué un problème épineux pour le Gouvernement. L'accumulation des déficits (411,5 millions de francs de 1975 à 1980) et leur caractère structurel avaient déjà conduit, en 1982, à une réforme de son statut.

Devenue société nationale, et avec les chaînes pour actionnaires au côté de l'Etat, la S.F.P. a ainsi profité depuis lors d'une aide substantielle, notamment sous forme d'allocations de redevance (au total 332,1 millions de francs entre 1983 et 1986), d'apports en capital (141,2 millions de francs) et de garanties annuelles de commandes par les chaînes. En contrepartie, trois objectifs lui ont été assignés : équilibrer ses résultats, notamment d'exploitation, assainir sa situation financière, moderniser ses outils de gestion et de production.

Malgré un certain redressement de 1983 à 1985, les objectifs n'ont été que partiellement atteints et la société demeure dans une situation très fragile et étroitement dépendante du dispositif protecteur, renforcé par la réforme de 1982. L'année 1986 a vu se manifester des comportements d'anticipation des chaînes publiques sur leurs commandes, entraînant une certaine réduction du volume d'activité de la S.F.P. ; une telle situation témoigne de la précarité du redressement constaté.

La loi du 30 septembre 1986 a eu pour conséquence de faire voler en éclats le dispositif protecteur.

Selon ce texte, la S.F.P. sort du service public et ne pourra plus recevoir de dotations de redevance. En outre, le mécanisme des commandes obligatoires disparaît progressivement (pour TF 1) et totalement dès 1986 pour les sociétés de programme du service public. Enfin, une partie importante du capital de la société pourra être cédée à des actionnaires privés, la majorité devant toutefois être détenue par des personnes publiques.

Placée immédiatement en situation de concurrence, la S.F.P., qui connaît un exercice difficile en 1986, devra engager très rapidement une profonde restructuration. Cependant, celle-ci est difficile à mettre en œuvre en l'absence de données précises concernant le cahier des charges des sociétés nationales de programme et les intentions des opérateurs des chaînes privées. Structure très lourde, mais de remarquable compétence technique, la S.F.P. située en bout de chaîne risque de subir toutes les répercussions de la réforme du 30 septembre 1986. Aussi sa situation mérite-t-elle un examen particulièrement attentif.

1. MALGRÉ UN REDRESSEMENT RÉEL, LA SITUATION DE LA S.F.P. DEMEURE PRÉOCCUPANTE

1.1. Un redressement réel, mais limité.

Si les contraintes internes et externes qui pèsent sur la société n'ont pas disparu (personnels permanents nombreux, équipements lourds difficiles à rentabiliser, rigidités sociales, dépendance à l'égard des commandes des chaînes publiques), son niveau d'activité s'est accru (sauf en 1986) et ses résultats se sont améliorés.

1.1.1. Un niveau d'activité en progression.

1.1.1.1. Pour les productions et les coproductions qui constituent la base de l'activité de la S.F.P., le mouvement de régression du volume horaire réalisé chaque année a pu être inversé au cours des deux derniers exercices.

	1981	1982	1983	1984	1985	1986 (prévisions au 1-9-1986)
Volume horaire réalisé	1.958 h 46	1.019 h 14	999 h 36	1.155 h 49	1.264 h 42	1.257 h 30

PLAN DE PRODUCTION S.F.P. AU 31 DÉCEMBRE 1985

Genre	TF 1	Antenne 2	FR 3	Autres (1)	Total
Fiction film	59 h 25	68 h 45	•	•	128 h 10
Fiction vidéo	21 h 35	52 h 55	6 h 30	0 h 13	81 h 13
Total fiction	81 h	121 h 40	6 h 30	0 h 13	209 h 23
Documentaires	•	•	2 h 49	1 h 44	4 h 33
Musique	18 h 04	•	•	•	18 h 04
Variétés	265 h 59	406 h 50	•	•	672 h 49
Jeunesse	39 h 23	1 h 44	•	•	41 h 07
Emissions religieuses	162 h 45	•	•	•	162 h 45
Retransmissions	38 h 54	5 h 08	•	•	44 h 02
Magazines	111 h 59	•	•	•	111 h 59
Total général	718 h 04	535 h 22	9 h 19	1 h 57	1.264 h 42

(1) Coproductions sans les sociétés de programme et productions propres S.F.P.

Toutefois, ce retournement de tendance n'atteint pas la production de fiction, génératrice d'un chiffre d'affaires important pour la S.F.P., et résulte pour une bonne partie d'un accroissement sensible du volume des émissions de variétés, qui n'est pas en soi significatif de l'activité de la S.F.P. ; certaines émissions pouvaient du reste, jusque-là, être réalisées en façonnage par la société.

ÉVOLUTION DES COMMANDES DE FICTION DES SOCIÉTÉS DE PROGRAMME DEPUIS 1983

	TF 1	Antenne 2	FR 3	Total
1984 :				
● fiction film	51 h	64 h	•	115 h
● fiction vidéo	9 h 22	72 h 40	6 h 30	88 h 32
Total 1984	60 h 22	136 h 40	6 h 30	203 h 32
1985 :				
● fiction film	59 h 25	68 h 45	•	128 h 10
● fiction vidéo	21 h 35	52 h 55	6 h 30	81 h
Total 1985	81 h	121 h 40	6 h 30	209 h 10
1986 (prévisions au 1/09/86) :				
● fiction film	64 h	47 h	•	111 h
● fiction vidéo	17 h 40	21 h 40	6 h 04	45 h 24
Total 1986	81 h 40	68 h 40	6 h 04	156 h 24

L'année 1986 marque un effondrement de la production de fiction qui affecte tant le film que la vidéo. Cette situation est due à une baisse très importante des commandes d'Antenne 2, alors que le niveau des commandes de TF 1 restait à un niveau satisfaisant. Il convient de noter que cette dernière société, pour la première fois en 1985, a coproduit avec la S.F.P. des séries vidéo d'un faible coût qui, à l'inverse, ont connu une certaine désaffection de la part d'Antenne 2.

1.1.1.2. Sauf en 1985 (diminution de 2,4 %) (1), le chiffre d'affaires réalisé sous forme de *prestations et façonnages* a régulièrement augmenté, de sorte que sur la période 1981-1985, son taux de croissance moyen ressort à 12,2 % par an en valeur nominale et 2,6 % par an en valeur réelle (déduction faite de la hausse des prix).

1.1.1.3. En cinq ans, le chiffre d'affaires total — 1.251,4 millions de francs en 1985 — a progressé à un rythme annuel moyen de 11,3 % en valeur nominale et de 1,8 % en valeur réelle, ce qui constitue une performance honorable dans le contexte de stagnation du marché français des productions audiovisuelles. Toutefois, 1986 sera marqué par une diminution très sensible du chiffre d'affaires de la S.F.P. Les contraintes budgétaires, en ce qui concerne TF 1, ainsi que les perspectives de privatisation, ont entraîné une diminution sensible des commandes des sociétés de programme. Pour les six premiers mois de l'année, les facturations sont inférieures de 20 % à celles de la période correspondante de 1985 (2). Cette évolution va entraîner dès cette année des difficultés financières pour la S.F.P. du fait de la dépendance de celle-ci vis-à-vis des sociétés de programme qui lui assurent plus de 90 % de son chiffre d'affaires.

Il faudra donc s'attendre en fin d'exercice 1986 à une moins-value de commandes de l'ordre de 180 millions de francs. Dans la meilleure des hypothèses, compte tenu des possibilités de tirage sur le compte de soutien et de l'effort consenti en matière de coproductions, 180 millions de francs environ manqueraient aux produits d'exploitation.

(1) Cette diminution est consécutive à la réduction des commandes de fiction par les chaînes publiques qui, pour réaliser le chiffre d'affaires de production avec la S.F.P. imposé par leur cahier des charges, ont tendance à transférer des prestations réalisées jusque-là en façonnage à la S.F.P., qui devient producteur.

(2) Le taux de réalisation au 30 juin 1986 était de 40,7 % (dont 43,4 % par TF 1, 41,6 % pour Antenne 2, 29,3 % pour FR 3, la SEPT n'ayant passé aucune commande).

Nonobstant les disparités selon les années et les secteurs qu'elle recouvre, et le cas particulier de l'exercice 1986, cette évolution reflète une amélioration dans l'utilisation du potentiel productif de la société, obtenue notamment grâce à une meilleure planification des commandes des sociétés de programmes dans le cadre de leurs obligations annuelles.

1.1.2. *Une évolution favorable du différentiel de croissance entre charges et produits d'exploitation.*

De 1980 à 1985, les produits d'exploitation ont augmenté de 11,6 % par an, alors que pour les charges la croissance moyenne n'a été que de 10,4 % (1).

Bien que la progression des dépenses de personnel (11,7 % par an) ait été plus rapide que celle de l'ensemble des charges, la stabilisation des effectifs permanents après les réintégrations et intégrations de 1981 et 1982 a permis d'améliorer la productivité : en cinq ans, les effectifs permanents se sont accrus de 5,2 % pendant que la valeur réelle des produits d'exploitation augmentait de 10,5 %.

	1981	1982	1983	1984	1985	1986 (au 15 novembre)
Effectifs permanents	2.326	2.535	2.517	2.523	2.515	2.484

Encore que toujours nettement déficitaire, le résultat courant a pu ainsi être ramené aux alentours de 30 millions.

	1981	1982	1983	1984	1985
Résultat courant (en millions de francs)	- 54,8	- 64,8	- 31,5	- 50,3	- 30,2

Le déficit se creusera de façon considérable en 1986, en raison de la baisse d'activité que connaît la S.F.P. Il peut être estimé à environ 90 millions de francs.

(1) En raison de la baisse d'activité ; en 1986, l'évolution sera inverse.

1.1.3. *Un appréciable assainissement financier, compromis par la baisse d'activité de 1986.*

Ce progrès, considéré par la Cour des comptes dans son rapport particulier du 24 juin 1986 comme le plus tangible, a pour principale origine la reconstitution du capital opérée en 1983 et 1984 (apport de 141,2 millions de francs) et surtout les ressources tirées de la redevance (332,1 millions de francs).

En 1981 et 1982, les difficultés financières croissantes avaient obligé la S.F.P. à emprunter 85 millions de francs auprès des banques mais, à partir de 1983, une politique de désendettement a pu être engagée, qui a permis de ramener l'encours de dettes à moyen et long terme de 251,9 millions de francs à la fin de 1982 à 176,1 millions de francs à la fin de 1985. Au 31 décembre 1986, l'encours de la dette devrait être ramené à 160,8 millions de francs.

Toutefois, en raison de la baisse d'activité observée en 1986, la S.F.P. qui s'est engagée dans un programme d'investissements et de remboursements d'emprunts irréversible, va se trouver confrontée à un défaut de financement de l'ordre de 110 millions de francs qui, soit pèsera sur l'équilibre de sa trésorerie, soit l'obligera à effectuer un nouvel emprunt.

1.2. Une situation qui demeure préoccupante.

Si, pour la première fois, l'équilibre comptable a été approché en 1985 avec une perte nette de 3,5 millions de francs, l'amélioration des résultats doit, selon la Cour des comptes, être interprétée avec prudence : « *en cinq ans, la S.F.P. a encore accumulé 238,6 millions de pertes nettes et, en fait, les pertes réelles ont été très sensiblement supérieures.* »

1.2.1. *Une distorsion entre les résultats comptables et les résultats réels de la S.F.P.*

Dans son rapport particulier du 24 juin 1986, la Cour des comptes met en lumière certains artifices qui, bien qu'admissibles d'un point de vue comptable, n'en aboutissent pas moins à donner une présentation plus flatteuse des résultats de la société.

C'est ainsi que les apports de l'Etat par le biais de la redevance destinés à financer les investissements, considérés comme des subventions d'équipement, ont donné lieu à un amortissement qui s'est traduit par une ressource d'exploitation de l'ordre de 82,5 millions de francs.

Selon la Cour des comptes, cette pratique a eu pour effet d'alléger les pertes réelles de la S.F.P.

(En millions de francs.)

	1981	1982	1983	1984	1985
Pertes nettes	- 53,8	- 79,8	- 54,9	- 46,6	- 3,5
Pertes réelles (1)	»	»	- 73,3	- 70,6	- 41,6

(1) Si les dotations de redevance avaient été comptabilisées comme dotations en capital.

De la même manière, observe la Cour des comptes : *« l'immobilisation en 1984 et 1985 de 29,6 millions de francs au titre des logiciels et de 10 millions de francs pour le système Versefx n'a pas dérogé formellement aux règles comptables, mais elle a eu aussi pour conséquence de réduire les charges des années considérées, cette fois en les reportant sur les exercices à venir, et cela d'autant plus qu'aucun amortissement n'a commencé à être pratiqué sur ces immobilisations et que, dans le cas du système Versefx, aucune provision n'a été constituée quoique sa rentabilité apparaisse fort douteuse ».*

Enfin, la Cour des comptes dénonce certaines pratiques résolument contraires au principe de sincérité comptable et corrigées pour partie seulement à la suite des observations faites par les commissaires aux comptes, qui ont pu également fausser les résultats comptables. *« Il en est allé ainsi notamment pour le calcul des provisions pour dépréciation des productions et coproductions immobilisées, pour la valorisation des travaux en cours et pour les majorations artificielles de produits d'exploitation résultant des nombreux avoirs émis pour régulariser des facturations excessives. »*

1.2.2. Malgré la progression du niveau d'activité, l'exploitation reste déficitaire.

- Pourtant portée par un accroissement de l'activité et malgré les efforts faits pour maîtriser la croissance des charges d'exploitation, le seuil de rentabilité n'a pas été atteint et le déficit d'exploitation avoisine les 30 millions de francs.

Ce déficit quasi structurel a pour origine la proportion très élevée des charges fixes (volant de personnel) et la très grande dépendance à l'égard des sociétés nationales de programme.

- Ceci explique que la moindre évolution des commandes des dites sociétés se répercutent dans les résultats de la S.F.P. — en plus comme en moins — et que la baisse d'activité de 1986 aura de très lourdes conséquences sur la situation financière de la société.

1.2.2.1. Une structure rigide des charges d'exploitation.

Les charges fixes représentent de 60 à 70 % du total dans un secteur où, par nature, l'activité est variable. Ce taux élevé a pour conséquence un manque d'adaptabilité de la société. Il résulte essentiellement d'une difficulté réelle à planifier les travaux, des exigences des chaînes, fortes de leur chiffre d'affaires garanti, ne facilitant pas une tâche déjà ardue, mais aussi de l'extrême rigidité dans l'emploi du personnel.

a) Les charges de personnel.

Représentant environ 60 % des charges d'exploitation, les frais de personnel permanent et occasionnel ont augmenté trop rapidement par rapport à la progression des produits. A cet égard, les mesures globales d'intégration et de réintégration prises en 1981 ont certainement été lourdes de conséquences.

● La rigidité dans l'emploi du personnel conduit à faire appel à des personnels intermittents et à payer des heures supplémentaires alors même que le potentiel théorique des personnels permanents n'est pas épuisé.

(En millions de francs.)

	1984	1985	1986 (prévision initiale)
Charges de personnel	758,2	797,1	843
permanents	544,2	564,4	590,3
cachetiers et intermittents	214	232,7	252,7

La charge des cachetiers et des intermittents n'est pas en soi critiquable et constitue une pratique courante dans ce secteur de production. En réalité, c'est l'importance des personnels permanents et l'incapacité d'en adapter le coût au niveau d'activité qui constitue le problème majeur de la société.

Les conséquences très faibles de la baisse d'activité de 1986 sur les charges salariales est révélatrice de cette rigidité.

Ainsi les résultats connus pour le premier semestre 1986 laissent apparaître une diminution d'environ 1,7 % de la masse salariale totale par rapport au premier semestre 1985, alors que la société a connu une baisse sensible de l'emploi des personnels non permanents. L'extrapolation de ces résultats à l'ensemble de l'année n'induit cependant qu'une économie inférieure à 10 millions de francs sur la masse salariale du personnel permanent (580,5 millions de francs au lieu de 590,3 millions de francs en prévision initiale).

b) *L'existence de secteurs déficitaires.*

Le ratio chiffre d'affaires/personnes occupées s'est dégradé de 2 % de 1981 à 1985. Malgré les déficiences de la comptabilité analytique, il est possible de déceler les secteurs où la S.F.P. réalise les plus grosses pertes :

- le secteur de la décoration, dont la perte avoisinait 50 millions de francs en 1984 et qui a connu une baisse d'activité très importante sans que ces personnels puissent être affectés à d'autres tâches. Pour compenser la baisse d'activité résultant de la diminution des commandes de fiction des sociétés de programme et de l'évolution de la nature même des commandes de ces sociétés, le secteur de la décoration s'est orienté depuis 1984 vers une diversification chaque année plus accentuée de ses activités, notamment en direction de marchés nouveaux : théâtre à grand spectacle (1) ou parc de loisirs (2) ;

- le secteur du film, dont le potentiel n'est utilisé qu'à 60 % en année normale et qui génère une vingtaine de millions de francs de perte, alors que le secteur de la vidéo, grâce à une meilleure organisation, dégage des bénéfices. En effet, si le secteur film est essentiellement consacré à la production exécutive, la vidéo fixe et la vidéo mobile consacrent une part importante de leur activité aux façonnages (fourniture d'un ensemble de prestations, le client assumant pour sa part les aléas de production). Ce secteur a connu un bon niveau d'activité en 1985 mais subit lui aussi la diminution des commandes en 1986. L'activité de la vidéo fixe a connu un niveau satisfaisant en 1985. Par contre, l'année 1986 est caractérisée par une forte baisse de l'activité en façonnage pour l'une des sociétés de programme qui a décidé de développer sa production interne.

Le chiffre d'affaires réalisé par la vidéo fixe en 1985 s'est élevé à 207,1 millions de francs, dont environ 44,6 % correspondent à des façonnages et prestations. Celui réalisé par la vidéo mobile en 1985 a été de 196,2 millions de francs, dont près de 59 % en façonnages et prestations.

1.2.2.2. Une trop grande dépendance à l'égard des commandes des chaînes publiques.

L'évolution de la structure des produits d'exploitation n'a elle-même guère favorisé la recherche d'une meilleure rentabilité. En contradiction avec l'objectif de diversification, la part des sociétés de programme dans le chiffre d'affaires est non seulement restée prédominante, mais a même encore augmenté (92,5 % en 1985). La part des

(1) *Turandot* à Bercy en 1985, *Jules César* de Robert Hossein.

(2) Contrats d'études avec les promoteurs du parc de Cergy-Pontoise.

autres clients est très faible (7,5 %) ; encore faut-il préciser qu'elle comprend parfois des prestations fournies à des sociétés du secteur privé de production agissant pour le compte des sociétés de programme. Les chaînes publiques sont donc restées l'interlocuteur unique et de plus en plus exigeant de la S.F.P., comme le montre le tableau ci-après.

EVOLUTION DES DIFFÉRENTS COMPOSANTS DU PRODUIT D'EXPLOITATION DE LA S.F.P. DE 1984 A 1986

(En millions de francs.)

	1984					1985					1986 (prévisions initiales)				
	Productions	Prestations	Cessions de droits	Total	Pourcentage	Productions	Prestations	Cessions de droits	Total	Pourcentage	Productions	Prestations	Cessions de droits	Total	Pourcentage
A. — Sociétés de programme :															
● TF 1	433	108	0,5	541,5	45,5	454,75	114,25	2	571	44	452	150,6	-	602,6	43,3
● A 2	361	119	-	480	40,3	418	133	-	551	42,5	428,5	142,8	-	571,3	41
● FR 3	7,7	33,1	-	40,8	3,4	8,8	22,65	-	31,45	2,4	14	31	-	45	3,2
● R.F.O.	-	1,5	-	1,5	0,1	0,75	1,8	-	2,55	0,2	-	3	-	3	0,2
● SEPT	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	40	-	-	40	2,9
Sous-total A	801,7	261,6	0,5	1.063,8	89,3	882,3	271,7	2	1.156	89,2	934,5	327,4	-	1.261,9	90,8
B. — Autres organismes issus de l'ex-O.R.T.F. :															
● I.N.A.	-	9,15	-	9,15	-	-	5,85	-	5,85	-	-	9,5	-	9,5	-
● T.D.F.	-	2,9	-	2,9	-	-	2,75	-	2,75	-	-	3,1	-	3,1	-
● Radio-France	-	0,4	-	0,4	-	-	-	-	-	-	-	0,4	-	0,4	-
Sous-total B	-	12,45	-	12,45	1	-	8,6	-	8,6	0,65	-	13	-	13	0,9
C. — Filiales S.F.P.C.	-	5,1	-	5,1	0,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
D. — Autres clients (1)	3	80,5	3,8	87,3	7,3	12,9	79,6	5,8	98,3	7,6	4,5	77,5	10	92	6,6
E. — Produits faits par la S.F.P. pour elle-même															
● Productions, coproductions	17,35	-	-	17,35	-	25,1	-	-	25,1	-	20	-	-	20	-
● Immob. corporelles	-	4	-	4	-	-	8	-	8	-	-	3,4	-	3,4	-
Sous-total E	17,35	4	-	21,35	1,8	25,1	8	-	33,1	2,55	20	3,4	-	23,4	1,7
Total general	822,05	363,65	4,3	1.190	100	920,3	367,9	7,8	1.296	100	959	421,3	10	1.390,3	100

(1) Y compris prestations fournies à des sociétés du secteur privé de production agissant pour le compte des sociétés de programme

a) Sans doute l'existence du mécanisme des commandes obligatoires a-t-il constitué une garantie de ressources essentielle pour la S.F.P. au cours de ces dernières années ; votre rapporteur observe cependant que certaines sociétés n'ont pas, en 1985, respecté les prescriptions de leur cahier des charges dans leurs rapports avec la S.F.P.

(En millions de francs.)

1985	Chiffre d'affaires garanti		Chiffre d'affaires affecté aux commandes de production	
	Cahier des charges	Réalisé	Cahier des charges	Réalisé
TF 1	599	586,5	449	412,8
A 2	553	558,1	415	410,6
FR 3	43,8	39,5	14	8,8
RFO	3,8	2,5		
Total	1.199,6	1.186,6	878	892,2

Cette tendance se trouvera encore accentuée en 1986. On peut estimer que le chiffre d'affaires réalisé atteindra difficilement 85 % du chiffre d'affaires garanti à la société.

(En millions de francs.)

1986	Chiffre d'affaires garanti	Chiffre d'affaires affecté aux commandes de production	Moins-values prévisibles
TF 1	602,6	454,95	- 90 à - 115
A 2	571,3	428,47	- 60 à - 110
FR 3	45	14	- 15
RFO	3	"	"
Sept	40	40	- 20 à - 40
Total	1.261,9	937,42	- 185 à 280

b) Le mécanisme des commandes obligatoires a contribué à rendre les chaînes très exigeantes, ce qui empêche le S.F.P. d'organiser un plan de production cohérent et alourdit ses charges.

La S.F.P. est soumise aux aléas de la politique de programmation des chaînes au gré de leurs difficultés financières. Ainsi, les plans prévisionnels de commandes sont-ils soumis très tardivement à la société de production et subissent-ils en cours d'année des modifications importantes.

Il importe aussi de souligner que les plans prévisionnels de production n'ont pas de caractère contractuels, et qu'ils sont naturellement aménagés en fonction des modifications apportées dans les grilles de programme des sociétés de télévision.

Les conditions dans lesquelles a été communiqué le plan prévisionnel de l'année 1986 marquent une détérioration par rapport aux années précédentes :

La S.F.P. a conscience de la gravité des répercussions qu'une telle situation pouvait entraîner et a donc alerté les sociétés de programme, notamment sur l'emploi des équipes de fiction film. Elle a en outre appelé à diverses reprises l'attention des sociétés de programme sur les conséquences financières du retard enregistré dans la réalisation du plan cadre.

Cette dégradation de la situation par rapport à 1985 résulte de la conjonction de différents éléments :

- la nomination de nouveaux présidents dans les sociétés de programme qui ont dû prendre connaissance des projets de programme dans un premier temps, et les ont, dans certains cas modifiés, comme il est légitime ;

- les espoirs fondés sur le compte de soutien et les S.O.F.I.C.A. sur certains projets pour établir leur plan cadre de fiction et demandant à la S.F.P. une participation en coproduction pour un montant qui n'était pas inscrit au budget de la S.F.P., le problème du financement de cette participation restant posé.

Ceci constitue une lourde contrainte pour la S.F.P. qui ne peut planifier ses moyens avec une antériorité et une régularité suffisante. La S.F.P. s'attachant naturellement, dans le cadre de sa mission de service public, à donner priorité aux sociétés nationales de télévision, elle se trouve placée dans des conditions particulièrement difficiles pour développer son action commerciale vers d'autres marchés où les responsables agissent avec beaucoup plus d'antériorité.

c) Afin d'échapper à la contrainte que constitue pour elles le mécanisme des commandes obligatoires et de tirer tous les avantages du compte de soutien à la production audiovisuelle, les sociétés de programme ont recouru à des pratiques nouvelles, mais contraignantes pour la S.F.P. :

Ainsi se sont trouvées peu à peu incluses dans le chiffre d'affaires confié à la S.F.P. :

● des prestations que celle-ci fournit à des sociétés privées de production auxquelles les sociétés de programme passent des commandes et qui sont facturées à ces mêmes sociétés privées de production ;

● des émissions en production exécutive partagée réalisées conjointement avec le secteur privé de production. On note en 1986 un fort développement de la production exécutive partagée en fiction : 28 heures en 1986 contre 16 heures en 1985. Ces émissions, bien qu'apparaissant dans le volume horaire de fiction réalisé par la S.F.P. (qui effectivement fournit les équipes techniques) font également travailler le secteur privé de production.

Ces opérations augmentent en quelque sorte artificiellement, la part qui semble revenir à la S.F.P. dans les dépenses des sociétés de programme, alors que de telles opérations font tout autant travailler le secteur privé de production que la S.F.P. De plus, cette activité aurait pu constituer un chiffre d'affaires additionnel pour la S.F.P. dans le cadre de ses activités de diversification.

● Par ailleurs, le volume horaire des coproductions réalisé par la S.F.P. va croissant :

1984	6 h de fiction film 49 h 10 de fiction vidéo	soit 55 h 10 au total
1985	14 h 30 de fiction film 48 h 46 de fiction vidéo	soit 62 h 16 au total
1986	31 h 30 de fiction film 24 h 24 de fiction vidéo	soit 73 h 54 au total

Le volume horaire coproduit en fiction par la S.F.P. aura augmenté d'un tiers entre 1984 et 1986 ; il aura représenté en 1986 près de la moitié de la production de fiction réalisée par la S.F.P.

La pratique des coproduction constitue un moyen très efficace pour les sociétés de programme de « boucler » des budgets de production à rentabilité aléatoire, en engageant la S.F.P. à supporter une partie du risque financier.

L'année 1986 doit être considérée à la lueur des conséquences de la mise en place du compte de soutien et des S.O.F.I.C.A. En effet, le compte de soutien étant globalement financé par un prélèvement sur les recettes des sociétés de programmes, celles-ci ont tendance à exiger des producteurs, et de la S.F.P. en particulier, qu'ils financent au maximum certains de leurs projets avec le compte de soutien dont ils disposent.

L'obligation d'investir 15 % du coût de la production a en outre entraîné une augmentation des investissements de la S.F.P. non prévue lors de l'élaboration du budget.

Les sociétés de programmes ont donc réussi, par ces diverses pratiques et du fait de la régression de la part des productions de fiction, à rentabiliser au mieux les commandes obligatoires, obtenant à chiffre d'affaires égal devant le nombre d'heures de programme.

Le mécanisme des commandes obligatoires constitue une véritable contrainte pour les chaînes publiques, risquant d'entraîner des coûts de production plus élevés que des prestations identiques faites par des sociétés de production privées. Par contre, pour la S.F.P. il apparaît comme un redoutable obstacle à toute évolution et comme une sujétion très lourde.

Le mécanisme ne se justifiait que par la nécessité d'assurer le plein emploi du personnel et des équipements de la S.F.P., mais il obligeait la société à servir prioritairement les plus gros clients et à subir les aléas de leur programmation. Il a donc empêché le S.F.P. de diversifier sa clientèle. Ce n'est que la baisse d'activité de certains secteurs qui a poussé à rechercher de nouveaux marchés (la décoration, par exemple). Il faut toutefois préciser qu'en situation de monopole de programmation, la diversification ne pouvait être que marginale, d'autant que l'autorité de tutelle n'a pas donné à la S.F.P. les moyens de son extension vers le secteur cinématographique.

Le passage d'une économie de marché à une économie de concurrence justifie pleinement la suppression de ce mécanisme. Aussi votre rapporteur se félicite-t-il de la sagesse du Gouvernement en ce domaine. Il ne s'interroge pas moins sur la nécessité de parvenir à cet objectif par palier, comme cela a été prévu pour TF 1 et comme le suggère la Cour des comptes en conclusion de son rapport particulier du 24 juin 1986. Il craint en effet que l'électrochoc que constituera cette mutation brutale pour la S.F.P. ne lui soit fatale et qu'elle n'ait ni le temps ni les moyens financiers d'opérer une véritable restructuration, sans compter le risque de dérapage social que cette situation pourrait entraîner. Les arguments du Gouvernement ne sont cependant pas dénués de fondement car la méthode douce commencée en 1974 n'a jamais pu être menée à son terme.

1.2.3. Les pertes hors exploitation ont atteint un niveau substantiel.

Le fiasco de la filiale cinématographique, la S.F.P.C., a coûté à lui seul 75,1 millions à la S.F.P. en cinq ans, soit 31,5 % du total de ses pertes comptables au cours de la période. Et il convient d'y ajouter 15,3 millions de pertes (part S.F.P.) occasionnées par la coproduction à laquelle la S.F.P. était également partie prenante du film et de la série télévisée « *Les Misérables* ». Votre rapporteur avait, dans son rapport sur le budget de 1984, attiré l'attention des dirigeants de la S.F.P. sur les graves déficiences de la filiale cinématographique. La Cour des comptes confirme, dans son rapport particulier de 24 juin 1986, les observations de votre rapporteur.

La création en 1980 par la S.F.P. d'une filiale cinématographique répondait à 3 objectifs : elle devait permettre une plus grande autonomie de gestion du secteur cinématographique de la S.F.P., lui assurer de

meilleures conditions de rentabilité et favoriser un développement des prestations de la S.F.P. en direction de l'industrie cinématographique.

En fait, l'expérience aura été un échec : en raison de l'ampleur des pertes accumulées en trois ans et sur instruction des autorités de tutelle, la participation de la S.F.P.C. à de nouvelles coproductions a été suspendue en 1983, et l'activité de la société se résume, depuis la sortie en mai 1984 du dernier film coproduit (« Fort Saganne »), à l'encaissement des recettes procurées par les coproductions passées et à l'apurement de diverses affaires.

La seule exception à ce jour est la coproduction au troisième trimestre 1986 d'un film cinématographique « Macbeth » (opéra de Verdi). La décision de coproduire ce film a été prise dans la mesure où l'apport de la S.F.P.C. était constitué, d'une part de prestations techniques (tournage, décoration, secteurs que l'insuffisance des commandes des sociétés de programmes laissait sous-employés), d'autre part d'un réinvestissement du fonds de soutien généré par les précédentes coproductions cinématographiques de la S.F.P.C., qui ne peut être utilisé que de la sorte.

« En trois ans et demi d'activité, la S.F.P.C. a investi 71 millions de francs, sous la forme de parts de coproducteur minoritaire (1) dans vingt-trois films, ces investissements étant essentiellement financiers car, à une exception près (« Le retour de Martin Guerre »), la S.F.P.C. n'a pas eu la responsabilité effective de la production des films qu'elle a coproduits. En contrepartie, elle a encaissé ses parts de coproducteur dans les recettes nettes d'exploitation des vingt-trois films coproduits et des cinquante-huit films apportés en dotation en capital par la S.F.P. Mais si les droits apportés par la S.F.P. ont engendré un résultat bénéficiaire, seuls deux des films coproduits par la S.F.P.C. n'ont pas été déficitaires (2) et les pertes (75,1 millions de francs à la fin de 1985) ont finalement dépassé le montant des investissements.

« Le bilan de la S.F.P.C. au 31 décembre 1985 fait ainsi apparaître une situation nette négative de 63,65 millions de francs. »

Malgré sa mise en sommeil depuis la fin 1983, la S.F.P.C. demeure une source de pertes, désormais limitées aux charges financières, déduction faite de produits d'exploitation peu importants.

Les prestations fournies par la S.F.P., notamment de décoration, dans 12 des 23 films produits par la S.F.P.C., n'ont atteint qu'un montant total de 33,5 millions de francs. »

(1) Sauf dans deux cas : « La vie continue » et « Enigma ».

(2) « Les hommes préfèrent les grosses » et « Coup de foudre ».

— « Des interventions de diverse nature du ministère de la culture ont incité la S.F.P.C. à participer à la production de certains films dont la rentabilité prévisionnelle était à tout le moins incertaine (1), contribuant ainsi à la dégradation de ses résultats ».

1.2.3.2. *Les décisions ont été souvent le fruit de choix hasardeux et leur exécution n'a pas été suffisamment surveillée.*

Un seul film a dégagé une marge brute bénéficiaire substantielle.

— « La S.F.P.C. a trop souvent contracté avec des partenaires connaissant une situation précaire ou ne faisant appel à elle que pour boucler le plan de financement de films dont la rentabilité semblait douteuse. En outre, elle a trop souvent accepté des conditions peu avantageuses au regard des normes et pratiques habituelles de la profession.

— « La S.F.P.C. n'a pas suivi avec rigueur les dépenses alors que la plupart des contrats assortissent le mandat de gestion du budget de réalisation d'un film confié au producteur délégué d'un droit de contrôle au profit des autres coproducteurs. Le suivi de la recette n'a pas été plus rigoureux. Coproducteur minoritaire situé en dernière position dans la remontée de la recette de diffusion du film, la S.F.P.C. n'a pu recouvrer qu'avec retard les recettes issues de l'exploitation en salle, et a subi de sérieux manques à gagner en ce qui concerne l'exploitation à la télévision, les droits non commerciaux et les ventes à l'étranger ».

Cet échec résulte sans doute, pour partie, de contraintes imposées par les pouvoirs publics, qui ont limité l'initiative de la S.F.P.C., mais davantage encore du fonctionnement même de la société. En outre, la S.F.P.C. a subi deux fiascos — la production des films « Enigma » et « Les Misérables » — qui expliquent à eux seuls 55 % de ses pertes.

1.2.3.1. *Le Cour des comptes distingue quatre types de contraintes qui ont été imposées à la S.F.P.C. par les pouvoirs publics et qui ont ainsi réduit son autonomie de gestion et d'action :*

— « Alors que la S.F.P.C. a dû, comme tout producteur de films, obtenir du Centre national de la cinématographie (C.N.C.) l'autorisation d'exercer la profession de producteur, elle a été contrainte de renoncer, par un accord particulier, au droit d'être coproducteur majoritaire et d'exercer, sauf à titre exceptionnel, les responsabilités de producteur délégué. Elle

(1) Tel est notamment le cas du film « *Danton* » d'A. Wajda, coproduit avec Gaumont.

n'a donc pu bénéficier des avantages attachés à cette fonction (1). Elle a été amenée à se comporter, le plus souvent, comme un investisseur venant compléter le financement de films dont elle n'avait pas l'initiative et la maîtrise ».

— « Le C.N.C. a soumis l'intervention des personnels de la S.F.P. dans les coproductions cinématographiques à des conditions restrictives ».

— « Les règles du soutien financier à l'industrie cinématographiques, et notamment la pratique du « cantonnement » (2) des oppositions sur les fonds de soutien ont pénalisé la S.F.P.C. dans sa trésorerie.

Elle a enfin subi deux sinistres majeurs :

— La coproduction du film « Enigma », visait à donner une image de marque internationale à la S.F.P.C., mais elle s'est associée à des producteurs anglo-saxons en situation difficile et n'a pas maîtrisé les conditions de production et d'exploitation du film.

« Elle n'a pu être producteur délégué ou exécutif du film, et n'a donc pas été à même d'imposer ses choix artistiques, de maîtriser les coûts et les délais (qui ont largement débordé les prévisions) et de conduire les démarches commerciales permettant la vente du film à l'étranger. L'accès au fonds de soutien a — légitimement selon les critères protectionnistes du C.N.C. — été refusé au film. Enfin, le film a été distribué dans de mauvaises conditions : la sortie au mois d'août d'Enigma, assurée par le « groupement des éditeurs de films (G.E.F.), s'est soldée par un résultat désastreux (44.000 spectateurs à Paris). Finalement, l'investissement le plus important de la S.F.P.C. (plus de 18 millions de francs) n'a engendré qu'une recette de moins de 2,7 millions de francs et un résultat déficitaire pour la S.F.P.C. de 29,1 millions de francs.

— La production d'un film de cinéma (durée prévue : 1 h 30 environ) et d'une série télévisée (durée prévue : 6 × 52 mn) adaptés des « Misérables » de Victor Hugo, dont la réalisation a été confiée à M. Robert Hossein, a engendré des pertes qui s'élevaient au 31 décembre 1984 pour l'ensemble de la S.F.P.C. et de la S.F.P. à plus de 32 millions de francs.

Lancé en 1980, ce projet a connu diverses vicissitudes. Le coût de la production a dépassé le budget de 22,04 millions de francs, sans que les produits finaux aient été conformes aux engagements pris : la durée du film a été portée à 180 minutes, et celle de la série ramenée à 4 × 54, soit 216 minutes. La prise en charge de ces surcoûts a donné lieu à un procès. Bien que n'assurant pas les responsabilités de producteur

(1) Le producteur délégué contrôle le respect des coûts budgétaires et inclut dans sa marge les frais généraux liés à la production et les imprévus.

(2) Les créanciers privilégiés d'un film peuvent faire opposition sur l'intégralité du fonds de soutien qu'il dégage, au lieu de la limiter à la part de la société endettée.

délégué, la S.F.P. et la S.F.P.C. s'étaient, contre tous les usages, solidairement engagées vis-à-vis du G.E.F. à supporter l'intégralité des dépassements éventuels de devis (1).

« Cette affaire a été mal engagée au départ. Les premiers contrats ont été signés alors que la plan de financement n'était pas bouclé ; le budget a connu plusieurs hausses ; compte tenu des sommes déjà engagées, le nouveau président de la S.F.P. et de la S.F.P.C. a décidé de poursuivre cette production, mais il a dû accepter des concessions excessives au coproducteur ; le suivi de la production proprement dite par la S.F.P. et la S.F.P.C. a ensuite été très insuffisant. Croyant ne pas avoir à supporter les dépassements de dépenses, le G.E.F. producteur délégué n'a pas freiné les excès du réalisateur, et a favorisé le film aux dépens de la série télévisée, sans que jamais la S.F.P.C. et la S.F.P. interviennent à temps pour empêcher des débordements ».

1.2.4. *Le capital sera presque totalement consommé durant l'exercice 1986.*

Les pertes accumulées au cours des cinq dernières années ayant été très supérieures à l'augmentation de capital de 141,2 millions (part apportée en argent frais) réalisée en 1983 et 1984, la situation nette de la société a diminué de 96,9 millions entre 1981 et 1985 pour tomber à 80,7 millions de francs à la fin de 1985.

Les comptes provisoires de la S.F.P. (hors filiales), arrêtés au 30 juin 1986, font apparaître un déficit comptable de 62,3 millions de francs. Si ce mauvais résultat devait être confirmé en fin d'année, le problème de la reconstitution du capital risque de se trouver posé à échéance très rapprochée, d'autant que la S.F.P. ne reçoit plus de dotation de redevance à partir de 1987 et qu'aucune dotation en capital n'est envisagée dans le projet de loi de finances pour 1987.

1.2.5. *Une capacité d'autofinancement très réduite.*

Bien qu'en augmentation (10,2 millions en 1981, 42,4 millions en 1985), la capacité d'autofinancement est demeurée faible.

La société ne dégage pas la marge d'autofinancement nécessaire pour assurer le renouvellement de ses équipements et leur nécessaire

(1) Un jugement des T.G.I. de Paris, en 1984, a annulé ces clauses contenues dans des contre-lettres secrètes au double motif que l'association G.E.F.-S.F.P.C.-S.F.P. devait être considérée comme une société en participation et que dès lors les contre-lettres visées conféraient au G.E.F. « un avantage exorbitant de nature à rompre l'égalité entre les associés ». Le G.E.F. a fait appel mais, en tout état de cause, ce groupement économique est en cours de liquidation et la solvabilité de ses membres semble douteuse.

modernisation ; elle ne couvre en 1985 ces investissements qu'à hauteur de 45 % contre 70 % en 1983.

En 1981 et 1982, l'accroissement de l'endettement à long et moyen terme a été la seule réponse nécessaire ; depuis 1983, ce sont les allocations annuelles de redevance.

● En 1985, la S.F.P. avait estimé sa marge brute d'autofinancement à la fin de l'exercice 1986 à 75 millions de francs. La baisse d'activité de la société a conduit à réduire à néant le montant de cette marge. Les ressources de financement se limitaient alors à la dotation sur la redevance, soit 86,8 millions de francs. Le montant des emplois fixes à la S.F.P. étant par ailleurs de 196,8 millions de francs, il apparaîtra par conséquent à la fin de l'exercice 1986 un défaut de financement de 110 millions de francs.

● Malgré les apports de redevance, les besoins financiers n'ont pu être satisfaits. L'équilibre n'a été assuré, selon la Cour des comptes, qu'en sacrifiant les investissements techniques : en diminution (58,2 millions en 1981, 54,1 millions en 1985), ceux consacrés au renouvellement et à l'adaptation des moyens de production ont régressé en cinq ans de 59,5 % en francs constants.

2. DES DÉSÉQUILIBRES STRUCTURELS FRAGILISENT LA S.F.P. ET HYPOTHÈQUENT SON DÉVELOPPEMENT A MOYEN TERME

Dans une large mesure, la S.F.P. a continué de souffrir des mêmes facteurs de fragilité que par le passé. Pour appréciables qu'ils aient été, les efforts de redressement n'ont pas été suffisants pour corriger les déséquilibres de fond.

Parallèlement aux efforts entrepris pour assurer le rétablissement des comptes, la S.F.P. a défini une stratégie à long terme afin de tenir compte de l'évolution du marché de l'audiovisuel, pour dégager de la tension permanente marquant ses rapports avec les sociétés de programme mais aussi pour tenter de moderniser son outil de production, a défini une stratégie à long terme. Cette stratégie est aujourd'hui hypothéquée par la profonde mutation de ses rapports avec les sociétés de programme due à la réforme de 1986.

2.1. Les faiblesses structurelles marquées mais qui pourraient être corrigées.

Dans son rapport particulier du 24 juin 1986, la Cour des comptes relève cinq facteurs de fragilité.

2.1.1. L'absence de politique commerciale.

Elle est à la fois la cause et la conséquence de l'échec de la politique de diversification.

2.1.1.1. *Le chiffre d'affaires (hors service public) est resté marginal : 9,5 % en 1984, 10,15 % en 1985 et 8,3 % prévu initialement en 1986 (1).*

Il comprend deux postes principaux, les « autres clients » pour un montant de l'ordre de 90 millions de francs, duquel il est difficile d'isoler les prestations fournies à des sociétés du secteur privé de production agissant pour le compte des sociétés de programmes et « les produits faits par la S.F.P. pour elle-même » pour environ 20 millions de francs.

a) L'évolution des recettes liées aux sociétés de programmes du secteur privé a été la suivante :

Le chiffre d'affaires avec Canal Plus s'est élevé à 0,9 millions de francs en 1984 et à 3,7 millions de francs en 1985. Ce chiffre d'affaires est constitué d'achats de droits pour des programmes musicaux ou de fiction à hauteur de 3,2 millions de francs et de retransmissions sportives à hauteur de 1,4 millions de francs. En 1986, le chiffre d'affaires réalisé avec Canal Plus se situera entre 5 et 6 millions de francs.

Le chiffre d'affaires réalisé pour la Cinq (soit directement, soit par l'intermédiaire d'organismes de manifestations sportives) s'élèvera à environ 3 millions de francs en 1986. La décision de la Cinq de modifier sa grille de programmes limite dans l'immédiat les espérances d'augmentation de recettes que pouvait avoir la S.F.P.

b) La S.F.P. a développé une activité importante en matière de vidéotransmission aussi bien dans le domaine institutionnel que pour le grand public.

c) La S.F.P. s'efforce également de développer le chiffre d'affaires réalisé pour la *publicité* en louant ses plateaux et en faisant construire les décors nécessaires au tournage de spots publicitaires réalisés sur support film. La S.F.P. interviendra en 1986 sur une trentaine de ces produc-

(1) Le taux réalisé sera très supérieur en raison de la baisse de l'activité avec le service public, alors qu'en produits il y aura stagnation.

tions pour le compte des principales sociétés de production de spots publicitaires.

d) *Les vidéo cassettes* n'ont pas connu le développement prédit par certains à l'origine, mais à propos desquelles la S.F.P. a toujours fait preuve d'une prudence apparemment justifiée aujourd'hui.

e) Dans le domaine sportif, la S.F.P. réalise également un nombre important d'opérations pour des sociétés ou associations organisatrices de *compétitions sportives*. Ces sociétés font appel à la S.F.P. et font leur affaire de la négociation de la mise à disposition du signal aux sociétés de programme intéressées par les images. C'est dans ces conditions, par l'intermédiaire de l'Automobile club de l'Ouest, qu'a été réalisée la retransmission des 24 heures du Mans pour la Cinq.

La S.F.P. réalise également la retransmission, soit en France, soit à l'étranger, d'événements sportifs pour le compte d'organismes étrangers de télévision (Internationaux de tennis de France à Roland-Garros pour NBC et ESPN, grand prix automobile de Monaco pour ABC).

f) Enfin, une certaine diversification a été engagée dans le secteur de la *décoration* vers le théâtre à grand spectacle et les parcs de loisirs.

Quelles que soient les fortes augmentations en pourcentage réalisées par la S.F.P. dans le développement de ses activités de diversification, les sommes en cause restent, pour la S.F.P., toujours relativement modestes. Mais ces tentatives constituent un facteur encourageant dans la mesure où cette progression est la démonstration de la compétitivité de la S.F.P. Toutefois, certaines de ces activités, si elles dégagent des résultats marginaux, sont parallèlement responsables de pertes non négligeables. Ainsi la Cour des comptes cite-t-elle, dans son rapport particulier, le cas des productions et coproductions propres qui ont dégagé une marge déficitaire de 43,6 millions de francs pour un investissement de 61,25 millions de francs, de 1981 à 1984.

2.1.1.2. *Une organisation commerciale déficiente.*

L'échec des tentatives de diversification ne tient pas seulement à l'étroitesse du marché national et aux difficultés que rencontrent tous les exportateurs de produits audiovisuels français. Il s'explique aussi par les déficiences de l'organisation commerciale de la société qui ne dispose pas de véritable direction commerciale chargée de définir et de mettre en œuvre une politique d'ensemble cohérente et dynamique. Les habitudes de travail ont conduit à confier aux producteurs le soin d'assurer les contrats commerciaux. Eclatée entre les divers départements de production et un certain nombre de services spécialisés, la fonction commerciale n'y occupe souvent qu'une place secondaire.

2.1.2. Une organisation interne fluctuante.

Selon la Cour des comptes, « l'organisation des services n'a cessé de poser problème. Elle semble résulter davantage de solutions de compromis que de choix fondés sur des préoccupations d'efficacité et de rationalité ».

« A la fin de l'année 1985, la réforme de 1984 qui a substitué à l'organisation par départements une organisation par produit ne s'était pas encore traduite par de grands changements. La dichotomie production-administration, plus adaptée aux structures administratives qu'à celles d'une entreprise, restait source de confusion. »

En conclusion, « la démultiplication excessive de certains services, l'insuffisante clarté de la répartition des tâches et des responsabilités, de même que le poids des comportements corporatistes, ne sont guère favorables à la nécessaire évolution de l'entreprise et à l'amélioration de ses performances ».

2.1.3. Un système de comptabilité de gestion défaillant.

« Le manque de fiabilité de la comptabilité analytique a laissé la société dans l'ignorance de ses coûts de revient réels... ».

« La S.F.P. n'a jamais été en mesure de suivre avec précision la rentabilité de la plupart de ses activités. Comme, au surplus, la procédure budgétaire est elle-même peu rigoureuse, le suivi des engagements de dépenses par budget de production est tout aussi approximatif.

« Par voie de conséquence, le barème de vente ne reflète que de façon lointaine les coûts de revient (...)

« Dans ces conditions, la seule véritable mesure des performances de gestion a résidé dans la capacité de la société, d'une part à conserver son marché captif, d'autre part à maîtriser le dérapage de ses charges en proportion de la croissance de ses produits ».

La mise en œuvre dès 1986 d'un nouveau système d'informatique de gestion permet, semble-t-il, de remédier à ces lacunes, ce dont votre rapporteur se félicite.

Il est en effet indispensable que, dans un marché concurrentiel, la S.F.P. puisse connaître exactement le coût de revient de ses productions.

2.1.4. Des contrôles internes insuffisants.

La Cour des comptes observe que le contrôle de gestion mis en place tardivement n'a pas encore été doté (fin 1985) des moyens nécessaires à son passage au stade opérationnel et que les contrôles hiérarchiques se sont avérés insuffisants : « cette situation, qui n'est pas nouvelle, a contribué à développer chez les personnels des comportements

qui vont à l'encontre aussi bien des impératifs de bonne gestion que des exigences élémentaires de sécurité. D'importants détournements de fonds commis par des chargés de production ont pourtant montré que les risques encourus pouvaient être non négligeables. Par-delà leur caractère spectaculaire, ces malversations sont le symptôme d'un laxisme plus général qui, indéniablement, peut peser lourd sur les résultats d'exploitation de la société. Le manque de rigueur relevé dans le contrôle des heures supplémentaires n'est sans doute pas étranger à l'augmentation de 128,5 % en cinq ans du poste de dépenses correspondant».

2.1.5. De coûteuses inerties.

La Cour des comptes remarque que, malgré les données disponibles, sans doute approximatives, les mesures de résorption des principaux centres de pertes ont trop souvent été différées dans l'attente du nouveau système de comptabilité analytique.

2.2 Une stratégie de développement compromise

La stratégie de développement mise en œuvre à partir de 1984 sur la base d'un contrat de plan engageant l'Etat semble aujourd'hui compromise en raison de l'insuffisance de dégagement des ressources d'investissement, de l'incertitude pesant sur les estimations de la S.F.P., mais aussi de sa capacité de fonctionner en situation de totale concurrence. Les projets mis en œuvre ou programmés apparaissent donc plus risqués et, certains d'entre eux, compromis.

2.2.1. Des budgets d'investissement insuffisants pour assurer le simple renouvellement des moyens.

● L'étude des budgets d'investissement en renouvellement et adoption des moyens effectuée par la Cour des comptes démontre l'importance des retards accumulés : « *Alors que l'annuité moyenne nécessaire au renouvellement des équipements sur neuf ans était estimée, en 1983, à 71,3 millions de francs 1985, les dépenses d'investissement réalisées depuis 1981 n'ont jamais atteint 60 millions et elles ont en fait diminué en francs constants. Ces retards, conséquence des difficultés financières passées, risquaient de peser dangereusement sur la compétitivité technique de la société. C'est pourquoi un plan triannuel de renouvellement et de modernisation a été décidé en 1985.*

● Les budgets fixés dans le cadre du contrat de plan pluriannuel 1985-1987 devaient permettre de rattraper le retard en matière de renouvellement de l'outil technique et échelonner sur trois budgets les opérations de renouvellement lourdes.

Le montant total des budgets devrait atteindre 258,1 millions de francs.

L'année 1985, avec des investissements d'un montant de 50,7 millions de francs, se situe à un niveau équivalent aux budgets 1983-1984 et n'a donc pas encore véritablement permis de rattraper le retard.

C'est seulement à partir de 1986 que l'effort fait pour la modernisation de l'outil de production devait être mis en œuvre.

Cependant la conjoncture difficile qu'a connue la S.F.P. en 1986 et ses conséquences financières ont conduit la société à différer certains investissements ou certains crédits de paiement sur 1987.

Or cette année, qui devait voir l'achèvement du plan de rattrapage et de modernisation avec un engagement de 117,4 millions de francs, risque d'être beaucoup plus difficile à vivre pour la S.F.P. que 1986.

Le plan triannuel, malgré sa cohérence et son utilité, ne pourra vraisemblablement pas être mené à son terme. Votre rapporteur le regrette profondément car ce renoncement pèsera sur la compétitivité de la société en amoindrissant sa position concurrentielle, y compris sur ses points forts (notamment la vidéo) et à l'égard de l'ensemble de ses clients traditionnels.

Il faut préciser que ce contrat de plan signé en février 1986 avec plus de deux ans de retard, supposait le maintien des relations financières entre la S.F.P. et les sociétés de programme d'une part, le développement de la part de la société sur les différents marchés de l'audiovisuel et ceux provenant de la diversification. Ces objectifs étaient très ambitieux et les financements prévus reposaient sur des hypothèses d'autofinancement que la Cour des comptes avait estimées « sujettes à caution » comme ils reposaient sur le maintien d'allocations de redevance.

Ce scénario semble d'ores et déjà caduc en raison des nouvelles relations établies par la loi du 30 septembre 1986. La S.F.P. devra néanmoins, et quoi qu'il advienne, procéder à des investissements permettant le renouvellement de son outil technique. Votre rapporteur souhaite en conséquence que le statut nouveau de la S.F.P. soit très rapidement défini, qu'une étude aussi rapide qu'approfondie redéfinisse les objectifs de la société et que l'Etat, sur la base de ces objectifs nouveaux, honore d'une manière ou de l'autre sa signature à l'égard de la S.F.P. et participe à sa mise à niveau.

2.2.2. *Des projets risqués en cours de développement.*

Dans son rapport particulier du 24 juin 1986, la Cour des comptes estimait que « certaines opérations lourdes engagées par la société se révèlent d'une rentabilité incertaine, voire franchement négative ».

Tel est le cas, notamment, du regroupement des moyens films de la S.F.P. Bry-sur-Marne.

Le projet de regroupement des moyens films de la S.F.P. à Bry-sur-Marne répond aux objectifs suivant :

- rationaliser l'implantation des moyens concernés en mettant fin à une dispersion géographique coûteuse, notamment en frais de fonctionnement et de déplacement entre centres ;
- faire cesser la précarité de la situation de la S.F.P. à Joinville, dont la poursuite d'exploitation impliquerait de lourds réinvestissements ;
- disposer d'installations mieux adaptées au marché, les studios de Joinville étant extrêmement vétustes et le studio 2000 n'étant pas utilisé au mieux de ses possibilités, faute de disposer des équipements d'accompagnement nécessaires (loges, ateliers...).

Bien que la rentabilisation de l'activité studio film soit problématique, selon la Cour des comptes, le conseil d'administration de la S.F.P. a adopté en 1984 un projet de regroupement des moyens films à Bry. L'ensemble du programme a reçu l'accord des autorités de tutelle au printemps 1985. Les travaux ont commencé en 1985 et devraient s'achever fin juillet 1987.

Le coût de ce projet est estimé à environ 103,4 millions de francs courants pour des travaux étendus sur trois ans. Une dotation de 29 millions de francs a été affectée à la S.F.P. en 1985 à cet effet, complétée en 1986 par une nouvelle dotation de 17 millions de francs.

Les contrats négociés en 1985 et au premier semestre 1986, et dont le règlement s'échelonne au fur et à mesure de l'avancement des travaux, représentent les montants d'engagement suivants à hauteur de 93,3 millions de francs.

Toutefois, le financement de l'investissement, pour lequel la tutelle financière a exigé que la S.F.P. dégage un volume d'autofinancement représentant le quart au moins du total de la dépense, ne paraît pas assuré, compte tenu de la situation financière de la société telle qu'elle est prévisible pour 1986.

En effet, la marge brute d'autofinancement risque d'être réduite à zéro par la baisse d'activité de la S.F.P. et le montant de la redevance affectée ne suffira pas à couvrir les dépenses d'investissement engagées.

De surcroît, le financement de la tranche 1987 avait été prévu à hauteur de 57,4 millions de francs prélevé sur la redevance dans le cadre du contrat de plan. La S.F.P. n'ayant plus accès aux ressources de la redevance à partir du 1^{er} janvier 1987 le problème du financement de la fin du programme de Bry-sur-Marne, engagé pourtant de façon irréversible, se trouve dès lors sans solution.

Votre rapporteur n'a pu obtenir des autorités de tutelle une réponse précise à ses interrogations sur ce sujet.

3. LE BUDGET DE 1987 ET L'AVENIR DE LA S.F.P.

3.1. La S.F.P. dans le « nouveau paysage audiovisuel français ».

La loi sur la liberté de la communication a des incidences directes sur la S.F.P. dont elle transforme le statut, et indirectes dans la mesure où elle transforme le statut de son principal client : TF 1.

3.1.1. *Conséquences directes de la loi sur la S.F.P.*

La S.F.P. est désormais soumise à la législation sur les sociétés anonymes et perd son statut de société nationale ; ce qui rend possible une prise de participation au capital de la S.F.P. de la part de personnes privées (les capitaux publics devant, en tout état de cause, rester majoritaires).

- La S.F.P. n'a plus accès à la redevance, ce qui pose un grave problème de financement dès 1987, le contrat de plan conclu entre l'Etat et la S.F.P. prévoyant une dotation sur la redevance de 127,6 millions de francs en 1987.

- Les conditions de nomination du président de la S.F.P. sont modifiées. Autrefois nommé par la Haute Autorité de la communication audiovisuelle, il le sera désormais par son conseil d'administration.

- Par ailleurs, la S.F.P. n'est plus soumise à aucun cahier des charges.

- Enfin, les incidences de la possibilité offerte par la loi aux agents d'un départ en retraite à 55 ans sont actuellement difficilement mesurables : 300 agents de la S.F.P. pourraient être concernés. On ne sait si les conditions de départ seront suffisamment attractives pour les intéresser. Il est également possible que le choix de cette possibilité par certains agents ne se traduise par la disparition de certains métiers très spécifiques (du secteur de la décoration notamment).

3.1.2. Conséquences Indirectes de la loi pour la S.F.P.

Les relations entre la S.F.P. et les principaux partenaires (TF 1, Antenne 2, FR 3 et à un moindre titre RFO) ne seront plus fixées par un cahier des charges. En particulier, le montant du chiffre d'affaires à réaliser relèvera de dispositions entièrement contractuelles pour toutes les sociétés, à l'exception de TF 1 pendant une période transitoire. En effet, cette dernière aura l'obligation pendant chacune des deux premières années suivant son changement de statut de passer à la S.F.P. un montant de commandes au moins égal à la moitié des commandes de l'année 1986 (soit 301,3 millions de francs).

Par ailleurs, les délais de réalisation de la cession de TF 1 font que la nouvelle société n'entrera vraisemblablement pas en fonction avant le deuxième trimestre 1987. Il est à craindre que les premières décisions concernant les programmes ne soient pas immédiatement prises. C'est donc une année de grande incertitude qui s'ouvre pour la S.F.P.

De plus, de grands risques d'une baisse de création française de fiction seraient à craindre si des dispositions précises n'étaient pas introduites dans les cahiers des charges de chacun des organismes de télévision publics ou privés.

3.2. Le budget de la S.F.P. pour 1987.

A la question posée par votre rapporteur sur le budget prévisionnel de 1987, la S.F.P. a apporté la réponse suivante :

« En ce qui concerne l'exercice 1987, les incertitudes liées pour la S.F.P. à la mise en vigueur de la nouvelle loi sur l'audiovisuel, tant en ce qui la concerne qu'en ce qui concerne les sociétés de programmes, ne peuvent être pour le moment complètement mesurées, ce qui ne permet pas, en l'état actuel, d'établir sérieusement des prévisions d'activité, ni des prévisions budgétaires autrement que sous forme de scénarii actuellement étudiés par la société dans le cadre de la réflexion concernant un plan d'entreprise visant à l'adapter à son nouvel environnement concurrentiel.

3.3. L'avenir de la S.F.P.

3.3.1. A la question posée par votre rapporteur au ministre de la culture et de la communication sur les intentions du Gouvernement concernant la S.F.P., il n'a pas été apporté de réponse écrite.

A titre officieux, il lui a été indiqué qu'un plan de restructuration avait été demandé à la société de production, que plusieurs hypothèses

étaient étudiées pour la cession d'une partie de son capital et, par exemple, cession de 49 % du capital à un groupe d'investisseurs privés sur la base d'un plan de restructuration, location gérance, ou filialisation.

3.3.2. *Les restructurations nécessaires.*

Quelle que soit la solution adoptée pour son statut, la S.F.P. devra, selon des conclusions du rapport précité de la Cour des comptes : *« prendre rapidement des mesures d'adaptation rigoureuses pour satisfaire aux exigences de compétitivité et de rentabilité qui conditionnent sa viabilité économique. Les efforts déjà engagés pour maîtriser l'évolution des charges d'exploitation, restructurer les secteurs d'activités déficitaires et procéder à une profonde remise en ordre du système de gestion demandent d'autant plus à être accentués que les perspectives pour 1986 font craindre une nouvelle dégradation de la situation financière. l'évolution du contexte, marquée par l'ouverture inéluctable de l'audiovisuel, rend également de plus en plus urgente la mise sur pied d'une politique et d'une organisation commerciales dynamiques et cohérentes. »*

Pour affronter cette nouvelle situation, la S.F.P. n'est cependant pas dépourvue d'atouts :

- elle a repris, après une longue stagnation, ses investissements de modernisation ;
- la compétence technique et le savoir-faire de ses agents n'est plus à démontrer ;
- elle offre au sein d'un même ensemble une gamme complète de prestations, ce qui est unique sur le marché européen.

Cependant, l'avenir de la S.F.P. dépend en priorité du développement de la production d'images (1), condition d'emploi de ses divers potentiels d'activité. Or la production de programmes dépend des ressources disponibles (publicité + redevance) du secteur audiovisuel, public et privé, et des économies de gestion susceptibles d'être réalisées par les chaînes. Plus elles seront, les unes et les autres, importantes, plus les problèmes de la S.F.P. pourront être rapidement et facilement résolus.

(1) Comme l'indique le directeur général de la S.F.P., M. Francis Brun-Buisson, dans un entretien publié dans *Le Monde* du 12 novembre 1986, « si son chiffre d'affaires descendait durablement au-dessous de 1,2 à 1,3 milliard de francs, son potentiel technique et économique serait menacé. Pour tout le monde, les solutions dépendent de la relance du marché. »

En tout état de cause, les services de la S.F.P. doivent impérativement améliorer durablement leur rentabilité, ce qui implique nécessairement une réduction de leurs coûts. L'ampleur de cet effort dépendra du temps laissé à l'entreprise pour redresser sa situation, mais aussi du montant de fonds propres qui pourront être apportés et, enfin, de la qualité déployée par les équipes de gestion.

Les diverses expertises réalisées cette année sur la situation de la S.F.P. estiment toutes, et votre rapporteur rejoint leurs conclusions au terme de sa propre analyse, car la S.F.P. ne pourra résoudre d'un coup ses déficits structurels et il faudra du temps pour rassembler les apports financiers extérieurs.

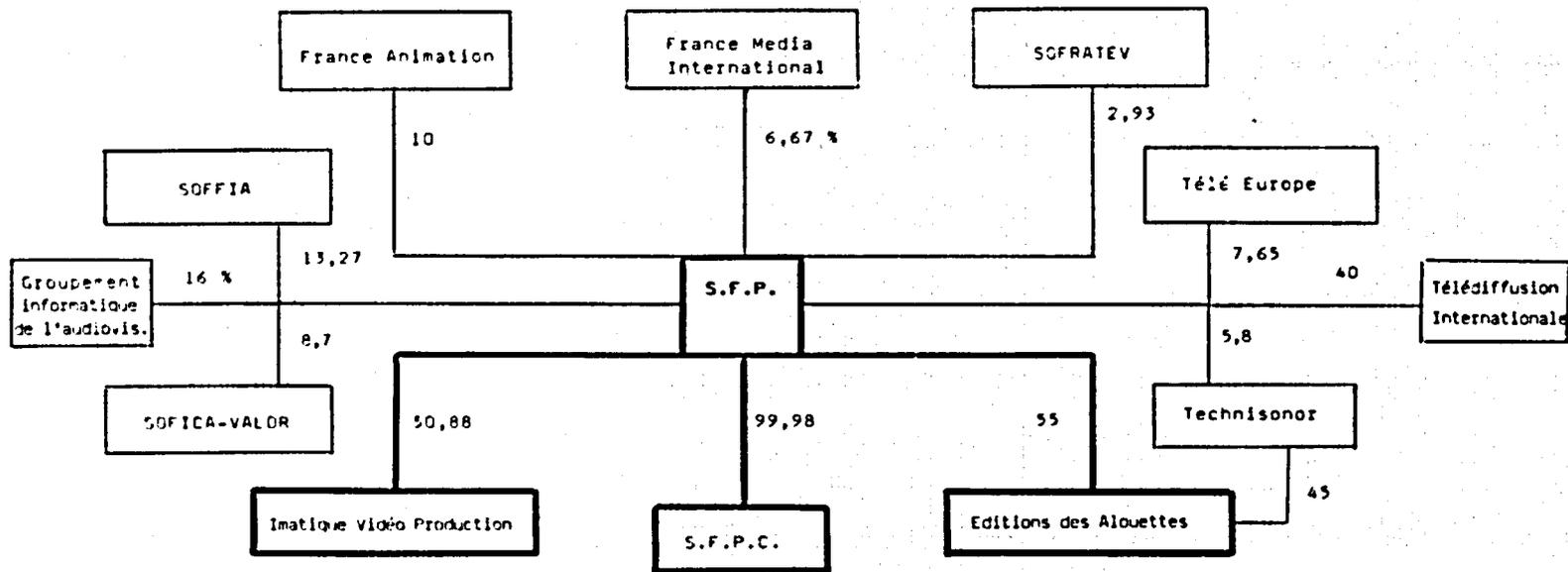
Si la S.F.P. demeure dans le secteur public, des besoins immédiats apparaîtront qu'il conviendra de combler et, comme l'indique la Cour des comptes dans les conclusions de son rapport : *« la perspective d'une remise en cause du mécanisme des garanties de commande, voire de l'accès à la redevance, ne peut que susciter l'inquiétude, surtout si le principal client - TF 1 - est privatisé. L'effort supplémentaire d'adaptation qui en résulterait pour la S.F.P. devrait à tout le moins, dans une telle hypothèse, être assorti d'une période de transition au cours de laquelle le dispositif protecteur (1) ne serait que progressivement supprimé ».*

Une récente étude estimait que si les apports prévus par l'actuel contrat de plan étaient maintenus, les économies qu'il faudrait dégager en deux ans pour rétablir la situation équivaldraient à environ 20 % des charges actuelles de personnel, ce qui, en définitive, serait un objectif réalisable.

La substitution de l'apport de capitaux publics par des capitaux privés paraît, en l'état actuel de la situation de la S.F.P., difficile à réaliser. Celle-ci ne peut être vendue « en l'état » à un prix raisonnable ; quant à un démantèlement, outre qu'il disperserait les actifs et les moyens d'une structure unique en France et en Europe et irait à l'inverse du mouvement de concentration et d'intégration constaté partout dans le monde, il risquerait de surcroît de laisser dans le secteur public les départements les moins rentables qui devraient être recapitalisés.

C'est dire que la S.F.P. constitue le problème le plus délicat à résoudre pour le Gouvernement. Votre rapporteur n'a pu que susciter des interrogations et des amorces de réflexion ; il importe à l'autorité de tutelle d'arrêter des décisions, dans des délais que l'on peut souhaiter désormais rapides.

(1) Commandes obligatoires et/ou apports de redevance.



1. La S.F.P.C. :

Créée en 1980, société anonyme au capital de 4.800.000 F, son objet social est la production et la coproduction de films cinématographiques et l'exploitation directe et indirecte des droits relatifs à ces films en tous pays et sous toutes formes.

2. Les Éditions des Alouettes :

Société à responsabilité limitée au capital de 500.000 F créée le 12 avril 1977. L'objet de cette société est la production, l'acquisition, l'exploitation, l'exécution, la diffusion sous quelque forme et quelque moyen que ce soit, et notamment par la vente, la location, la publication, l'édition, la reproduction mécanographique, musico-mécanique, phonographique, sonore et visuelle, audiovisuelle par tous procédés, des œuvres littéraires, artistiques, dramatiques, musicales, théâtrales, sous quelque forme qu'elles se présentent.

Autre actionnaire : Technisonor.

3. Imatique Vidéo Production :

Société anonyme au capital de 250.000 F, créée le 29 août 1984. Son objet est la production et/ou la coproduction de produits audiovisuels et la fourniture de prestations de service pour leur réalisation (notamment avec le système de traitement d'images par ordinateur Versefix), la commercialisation de ces produits.

Le partenaire minoritaire est la société californienne Image West, présidée par D.C. Brown.

4. Télé Europe :

Études, production, achat, vente, location et exploitation de documents sonores ou images pouvant être diffusés sur les antennes de radio ou de télévision, ou pouvant être projetés sur les écrans de cinéma.

Autres actionnaires : TF 1, FR 3, SODETE, Telfrance, A 2.

5. Technisonor :

Prestations de toute nature à la radiodiffusion sonore et à la télévision. Exploitation de l'industrie cinématographique.

Autres actionnaires : SOFIRAD, RMC, TF 1, FR 3, A 2.

6. France Animation :

Autres actionnaires : A 2, TF 1, FR 3, SODETE, Telfrance.

7. F.M.I. :

Commercialisation des œuvres et documents audiovisuels.

Autres actionnaires : A 2 (13,33), TF 1 (13,33), Etat (23,33), SOFIRAD (33,33), FR 3 (5,34), INA (3,34), RFO (1,33).

SOUS-CHAPITRE IX

INSTITUT NATIONAL DE L'AUDIOVISUEL (I.N.A.)

Créé en vertu d'une initiative sénatoriale par la loi du 7 août 1974 avec le statut d'établissement public à caractère industriel et commercial pour prendre en charge certaines fonctions de l'O.R.T.F. qu'il avait paru souhaitable de ne pas disperser (conservation et exploitation des archives, formation professionnelle, création et recherche), l'I.N.A. gère un budget de 450 millions de francs et emploie plus de 950 personnes.

La loi du 30 septembre 1986 réoriente les activités de l'institut en donnant priorité à la conservation et à l'exploitation des archives, les autres missions n'ont qu'un caractère facultatif et l'I.N.A. se trouvera donc en situation de concurrence.

1. DES RÉSULTATS EN ÉQUILIBRE RECOUVRENT DE PROFONDES ÉVOLUTIONS DE LA STRUCTURE DES PRODUITS ET DES CHARGES D'EXPLOITATION

Après un léger dérapage en 1983, l'I.N.A. connaît depuis 1984 des résultats proches de l'équilibre. Il a dégagé en 1985 un résultat bénéficiaire de 11,4 millions de francs contre 0,8 million de francs en 1984 et un résultat déficitaire de 4,5 millions de francs en 1983.

Les résultats de 1984 et 1985 se décomposent ainsi :

(En millions de francs)

	1984	1985
Exploitation	- 0,8	+ 3
Financier	+ 2,8	+ 3,8
Exceptionnel	- 1,2	+ 6,4
Total	0,8	13,2
Impôt sur le bénéfice	- 0,03	- 1,8
Total	0,8	11,4

Le résultat exceptionnel est principalement dû à la vente de l'immeuble sis boulevard Jules-Ferry, laquelle a en outre contribué à l'amélioration du résultat financier.

Pour 1986, le résultat sera vraisemblablement équilibré malgré la baisse brutale de certaines ressources (retards de rentrée de redevance, diminution de commandes de programmes ou de prestations de formation provoquées par les incertitudes qui ont pesé pendant plusieurs mois sur l'organisation de la radio et de la télévision et affecté le comportement des acteurs).

Cet équilibre des résultats recouvre toutefois une modification de la structure des charges et des produits d'exploitation qui traduit l'évolution des activités de l'I.N.A.

Si l'établissement a pu faire face à l'augmentation de ses charges d'exploitation (+ 19 % en francs constants entre 1981 et 1985), c'est essentiellement parce qu'il a bénéficié d'attribution de redevance pour des montants croissants (31,3 millions de francs en 1984 ; 81,5 millions de francs en 1985 ; 105,4 millions de francs en 1986). En effet, les contributions forfaitaires des sociétés de programmes qui constituent toujours la ressource principale de l'I.N.A. ont diminué en francs constants (- 9 % de 1981 à 1985).

1.1. Un accroissement « rampant » des charges d'exploitation.

Même si l'augmentation globale des charges est inférieure à celle des produits depuis 1983, ce qui montre l'intérêt des procédures de contrôle de gestion mis en œuvre, le gonflement des effectifs intervenu en 1982 et qui s'est poursuivi, plus modérément il est vrai depuis, pèse sur la structure des charges de l'établissement.

En outre, certaines dépenses de services extérieurs ont connu une évolution rapide.

	1984 en millions de francs	1985 en millions de francs	Evolution en pourcentage	Part charges 1984 en pourcentage	Part charges 1985 en pourcentage
Achats/Variation stocks	13,5	14,7	+ 8,5	4,3	4,2
Services extérieurs	70,1	69,2	- 1,4	22,1	20
Autres services extérieurs	19,1	22,5	+ 17,7	6	6,5
Impôts et taxes	8,7	8,8	+ 0,8	2,7	2,5
Charges de personnel	203,2	227,7	+ 12,1	64,1	65,7
Autres charges	2,1	3,3	+ 59,5	0,7	1
Total	316,7	346,2	+ 9,3	100	100

1.1.1. *Les charges de personnel.*

Les charges de personnel constituent le principal poste des charges d'exploitation. Leur importance relative n'a cessé de croître jusqu'en 1985. Elles représentent près des deux tiers des charges.

Cette évolution résulte de l'accroissement des effectifs et des rémunérations.

1.1.1.1. L'accroissement des effectifs.

L'effectif permanent, qui n'était que de 900 en 1980, a crû rapidement à partir de 1982 pour atteindre 949 en 1983. Il est resté relativement stable depuis, si l'on excepte l'intégration au cours de l'année 1985 des personnels mis à la disposition de la mission « TV câble ». Il s'établit en 1986 à 954 emplois.

Les augmentations ont principalement bénéficié aux services généraux et à la direction des archives. Le poids de l'effectif employé à des tâches administratives a augmenté ; il représente environ un tiers du personnel.

En outre, le nombre d'emplois mis à disposition d'autres organismes par l'I.N.A. s'est lui aussi accru, atteignant 23,5 agents en 1985 (6,5 au profit des organisations syndicales et 17 au profit d'autres organismes). Comme le fait remarquer la Cour des comptes dans son rapport particulier du 5 mars 1986, ces contributions sont évidemment anormales.

1.1.1.2. L'accroissement des rémunérations.

Le tableau ci-après donne la ventilation des charges par nature et par catégorie ainsi que leur évolution après reclassement des provisions.

	1985	1984	Evolution en pourcentage
1. Par nature de charges :			
Traitements et congés payés	147,6	131,9	+ 11,9
Heures supplémentaires	2,4	2,3	+ 4,4
Autres primes et indemnités	16,1	11,7	+ 36,9
Sous total rémunérations	166,1	145,9	+ 13,8
Charges sociales et de prévoyance	55,2	49,5	+ 11,5
Autres charges sociales	7,7	7	+ 10
Autres frais de personnel	0,5	•	•
Total	229,5	202,4	+ 13,4
2. Par catégorie de personnel :			
Convention générale et assimilés	198,9	173	+ 15
Occasionnels/Intermittents	15,1	12,8	+ 17,4
Cachets/Piges	15,5	16,6	- 7,1

La forte évolution observée sur les rémunérations (+ 13,8 %) a pour origine :

— l'extension au 1^{er} janvier 1985 des dispositions de la convention collective aux personnels hors convention (moyenne 1984 : 163) leur attribuant un régime salarial plus favorable (reconnaissance d'ancienneté se traduisant par un relèvement des salaires et bénéfice du régime indemnitaire (1) et des dispositions en matière de maladie ;

— l'augmentation du volume financier « occasionnels/intermittents », la progression du nombre de jours travaillés correspondant à trois emplois en année pleine (base 360 jours).

L'absentéisme qui représentait en 1984 5,5 % du nombre théorique de jours travaillés passe à 6 % en 1985, les crédits d'heure attribués au titre des mandats de représentation de personnel représentant quant à eux 14 % du nombre théorique de jours travaillés contre 12,4 % en 1984.

(1) Dans le rapport précité, la Cour des comptes dénombrait une trentaine de primes et indemnités diverses allouées à l'ensemble ou à certaines catégories de personnel et regrettait que la négociation de la convention collective nationale unique n'ait pas permis d'opérer les corrections et simplifications souhaitables. On peut estimer à 3,6 millions de francs la charge supplémentaire résultant de l'extension de ce régime aux salariés « hors statut » intégrés en 1985.

1.1.2. *L'augmentation rapide de certaines charges.*

Votre rapporteur note l'évolution rapide de certaines charges ; certaines sont de nature exceptionnelle, comme les frais d'intermédiaires et d'honoraires liés à la cession de l'immeuble Jules-Ferry ; d'autres directement liées à l'activité, comme les frais de publicité et de relations publiques (+ 117,8 % en 1985) résultant de la participation à des foires et expositions et à l'édition de catalogues, ou les frais d'affranchissement et de téléphone (+ 19,8 %).

L'établissement devra s'efforcer de réduire certaines de ces charges. Il paraît difficile, toutefois, au moment où il devra développer sa politique commerciale, d'amputer certaines d'entre elles.

1.2. *L'évolution de la structure des produits d'exploitation.*

Le régime de financement des activités de l'établissement est devenu progressivement de plus en plus complexe.

Jusqu'en 1982, les contributions forfaitaires des sociétés de programme, de la société de production et de l'établissement public de diffusion finançaient l'ensemble des missions remplies par l'Institut au profit des organismes publics de radiodiffusion et de télévision, à l'exception, depuis 1978, de la formation professionnelle. Les autres activités, y compris cette dernière, devaient être financées par les rémunérations contractuelles versées par leurs bénéficiaires. En outre, à partir de 1979, l'établissement a bénéficié de dotations préciputaires sur le produit de la redevance ; ces dotations, d'un montant limité, étaient affectées à des investissements désignés.

Cependant, en application de la loi du 29 juillet 1982, l'Institut a reçu depuis 1983 une partie du produit de la redevance d'un montant rapidement croissant (1,2 million de francs en 1983, 34,3 millions de francs en 1984, 77,7 millions de francs en 1985, 105,4 millions de francs en 1986). Ces dotations ne font l'objet d'aucune affectation précise sauf, chaque année, le montant attribué à titre de « mesures nouvelles ».

VENTILATION DES RECETTES D'EXPLOITATION DE L'ÉTABLISSEMENT
(Hors production immobilisée et reprises sur provisions.)

	1984		1985		1986		1987	
	Réalisé au 31 décembre	En pourcentage	Réalisé au 31 décembre	En pourcentage	Budget modifié .1	En pourcentage	E.P.R.D.	En pourcentage
Redevance	34,3	10	77,7	20,9	105,4	26,8	113,4	32,5
Contribution forfaitaire	189,4	55	173,7	46,6	175,4	44,5	117,1	33,5
Formation professionnelle des organismes de radio TV	26,4	7,6	31,1	8,4	29,5	7,5	18	5,2
Commandes des programmes	18,4	5,4	16,8	4,5	19,8	5	12	3,4
Ministères	37,1	10,8	19,1	5,1	21	5,3	10,3	2,9
Recettes commerciales et diverses .	38,6	11,2	(*)54	14,5	42,9	10,9	78,4	22,5
	344,2	100	372,4	100	394	100	349,2	100

(*) Hors produits des cessions d'actifs (20,4 millions de francs).

L'analyse du tableau ci-dessus fait apparaître trois évolutions :

- la part croissante des recettes garanties (redevance et contributions obligatoires) : 65 % en 1984, 67, 5 % en 1985, 71,3 % en 1986 ;
- la diminution au sein des recettes garanties des contributions forfaitaires des sociétés du service et leur quasi-stagnation en valeur absolue. Cette évolution résulte notamment de la suppression de la contribution de T.D.F. (20,6 millions de francs en 1985) transférée en dotation de redevance (1).

CONTRIBUTIONS FORFAITAIRES DES ORGANISMES DU SECTEUR PUBLIC DE L'AUDIOVISUEL

(Montants en millions de francs.)

	1983	1984	1985	1986 Modif. 1	1987 E.P.R.D.
TF 1	49,1	51,5	53	53,5	•
A 2	49,1	51,5	53	53,5	53,5
FR 3	37,2	39,1	40,3	40,7	40,7
R F	20,4	19,3	19,9	20,1	20,1
RFI	•	2,1	2,1	2,1	•
T.D.F.	19,6	20,6	•	•	•
RFO	5,1	5,3	5,4	5,5	2,8
Total	108,5	189,4	173,7	175,4	117,1

(1) Le même procédé est utilisé en 1987 pour supprimer la contribution de RFI.

- La diminution en valeur relative, et même en valeur absolue en 1986 des recettes contractuelles (120,5 millions de francs en 1984, 121 millions de francs en 1985, 113,2 millions de francs en 1986). Cette diminution est imputable au non-respect par certaines sociétés de programme (Antenne 2 et FR 3) des obligations contenues dans leur cahier des charges (1) et aux comportements d'anticipation et d'attente des sociétés du service public en raison de la réforme législative.

Comme l'observe la Cour des comptes dans son rapport particulier du 5 mars 1986 :

« Cette évolution a introduit la confusion dans le régime de financement de l'établissement : les activités les plus importantes bénéficient désormais de ressources d'origines diverses, tandis que chaque catégorie de ressources finance des activités différentes, dans des proportions qui ne sont pas préalablement définies.

« La gestion de l'établissement s'en trouve compliquée, de même que l'appréciation de cette gestion. La définition et la prévision des ressources disponibles pour chaque activité, partant, l'ajustement des dépenses aux ressources, sont devenues malaisées. L'équilibre à rechercher pour chacune des activités (couverture des charges par les rémunérations contractuelles qu'elle procure, ou déficit accepté et financé par les contributions forfaitaires et par la redevance) est incertain. Le règlement satisfaisant de certains problèmes ne peut être obtenu. »

1.3. Un budget d'investissement important mais insuffisant.

● Les budgets d'investissements (60 millions de francs par an) ont bénéficié d'une certaine stabilité, ainsi que d'un apport croissant de redevance (24 millions de francs en 1985).

Ils se sont cependant révélés insuffisants pour permettre à la société de mener l'ensemble de ses projets. L'I.N.A. n'a disposé que d'une capacité d'autofinancement réduite et d'un fonds de roulement fragile.

Pour certains investissements, il a dû recourir à des opérations de crédit-bail (achat de matériel technique pour 5,5 millions de francs en 1984). Pour d'autres investissements, l'I.N.A. s'efforce d'associer des partenaires extérieurs. Ainsi un G.I.E. a-t-il été mis en place avec la Compagnie générale des eaux (exploitant de réseaux câblés) pour financer la constitution d'un catalogue de programmes de 500 heures.

(1) Les relations entre l'I.N.A. et ses partenaires souffrent de leur caractère obligatoire et rigide : obligation du dépôt à l'I.N.A. des copies après leur diffusion, transfert à celle-ci de leur propriété après cinq ans, obligation de diffusion de 60 heures de création de l'I.N.A., dont 30 gratuites et 30 commandées. Et inversement obligation pour l'I.N.A. de répondre aux demandes de communication d'archives. Seule la formation dispensée par l'I.N.A. aux chaînes est régie par de véritables relations contractuelles c'est-à-dire libres.

Ainsi l'établissement a-t-il créé une filiale I.N.A.-Entreprise destinée à rechercher des partenaires commerciaux pour la constitution de catalogues d'émission, le remontage d'émissions anciennes et la production de nouvelles émissions à base d'archives.

● L'I.N.A. envisage toujours le regroupement de ses services, actuellement dispersés en de multiples installations, ce qui accroît les coûts de fonctionnement. Après l'abandon d'un projet de réunion à peu près exhaustif à Bry-sur-Marne, un nouveau projet est en cours de définition, comportant le regroupement en deux implantations, à Bry-sur-Marne et aux Essarts.

2. DES ACTIVITÉS QUI SE SONT DÉVELOPPÉES, MAIS DONT LE FINANCEMENT N'EST PAS ASSURÉ AVEC SUFFISAMMENT DE CLARTÉ

Les activités de l'I.N.A. se sont développées, mais leur financement nécessite une remise en ordre et une clarification.

En effet, les contributions forfaitaires des sociétés de programme et les dotations de redevance prennent en charge le déficit de secteurs qui devraient être équilibrés par les recettes tirées de leur activité.

Le projet de loi de finances pour 1987 ne supprime pas les contributions forfaitaires ; toutefois, le passage de TF 1 dans le secteur privé devrait conduire l'I.N.A. à faire en sorte que les prestations fournies soient désormais correctement tarifées, qu'il s'agisse de la communication des archives, de la formation ou de la fourniture de programmes commandés par les diffuseurs.

2.1. La conservation et l'exploitation des archives.

La conservation et l'exploitation des archives constitue la mission principale de l'I.N.A. ; elle devrait, avec la multiplication des opérateurs, connaître un développement rapide dans les prochaines années.

L'article 49 de la loi du 30 septembre 1986 confère à l'I.N.A. la compétence pour conserver et exploiter les archives audiovisuelles des sociétés nationales de programme (1). Il devient propriétaire des archives audiovisuelles des sociétés nationales de programme autres que

(1) Une loi devra ultérieurement établir des règles pour la conservation et l'exploitation des archives des sociétés privées. L'I.N.A. pourra passer des conventions avec toute personne morale de droit public ou de droit privé pour la conservation et l'exploitation de ses archives audiovisuelles.

celles constituées par les œuvres de fiction, à l'issue d'un délai de trois ans après leur première diffusion. Toutefois, les sociétés nationales de programme bénéficient d'un droit d'utilisation prioritaire pour leurs archives dont l'Institut a la priorité.

La conservation et la communication des archives coûte actuellement 106 millions de francs à l'I.N.A., soit environ 30 % de ses charges d'exploitation. Cette activité occupe 236 agents, soit un quart de l'effectif.

Si les versements effectués par les sociétés de programmes ont peu varié, les sociétés de programmes font de plus en plus appel aux archives pour alimenter leur antenne.

COMMUNICATION PAR PRÊTS OU COPIES

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	Taux global 1980-1985	Taux annuel
Vidéotheque de production :								
- TF 1	2.971	3.239	5.183	5.123	3.474	5.474	+ 84	17
- A 2	2.135	2.109	3.863	4.167	5.388	4.794	+ 125	25
- FR 3	572	612	1.192	1.124	1.694	2.024	+ 25	51
Vidéotheque d'actualités :								
- TF 1	8.635	6.520	8.174	8.840	9.919	12.749	+ 48	+ 9
- A 2	5.447	5.195	8.223	9.695	10.893	12.476	+ 130	+ 26
- FR 3	794	616	1.182	1.410	1.692	3.286	+ 310	+ 62

Les effectifs correspondants ayant peu augmenté (+ 14,5 % de 1981 à 1985), l'I.N.A. a donc réalisé dans ce secteur d'importants gains de productivité, grâce notamment à l'informatisation depuis 1984 (système de gestion Imago II). L'informatisation a en outre permis de résorber de façon significative le retard dans l'indexation des archives. Évalué à la fin de 1983, par la Cour des comptes, à 6.770 heures environ et 370 jours d'actualités, il est actuellement ramené à 2.500 heures pour la vidéotheque de production et 150 jours pour la vidéotheque d'actualités.

Trois problèmes restent à résoudre pour améliorer la productivité et la rentabilité de ce service :

a) *La sélection des archives.*

Eu égard au coût de la conservation, la quasi-exhaustivité des versements n'apparaît guère satisfaisante. Le développement de la production d'images et la nécessité d'étendre leurs services au secteur

privé (par convention) devraient conduire à définir une politique plus sélective.

b) *La tarification des communications.*

Les communications d'archives devraient être tarifées à leur coût réel. Actuellement, elles ne sont facturées à l'unité aux sociétés de programme qu'au-delà d'un seuil quotidien de cinquante-cinq documents. Les tarifs de communication aux tiers, quant à eux, ne couvrent pas le coût de revient, ainsi que le faisait remarquer la Cour des comptes dans son rapport particulier déjà cité.

c) *La valorisation des archives.*

Dans le secteur de la vente d'archives, soit sous forme de cessions de programmes ou d'extraits, soit sous forme de productions à base d'archives, des progrès sensibles ont été accomplis.

De 1983 à 1985, les recettes commerciales liées à la valorisation du patrimoine ont été multipliées par quatre.

Cette progression a été assurée pour l'essentiel, par les recettes liées à *la constitution de catalogues de programmes*, financés par des partenaires extérieurs anticipant sur le développement des nouveaux réseaux câblés, et par la mise en œuvre d'une politique originale de *coproductions à base d'archives*.

La progression s'est poursuivie en 1986, même si les aléas de l'évolution du paysage audiovisuel en ont provisoirement ralenti le rythme, puisque le chiffre d'affaires prévisionnel retenu au budget modificatif 1986 est de 14,5 millions de francs comparé à 12 millions de francs en 1985 et à 6 millions de francs en 1984.

D'importants contrats ont été passés avec TV 6, CLT-RTL, la télévision gabonaise, un distributeur allemand ainsi qu'avec la cité des sciences de La Villette et la Compagnie générale des eaux.

Il n'en reste pas moins que ces recettes ne suffisent pas encore à couvrir les coûts (de l'ordre de 21 millions de francs) et qu'un déficit résiduel de 7 à 8 millions de francs subsiste.

Les perspectives commerciales dans le secteur de la valorisation des archives apparaissent donc favorables.

Toutefois, la nécessité de maintenir un certain équilibre dans la programmation entre programmes français et programmes étrangers, et la pénurie relative de programmes nouveaux attractifs, introduira sans aucun doute des rapports de concurrence entre diffuseurs publics ou privés pour l'accès aux programmes détenus par l'I.N.A.

Une telle concurrence ne peut qu'être favorable à la valorisation du patrimoine audiovisuel français si tous les diffuseurs y ont accès de manière équitable. L'usage du droit de priorité sur les archives des

sociétés nationales de programmes risque de se poser en termes plus difficiles.

S'agissant du fonds O.R.T.F., cet accès équitable ne posera pas de problème, puisque la loi du 30 septembre 1986 ne l'a grevé d'aucune servitude au bénéfice des sociétés de programme. En revanche, les fonds sur lesquels l'I.N.A. est subrogé aux chaînes dans leurs droits de producteur ou de coproducteur en application de l'article 49, alinéa 2, se trouvent grevés « d'un droit d'utilisation prioritaire » au bénéfice des sociétés qui en sont les producteurs originaires.

Le cahier des charges sera appelé à préciser les conditions de mise en jeu de ce droit de priorité. Si l'exercice de ce droit n'était pas assorti de sanctions financières, il est clair que les chaînes qui en bénéficient seraient tentées d'en abuser, de façon à geler le marché à leur profit. A cet égard la procédure la plus simple, la plus transparente, et la plus saine économiquement, paraît être l'organisation d'un droit de préemption analogue par exemple à celui qui joue en faveur des musées nationaux en cas de ventes publiques d'œuvres d'art.

d) *Le financement du stock inactif.*

Si les services de communication et de valorisation devront, au minimum, équilibrer recettes et coûts de fonctionnement (incluant l'indexation et la conservation), le financement du stock inactif devra être assuré par des ressources appropriées, ne pesant pas sur les sociétés de programme. Il justifie l'affectation à l'I.N.A. de dotation de redevance.

2.2. La formation professionnelle.

La caractéristique de cette activité, la seconde en importance, est qu'elle s'exerce dans un cadre libre et concurrentiel, les sociétés de programme n'étant soumises à aucune obligation.

Après avoir connu un fort développement de 1980 à 1983, l'activité de ce département a tendance à stagner depuis 1984.

	1984	1985	1986
Nombre de stages	196	185	97
Nombre de jours/stagiaire	66.217	65.290	(au 30 juin) 32.700
Recettes contractuelles et commerciales de facturation (en millions de francs)	56,9	57	(au 30 juin) 55 (prévisions)

Les cycles internationaux financés directement par le ministère des affaires étrangères sont en déclin.

	1983	1984	1985
Nombre de jours/stagiaire	20.100	16.580	14.820
Recettes (en millions de francs)	19	15	13

Les autres actions de formation et de coopération au profit d'organismes étrangers ou de clients privés n'ont pas compensé ce déclin.

Enfin, la demande des organismes du service public, qui s'était beaucoup accrue de 1982 à 1985, a atteint semble-t-il un niveau optimal.

Occupant 121 personnes (1), la formation coûte au total (charges de structures affectées incluses) environ 100 millions de francs et ne rapporte que 55 millions de francs, bien que les tarifs sur les modalités d'établissement desquels votre rapporteur, pas plus que la Cour des comptes, n'ont pu obtenir d'explication probante, dépassent ceux des concurrents et soient considérés comme élevés.

De l'existence d'un déficit important résulte que les contributions forfaitaires versées par les organismes du service public contribuent au financement de cette activité, en méconnaissance des dispositions réglementaires successives qui excluent un tel financement.

Si l'on tient compte du fait qu'en 1985, 58 % des journées-stagiaires sont destinées au secteur public audiovisuel, 29 % au secteur international et 13 % au secteur privé, il est clair qu'une partie des ressources publiques ou parapubliques qui alimentent l'I.N.A. est ainsi allouée aux secteurs international et privé.

La loi du 30 septembre 1986 dispose que l'I.N.A. peut, dans les conditions fixées par son cahier des charges, assurer ou faire assurer la formation continue des personnels du secteur de l'audiovisuel et contribuer à la formation initiale et à l'enseignement supérieur.

Pour l'essentiel, il importerait donc que l'établissement assure l'équilibre de cette activité par les recettes qu'elle lui procure.

L'I.N.A. est devenu le 23 octobre 1986 membre fondateur de la Fondation européenne des métiers de l'image et du son. Les statuts de cette fondation prévoient l'obligation pour elle de passer avec l'I.N.A. une convention qui précisera les conditions et les modalités d'une coopération pour la formation professionnelle continue.

(1) Effectif en diminution (135 en 1984).

2.3. La production.

Dans le cadre des cahiers des charges issus de la loi du 29 juillet 1982, l'I.N.A. doit fournir aux sociétés de programme 30 heures de production (12 heures à TF 1 et à Antenne 2 et 6 heures à FR 3) financées par les contributions forfaitaires et les sociétés doivent lui commander 30 heures réparties de la même façon, mais payées par elles.

Le but de ce système consiste tout à la fois à favoriser la production et la diffusion d'œuvres de recherche ou haut de gamme et à fournir un théâtre d'accueil et d'expérimentation à de nouveaux auteurs.

Les cahiers des charges ont été assez peu respectés par les sociétés de programmes, à l'exception de TF 1 dont votre rapporteur remarque avec satisfaction l'effort.

DIFFUSION DES PROGRAMMES DE L'I.N.A.

	Obligation	1983	1984	1985	1986 (31 août)
TF 1	24	19 h 47	20 h 50	24 h 51	25 h 32
<i>dont :</i>					
- produits spécifiques	12	12 h 54	14 h 27	12 h 35	14 h 06
- produits de commande ou coproductions	12	6 h 53	6 h 23	12 h 26	11 h 26
Antenne 2	24	19 h 41	16 h 28	20 h 51	6 h 33
<i>dont :</i>					
- produits spécifiques	12	11 h 52	8 h 16	7 h 40	2 h 31
- produits de commande ou coproductions	12	7 h 49	8 h 12	13 h 11	4 h 02
FR 3	12	7 h 13	9 h 03	4 h 55	4 h 58
<i>dont :</i>					
- produits spécifiques	6	3 h 17	3 h 49	.	1 h 11
- produits de commande ou coproductions	6	3 h 56	5 h 14	4 h 55	3 h 47
Total	60	46 h 41	46 h 21	50 h 47	37 h 03
<i>dont :</i>					
- produits spécifiques	30	28 h 03	26 h 32	20 h 15	17 h 48
- produits de commande ou coproductions	30	18 h 38	19 h 49	30 h 32	19 h 15

Antenne 2 et FR 3, qui demeurent dans le service public, constituent les clients les plus difficiles pour l'I.N.A. Non seulement le volume de diffusion sur ces chaînes est faible, mais en outre elles ont tendance à exiger de l'Institut des participations à titre de coproducteur aux programmes commandés, avec pour avantage évident d'en minorer le coût effectif, la participation de l'I.N.A. pouvant aller jusqu'à 57 % (FR 3 en 1986).

Cette pratique est bien évidemment contraire à l'esprit des rédacteurs des cahiers des charges.

En raison de la faiblesse de sa diffusion, la production spécifique de l'I.N.A. a eu tendance à diminuer, afin d'éviter l'accumulation de stocks (31 h 02 en 1983, 22 h 37 en 1984, 23 h 27 en 1985).

Le coût de la création est évalué à 62 millions de francs (1985) ; il n'est couvert qu'à 27,5 % par les recettes apportées par les chaînes. Le déficit correspond à la fois aux prestations gratuites (financées par les contributions obligatoires), mais aussi à une sous-tarifcation des productions commandées, ainsi que l'observe la Cour des comptes dans le rapport particulier précité et aux participations désormais importantes de l'I.N.A. comme coproducteur.

Les nouvelles alliances avec les centres de création régionaux (maisons de la culture, compagnies théâtrales), les relations privilégiées avec les différentes directions du ministère de la culture, les rapprochements engagés avec les télévisions étrangères (les télévisions francophones, Channel 4, les télévisions allemandes et espagnoles), la collaboration étroite avec la nouvelle S.E.P.T., l'insertion dans le mécanisme du compte de soutien, voire l'appel au sponsoring, constituent des atouts non négligeables mais insuffisants pour assurer de véritables perspectives d'avenir pour cette activité de création et de recherche. Tant il est vrai que cette activité de production est largement tributaire des relations établies avec les partenaires traditionnels que constituent pour l'I.N.A. les chaînes de service public.

Dans le cadre de la nouvelle loi sur la liberté de communication qui définit désormais comme facultative l'activité de production de l'I.N.A., une double incertitude persiste sur le financement et sur la nouvelle rédaction des cahiers des charges en matière de diffusion.

2.4. La recherche.

Indépendantes des autres fonctions de l'I.N.A., les activités de recherche ne sont pas orientées vers les besoins des sociétés de programme, à l'exception du groupe de recherche musical pour Radio-France.

Pour autant, celles-ci, par leur contribution forfaitaire et les contribuables de la redevance, participent très largement à leur financement (95 %).

Elles constituent un pôle autonome qui se consacre à la fabrication d'images de synthèse en deux et trois dimensions, à la mise au point de techniques interactives, aux problèmes posés par l'établissement de nouveaux réseaux (1) ainsi qu'à la réalisation d'études économiques et sociologiques sur la communication audiovisuelle.

Si l'utilité et la qualité de ces travaux n'est pas en cause, votre rapporteur se demande s'ils ne pourraient être réalisés plus efficacement dans les structures de recherche courantes. En tout état de cause, il souhaite que leur financement soit assuré par d'autres moyens que la contribution forfaitaire des sociétés et, pour les recherches n'ayant aucune retombée pour le service public, par d'autres moyens que la redevance. Des contrats d'études avec le ministère de l'industrie ou celui de la recherche devraient se substituer aux modes de financement actuels.

3. LE BUDGET DE 1987 ET SES CONSÉQUENCES

Comme les autres organismes du service public, l'I.N.A. se voit imposer un budget de rigueur qui devrait l'obliger à rationaliser et à alléger ses charges.

Toutefois, à la différence des autres organismes, ses activités traditionnelles vont connaître de profonds bouleversements consécutifs à l'entrée en vigueur de la loi du 30 septembre 1986. Situé, comme la S.F.P., en bout de chaîne, il devra établir avec TF 1 (dont il perd la contribution forfaitaire) et les sociétés de programmes du service public, des rapports contractuels. Au total, plus de 40 % de l'ensemble des ressources de l'Institut peuvent être fortement affectés.

(1) Signalons :

- la création en 1986, avec Thomson, d'une filiale T.D.I. (Thomson digital image), pour la production et la commercialisation d'images de synthèse tridimensionnelles « haut de gamme » qui devrait atteindre dès cette année son équilibre financier ;
- le projet de création, avec la C.I.S.I., d'une filiale pour la fabrication de dessins animés assistés par ordinateur ;
- le développement de recherches liant l'intelligence artificielle à la création d'images de synthèse ;
- le développement de la production expérimentale dans le domaine de l'audiovisuel interactif.

3.1. Une profonde modification de la structure des ressources.

Le budget prévisionnel de l'I.N.A. pour 1987 est caractérisé par une diminution globale du montant (376,4 millions de francs en 1987 contre 385 millions de francs à l'E.P.R.D. 1986), accompagnée d'une modification profonde de la structure des ressources de l'Institut :

3.1.1. *Une forte réduction des ressources au titre des contributions forfaitaires des organismes de radiotélévision, dont le total passe de 175,4 millions de francs en 1986 à 117,1 millions de francs en 1987.*

Cette diminution de 58,3 millions de francs correspond à :

— la suppression de la contribution de TF 1 (53,5 millions de francs en 1986) ;

— la transformation en dotation de redevance de la contribution de RFI (2,1 millions de francs en 1986) ;

— la réduction de la contribution de RFO (- 2,7 millions de francs en 1987 par rapport à 1986), RFO assurant en contrepartie la gestion des archives outre-mer.

3.1.2. *Une légère augmentation des ressources de redevance, qui passent de 105,4 millions de francs en 1986 à 113,4 millions de francs en 1987, dont 2,1 millions de francs en substitution à la contribution de R.F.I.*

3.1.3. *Un niveau d'objectif élevé en matière de ressources propres : 145,9 millions de francs en 1987 contre 104,2 millions de francs en 1986.*

Le chiffre de 1987 inclut à hauteur de 30 millions de francs des ressources commerciales devant être négociées avec TF 1 au titre des prestations fournies en matière d'archives.

Placé dans une situation concurrentielle (par exemple avec Gaumont et tous les producteurs étrangers), chargé de mettre en valeur le fonds qui lui est confié, l'I.N.A. devra vendre ses services et devrait bénéficier des hausses des cours prévisibles sur les droits de diffusion des films et bandes vidéo.

Toutefois, les règles posées par la loi du 30 septembre 1986 ne sont pas les plus favorables pour l'Institut :

- exclusion des œuvres de fiction de la règle du transfert de propriété ;

- existence d'un droit d'utilisation prioritaire.

La question se pose donc :

1° de savoir quelle contrainte fera peser sur les ventes de droits par l'I.N.A. le « droit d'utilisation prioritaire » conservé par les chaînes ;

2° de savoir si les archives autre que de fiction pourront avoir une valeur commerciale quelconque, le marché le plus porteur étant évidemment celui des fictions.

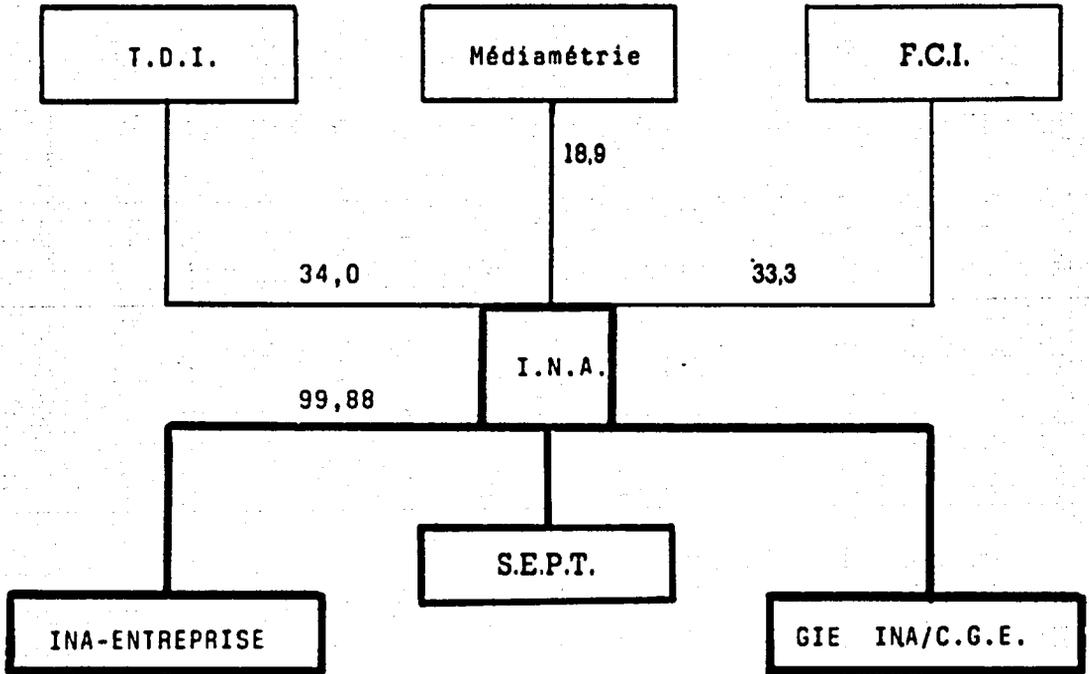
Cet objectif de recette apparaît d'autant plus élevé qu'il doit se réaliser dans une période de mutation structurelle importante de l'environnement audiovisuel.

3.2. Des charges fixes importantes qui ne permettent pas d'atteindre l'équilibre en 1987, sauf à prévoir une réforme de structure en profondeur.

● Face à cette diminution globale de ressources, le poids des charges fixes inhérentes à l'activité de l'Institut, notamment les charges de personnels permanents et d'amortissements, rend extrêmement difficile l'atteinte d'un équilibre de gestion en 1987, même dans l'hypothèse de réduction des effectifs à hauteur des directives des autorités de tutelle (32 emplois supprimés en 1987). En effet, l'équilibre suppose que les suppressions d'emplois interviennent en année pleine et que les organismes n'aient aucune indemnité à verser pour les départ en préretraite. En outre, le personnel de l'I.N.A. est jeune (en moyenne trente-cinq ans), ce qui réduit potentiellement le nombre des ayants-droits du plan de dégageement des cadres prévus par la loi du 30 septembre 1986.

● Cette situation a paru suffisamment grave au conseil d'administration de l'I.N.A. pour qu'il demande l'ouverture de négociations avec les autorités de tutelle afin de trouver des aménagements appropriés. Dans les conditions actuelles, l'I.N.A. ne pourrait atteindre l'équilibre financier qu'en se séparant d'un certain nombre d'activité.

Votre rapporteur, au moment de la rédaction de ce rapport, n'avait pas reçu d'informations sur les résultats de ces négociations.



1. I.N.A.-Entreprise :

Recherche de partenaires commerciaux pour la constitution de catalogues d'émissions pour les nouvelles chaînes de télévision, le remontage d'émissions anciennes, la production d'émissions nouvelles à base d'archives.

2. G.I.E. I.N.A./Compagnie générale des eaux :

Accord de nature financière, en contrepartie de sa participation au financement de la constitution et de l'exploitation de la constitution et de l'exploitation d'un catalogue de programmes, la C.G.E. percevra une partie du bénéfice net distributeur, proportionnel à son apport.

3. Médiamétrie :

Voir autres chaînes.

4. T.D.I. (Thomson Digital Image) :

Production d'images de synthèse 3 D et commercialisation de logiciels.
Autres actionnaires : Thomson 51 %, cadres dirigeants 15 %.

5. France communication internationale (F.C.I.) :

Entraide pour l'action à l'étranger : commercialisation des programmes français, mise en œuvre des actions de formation, d'ingénierie et l'aide à l'exploitation.
Autres membres de F.C.I. : Institut national de l'audiovisuel, 33,33 % ; France Média International, 33,33 %.

6. S.E.P.T. (voir *infra* p. 361).

SOUS-CHAPITRE X

LA SOCIÉTÉ D'ÉDITION DE PROGRAMMES DE TÉLÉVISION (S.E.P.T.)

L'idée de créer, sur le satellite de diffusion directe TDF 1, une chaîne à vocation européenne proposant des programmes haut de gamme, revient à M. Pierre Desgraupes, auquel le précédent Gouvernement avait confié une mission d'exploration. Le projet Desgraupes était ambitieux ; il s'agissait d'une télévision généraliste, susceptible d'intéresser le public européen, centrée sur les événements de l'actualité et l'exploitation du fonds culturel de l'Europe.

Les retards dans le programme industriel et ceux consécutifs aux incidents affectant le lanceur Ariane ont conduit le Gouvernement de M. Fabius à réduire très sensiblement ses ambitions, en créant en 1986 (1) une société d'édition de programmes de télévision dont l'objectif est *« l'acquisition, la vente d'œuvres audiovisuelles ou cinématographiques, notamment à caractère éducatif, culturel et européen, ainsi que toutes opérations relatives directement ou indirectement à la production ou coproduction de ces œuvres »*. La société a également pour objet la préparation et la réalisation des opérations nécessaires à la future diffusion de ces œuvres par satellite.

Au cours de l'exercice 1986, la S.E.P.T. a démarré son activité plus lentement qu'elle ne l'envisageait, en raison de la décision des autorités de tutelle de geler une partie de la dotation de redevance qui lui était attribuée.

La société, dont les statuts ont été modifiés, poursuivra son activité en 1987, mais de nombreuses incertitudes pèsent encore sur son devenir.

1. L'ACTIVITÉ DE LA S.E.P.T. EN 1986

La société d'édition de programmes de télévision a été créée par une assemblée générale constitutive le 21 février 1986 avec un capital de 306.000 F. L'article 8 des statuts prévoyait de porter le capital social à 60 millions de francs.

(1) Les statuts de la société sont datés du 14 mars 1986.

L'assemblée générale extraordinaire du 14 mars 1986 a effectivement porté le capital à 60 millions de francs, somme qui a été entièrement libérée à cette date.

COMPOSITION DU CAPITAL DE LA S.E.P.T.

	Nombre de parts en pourcentage	Nombre d'actions de 500 F	Capital souscrit et libéré
Etat	25	30.000	15.000.000
FR 3	45	54.000	27.000.000
Radio France	15	18.000	9.000.000
I.N.A.	15	18.000	9.000.000
Total	100	120.000	60.000.000

1.1. Des recettes plus réduites que celles escomptées.

315 millions de francs ont été affectés à la S.E.P.T. pour l'exercice 1986. 15 millions de francs ont constitué la dotation de l'Etat au capital et 300 millions de francs ont été prélevés sur le produit de la redevance pour 1986 et affectés en ressources à la S.E.P.T. après transit par ses trois actionnaires (FR 3, I.N.A., Radio France) au prorata de la présence de ces derniers au capital de la S.E.P.T., en application de la loi de finances pour 1986. Des conventions entre les trois organismes actionnaires et la S.E.P.T. devaient permettre le versement en compte courant des sommes prévues au budget 1986, soit 210 millions de francs (300 millions de francs - 60 millions de francs), au rythme de l'encaissement de la redevance. Cependant, au début du mois d'avril, la tutelle a donné instruction au contrôleur d'Etat de ne pas viser ces conventions dans l'attente d'une décision sur l'avenir de la S.E.P.T. A ce jour, seuls 60 millions de francs ont donc été versés, la part de la redevance devant revenir à la S.E.P.T. demeurant en compte bloqué chez les actionnaires.

Si votre rapporteur comprend l'attitude du Gouvernement qui a souhaité poursuivre sa réflexion sur le programme culturel européen avant d'engager des dépenses supplémentaires, il regrette finalement que, la décision ayant été prise de la reconduire en 1987, il n'ait pas permis le déblocage d'une partie des 240 millions de francs gelés en compte courant chez les actionnaires de la S.E.P.T. Le programme culturel européen constituait, en effet, par son impact financier, l'une des meilleures possibilités pour relancer la création audiovisuelle en France dès 1986.

1.2. Un budget en cours d'exécution.

Sur ce budget réduit et actuellement en cours d'exécution, 9,8 millions de francs (16 %) ont été réservés pour le fonctionnement de la société et 50,2 millions de francs consacrés aux dépenses de programmes (soit 84 %), dont 2 millions de francs au financement de conventions d'écriture ou de développement et 48,2 millions de francs à des engagements de coproductions.

A la date du 5 août 1986, la S.E.P.T. s'est donc engagée (contrats signés, lettres d'engagement ou d'intention) pour 69,8 millions de francs, dont 48,2 millions de francs de paiement en 1986.

(En millions de francs)

	1986	Structure des charges en pourcentage
Coût des programmes achetés	•	•
Consommation de l'exercice en provenance de tiers (coproductions)	50,2	83,7
Impôts et taxes	0,2	0,3
Personnel	4,2	7
Amortissements de programmes diffusés	•	•
Autres amortissements	•	•
Autres charges de gestion courante	5,4	9
Total	60	•

1.2.1. Les charges de fonctionnement.

Les dépenses de gestion et de fonctionnement ont été absorbées par trois postes principaux :

- location immobilière : 0,9 million de francs ;
- honoraires et frais d'études : 1 million de francs ;
- frais de publicité, déplacements, missions et réceptions : 2,1 millions de francs.

Si votre rapporteur comprend que l'acquisition d'une notoriété publique soit un objectif important pour une nouvelle société et nécessite des dépenses importantes de promotion, il s'étonne toutefois de l'importance du budget qui lui est consacré, dès lors que les autorités de tutelle avaient notamment décidé l'arrêt des négociations avec les autres télé-

(1) Dans l'hypothèse du budget initialement prévu (315 millions de francs), les frais de fonctionnement et provisions s'élèvent à 26 millions de francs (soit 8,3 %) et les dépenses de programmes à 288,9 millions de francs (91,7 %).

visions européennes. Il observe d'ailleurs que dans le projet de budget (hypothèse haute : 315 millions de francs), les frais de promotion atteignaient 2,75 millions de francs. Ceux-ci n'ont donc pas été réduits à la mesure de l'activité de la société en 1986.

1.2.2. Les dépenses de personnels.

L'autorité de tutelle a limité à douze personnes les recrutements de personnel. Au 1^{er} mai 1986, les effectifs étaient de treize agents, auxquels il faut ajouter un administrateur mis à disposition par FR 3 et un chauffeur coursier mis à disposition par T.D.F., ainsi que le véhicule dont il dispose (1). L'ensemble de ces personnels relève de la convention collective de l'audiovisuel.

		(En millions de francs)
		1986
Rémunérations du personnel permanent		2,740
- dont heures supplémentaires		0,070
Congés payés		0,274
Charges sociales		1,041
Total		4,055

- Cachetiers (charges sociales comprises) 0,210
- Occasionnels 0,050

1.2.3. Les dépenses consacrées aux programmes.

Compte tenu de la décision des autorités de tutelle de limiter à 50 millions de francs les engagements de programmes, la S.E.P.T. s'est limitée à engager en coproduction des programmes de fictions, de documentaires, artistiques et d'archives pour une participation financière globale de 50 millions de francs en 1986, représentant cent cinquante-huit heures et demie de programme. Elle n'a procédé à aucun achat.

La lettre d'intention adressée au mois de mars 1986 à la société par le secrétaire d'Etat à la communication imposait à la S.E.P.T. de réaliser un chiffre d'affaires minimum de 40 millions de francs auprès de la

(1) Votre rapporteur s'étonne de ces transferts de charges, tant pour T.D.F., qui n'est même pas actionnaire de la société, que pour FR 3, même si la troisième chaîne pouvait en escompter quelques bénéfices.

S.F.P. Les autorités de tutelle ont dégagé la société de cette obligation au cours du mois d'avril, la S.E.P.T. n'a donc fait appel à la S.F.P. que pour trente minutes de production, soit un chiffre d'affaires de 0,15 million de francs.

La S.E.P.T. a donc engagé en production déléguée la fabrication de cent cinquante heures et demie de programme, pour un montant de 69,8 millions de francs dont 48,2 millions de francs seront payés en 1986.

Elle s'est adressée en majorité au secteur privé de production en France (59,25 %) pour un chiffre d'affaires de 41,5 millions de francs, dont 7 millions de francs à Télé-Libération, 4,2 millions de francs à Télé-Hachette. Les producteurs publics ont reçu 24,5 millions de francs de commandes (35 %) dont 7,2 millions de francs pour l'I.N.A., 15 millions de francs pour FR 3, 1,2 million de francs pour TF 1, 0,9 million de francs pour la maison de la culture du Havre et... 0,15 million de francs pour la S.F.P. Les producteurs privés étrangers (5,5 % et la production directe de la S.E.P.T.) (0,25 %) représentent une part très marginale.

	En millions de francs	En heures de programmes
Fictions (films et télévision)	20,180	18,30
Spectacles	6,457	18
Documentaires	18,7	52
Produits courts	3,83	15,30
Productions d'archives	3,75	17,30
Magazines	15,6	37
Total	68,517	158,30
Provisions documentaires scientifiques	1,260	
Total général	69,777	

Ces coproductions comprennent six films long métrage pour lesquels la S.E.P.T. a en outre acquis les droits de diffusion (1).

La S.E.P.T. a coproduit également des œuvres qui ont été diffusées sur FR 3 :

(1) *La Purlaine*, de Jacques Doillon ; *Mon cas*, de Manuel de Oliveira ; *Les Montagnes de la Lune*, de Paulo Rocha ; *Champ d'honneur*, de Jean-Pierre Denis ; *Le Vent*, de Joris Ivens ; *L'Avare*, de Molière, par Roger Planchon.

Taxi, magazine d'information de soixante minutes (30 émissions, devis : 33 millions de francs, FR 3 : 18 millions de francs, S.E.P.T. 15 millions de francs), pour lequel l'apport de FR 3 semble avoir été inférieur au montant initialement prévu.

Le Journal des Festivals : magazine d'information sur les festivals du sud de la France (10 minutes quotidiennes diffusées sur FR 3 du 7 juillet au 8 août 1986), pour lequel l'apport de la S.E.P.T. a été de 1 million de francs. Ce programme était sponsorisé par la F.N.A.C. et cofinancé par le centre Georges-Pompidou et les collectivités locales de la région.

Quatre soirées festivals d'été, quatre documentaires de 52 minutes, pour lesquels la S.E.P.T. a apporté 1,4 million de francs et FR 3 ses moyens techniques, le producteur délégué Télé-Libération finançant les 50 % restants.

Si votre rapporteur se félicite de la collaboration entre FR 3 et la S.E.P.T. qui permettra la diffusion des programmes sur le satellite et sur la voie hertzienne, il souhaite que cette collaboration soit clairement définie et, si possible, par convention.

L'expérience de l'année 1986 lui semble en effet très inquiétante car elle a conduit la S.E.P.T. à financer des magazines d'informations *Taxi*, *le Journal des Festivals* pour 16 millions de francs, soit environ le tiers de son budget de programme, qui seront difficilement réutilisables pour une rediffusion sur le satellite. Elle s'est donc comportée en partenaire silencieux de FR 3 sans en retirer aucun bénéfice financier. Il s'agit en quelque sorte d'une pratique de subventionnement déguisé ou de transfert d'affectation du produit de la redevance.

Une convention entre FR 3, si cette société doit être privilégiée et la S.E.P.T. devrait limiter les coproductions aux seules œuvres de création originale et fixer des règles quant à la diffusion sur FR 3, qui ne pourrait intervenir, si l'on souhaite inciter les téléspectateurs à acquérir le matériel de réception du satellite, qu'après un premier passage sur le canal réservé aux programmes culturels et européens. Pendant la période précédant le lancement du satellite, des dérogations pourraient être envisagées.

Actionnaire de la S.E.P.T., FR 3 doit se comporter en partenaire loyal lorsqu'il agit comme coproducteur. Les autres sociétés nationales de programme ont coproduit des émissions avec la S.E.P.T. en 1986 sans obtenir les mêmes avantages.

2. DES PERSPECTIVES DE DÉVELOPPEMENT ENCORE MAL DÉFINIES

2.1. Des incertitudes sur le rôle de la S.E.P.T. dans la diffusion d'un programme sur le satellite TDF *

La nouvelle loi sur la communication audiovisuelle réserve au Gouvernement la possibilité de créer une nouvelle société de programme au capital de laquelle pourraient être associés des partenaires privés ou publics, français ou étrangers, pour la gestion d'un des canaux du satellite de diffusion directe.

Deux voies semblent possibles pour l'avenir de la S.E.P.T. :

— ou celle-ci devient une société de programmes telle que prévu par la loi, est habilitée à diffuser et se voit attribuer par la C.N.C.L. un canal de diffusion. En ce cas, on peut prévoir une transformation du capital au profit de partenaires tels que des sociétés étrangères de télévision ;

— ou la S.E.P.T. reste ce qu'elle est, c'est-à-dire une société d'édition de programmes. Et elle devient partie prenante au capital d'une seconde société « Canal 1 » dont elle devrait posséder au moins 51 % des parts (de façon que le secteur public français reste majoritaire), les autres partenaires étant étrangers.

La S.E.P.T. mettrait à disposition de Canal 1 ses programmes à un prix préférentiel et les partenaires étrangers feraient de même. Canal 1 serait le locataire du canal, encaisserait les recettes de publicité, assurerait les frais de diffusion et rémunérerait — fût-ce symboliquement — les programmes cédés.

Les partenaires extérieurs à la S.E.P.T. dans les deux cas de figure seraient principalement des sociétés de télévision — publiques ou privées — d'autres pays d'Europe intéressés à la politique de programmes définie : culturelle et européenne. Des contacts ont déjà été entrepris dans ce sens avec Channel 4 et la B.B.C. 2 en Angleterre, Z.D.F. en R.F.A., les R.A.I. 2 et 3 en Italie, la R.T.B.F. en Belgique, la N.O.S. en Hollande, la R.T.V.E. 2 en Espagne, la S.S.R. en Suisse, etc. Mais il pourrait s'agir également de producteurs spécialisés notamment dans des catalogues de produits culturels, de mécènes, de groupes de presse ou d'institutions culturelles européennes, pour des parts relativement réduites.

2.2. Des incertitudes quant aux modalités de son financement.

Le projet de loi de finances pour 1987 fait apparaître une dotation de redevance de 300 millions de francs pour le programme culturel et européen (20 millions de francs en fonctionnement et 280 millions de francs en équipement). Bien que le document ne précise pas l'affectation définitive de cette dotation, on peut supposer que son produit ira à la S.E.P.T.

La société disposerait dès lors en 1987 d'un budget de 540 millions de francs (dont 240 millions de francs de reliquat de la dotation de 1986) (1).

Sur la base des indications fournies dans les réponses aux questionnaires par l'ancien président du directoire de la société, M. Faivre d'Arcier, le budget prévisionnel de la S.E.P.T. d'un montant de 360 millions de francs était établi comme suit :

(En millions de francs.)

Recettes		Dépenses	
Redevance	300	<i>Fonctionnement</i>	131,1
Recette de commercialisation	20	- Personnel	25,3
Publicité - Sponsoring	40	- Frais	31,3
	360	- Contributions obligatoires	43,2
		- Diffusion (3 mois)	31,3
		<i>Programmes</i>	228,9
		- Conventions d'écriture	6
		- Doublage et sous-titrage	64
		- Achats de programmes	40
		- Production	118
			360
Redevance	40	<i>Equipement</i>	40

(1) Ce schéma est remis en cause par la décision du Gouvernement (projet de loi de finances rectificative pour 1986, article 8) de prélever 70 millions de francs sur ce reliquat.

Ce budget était établi sur les hypothèses suivantes :

- diffusion sur le satellite au deuxième trimestre 1987, ce qui entraîne des frais de diffusion pour 16 millions de francs et l'équipement d'une régie de diffusion pour 40 millions de francs ;

- montée en puissance avec un effectif qui passerait à 106 personnes ;

- doublage des émissions pour leur diffusion avec plusieurs canaux-son simultanément (norme D2 Mac Paquets) : 64 millions de francs.

Le passage d'une société d'édition à une société de diffusion entraîne donc une profonde modification de la structure du budget. La production de programmes proprement dite ne représente plus qu'un petit tiers du budget. Encore votre rapporteur observe-t-il que les frais de diffusion sont sous-évalués, le coût de location d'un canal devant s'établir à environ 110 millions de francs en année pleine (27,5 millions de francs pour trois mois).

Quelle que soit la décision qui sera arrêtée par l'autorité de tutelle, il convient d'être conscient de cette évolution et notamment de la charge supplémentaire des frais de diffusion, du doublage et du sous-titrage (indispensable pour une chaîne à vocation européenne) et du nécessaire accroissement des personnels.

La dotation inscrite au budget de 1987, qui s'ajoute à celle des encaissements mais non utilisée pour les 4/5 de 1986, devrait pouvoir générer une demande de production pour 300 millions de francs au minimum. L'utilisation de 240 millions de francs restants est subordonnée aux décisions de l'autorité de tutelle concernant le statut du programme culturel européen. En outre, ce programme pourrait recevoir des aides de la Communauté européenne.

Votre rapporteur souhaiterait qu'au moment où un certain nombre d'investisseurs préparent le financement du satellite TDF 2 et vont acquérir un droit de diffusion sur TDF 1, le Gouvernement arrête sa décision :

- quant à la réservation d'un canal pour le programme culturel européen ;

- quant à la structure qui sera chargée de la diffusion et aux modalités de son association avec la S.E.P.T. ;

Ces décisions conditionnent largement l'avenir de la S.E.P.T. et sont nécessaires à l'orientation de sa politique de production.

SOUS-CHAPITRE XI

LA CHAÎNE FRANCOPHONE TV 5

TV 5 est constituée par cinq sociétés nationales de télévision : les trois chaînes françaises TF 1, A 2, FR 3), actuellement regroupées au sein du groupement d'intérêt économique « Satellimages », la S.S.R. (Télévision suisse romande), la R.T.B.F. (Radiotélévision belge francophone) et, depuis janvier 1986, le Consortium de télévision de Québec-Canada.

Ces sociétés se sont donné comme objectif la conception, la production, la programmation, le financement et la diffusion en commun par satellite E.C.S., à destination des réseaux câblés d'Europe et de l'Afrique du Nord, d'une sélection de leurs meilleurs programmes.

L'organisation de TV 5, plutôt artisanale, a permis son lancement dans de bonnes conditions. La poursuite de son développement, les modifications apportées par la loi du 30 septembre 1986 et l'accroissement de la concurrence entre sociétés de programme sur les réseaux câblés européens vont cependant exiger une réorganisation de la chaîne francophone.

1. UNE STRUCTURE LÉGÈRE ET DES RÉSULTATS ENCOURAGEANTS

1.1. Une structure légère.

Le personnel permanent de Satellimages et TV 5 est de huit personnes.

Au sein de chacun des organismes membres une « cellule TV 5 », de deux personnes en moyenne, effectue le travail du choix, de la présentation, de l'enregistrement et de l'envoi des programmes pour diffusion.

1.2. Des principes de programmation très simplifiés.

L'objectif est pour TV 5 de présenter en Europe une vitrine de la francophonie, d'assurer une présence de la langue française.

Les émissions sont à tendance culturelle, sans publicité. Chaque jour de la semaine est placé sous la responsabilité de l'une des sociétés membres, la société TF 1 assurant deux journées et la société A 2, une journée et l'après-midi du dimanche.

La durée hebdomadaire est de quarante-huit heures environ : chaque jour de 16 heures à 22 h 30. Mardi et jeudi jusqu'à 23 h 30 ; dimanche de 15 heures à 23 h 30.

De 16 heures à 19 heures chaque jour, est rediffusé en « répétition » le programme de la semaine précédente.

A 22 heures est proposé le journal quotidien français (TF 1 ou A 2).

Cette programmation est, par principe, peu coûteuse. Elle s'accompagne toutefois de versements de droits d'auteurs calculés selon des principes contractuels ou réglementaires.

Des conventions particulières ont été conclues par Satellimages pour la réception de TV 5 en Europe avec les sociétés françaises d'auteurs et les sociétés nationales de chacun des pays de réception.

Avec les artistes-interprètes, les sociétés TF 1, Antenne 2 et FR 3 ont également conclu les accords utiles dans le cadre de la convention collective en vigueur.

Avec les réalisateurs, et pour 1986, l'accord n'a pu encore être réalisé ; les syndicats exigent 5 % du cachet d'origine contre 3 % proposés par les sociétés nationales.

1.3. Des moyens de financement assez réduits.

1.3.1. *La répartition des charges.*

Chaque partenaire contribue au financement de la chaîne francophone :

- Satellimages pour cinq huitièmes, soit 20,5 millions de francs en 1986 ;

- S.S.R., R.T.B.F. et Télévision québécoise pour un huitième chacun, soit 12,3 millions de francs en 1986.

En outre, chaque société apporte en propre ses programmes et rémunère les ayants droit.

La part française (Satellimages) s'élève en 1986 à 20,5 millions de francs auxquels s'ajoute le budget de la partie française, pour remboursement des frais de programmation aux sociétés nationales de télévision et enregistrement d'une part, et d'autre part redevance aux ayants droit, soit 5,5 millions de francs en 1986. Au total, le budget de Satellimages s'est élevé en 1986 à 26 millions de francs (1).

Les apports proviennent de deux sources, sans que leur régularité soit véritablement assurée. En 1984, le ministère des affaires étrangères a apporté 13 millions de francs, soit la quasi-totalité de la part française du programme. Il a porté sa participation à 18 millions de francs en 1985, puis sa participation a été réduite en 1986 à 4 millions de francs. En 1987, le ministère des affaires étrangères devrait apporter 18 millions de francs au programme. La redevance a dû, là encore, se substituer à la carence ou à l'irrégularité du budget général, pour assurer désormais la quasi-totalité en 1986 et 60 % en 1987 de la participation financière française.

En 1987, la répartition devrait être la suivante :

- redevance : 26 millions de francs ;
- budget des affaires étrangères : 18 millions de francs,

auxquels pourrait s'ajouter une mesure nouvelle de l'ordre de 7 à 8 millions de francs permettant de financer l'extension vers le Québec et le Canada.

La part de nos partenaires francophones (4,1 millions de francs chacun en 1986) ne devrait pas être modifiée de façon significative, hormis peut-être celle du Consortium canado-québécois à l'occasion de l'extension en Amérique du Nord.

C'est donc d'un budget de l'ordre de 60 millions de francs dont devrait bénéficier TV 5 en 1987 (2).

(1) Le sommet francophone avait prévu à l'issue de la réunion de février 1986, une contribution financière en faveur de TV 5 d'un montant de 29 millions de francs. Réduit par la suite à 18 millions de francs, ce complément pour 1986 sera finalement de 4 millions de francs.

(2) Il faut toutefois rappeler que le budget de TV 5 reste modique en comparaison de celui de ses concurrents. A titre d'exemple, la chaîne privée allemande par satellite SAT 1 a disposé en 1986 de 200 millions de deutschemark.

1.3.2. *Une structure de dépense très dépendante des coûts de diffusion.*

Comme toute entreprise de communication audiovisuelle diffusant sur une vaste zone, TV 5 consacre une part importante de son budget aux frais de diffusion (1).

Sur l'ensemble du budget, les dépenses techniques représentent environ 50 %, le fonctionnement et les programmes 30 %, les redevances aux ayants droit 20 %.

1.4. Des résultats prometteurs.

Le nombre de foyers raccordés au câble et pouvant recevoir TV 5 était en fin d'année 1984, d'environ 2.000.000 ; en 1985 : 2.700.000 ; fin 1986, il approchera 4.000.000. Il s'agit d'audience potentielle.

L'audience effective, telle qu'elle a été calculée par un sondage SOFRES en octobre 1985, est de 2 à 3 % pour une audience quotidienne, 14 % pour une audience hebdomadaire.

La réception la plus importante est enregistrée aux Pays-Bas (1.500.000), puis en Belgique wallonne (1.000.000). Ensuite : Allemagne (650.000), Suisse (400.000), pays scandinaves (150.000). Quinze pays d'Europe reçoivent TV 5 ; également le Maroc et la Tunisie.

(1) La diffusion est effectuée du centre Cognacq-Jay, sous le contrôle de T.D.F. ; les émissions parviennent en régie sous forme d'enregistrements assurés à la diligence de chacune des sociétés, pour une journée entière.

Le signal est acheminé par voie hertzienne jusqu'à la station terrienne de Bercenay-en-Othe, qui appartient à la D.G.T.

Il est ensuite transmis par le satellite de communication Eutelsat 1F1 dont un canal est loué par la D.G.T., et c'est à la D.G.T. que TV 5 loue les tranches horaires qui lui sont nécessaires.

Le signal est diffusé en Secam. Il n'est pas crypté (il l'a été à l'origine ; il ne l'est plus depuis juillet 1985).

La réception est assurée par antennes paraboliques mises en place sur les têtes des réseaux câblés qui ont passé contrat avec TV 5 pour la réception de ses programmes.

2. UNE MONTÉE EN PUISSANCE S'AVÈRE NÉCESSAIRE

2.1. Une concurrence de plus en plus vive.

Sur les réseaux câblés d'Europe, TV 5 se trouve confrontée à des concurrents qui disposent d'avantages et de moyens considérables : les chaînes nationales hertziennes et chaînes voisines, et aussi, parmi les télévisions par satellite, les puissantes chaînes de langue allemande et de langue anglaise, tels Sky Channel et bientôt Superchannel. Ces chaînes disposent d'une production appropriée et émettent 16 à 20 heures par jour.

2.2. Un renforcement nécessaire du programme TV 5.

Pour faire face à la concurrence, plusieurs transformations paraissent nécessaires.

2.2.1. *Améliorer le contenu des programmes.*

Plusieurs pistes de réflexion sont actuellement explorées par la direction de la communication du ministère des affaires étrangères (projet Canal Club).

● Il s'agit en premier lieu de renforcer la programmation en garantissant au mieux l'accès de la chaîne au stock de programmes des chaînes publiques et privées pour la rediffusion. La loi du 30 septembre permet en effet à la C.N.C.L. de tenir compte de l'effort envisagé par les candidats dans ce domaine pour l'attribution des fréquences. Toutefois, l'application même de ces dispositions risque de poser d'insurmontables problèmes juridiques. En effet, lorsqu'une société de programme acquiert des droits de diffusion, elle ne peut en disposer que pour sa propre zone de diffusion ; leur rétrocession à TV 5 serait dès lors juridiquement impossible sauf pour la société de procéder à l'achat de droits pour l'Europe entière, ce qui paraîtrait disproportionné à une chaîne de télévision diffusant sur le territoire national. Seules les émissions produites par les sociétés seront donc disponibles, encore celles-ci se garderont-elles de mettre à disposition sans contrepartie financière leurs productions les plus exportables, sous peine de perdre une partie des droits de diffusion qui y sont attachés. Le ministère des affaires étrangères a d'ores et déjà indiqué qu'il était disposé à affecter un budget de 5 millions de francs pour aider des coproductions.

● Il s'agit, en second lieu, de définir précisément la nature de la grille de programmes, que les rédacteurs du projet « Canal Club » souhaitent « généraliste » et non uniquement « culturelle ».

● Il s'agit, en troisième lieu, d'accroître la durée de diffusion en la faisant passer de 6 h 30 à 9 heures au minimum. La contribution financière de 4 millions de francs allouée par les affaires étrangères pour 1986 permettra d'ores et déjà d'assurer une augmentation d'une heure du volume horaire quotidien à partir de décembre 1986, en prolongeant le programme jusqu'à 24 heures (il semble actuellement impossible de prévoir un début de programme avant 16 heures en raison d'une location faite par la D.G.T. à l'agence américaine d'information). L'objectif reste de pouvoir louer un canal « entier » du satellite E.C.S. et de diffuser douze heures par jour.

2.2.2. Etendre la zone de diffusion des programmes.

2.2.-2.1. Vers l'Amérique du Nord.

L'entrée d'un consortium canado-qubécois dans TV 5 en janvier 1986 préfigurait l'extension de la chaîne francophone sur le continent nord-américain. Une étude de faisabilité a été menée par le consortium et ses conclusions paraissent favorables. Le coût de cette extension est estimé entre 30 et 40 millions de francs en année pleine. Des recettes (abonnements, publicité) pourraient venir en déduction de cette somme. Il paraît raisonnable d'envisager un démarrage de TV 5 au Québec en septembre 1987. L'apport budgétaire français, pour quatre mois de fonctionnement, est estimé à 8 millions de francs.

2.2.-2.2. Vers le Maroc.

Des discussions sont actuellement en cours pour étendre la diffusion du programme sur le réseau hertzien marocain (2^e chaîne) dont le développement est assuré en collaboration étroite avec la Sofirad.

Une telle action serait subordonnée à un accord entre les deux gouvernements. Votre rapporteur estime nécessaire de prévoir avec précision le coût en investissement et en fonctionnement d'une telle diffusion. Il est en effet peu probable que des recettes publicitaires ou d'abonnements proviennent de l'extension de la diffusion dans cette zone. Son financement incombera au budget marocain, les compléments de financement accordés par la France au titre de la coopération et du développement de la francophonie devront être crédités sur le budget général de l'Etat.

2.2.-2.3. Des ambitions... un peu irréalistes.

L'étude du ministère des affaires étrangères apparaît quelque peu irréaliste par le développement mondialiste qu'elle estime pouvoir donner dans un délai assez bref au programme francophone.

« En 1988, ce sera au tour des Etats-Unis et de l'Afrique francophone. L'extension du réseau aux autres régions du monde (Europe de l'Est, Moyen-Orient, Amérique latine, Asie Pacifique), indiquent les auteurs de l'étude, ne peut dans l'état actuel des choses faire l'objet d'une quelconque programmation. »

Sans nier l'intérêt de l'action audiovisuelle extérieure, votre rapporteur s'interroge sur son financement lorsque l'on connaît le coût de location des liaisons par satellite et le faible équipement de certains Etats en récepteurs de télévision. Ce projet pourrait en outre heurter certaines susceptibilités nationales. La création d'une chaîne nationale contrôlée par le Gouvernement reste en effet dans de nombreux Etats un objectif, en lui-même hors atteinte.

Des études de « faisabilité » devront donc être menées avec le plus grand sérieux et les financements appropriés devront être réunis.

2.3. Un problème financier qui n'est pas résolu.

L'extension de la zone de diffusion et l'allongement de la durée des programmes ont pour conséquence l'alourdissement des charges de la société.

Si le ministère des affaires étrangères a déjà fait savoir qu'il était prêt à s'engager davantage, il semble cependant que les auteurs de l'étude sur le fondement de laquelle ces déclarations ont été faites n'aient pas véritablement chiffré le coût de leurs ambitions.

Il n'est pas certain, d'autre part, que les autres pays francophones soient réellement disposés à accroître leur participation financière au programme.

Quant à l'apport des sociétés françaises par prélèvement supplémentaire sur la redevance du service public ou par contribution des sociétés privées (1), il paraît assez difficile à mettre en œuvre, compte tenu de l'équilibre financier très fragile qu'entraîne la mise en œuvre de la loi du 30 septembre 1986. Enfin, il ne paraît pas réaliste de pouvoir compter, en raison de la faiblesse de l'audience, sur des

(1) Le problème de TF1 privatisée va être posé dès le printemps 1987.

apports importants de publicité commerciale au moins dans les premières années.

Si votre rapporteur appelle de ses vœux le développement de l'action audiovisuelle extérieure, il souhaite qu'au préalable en soient analysés les coûts et que soit effectuée une « mise à plat » des différentes actions actuellement menées de façon disparate et mal coordonnée.

Le développement de l'action audiovisuelle extérieure ne pourra en effet être assuré avec l'efficacité requise que s'il existe une synergie entre les différentes activités et une coordination entre les services qui en ont la charge. Cette mise à plat devrait en outre permettre un redéploiement des crédits nécessaires à ce développement, préalable à tout engagement financier supplémentaire.

Il serait souhaitable que ce travail d'étude soit entrepris dans les meilleurs délais.

· SOUS-CHAPITRE XII

FRANCE MEDIA INTERNATIONAL (F.M.I.)

France Média International a été créée par le décret du 29 avril 1983. Son capital, d'un montant de 1 million de francs, est ainsi réparti : Etat (23,33 %), Sofirad (33,33 %), TF 1 (13,33 %), Antenne 2 (13,33 %), S.F.P. (6,67 %), FR 3 (5,34 %), I.N.A. (3,34 %), et R.F.O. (1,33 %). Elle est chargée de la commercialisation des programmes produits par TF 1, Antenne 2 et FR 3, ainsi que par la S.F.P. (Société française de production) et l'I.N.A. (Institut national de la communication audiovisuelle). F.M.I. dispose, en effet, d'un mandat exclusif de la part de ces sociétés pour commercialiser les droits de diffusion à l'étranger et les droits dérivés en France et à l'étranger. En outre, F.M.I. assure, à la demande du ministère des affaires étrangères, la distribution des émissions de télévision reprises des chaînes nationales françaises, et des longs métrages de cinéma, dans tous les pays ayant passé des accords de coopération culturelle avec la France. Enfin, France Média International peut investir dans des productions en vue d'acquérir des droits de distribution.

La loi du 30 septembre 1986 ne mentionne plus l'existence d'une société chargée de la commercialisation à l'étranger des œuvres et documents audiovisuels.

Une grande incertitude plane donc sur la prolongation de l'activité de celle-ci :

- les sociétés de programme ne sont plus tenues de recourir à ses services, comme TF 1 privatisée ;
- elle ne bénéficiera plus d'attribution directe de redevance ;
- la mission que lui a confiée le ministère des affaires étrangères pourrait être remise en question.

Son sort est en quelque sorte remis entre les mains de ses actionnaires qui, pour la plupart, n'ont pas d'intérêt direct dans l'activité de la société (Etat 23,3 % et Sofirad 33,3 %).

Si votre rapporteur s'était montré très réservé sur l'utilité de F.M.I., c'est avant tout parce que son institution reposait sur une contrainte imposée aux sociétés de programme, dont l'efficacité n'était pas démontrée, et dont le premier effet a été une réaction de boycott de F.M.I. en cédant assez systématiquement les droits de distribution internationale aux coproducteurs privés.

Pour autant, l'échec de F.M.I. est avant tout l'échec de la production française qui, pour des raisons évoquées plus haut, est difficilement exportable (1).

La progression d'activité de la société publique de distribution montre néanmoins que son existence n'est pas dépourvue d'utilité.

1. UNE ACTIVITÉ EN PROGRESSION

L'activité de F.M.I. est double :

- elle commercialise des programmes audiovisuels ;
- elle distribue depuis le 1^{er} janvier 1985 des programmes audiovisuels pour le compte du ministère des affaires étrangères dans le cadre des accords de coopération culturelle.

CHIFFRE D'AFFAIRES

(En millions de francs.)

	1984	1985	1986
Activité commerciale	35,6	36	57
Distribution culturelle	•	19,1	24,5
	35,6	55,9	71,5

1.1. L'activité commerciale.

Si F.M.I. a développé ses efforts pour commercialiser davantage les productions françaises, le chiffre d'affaires généré a stagné à son niveau de 1984 (35 millions de francs) ; quant aux ventes de programmes, elles ont connu un léger fléchissement et se situent aux alentours de 20 millions de francs. Un certain redressement peut être observé au premier semestre 1986 (12,7 millions de francs de chiffre d'affaires pour soixante-dix-neuf heures de programmes vendues), F.M.I. prévoit pour 1986 un chiffre d'affaires de 30 millions de francs environ pour les droits commerciaux sur un chiffre d'affaires commercial de 57 millions de francs.

Ces résultats médiocres ont pour origine :

- la fragilité financière de la clientèle des productions françaises, encore très orientées vers des pays peu solvables ou acheteurs très irréguliers ;

(1) Voir supra p. 114.

- la mauvaise adéquation de la production française à la demande et aux besoins de la clientèle étrangère.

1.1.1. *La structure de la clientèle de F.M.I.*

Le tableau ci-dessous donne une analyse du chiffre d'affaires relatif aux ventes commerciales de programmes réalisées par F.M.I. en 1985.

Zone	Chiffre d'affaires	En pourcentage	Volume horaire	En pourcentage
<i>Commercial :</i>				
Europe	10.752.742	51,1	570 h 03	37,5
dont pays francophones	(4.059.775)			
Amérique latine	1.891.508	9	144 h 52	9,5
Amérique du Nord	1.702.852		112 h 25	7,4
dont Canada francophone	(603.726)	8,1	(20 h)	
Afrique du Sud, Australie, Nouvelle-Zélande .	1.576.056	7,5	105 h 45	7
Asie	779.560	3,7	62 h 44	4,1
Pays arabes	784.174	3,8	210 h 53	14
Pays de l'Est	1.743.276	8,2	112 h 40	7,4
Divers (Turquie, Israël)	1.797.274	8,5	199 h 11	13,1
	21.027.442		1.518 h 55	

L'Europe est le premier client des productions françaises. Elle représente 51 % du chiffre d'affaires pour un volume horaire de 37,5 %.

Plus de la moitié du chiffre d'affaires est heureusement réalisé avec des pays traditionnellement solvables et payant à des tarifs assez élevés les productions françaises. Il est à noter que ces pays, partenaires naturels et privilégiés de chaînes en matière de coproduction, continuent à acheter les programmes français existants et que leur volume d'achats est en expansion (429 heures en 1984 pour 570 heures en 1985).

Les pays francophones ont acheté davantage (152 heures en 1985 y compris le Québec). Cette tendance se confirme en 1986 (le chiffre d'affaires réalisé au cours du premier trimestre étant de 4,4 millions de francs pour le seul Canada francophone).

Une seule ombre au tableau : le gel des droits pratiqué par R.T.L. qui souhaite acheter des programmes récents également pour la France, dans la perspective de leur programmation sur la « Cinq » ou par le biais du satellite de diffusion directe.

Dans les autres zones de diffusion, la situation est plus fragile, les pays en voie de développement connaissant des difficultés financières

importantes, tout comme les pays de l'Est. Ils ont donc été de moins bons clients. La percée sur le marché américain se heurte au peu d'intérêt des grands réseaux pour les productions étrangères, même si des perspectives intéressantes sont ouvertes par le câble et les syndications. En revanche, F.M.I. a doublé son chiffre d'affaires avec le Japon grâce à une politique de partenariat avec N.H.K. et elle a vendu des programmes à de nouveaux pays tels que la Turquie et Israël.

1.1.2. *Une mauvaise adéquation entre les productions françaises et le marché international.*

Indépendamment des difficultés conjoncturelles auxquelles F.M.I. a dû faire face en 1985, force est de constater que la production disponible ne correspondait pas toujours aux exigences de la clientèle internationale.

Les programmes de fiction étaient trop souvent « nationaux » et trop courts alors que la demande portait, pour cette année spécifique, sur des séries longues (douze épisodes au moins) et divertissantes, nos partenaires les plus difficiles demandant même des programmes « haut de gamme » et de facture cinématographique (notamment en Grande-Bretagne).

D'autre part, la diminution du nombre des grandes séries documentaires de vulgarisation, l'absence quasi totale de variétés de portée internationale aussi bien que la disparition de longues séries de jeunesse ont fortement nuit aux résultats.

1.1.3. *Un élargissement de l'activité aux entreprises du secteur privé.*

Lors de la création de la société, les sociétés privées de production audiovisuelle se sont montrées réservées à l'égard de l'activité de distribution de F.M.I.

Par contre elles sont très rapidement entrées en contact pour présenter et développer des projets de coproduction dans lesquels F.M.I. pouvait intervenir soit à titre de coproducteur, soit à titre de distributeur apportant une avance sur les ventes à venir (mode le plus fréquent de participation de F.M.I.).

Deux cas méritent d'être distingués :

— celui des sociétés privées de taille importante qui font appel à F.M.I. lors du montage financier de leurs projets et qui en échange d'une avance lui confient la distribution de ces productions. F.M.I. se rembourse alors au premier franc de son avance et après prélèvement d'une commission d'intervention réserve la recette nette au producteur ;

- celui des petites sociétés privées qui ne disposent pas d'un outil de commercialisation et qui confient, sans contrepartie financière, à F.M.I. la distribution de leurs produits moyennant une commission d'intervention.

Cette distinction entre « grandes » et « petites » sociétés de production souffre d'ailleurs des exceptions puisqu'il arrive à des sociétés importantes de demander à F.M.I. de distribuer leurs produits (exemple : « Hamster » confiant à F.M.I. la distribution de la série *Maupassant*, sans contrepartie financière, ni minimum garanti).

A cet égard, il est intéressant de noter que l'on arrive au paradoxe de chaînes du service public, coproductrices de projets, accordant à des sociétés privées, sans moyens réels de commercialisation, la distribution de la coproduction pour « échapper à F.M.I. » et, de ces mêmes sociétés venant demander à F.M.I. de prendre en charge la commercialisation de ces produits (exemple : *Le regard dans le miroir*, coproduction TF 1/Plaisance productions).

Après deux années de fonctionnement de la société, et après que des relations de plus en plus étroites se soient instaurées entre F.M.I. et les producteurs privés, une évolution s'est produite.

Il semble désormais que les sociétés privées souhaitent le maintien et le développement d'une société de distribution centralisée fonctionnant avec elles sur la base de relations contractuelles. Elles y ont d'ailleurs un double intérêt :

- sur le plan opérationnel, une société de ce type a un meilleur impact sur un marché international largement dominé par les produits anglo-saxons ;

- sur le plan économique, la représentation de différentes sociétés de production par un organisme unique permet de réduire les coûts de distribution, ce qui est déterminant pour des produits où la recette commerciale escomptée ne peut être que marginale par rapport à l'investissement de production.

En outre, une société centralisée permet de réaliser des économies d'échelle substantielles en matière de gestion et notamment pour les reversements aux différents ayants droit (informatisation possible des reversements).

Cette évolution sera à prendre en compte surtout lorsqu'il sera décidé du maintien ou de la cessation d'activité de F.M.I. En outre, contraintes financièrement, il demeure possible que les sociétés nationales de programme n'expriment pas la volonté de créer en leur sein des services d'exportation et qu'elles viennent de leur plein gré contracter avec F.M.I.

1.1.4. *Le développement de politique de coproduction.*

L'accroissement de la clientèle privée de F.M.I. résulte pour une large part de son association à de nombreuses réalisations comme coproducteur.

● En fonction des perspectives de vente internationales, France Média International investit dans certaines productions. Les producteurs ne sont rémunérés que lorsque France Média International a récupéré sa mise de départ. L'objectif de F.M.I. est de sensibiliser les auteurs et les producteurs à la création d'œuvres d'intérêt international.

Afin de permettre à la société F.M.I. d'investir dans des opérations de financement de création de programmes audiovisuels et d'accroître ainsi son catalogue et donc sa capacité de commercialisation, ses autorités de tutelle lui ont alloué pour trois ans des dotations budgétaires annuelles de redevance de 15 millions de francs hors taxe. Cette redevance est qualifiée d'équipement dans la mesure où elle abonde le compte emplois - ressources de la société. Cependant les moins values d'encaissements de redevance au niveau national se sont répercutées sur les sommes effectivement perçues par F.M.I. : 34,3 millions de francs au 30 juin 1986 au lieu de 37,5 millions de francs prévus.

Cette politique de coproduction s'avère source de chiffre d'affaires non négligeable pour F.M.I. :

- 1984	1.673.394,36 F
- 1985	3.195.773,00 F
- 1986	
arrêté au 31 août 1986	3.979.773,13 F
	<hr/>
Total	8.849.136,49 F
	<hr/>

Bien qu'ils n'aient pas, à ce jour, permis à F.M.I. de récupérer le montant total de ses investissements, les résultats de cette politique s'avèrent encourageants.

En outre, F.M.I. a constitué, en collaboration avec Télécip, un groupement de producteurs privés européens, « Vision », qui a lancé la production de 60 heures de production originale.

Initialement créée pour commercialiser les programmes des chaînes publiques, F.M.I. réalise maintenant plus du quart de son chiffre d'affaires en commercialisant ses coproductions et les programmes de sociétés privées.

ANALYSE DES RÉSULTATS PAR CHAINES

(Premier semestre 1986.)

TF 1	193 h 48	24 %
Antenne 2	347 h 45	44 %
FR 3	24 h 54	3 %
Copro-Distribution F.M.I.	224 h 31	29 %
	790 h 58	

1.2. La distribution culturelle.

1.2.1. *La mission de distribution culturelle a été transférée de l'I.N.A. à F.M.I. le 1^{er} janvier 1985. A ce titre, elle a distribué 6.687 h 22 de programmes dans vingt-huit pays. Les objectifs fixés dans les conventions annuelles passées avec le ministère des affaires étrangères ont été atteints à 100 %.*

F.M.I. a fait principalement appel aux émissions des sociétés nationales de télévision, qui ont mis gratuitement à sa disposition 5.094 h 10 de programmes, soit 76,2 % des envois annuels.

Pour répondre aux principales demandes des stations africaines dont elle a été l'objet, F.M.I. a acheté des droits de diffusion de longs métrages, de variétés, d'émissions enfantines à des producteurs privés. Ces achats représentent 23,8 % des émissions distribuées.

Sur les 6.687 h 22 distribuées, les programmes d'Antenne 2 représentent 40,4 %, ceux de TF 1 25,8 % et ceux de FR 3 10 %. 34,5 % des émissions commandées sont des programmes de fiction, principalement cédées par Antenne 2. Les programmes de téléfilms, séries, feuilleton, ainsi que les longs métrages représentent 54,2 % des émissions distribuées dans le cadre de la mission culturelle.

1.2.-1.1 Distribution dans les pays d'Afrique noire francophones et océan Indien.

En 1985, 5.162 h 41 de programmes ont été expédiées à 21 stations africaines. Les télévisions du Cameroun et de Sao Tomé ont, pour

la première fois, bénéficié de l'aide de la France dans le domaine de la coopération audiovisuelle. Les produits sélectionnés par les responsables africains ont été diffusés en France au cours de l'année 1985, 22,3 % représentent des achats de films français du commerce effectués par F.M.I. pour le compte des stations africaines.

1.2.-1.2. Distribution dans d'autres zones géographiques.

Sept pays ont bénéficié de l'envoi à titre culturel des programmes français de télévision : 1.524 h 41 ont été ainsi expédiées.

En accord avec le ministère des affaires étrangères, F.M.I. a étendu son champ d'action en proposant aux télévisions d'Afrique anglophone des émissions doublées en anglais. En 1985, seule la télévision éthiopienne a bénéficié de cette diffusion.

1.2.-1.3. Commercial assisté.

Pour la majorité des pays d'Afrique noire francophone, la gratuité de la distribution reste nécessaire, eu égard aux ressources financières limitées dont disposent les organismes de télévision, ainsi qu'à la nature des rapports de coopération existant avec la France. F.M.I. a obtenu en 1985 l'acquisition par certains pays de quelques heures de programmes, ainsi que la participation à l'achat de longs métrages.

Gabon : 194 h 17.

Côte-d'Ivoire : 43 h 44.

Les relations commerciales se sont développées avec la télévision algérienne qui a acquis, en 1985, 77 h 36 de programmes.

1.2.-1.4. T.V.F.Q. 99.

Depuis le 15 septembre 1985, la fourniture annuelle de 2.000 heures de programmes au câble québécois T.V.F.Q. 99 est assurée par F.M.I. Le transfert à F.M.I. de cette activité, jusqu'alors suivie par les chaînes nationales, s'est effectuée au mieux avec le partenaire québécois.

Au 31 décembre 1985, 800 heures ont été expédiées.

1.2.2. Au 1^{er} janvier 1985, la distribution institutionnelle de programmes scientifiques, culturels et techniques à l'étranger, jusqu'alors assurée par l'A.D.P.F., a été transférée à F.M.I.

356 heures ont été cédées à des circuits traditionnels, principalement universitaires : Canada : 15 % ; Etats-Unis : 20 % ; Europe : 50 % ; Asie-Océanie : 15 %.

En liaison avec l'université de Paris-Dauphine et Middlebury College aux Etats-Unis, F.M.I. a coproduit une série « *La télé des Français* », constituée de trois cassettes de deux heures, accompagnées d'un livret pédagogique. Il s'agit d'un programme destiné aux enseignants de la langue française à l'étranger.

1.2.3. Le financement de ces opérations est assuré par le ministère des affaires étrangères.

En 1985, premier exercice réalisé par F.M.I., la contribution du ministère des affaires étrangères s'est élevée à 19,1 millions de francs qui se décomposent comme suit :

(En millions de francs.)

	1985	au 30 juin 1986
Envois de programmes	14,5	7,4
Doublages	0,9	•
Opérations exceptionnelles	0,1	•
Distribution institutionnelle	0,5	0,5
T.V.F.Q. 99	3,1	2,2
	19,1	10,1

Pour 1986, il est prévu une contribution de 24,5 millions de francs.

2. DES CHARGES IMPORTANTES, MAIS MIEUX MAÎTRISÉES

Le montant des charges d'exploitation a évolué très rapidement au fur et à mesure du développement de son activité :

En millions de francs.

1984	42,9
1985	60,9
1986 (prévisions)	71,6
Dont réalisation au 30 juin 1986 ...	20,1
1987 (projet de budget)	85,3

Les charges de personnel et de gestion courante constitueront les plus gros postes de charges.

2.1. Charges de personnel.

Elles ont connu une évolution croissante en valeur absolue (13,9 millions de francs en 1984, 19,5 millions de francs en 1985, 22,4 millions de francs prévus pour 1986 et 26,2 millions de francs pour 1987) mais décroissante en part du compte de charges d'exploitation (32,4 % en 1984, 32 % en 1985, 31,6 % en 1986, 30,7 % en 1987). Encore faut-il préciser que l'évolution la plus marquée est celle de la rubrique « cachets et piges », alors que la charge du personnel permanent a eu tendance à diminuer en francs constants 14 millions de francs en 1985 et 1987.

2.2. Les charges de gestion courante.

Ce poste de charges a connu une croissance rapide, 14,3 millions de francs en 1984, 14,7 millions de francs en 1985, 20,9 millions de francs en 1986 et 27,1 millions de francs en 1987). Votre rapporteur note avec satisfaction une certaine maîtrise des frais de transports et déplacements générés par des marchés (M.I.P.T.V., N.A.T.P.E., Monte-Carlo...) ou hors marché. Il s'étonne par contre d'une dépense de près de 0,5 million de francs en publicité dans des quotidiens et des mensuels français effectuée au premier semestre 1986 et qui ne semble pas véritablement justifiée par les missions de la société.

2.3. Un résultat d'exploitation en voie de redressement.

Après plusieurs exercices déficitaires en exploitation (- 7 millions de francs en 1984, - 5,7 millions de francs en 1985), les résultats devront être équilibrés en 1986 (1). Cependant, il apparaît toujours un relatif déséquilibre entre les coûts directs et indirects des ventes et le chiffre d'affaires commercial de la société.

Les résultats financiers devraient rester largement positifs malgré la dépréciation du dollar (une partie importante des créances clients sont libellés dans la devise américaine) et le compte de résultat devant globalement être équilibré en 1986.

(1) D'autant que les charges paraissent avoir été bien maîtrisées au cours du premier semestre, alors que les résultats s'annoncent assez prometteurs pour le deuxième semestre.

3. LE BUDGET 1987 ET L'AVENIR DE F.M.I.

3.1. Trop d'incertitudes pèsent sur l'avenir de la société pour lui permettre de présenter un budget fiable.

- restructuration éventuelle du capital ;
- absence de dotation de redevance d'équipement qui va freiner la politique de coproduction et d'association avec les producteurs privés, à défaut par la société de dégager des ressources d'autofinancement ou de recourir à l'emprunt ;
- incertitude sur l'attitude des sociétés du service public et de TF 1 privatisée ;
- restructuration interne en supprimant le service chargé de la copie des cassettes et bandes, par exemple, et en faisant exécuter ces travaux à l'extérieur ;
- suppression d'emplois par départ en préretraite.

3.2. Un budget de reconduction a été provisoirement établi.

Ce budget prend comme base de départ l'exercice 1986 et recense les besoins de la société à niveau d'activité en progression et sans restructuration de sa mission ou de son organisation.

En effet, la prévision de développement du chiffre d'affaires de la société et donc de son activité et de ses résultats est directement liée à sa capacité à « investir » notamment en matière de personnel et en matière de coproduction génératrices d'un portefeuille plus adapté aux besoins de la clientèle.

● Ainsi le projet envisage-t-il la création de cinq emplois supplémentaires (58 existants) :

- un cadre pour le secteur des droits dérivés (un chiffre d'affaires de 10,5 millions de francs contre 7 millions de francs en 1986 est prévu dans ce secteur du fait de son développement).
- deux postes aux services centraux (un à la comptabilité, un demi aux livraisons, un demi pour le secrétariat du comité d'entreprise) ;
- deux postes pour compenser l'absence de redéploiement au moment de la prise en charge par F.M.I. de la fourniture d'émissions pour le câble québécois et qui deviendront indispensables en cas de transfert de la gestion de Télé-Liban actuellement assurée par la Sofirad.

● Le projet insiste aussi sur la nécessité de poursuivre l'investissement en coproduction et d'en maintenir le niveau :

« Compte tenu du lancement du projet « Vision », projet suscité par F.M.I. pour associer dans un groupe de réflexion et d'investissement les producteurs et les distributeurs majeurs des principaux pays européens, il semble indispensable d'obtenir à nouveau pour l'année 1987 une quote-part de la redevance et ce à hauteur de 15 millions de francs, étant entendu que le retour d'investissement sur des projets ambitieux qui se fabriquent sur deux ans est long à opérer et qu'il n'engendrera de produits pour notre société qu'à partir des exercices 1988 et 1989. »

● Il demande aussi le maintien à niveau de la prise en charge des dépenses de doublage par le ministère des affaires étrangères :

« Par ailleurs, F.M.I. souhaite pouvoir en 1987 développer sa politique de doublages tant en anglais, qu'en espagnol et en arabe. Une partie de ces dépenses était prise en charge par le M.A.E. L'intervention de ce ministère ayant sensiblement diminué en 1986, il nous apparaît fondamental de maintenir une politique de doublages et sous-titrages, seul moyen de se maintenir sur les marchés du Moyen-Orient, d'Amérique latine et d'Amérique du Nord.

« En ce qui concerne notre présence en Afrique, le développement de la concurrence étrangère, principalement allemande par l'intermédiaire de Transtel, devrait nous inciter à renforcer, diversifier et réorienter notre distribution.

« La diversifier en engageant avec certaines stations africaines une politique de coproductions, la réorienter en concevant des émissions de vulgarisation qui tiendraient compte de la spécificité des pays concernés. En 1986 une enveloppe de 1 à 2 millions de francs était dégagée sur les fonds propres de F.M.I. pour tester les programmes répondant à cette nouvelle politique. Il serait souhaitable pour 1987 que nous disposions d'une dotation supplémentaire répondant à ces nouvelles actions. »

SOUS-CHAPITRE XIII

SOCIÉTÉ FINANCIÈRE DE RADIODIFFUSION (SOFIRAD)

Chargée de gérer les intérêts de l'Etat dans les radios périphériques, la Sofirad a engagé depuis 1977 des actions de diversification et des actions internationales particulièrement ambitieuses.

Toutefois, en raison des profits déclinants de ses activités premières et des défauts d'organisation dont elle a souffert, notamment de l'instabilité de ses dirigeants (cinq présidents depuis 1981) alors que ses actions de diversification conduisaient à une dispersion extrême de ses activités, la situation de la Sofirad s'est détériorée depuis 1980. Le redressement opéré depuis 1983 n'a pas encore porté tous ses fruits au moment où plane une incertitude très grande sur la vocation même de la société.

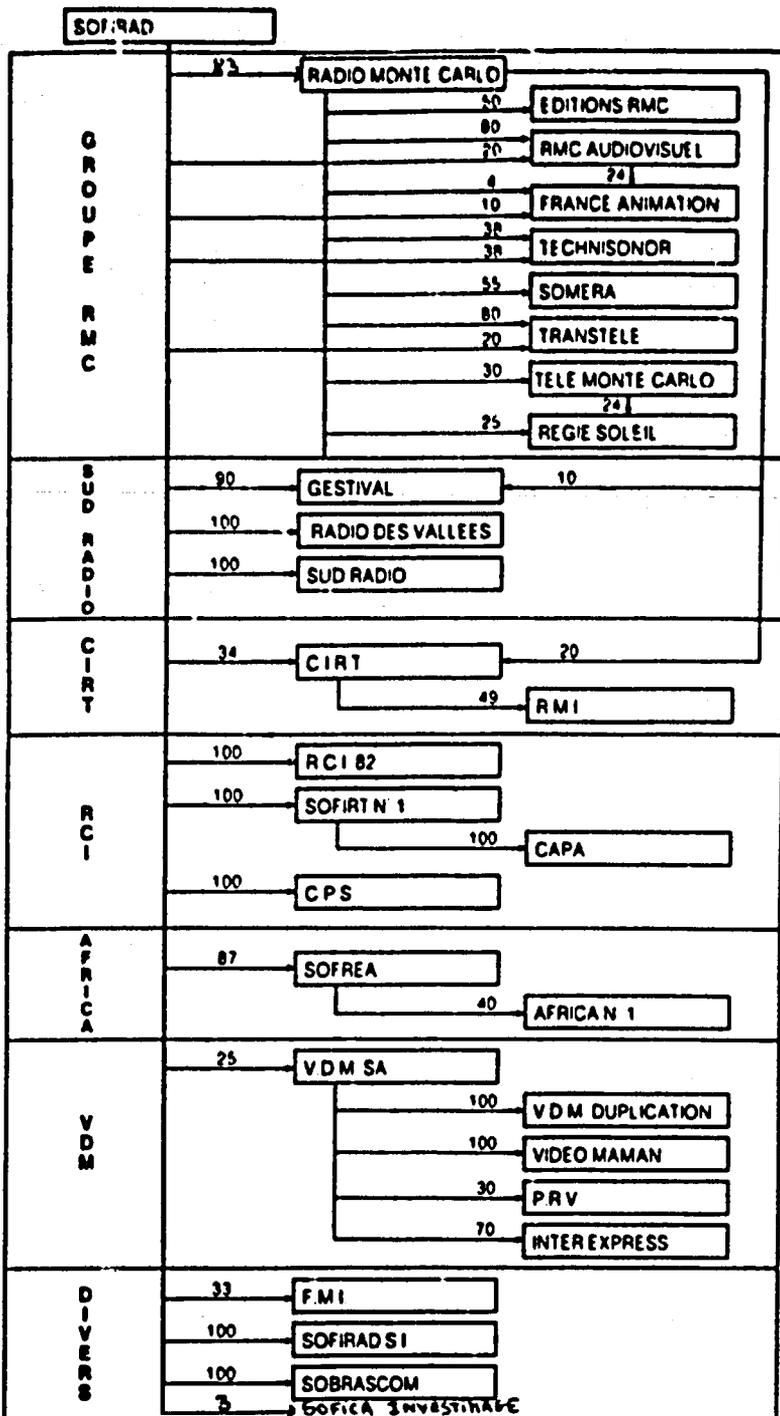
L'année 1986 a été en effet marquée par la cession, le 5 mars 1986, au groupe Hachette, par l'intermédiaire d'une sous-sous-filiale, des actions détenues par la Sofirad dans le groupe Europe 1 Communication, pour un prix de 494 millions de francs. Cette cession aura des répercussions importantes sur les comptes de la société et lui permettra d'apurer ses dettes.

Elle constitue le premier volet d'une opération de désengagement de l'Etat du secteur de l'audiovisuel puisque la cession de Radio Monte-Carlo et de Sud-Radio est envisagée dans un délai que votre rapporteur n'a pu faire préciser.

Ce choix stratégique incontournable et au demeurant très souhaitable n'en fait pas moins peser de lourdes menaces sur l'avenir de la Sofirad. En effet, les activités radiophoniques étaient bénéficiaires et permettaient le développement des actions internationales qui se sont toutes avérées risquées et sources de déficit.

Si ces actions devaient être maintenues, il conviendrait que l'Etat actionnaire accepte soit de contribuer à leur financement, soit de laisser à disposition de sa holding une partie du produit des ventes d'actifs qu'elle a ou va réaliser.

ORGANIGRAMME DU GROUPE SOFIRAD



Cet organigramme ne tient pas compte du groupe EUROPE N° 1 qui a été cédé au début de 1986

30/06/86

1. UNE DIVERSIFICATION QUI A CONDUIT A LA DISPERSION DES ACTIVITÉS

Au nombre de huit en 1979, les filiales étaient vingt et une fin 1984, détenant elles-mêmes de nombreuses participations.

Parmi ces sociétés nouvelles, certaines correspondaient à des activités propres de Sofirad ou à des structures complexes mises en place pour tenir compte de contraintes juridiques (ainsi l'organisation de Sud Radio suppose-t-elle l'existence de trois filiales et celle de Radio Caraïbes l'existence de deux sociétés). D'autres résultaient d'accords avec les sociétés du service public de l'audiovisuel (F.M.I. et R.F.P.), d'autres enfin de créations conjointes avec certaines filiales.

Ce réseau relativement complexe a, selon la Cour des comptes dans son rapport particulier du 16 décembre 1985, alourdi la gestion du groupe et accaparé ses dirigeants au détriment des problèmes majeurs.

S'il n'est pas toujours facile de dissocier l'action de la société holding sur la gestion d'Europe 1 Communication, et même de Radio Monte-Carlo, la Sofirad a cependant conduit la restructuration du capital de Teie Monte-Carlo et influencé très nettement la politique de diversification qui procédait d'une stratégie de compensation au sein de chaque groupe entre l'activité radiophonique dont le déclin était prévisible par des activités nouvelles censées être plus rémunératrices, lancée avec ses filiales.

1.1. Europe 1 Communication.

Tablant sur le déclin progressif de l'activité radiophonique, dont le chiffre d'affaires est en stagnation, Europe 1 a diversifié ses activités dans de nombreux domaines du secteur de la communication.

1.1.1. *Le lent déclin de l'activité radiophonique.*

L'arrivée des radios locales privées sur la modulation de fréquence a conduit à l'effritement des positions des radios périphériques diffusées en ondes longues ; le chiffre d'affaires d'Europe 1 a diminué au cours de l'exercice 1984-1985, passant de 617,8 millions de francs à 615,8 millions de francs. Le résultat est cependant encore très largement bénéficiaire, 122 millions de francs, en raison de l'abaissement des charges, notamment grâce au transfert de personnel vers d'autres activités du groupe. La remontée espérée de l'audience grâce à

la mise en application de l'autorisation d'émettre en modulation de fréquence devrait permettre de stabiliser l'audience, mais le chiffre d'affaires ne devrait pas connaître une croissance importante en raison de la concurrence des télévisions commerciales sur le marché publicitaire.

1.1.2. *Consciente de ce risque à moyen terme, Europe 1 Communication a cherché depuis 1984 des voies de diversification.*

a) Dans le domaine de l'édition.

Europe 1 a ainsi acquis en 1982 40 % du capital du *Nouvel Economiste* et lancé le mensuel *Télé Ciné Vidéo*, qui a connu des déboires en raison des contraintes pesant sur le marché de la vidéo. Elle s'est intéressée également au domaine de l'édition de livres (Editions n° 1), dont le chiffre d'affaires a progressé (+ 8 %) plus rapidement que celui de l'ensemble de la profession en 1985.

b) Dans le domaine de l'affichage, avec la prise de contrôle en 1984 du groupe Giraudy, qui a connu en 1984-1985 une forte progression de son chiffre d'affaires (+ 16,8 %) et un quasi-doublement de son résultat consolidé.

c) Dans le domaine de la télévision.

Dès 1982, alors que les concurrences nouvelles ne venaient encore que des radios privées et d'une aggravation de prélèvements des chaînes publiques sur le marché de la publicité, Europe 1 Communication a défini une stratégie dans le domaine de la télévision au terme de quatre ou cinq ans.

● Les positions anciennes du groupe (61,5 % du capital de T.M.C. et une participation minoritaire des Télé France U.S.A.) n'ont pas constitué des moyens de diversification efficaces. Engluée dans les mésaventures de sa filiale italienne T.V.I. et limitée dans sa zone de diffusion en France, Télé Monte-Carlo a connu des exercices déficitaires (- 173,4 millions de francs en 1983-1984), même si un redressement peut être observé depuis la filiale italienne à la firme brésilienne T.V. Globo (déficit 1984-1985 de 39 millions de francs).

Europe 1 a cherché à se dégager de ce fardeau qu'elle a pu éliminer en 1984 de son périmètre de consolidation en rétrocédant 31,5 % du capital à la principauté de Monaco et à R.M.C., mais des provisions pour risques, importantes, ont dû être constituées.

● Des initiatives récentes ont concrétisé ces choix stratégiques en raison des décisions politiques qui ont abouti à la création dès 1984 de nouvelles concessions de service public (Canal Plus, la Cinq et TV 6).

Ainsi Europe 1 a-t-elle pris une participation de 10 % au capital de la S.E.P.C., société holding française qui détient 60 % du capital de la

« Cinq », investi dans des achats de droits audiovisuels et cinématographiques en collaboration avec U.G.C.-D.A. dont elle détient 17 % du capital et dans la production de programmes. Elle a enregistré des commandes importantes : 350 heures pour Canal Plus, jusqu'à 1988 ; 1.300 heures pour France 5, jusqu'en 1989. En outre, elle a assuré grâce à ses matériels et dans ses locaux le démarrage de TV 6.

1.1.3. *La privatisation d'Europe 1 Communication.*

Au début du mois de décembre 1985, le Président de la République a indiqué qu'il souhaitait une véritable privatisation de certains postes périphériques liés financièrement et juridiquement à la puissance publique.

La privatisation d'Europe 1 Communication, société cotée en Bourse, a été réalisée le 4 mars 1986. Les parts de la Sofirad dans la société Europe 1 ont été vendues au prix de 494 millions de francs (1) jouissance courante, à la société Holpa, filiale de « La librairie française », elle-même filiale d'Hachette et seul acheteur à avoir fait une offre pour la totalité des actions.

1.2. Radio Monte-Carlo.

Sofirad détient 83,33 % de cette société, aux côtés de la Principauté. Depuis la cession de ses parts dans Europe 1, c'est la première participation de la société holding par ordre d'importance.

Au moment où les performances de ses activités classiques (programmation et émission de radio) plafonnent, elle a entrepris un programme de diversification ambitieux, pour partie de son propre chef, sans opposition de son actionnaire majoritaire, pour partie en association avec lui. Dans ce dernier cas, c'est bien souvent la Sofirad elle-même qui a conduit les sociétés concernées en provoquant parfois le désistement, voire, note la Cour des comptes, les critiques de sa filiale.

Les provisions pour risque sur l'activité de certaines filiales ont conduit à une détérioration des résultats de RMC (60,9 millions de francs en 1980-1981 ; 14,6 millions de francs en 1984-1985).

(1) Coupon attache, payables pour moitié au comptant, pour moitié par un billet à ordre, à échéance du 31 décembre 1986.

Ce montant correspond à une valorisation des actions ordinaires à 950 F et des actions à vote double à environ 10 % de plus.

Ce prix était supérieur aussi bien aux évaluations faites par un audit du Cabinet Arthur Andersen, qui estimaient l'action à 700 F avec, au mieux 5 % de plus pour les actions à vote double, qu'au niveau de 905 F, cours auquel l'action a été maintenue ultérieurement en bourse.

1.2.1. *Le déclin de l'activité radiophonique.*

RMC connaît une érosion progressive de ses résultats d'exploitation dans le secteur de la radio, en raison d'une certaine baisse de ses recettes d'antenne et d'un accroissement de ses charges, notamment de personnel.

	1983-1984	1984-1985	1985-1986 (prévisions)
Resultat d'exploitation	82,5	63,3	56,9

L'extension de la diffusion loin de sa zone traditionnelle du sud de la France, grâce à l'attribution de fréquence sur la bande FM, permettra probablement à la société d'améliorer ses résultats d'audience, mais la concurrence des télévisions commerciales devrait plus que limiter les recettes d'antenne de la société.

1.2.2. *La diversification dans la production audiovisuelle.*

a) **Technisonor** est une filiale à 38,28 % de R.M.C. d'une part, et de la Sofirad d'autre part. Le reste du capital est détenu par les sociétés du secteur public de l'audiovisuel. Cette société, d'abord chargée de la production d'émissions de radio, s'est par la suite consacrée à la production de téléfilms ou de séries dramatiques. Sa présence au sein du groupe ne semble pas être exploitée de façon notable. Elle est donc amenée à agir comme un producteur privé et son exploitation est pour le moment équilibrée.

Elle a produit chaque année une vingtaine d'heures de fiction originale, essentiellement pour TF 1 et FR 3.

b) **R.M.C. Audiovisuel** (80 % R.M.C., 20 % Sofirad) a été créée en 1981 pour gérer les accords entre Parafrance et R.M.C., qui ont pris fin en 1985. Son objet principal est devenu la production déléguée de dessins animés réalisés par sa filiale France Animation, ainsi que l'exploitation des droits dérivés de ce service.

Le résultat de l'exercice 1984-1985 est une perte de 7,9 millions de francs, l'ensemble des films distribués par Parafrance ayant été des échecs commerciaux.

Les comptes de la société reflètent également durant cet exercice les pertes du premier exercice de sa filiale France Animation pour 1,6 million de francs.

Depuis 1982, la société a produit en tant que producteur délégué quatre grandes productions destinées à la télévision.

Après *Machine Gunners* et la série de dessins animés français *Les Mondes engloutis*, R.M.C. A. a terminé le tour de table des coproductions de deux nouvelles séries de dessins animés *Rahan, fils des âges farouches* et *The song of Pentecost* (1).

De nombreux contrats de licence ont été signés par R.M.C. A. pour l'exploitation des droits dérivés de la série *Les Mondes engloutis* notamment la Compagnie générale du jouet (C.E.J.I.), Carrère (disques), Hachette, Nathan.

En 1985 et début 1986, l'exécution de ces contrats s'est déroulée normalement à l'exception du contrat C.E.J.I., suite à la mise en règlement judiciaire de la société.

Il est cependant difficile d'apprécier aujourd'hui le montant des redevances qui seront versées par les licenciés au-delà des minima garantis.

Le résultat de l'exercice 1984-1985 a rendu nécessaire un abandon de créances de la part des actionnaires (1,6 million de francs à la charge de la Sofirad et 6,4 millions de francs à la charge de R.M.C.).

Cependant pour l'exercice 1985-1986 le résultat de la société devrait être légèrement bénéficiaire en raison de la reprise des provisions sur France Animation qui permet d'envisager le redressement de cette société.

1.2.3. *La diversification dans la programmation d'émissions de télévision.*

Si l'on exclut la récente prise de participation de 5 % du capital de la S.E.P.C., société holding detenant 60 % du capital de la « Cinq », la **diversification de R.M.C. dans l'activité de télévision s'est essentiellement déroulée dans sa zone d'influence traditionnelle, avec des prises de participation successives dans le capital de Télé Monte-Carlo.** Une opération d'ailleurs très curieusement menée, selon la four des comptes, dont le rapport est particulièrement éloquent :

« Au 1^{er} janvier 1980, Europe 1 détenait 61,5 % du capital de la Société spéciale d'entreprises Télé Monte-Carlo, Publicis 20 % et la Principauté 18,5 %. S.S.E.T.M.C. exploitait la télévision dans le cadre d'une convention avec R.M.C., elle-même titulaire du monopole par concession du Gouvernement princier. Aux termes de cette convention,

(1) *Rahan* est une série coproduite avec I.F.L. les éditions Vaillant, les S.O.F.I.C.A. Investimage et S.O.F.I.C.A. Créations, ainsi que Canal Plus. Cette série sera mise en fabrication par France Animation avant fin 1986.

The song of Pentecost sera coproduite par Channel 4 et TV 5. Cette émission sera réalisée par France Animation en 1987 et diffusée sur Canal Plus et Channel 4 à Noël 1987.

R.M.C. devait recevoir 10 % des bénéfices et même 60 % après l'amortissement des installations financées par S.S.E. et dont la propriété devait alors lui revenir.

« D'après les dirigeants de R.M.C., la concurrence des radios locales privées a incité en 1981 R.M.C. à se diversifier. En outre, elle ne pouvait tolérer dans sa zone d'écoute une télévision entièrement contrôlée par un concurrent : Europe 1 ! »

« Cette affirmation est d'autant plus étonnante que jamais Europe 1 ne fournit un programme à T.M.C. et qu'elle n'avait à la même époque que le désir de se désengager, estimant que T.M.C. ne pourrait pas être rentabilisée étant donné l'échec de la filiale italienne, la vétusté des infrastructures et le caractère régional de la station en France.

« Néanmoins RMC décida alors d'entrer au capital de la S.S.E. Mais curieusement ce ne fut pas sur la part d'Europe 1, mais par rachat des actions de Publicis. Il semble que la négociation sur le prix ait même été menée par Sofirad.

« Cette forme d'intervention est pour le moins surprenante alors qu'aucune mesure de coordination n'avait été prise entre ses deux grandes filiales (au demeurant toutes deux de nationalité monégasque) la Sofirad envisagea même un moment de reprendre elle-même une partie des titres de Publicis (conseil du 15 décembre 1981). Malgré l'opinion contraire de Publicis et même d'Europe 1, Sofirad a nourri l'espoir de faire de Télé Monte-Carlo la seule « station française de télévision privée dépendant directement de l'Etat » et une station à vocation française mais aussi italienne et africaine.

« L'exercice 1981 se solda par un déficit de 30 millions de francs, celui de 1982 s'éleva à 42 millions de francs et celui de 1983 à près de 95 millions de francs.

« Néanmoins, Publicis proposait ses actions pour 10 millions de francs, somme supérieure à la capitalisation des bénéfices moyens des trois derniers exercices et le groupe Sofirad accepta de traiter pour 8,5 millions de francs (en fait pour 11,5 millions de francs puisque RMC dut immédiatement souscrire pour 3 millions de francs à une augmentation de capital urgente...).

« Cette transaction est d'autant plus critiquable que Publicis conserve un intérêt certes réduit, mais néanmoins significatif dans la régie publicitaire de la station (régie n° 1 détenant 50 % de « Régie Soleil » dont S.S.E.T.M.C. ne détient quant à elle que 24 % le reste étant partagé entre RMC 25 % et Europe 1,1 %...).

« Après cette étape Europe 1 détenait toujours 61,5 % du capital. Sofirad réussit à lui faire racheter 21,5 % par la Principauté de Monaco. Pour la décider à opérer cet investissement de 16 millions de francs, Sofirad obtint pour T.M.C. l'autorisation d'émettre sur une zone (incluant Marseille), dont l'audience potentielle est de 5 millions de téléspectateurs.

« Restait à réduire encore le fardeau d'Europe 1 tandis que RMC semblait toujours souhaiter la parité avec sa « concurrente ». Le 8 juin 1984, RMC racheta 10 % des titres Europe 1 (y compris les parts bénéficiaires correspondantes), sur des bases voisines de celles retenues pour la Principauté.

« Ainsi en juin 1984, les actionnaires de S.S.E.T.M.C. étaient-ils : la Principauté pour 40 %, Europe 1, 30 % et RMC 30 %, soit pour Sofirad un pourcentage « résultant » de 35,25 % contre 20,9 % au 1^{er} janvier 1980.

« Entre temps, la situation de la station s'était dégradée. Une négociation manquée avec le réseau Berlusconi et un accord sans lendemain avec la R.A.I. et sa régie publicitaire ont définitivement enfoncé Televisione Internationale, qui a pu être néanmoins cédée à Globo au cours de l'année 1985 (90 % des actions pour 1.000 litres). »

Assorti d'un accord de coopération aux termes duquel T.M.C. consent à TV Globo-Italie l'exclusivité de la répétition de ses programmes à destination de l'Italie en contrepartie d'une somme forfaitaire de 3 milliards de liras payable jusqu'en 1990, T.M.C. a pris en charge le règlement du passif net de T.V.I. La charge nette pour la société s'est élevée à 18 millions de francs.

Malgré la vente de la filiale italienne T.V.I. en août 1985 et l'extension de la zone desservie depuis octobre 1984 sur Marseille il a été impossible de rétablir la situation de la société pendant l'exercice 84/85 qui s'est soldé par une perte de 38,8 millions de francs.

Le bouleversement introduit sur le marché publicitaire par l'ouverture des 5^e et 6^e chaîne ainsi que les incertitudes concernant l'avenir de T.M.C. ont empêché le plan de redressement mis en place au début de l'été 85 de se traduire par une amélioration du chiffre d'affaires bien que l'audience de la station ait très notablement progressé :

Les recettes publicitaires n'auront été en 1985-1986 que de 27 millions de francs contre 43,8 millions de francs prévus ; la perte d'exploitation de l'exercice sera de l'ordre de 55 millions de francs. La situation nette négative de la société peut être estimée à - 280 millions de francs au 30 septembre 1986.

Pour faire face aux besoins les plus urgents, les actionnaires ont accepté de procéder à de nouvelles avances en compte courant.

Cependant à la suite de la cession des actions détenues par la Sofirad dans Europe 1, celle-ci a décidé de ne plus contribuer aux avances indispensables au maintien de la S.S.E. en activité. Ces avances ont donc été consenties par la Principauté de Monaco et RMC seuls.

Toutefois, cette situation ne peut se prolonger très longtemps sans faire peser une contrainte insupportable sur l'équilibre financier de RMC (ainsi, d'ailleurs, que sur le budget de la Principauté de Monaco).

Sur l'exercice 1985/1986 la S.S.E.-Télé Monte Carlo absorbera en provisions diverses les 2/3, soit 36 millions de francs de la marge brute de RMC.

RMC a donc entrepris une diversification hasardeuse dans un domaine où l'ampleur du financement est de l'ordre du décuple de ce qu'il est dans la radio. Quant à la Sofirad, elle est contrainte d'assumer une responsabilité et des charges importantes sans avoir situé son action dans un plan d'ensemble précisant les objectifs du groupe.

Il est désormais clair que l'avenir de RMC repose sur l'entrée au capital de nouveaux partenaires financiers et sur l'extension de sa zone de diffusion.

La question qui reste à résoudre et pour laquelle aucune décision n'a encore été arrêtée est celle de savoir si T.M.C. fera l'objet d'une cession ou d'une restructuration de capital séparément ou dans le cadre de la cession envisagée de R.M.C. elle-même.

1.2.3. *La diversification dans la presse (Agence centrale de presse) et dans l'édition a connu jusqu'à présent des résultats déficitaires. La situation de l'A.C.P. s'est d'ailleurs dégradée au cours de l'exercice 1986 pour lequel on prévoit une perte de 13 millions de francs.*

1.2.4. *R.M.C. a été aussi un moyen de développer l'action internationale de la Sofirad sur le pourtour de la Méditerranée. Cette action fera l'objet d'un examen séparé.*

1.2.3. *Vers la privatisation de R.M.C. ?*

La cession de la participation de la Sofirad dans R.M.C. n'a jusqu'à présent fait l'objet d'aucune négociation.

L'intention du Gouvernement français de procéder à cette cession a été portée à la connaissance du Gouvernement monégasque ainsi que le prévoient les accords de 1945 concernant R.M.C.

Une discussion entre experts des deux Gouvernements sur les conséquences de la cession devra commencer prochainement.

Parrallèlement, une méthode d'évaluation et la procédure de mise en vente seront mises au point. La cession des actions de la Sofirad ne pourra intervenir qu'après ces différentes étapes.

1.3. Le groupe Sud Radio.

Sa gestion est retracée dans les comptes de trois sociétés :

— la société andorrane Radio des Vallées (R.D.V.), dont la Sofirad détient la totalité du capital ;

— les sociétés anonymes « Sud Radio Services » (S.R.S.), dont le capital était détenu à l'origine par Sofirad pour 70 % et par R.D.V. pour 30 %, est (depuis 1983) détenu en totalité par Sofirad ;

— et Gestival, dont le capital est réparti entre Sofirad (41 %), R.M.C. (10 %), les 49 % restants étant portés par une banque pour le compte de Sofirad.

1.3.1. *Un montage complexe rendu nécessaire par la dégradation des relations avec l'Andorre.*

Ce montage complexe a été rendu nécessaire par la crise des relations avec l'Andorre qui a obligé Sofirad à rapatrier sur Toulouse l'essentiel des services de programmation et à utiliser des émetteurs situés en France en ne conservant en Andorre qu'un émetteur de faible puissance et quelques services de gestion pour préserver les droits d'utilisation de la fréquence de la station et empêcher l'installation d'une antenne espagnole concurrente.

1.3.1.1. Une situation juridique précaire en Andorre.

La situation juridique actuelle de la station de radiodiffusion Sud Radio au regard de la Principauté d'Andorre est née des circonstances suivantes :

La Sofirad avait obtenu du conseil général des Vallées d'Andorre une concession pour l'exploitation d'une station de radiodiffusion d'obédience française. Celle-ci a commencé à émettre sous le sigle de « Radio des Vallées » puis de « Sud Radio ».

Cette concession était établie pour une durée de vingt années. Dès 1979, des négociations s'étaient engagées avec les autorités andorranes en vue de rechercher les bases d'un renouvellement des accords de 1961 ou d'une nouvelle convention. Cependant, compte tenu de l'existence d'une autre station d'obédience espagnole, Radio Andorre, et du partage de la souveraineté andorrane entre deux coprinces, ces négociations se sont avérées assez complexes, et n'avaient pas abouti au 29 mars 1981, terme de la concession.

De telle sorte que, le 2 avril 1981, le conseil général des Vallées a ordonné la fermeture des deux stations. Sur le recours porté contre cette décision devant la juridiction des coprinces, celle-ci a suspendu la décision du conseil général pour une durée de six mois. Mais, à l'expiration de ce délai (6 novembre 1981), aucun accord n'étant intervenu, les émissions de Sud Radio (et de Radio Andorre) ont à

nouveau été interrompues. De nouvelles négociations ont alors été entreprises, qui se sont déroulées de 1981 à 1983. Durant cette phase, un décret des coprinces a réorganisé la radiodiffusion en Principauté. Mais le problème des concessions n'a reçu qu'une solution provisoire : le 10 mars 1983, Sud Radio a été admise à reprendre ses émissions pour une durée de six mois. Un accord de concession plus durable n'a cependant pas été établi à ce jour. Les négociations sont interrompues depuis septembre 1983.

La négociation, qui n'a pas abouti, avec les autorités andorrane a nécessité la création « *quelque peu artificielle* », selon la Cour des comptes, de la société Gestival.

Les activités de la société Radio des Vallées en Andorre (exploitation d'un émetteur à puissance réduite et fourniture de quelques émissions) se poursuivent dans une situation juridique indéterminée.

L'essentiel des activités d'exploitation de la station ayant été progressivement transféré sur le territoire français et prises en charges par la société « Sud Radio Services » basée à Toulouse, Radio des Vallées ne dispose actuellement que d'un effectif très restreint de personnels techniques et de programmes.

Le dernier exercice clos le 30 septembre 1985 fait apparaître un résultat équilibré, et il en sera vraisemblablement de même à la fin du présent exercice. Mais la situation nette comptable de la société, compte tenu des pertes des années antérieures, demeure négative, au niveau de 13 millions de francs.

1.3.1.2. Un recentrage des moyens à Toulouse.

La société Sud Radio Services a été constituée à Toulouse en 1977 afin de recentrer l'ensemble des activités de programmation de Sud Radio au sein de la zone d'audience de la station, les régions du Sud-Ouest de la France.

A la suite de l'arrêt des émissions diffusées depuis Andorre sur l'ordre des autorités locales en 1981, la continuité du fonctionnement de la station a pu ainsi être assurée à partir de Toulouse avec le concours de T.D.F. Mais toute activité commerciale comportant le recours à la publicité était interdite à Sud Radio.

Cette implantation a été complétée dans les régions les moins bien desservies, par des relais en ondes moyennes (Tarbes et Bordeaux) ainsi qu'en modulation de fréquence dans les conditions prévues par l'arrêt du 7 mars 1986.

La société Sud Radio Services regroupe ainsi l'ensemble des responsabilités d'exploitation de la station.

Un projet d'installation du centre basse fréquence (services et studios) est en cours de réalisation, dans le cadre d'un complexe immobilier en construction à Toulouse.

1.3.1.3. Une organisation très compliquée.

a) Il en est résulté une nouvelle répartition des compétences peu favorable à une bonne gestion : le rôle de R.D.V. s'est progressivement réduit à la fourniture de prestations techniques aux émetteurs andorrans, alors que S.R.S. assume désormais la totale responsabilité de l'exploitation de la station et réalise à Toulouse la quasi-totalité de la programmation. La société reçoit cependant les recettes publicitaires de Gestival, titulaire d'une autorisation provisoire d'émettre, sinon d'une concession, qui lui a permis de conclure un nouveau contrat de régie publicitaire avec la filiale d'Havas, Information et Publicité.

b) Il en résulte aussi une grande dispersion géographique des moyens techniques et des services.

Alors que Sud Radio ne disposait en 1981 que des deux émetteurs du Pic Blanc qui, malgré leur 900 kW de puissance totale, n'ont jamais permis d'assurer une diffusion satisfaisante sur l'ensemble du Sud-Ouest français, la station utilise aujourd'hui un émetteur de 20 kW seulement pour couvrir Andorre et trois émetteurs de 20 kW installés en France. Deux émetteurs en modulation de fréquence ont en outre été acquis à la fin de 1984 pour les besoins des associations avec lesquelles des accords ont été passés. « *Le régime de propriété de ces moyens d'émission, observe la Cour des comptes dans un rapport particulier sur le groupe « Sud Radio » en date du 16 décembre 1985, est quelque peu paradoxal puisque la société andorranne R.D.V. n'est pas propriétaire des émetteurs situés en Andorre, non plus que la société française S.R.S. des émetteurs qu'elle exploite en France (loués à T.D.F.) alors qu'elle possède ceux gérés par R.D.V. et par les deux associations de Perpignan et de Saint-Vincent-de-Tyrosse* »(1).

Quant aux services, ils se trouvent pour une part de plus en plus réduite en Andorre (soit au Pic Blanc pour les techniciens, soit à Andorre-la-Vieille dans des locaux désormais trop vastes) et surtout à Toulouse dans un petit immeuble devenu trop exigu. Mais S.R.S. envisage une implantation beaucoup plus ambitieuse.

(1) Ces accords ont permis à Sud Radio de diffuser sur la bande F.M., dans le cadre de la loi du 29 juillet 1982 - plusieurs heures de programmes par jour - préfigurant ainsi l'autorisation de diffusion sur cette même bande accordée en mars 1986.

Ces accords ont également permis à Sud Radio d'optimiser l'exploitation de ses services techniques et de production de programmes.

A ce jour, ils devraient évoluer vers un désengagement réciproque à court terme, Sud Radio disposant maintenant de moyens qui lui sont propres.

La station s'est en outre dotée à la fin de 1983 d'une installation parisienne, dans les locaux loués à la Maison des Pyrénées, où elle a installé un studio équipé d'une liaison avec Toulouse.

L'audience de Sud Radio, selon des statistiques au demeurant peu sûres, paraît fluctuante. La chute régulière de 1974 à 1980 due à la percée de R.M.C. dans cette zone s'est accentuée en 1982 avec l'arrêt de l'émetteur du Pic Blanc et le changement de fréquence. La nette reprise en 1983 a été suivie de mouvements plus erratiques depuis 1984 sous l'effet de la concurrence des radios privées dans les grandes agglomérations (Toulouse).

La nouvelle convention passée avec l'État en mars 1983 est analogue à la précédente. Cette régie trouve en Sud Radio un utile complément pour les annonceurs de R.T.L.

Le développement du chiffre d'affaires réalisé est jugé satisfaisant mais le support n'exerce aucun contrôle de la régie.

Les résultats de l'année sociale en cours laissent prévoir la poursuite de cette progression, dans une moindre mesure toutefois, compte tenu des incertitudes actuelles du marché de la publicité radiophonique et du développement de la concurrence.

Les fonds engagés en 1983 par Sofirad (en capital, 16,2 millions de francs), ou sous forme d'avances) avaient dû être provisionnés pour plus de 52,5 millions de francs à fin 1983 (dont 36,5 millions de francs en 1982 et 1983) ; une reprise de 1,6 million de francs a pu être faite en 1984.

Mais si l'hémorragie est interrompue, les chances de récupérer les sommes « investies » ne peuvent être aisément appréciées. Manifestement Sofirad, qui souhaite ne pas perdre l'usage de la fréquence « andorrane », limite le développement de Sud Radio afin de ne pas gêner celui du R.M.C. dans le Sud-Ouest. La coordination de ces deux filiales dotées de régies publicitaires concurrentes n'est pas facile.

1.4. Radio Caraïbes International (R.C.I.).

1.4.1. Un rachat très contestable.

Selon la Cour des comptes, les conditions dans lesquelles fut acquise Radio Caraïbes International sont très critiquables.

(1) 19,4 millions de francs en 1983 (avril à décembre), 45 millions de francs en 1984, 54,5 millions de francs en 1985, la publicité locale diminue très fortement (13,1 % du chiffre d'affaires en 1983, 9,9 % en 1985).

Radio Caraïbes International, station périphérique des Antilles françaises a été créée en 1969 et développée par plusieurs propriétaires successifs.

Les derniers en date ont créé à cette occasion deux sociétés :

- R.C.I. 78, titulaire de licences d'émission de radiodiffusion et télévision à Sainte-Lucie et à la Dominique, est propriétaire de deux émetteurs à Sainte-Lucie (dont un de modulation de fréquence destiné à Fort-de-France) et d'un émetteur à la Dominique couvrant la Guadeloupe (et pouvant atteindre les îles anglophones de la Barbade et de Saint-Vincent). R.C.I. 78 est en outre dotée d'un matériel moderne de reportage :

- la Compagnie antillaise de programmes audiovisuels (C.A.P.A), société française sœur de R.C.I. 78, reçut de cette dernière l'exclusivité de la réalisation et la production des programmes de langue française :

Malgré le bon accueil réservé à la station et en raison de circonstances fortuites (cyclone qui a détruit un émetteur), les actionnaires de Radio Caraïbes International durent chercher un appui pour faire face à leurs obligations financières (après 2 millions de francs de pertes au cours des deux premiers exercices).

Une négociation fut conduite avec Europe 1 qui fournissait déjà à R.C.I. des programmes, notamment des informations. Une expertise réalisée en 1980 pour Europe 1 par la société générale d'organisation scientifique Sogenor ne laissait espérer un redressement des comptes qu'au prix d'un effort radical de réduction de frais et d'un appui du groupe Europe 1 en vue d'accroître les ressources publicitaires que l'exiguïté du marché et la concurrence (notamment de la radio d'Etat) rendaient aléatoires.

Un projet de reprise de 50 % de R.C.I. 78 et de C.A.P.A. par Europe 1 fut établi. Mais les discussions n'aboutirent pas.

Craignant une prise de contrôle de la station par des sociétés américaines (1), la Sofirad reprit en 1981 les négociations et signa un protocole d'accord. Bâti sur le même schéma juridique que le projet d'Europe 1, il en différait radicalement sur trois points :

« - Sofirad reprenait 100 % de l'ensemble (en deux temps, 80 % à effet au 1^{er} janvier 1982 et 20 % à l'échéance de deux ans) ;

(1) En juin 1982, la société R.C.I. devait, aux termes des accords qu'elle avait passés avec la banque américaine B.I.T.C.O., rembourser un crédit de 1.710.720 US dollars.

Pour se garantir de toute défaillance, la société B.I.T.C.O. détenait en garantie les équipements et les fréquences de R.C.I.

Un refus de prise de participation aurait eu pour conséquence de mettre à la disposition des sociétés américaines une radio dont le contrôle échappait totalement à la France.

« — la valeur au 31 décembre 1981, base du rachat, a été fixée à 14.950.000 F, soit exactement le double de la valeur au 31 décembre 1980 estimée par Sogenor. Aucune expertise n'a été demandée par Sofirad qui fit cependant réaliser un audit par son directeur financier, à l'issue duquel le prix put être ramené à 13,5 millions de francs, base entérinée par un nouveau protocole. Ce même audit révéla d'ailleurs qu'à la date du 31 décembre 1981, la situation nette de R.C.I. était négative de 2,6 millions de francs et celle de C.A.P.A. de 69.000 F ;

« — le montage juridique amenait Sofirad à créer une filiale saint-lucienne, R.C.I. 82, qui reprenait les actifs de R.C.I. 78 et réglait le prix aux actionnaires de cette société. Sofirad demanda donc l'autorisation de transférer les fonds nécessaires sous forme d'avance à sa filiale saint-lucienne et la direction du Trésor n'y consentit qu'à condition que cette avance soit couverte par un emprunt en devises d'au moins deux ans et pour 75 % du montant. En fait Sofirad a contracté en dollars pour 100 % de la somme nécessaire. Ainsi au lieu d'un règlement direct au propriétaire prévu au projet de 1980, Sofirad a accepté de prendre le risque de change qui lui a d'ailleurs coûté 7 millions de francs pendant la période du prêt.

« Pour la reprise de la C.A.P.A., Sofirad a dû avoir recours à une filiale créée à partir d'une société rachetée à la banque de l'Union européenne : la Sofirt.

« Le conseil d'administration de Sofirad informé des opérations de rachat de Sofirt et de C.A.P.A., en a approuvé le principe. Il ne semble pas s'être prononcé sur les modalités de financement et notamment sur le fait que Sofirad a finalement fait contracter par sa filiale Sofirt un emprunt en dollars correspondant à 100 % du montant de la transaction et que le président a cautionné sans y être formellement autorisé (de ce fait les conventions avec les banques prêteuses et notamment le Crédit lyonnais n'ont pu être signées). En fait Sofirad a pris directement en charge le service de cet emprunt sans convention avec Sofirt. »

Comme l'explique la Sofirad dans sa réponse aux questionnaires de votre rapporteur sur cette transaction :

« La valorisation du prix de cette opération ne répondait donc pas à des critères purement financiers ». C'est le moins que l'on puisse dire.

Or ni l'achat de R.C.I. ni la création de Sofirt n'ont été autorisés par arrêté interministériel, ce qui est fâcheux pour une opération réputée d'intérêt politique et qui denote bien l'attitude des pouvoirs publics, soucieux de s'engager dans une entreprise délicate sans en assumer ni le risque économique ni le risque politique.

1.4.2. *Une exploitation difficile.*

Peu de temps après la transaction, R.F.O., puis les radios locales privées, ont été autorisées à faire de la publicité, amputant le marché étroit qui ne suffisait déjà pas à R.C.I. pour atteindre l'équilibre. Les résultats de la station (dont la régie publicitaire est assurée par Régie Caraïbes n° 1 dans laquelle Havas détient 60 %, Havas étant aussi régisseur de R.F.O.) risquent d'être durablement déficitaires. Les pertes de l'exercice 1984/85 s'élèvent à 8,7 millions de francs, celles annoncées pour l'année 1985/86 à 9 millions de francs. Sofirad aura bien du mal à gérer avec sa petite équipe une station lointaine dont Europe 1 elle-même avait hésité à prendre la responsabilité.

1.5. Des opérations très risquées à l'étranger.

1.5.1. *Transtélé, du câblage de la Principauté de Monaco à l'exportation de programmes à l'étranger.*

Les vicissitudes de cette société sont, selon la Cour des comptes « intéressantes car elles dénotent le flottement qui peut parfois s'instaurer dans la stratégie du groupe à l'égard des opérations conjointes avec ses filiales et, éventuellement des tiers ».

Transtélé a été créée en 1973 entre R.M.C. 80 % et Radio des Vallées 20 %. En 1980, la participation de R.D.V. a été rachetée par Sofirad.

Conçue pour étudier pour le compte de Radio Monte-Carlo un réseau de teledistribution câblée dans la Principauté, le contrat qui la liait à R.M.C. a été définitivement interrompu le 31 juillet 1980.

Mais le 18 juillet 1978 Transtélé a constitué Téléfrance International avec Gaumont 50 % et, pour le groupe Europe 1, Société n° 1, 25 %. R.M.C. n'a été ni associée ni consultée ; bien qu'actionnaire majoritaire elle se désintéressait de sa filiale gérée de fait et sans convention particulière par Sofirad.

Téléfrance International a servi de support à deux opérations aux Etats-Unis et au Liban.

1.5.1.1. « Coûteuse Amérique ».

L'opération américaine s'inscrit dans le cadre d'une politique de présence française dans l'audiovisuel aux Etats-Unis. Le principe en a été arrêté entre les dirigeants de Sofirad, d'Europe 1 et de Gaumont en juillet 1978. Le support de cette action devait être la société Téléfrance

U.S.A. dans laquelle Téléfrance International a pris 90 %. Cette société assurait l'exploitation de programmes français sur le réseau câblé de Manhattan.

Le démarrage de la station s'avéra plus difficile que prévu. Pourtant au cours d'un conseil spécial de Sofirad du 24 juin 1980, des perspectives optimistes (audience 5 millions de foyers, recettes publicitaires 1,3 million de dollars pour 1980 et 2 millions de dollars pour 1981) ont été évoquées et le représentant du ministère des affaires étrangères appuya le programme de Téléfrance International.

En fait, les recettes furent très faibles et les dépenses obligeant à des avances nouvelles des actionnaires, Sofirad annonça le 26 octobre 1981 son intention d'arrêter l'opération.

Elle fut autorisée à geler sa contribution, ce qui lui permit de limiter ses pertes.

Les résultats de 1982 où la perte de l'exercice de Téléfrance International atteignait 4,7 millions de dollars, l'analyse de la Sofirad qui estimait que la taille de l'entreprise ne pouvait permettre sa rentabilité, s'est trouvée corroborée.

Dans son rapport particulier sur la Sofirad, la Cour des comptes observe que « *le jeu des comptes entre Sofirad, Transtélé, Téléfrance International et Téléfrance U.S.A. a été complexe et parfois fantaisiste, aucune convention ne réglant les rapports de ces diverses entités. Le pointage des opérations n'a pu être effectué en détail. L'ensemble s'est dénoué par une perte de 10,7 millions de francs pour la Sofirad (Europe 1 : 5,1 millions de francs ; Sofirad 5,6 millions de francs).*

« La sage décision d'arrêt intervenue en 1981 (1) et l'arrangement avec Gaumont (qui a quant à lui supporté une charge de 50 millions de francs, ont permis au groupe Sofirad de limiter les conséquences d'une décision dont le principe était peut-être pleinement justifié mais dont la mise en œuvre a été empreinte de légèreté et d'imprécision.

« Quant à Sofirad elle-même, elle aura assumé directement le risque de la filiale Transtélé qui n'a servi que de support non soumis aux diverses autorisations réglementaires, sans que la moindre convention règle les rapports avec cette société et sans que R.M.C. actionnaire à 80 % réagisse. »

1.5.2.2. « Etrange Liban ».

— Téléfrance International a signé en 1980 une convention avec Téléliban pour la fourniture de 1.000 heures de programme par an. En fait, cette convention était passée d'ordre et pour compte de Sofirad

(1) Arbitrage de M. Bernard Miyet, alors directeur de cabinet du secrétaire d'Etat aux techniques de la communication.

(sans qu'aucun écrit ne le spécifie). Mais Téléfrance International aurait pu rétrocéder ses droits et obligations à Sofirad. Une telle tentative a été faite en mai 1982 sans succès et n'a pas été renouvelée, le groupe craignant de donner un prétexte à Téléliban pour ne pas s'acquitter de sa dette de 2,8 millions de francs.

Or en application de l'accord du 23 décembre 1983, Gaumont est devenu seul propriétaire de Téléfrance International. Il est regrettable que Sofirad se soit laissé mettre dans une situation aussi délicate et insolite.

Cette situation ne s'en est pas moins perpétuée jusqu'en mars 1986, date à laquelle la Sofirad a officiellement dénoncé la convention en raison de l'incapacité de Téléliban à régler ses dernières échéances de paiement à son égard.

La prolongation de cette fourniture de 1980 à 1986 s'est effectuée sur la base d'une reconduction de la convention d'année en année, bien que la Sofirad ait fait part à Téléliban aux échéances prévues à cet effet, de la nécessité de prévoir la signature d'une nouvelle convention entre les deux organismes, pour tenir compte *de facto* de la liquidation de Téléfrance International, de l'accroissement des volumes de programmes effectivement distribués à Téléliban, et de l'évolution des tarifs de cette commercialisation.

Malgré l'envoi de plusieurs missions sur place et de nombreuses lettres de rappel, Téléliban a été incapable de procéder à ces ajustements juridiques, et ce, en raison de la situation prévalant dans la station et au Liban, tout en faisant pression sur la partie française pour ne pas interrompre ces livraisons de programmes.

Au total, cette activité a donné lieu à la fourniture par la Sofirad d'environ 6.700 heures de programmes français à Téléliban, qui reste débiteur à son égard pour un montant d'environ 5 millions de francs.

1.5.2. *Les opérations de coopération avec le Maroc.*

Dans le cadre de l'action internationale de la France dont Sofirad était un des supports, la société a signé deux conventions avec l'Etat marocain pour la réalisation d'une station de radio (en 1980) et d'une chaîne de télévision (en 1981).

1.5.2.1. Des contrats de maîtrise d'œuvre bien menés, malgré des risques importants.

Les deux contrats pour la réalisation d'une station de radio et d'une chaîne de télévision se sont déroulés conformément aux prévisions. Sur le plan financier, il constitue un indéniable succès, le total des moyens

dégagés par la Sofirad sur l'ensemble des exercices de 1981 à 1986 se sont élevés à 23,8 millions de francs. même si actuellement, afin de préserver les bonnes relations entre les contractants, la Sofirad prend à sa charge la remise en état d'installations qui avaient été réceptionnées en 1983 (8 millions de francs).

Enfin le fait que les autorités marocaines aient fait appel début 1986 à la Sofirad pour étudier à la fois l'extension du réseau de la deuxième chaîne et la mise en place d'une société d'exploitation laisse augurer une coopération renforcée.

1.5.2.2. La convention d'exploitation de Radio Méditerranée internationale.

La société marocaine Radio Méditerranée internationale exploite une station de radiodiffusion de grande puissance, implantée à Nador, diffusant sur ondes courtes des émissions entendues sur le territoire marocain et sur l'ensemble du Maghreb.

La participation française dans le capital de RMI, soit 49 %, est détenue par la Compagnie internationale de télévision (C.I.R.T.), dont le capital est réparti entre la Sofirad (34 %), Radio Monte-Carlo (20 %), Hachette et une société du groupe Thomson (chacune 16,5 %) et une société financière, Finival (13 %).

Malgré son incontestable succès, l'exploitation de RMI ne peut être équilibrée que par des subventions du Maroc ou du ministère français des affaires étrangères (1,6 million de francs en 1985), en attendant l'hypothétique développement du marché publicitaire.

Pour ce qui concerne les perspectives à moyen terme de Radio Méditerranée internationale, certains indicateurs ne peuvent que renforcer les craintes d'une détérioration progressive de la situation financière :

- les limites du marché publicitaire marocain ont été atteintes et l'apparition de nouveaux médias pourrait entraîner une baisse du chiffre d'affaires sur le marché local ;

- la société, n'étant pas propriétaire des équipements techniques, n'a donc pas réalisé d'amortissements les années précédentes sur ces postes et n'a donc pas prévu les ressources nécessaires au renouvellement des matériels.

C'est pourquoi il est probable que la Sofirad sera appelée dans les années à venir à financer au-delà des déficits d'exploitation, un volume d'investissement important.

Il est incontestable que pour régulariser la situation nette de la C.I.R.T., qui au 30 septembre 1985 avait atteint en valeur négative

7,4 millions de francs. Sofirad, qui détient environ 13 millions de francs de créances sur cette société, sera amenée à accroître sa part au capital de C.I.R.T.

Il est à noter enfin que la privatisation probable de RMC, amènera la Sofirad à reprendre la totalité du capital de la C.I.R.T. et à en assurer seule le financement.

1.5.3. *Les opérations de coopération avec le Gabon.*

Une similitude certaine caractérise les opérations engagées par la France au Maroc et au Gabon. Dans ce dernier pays existait depuis 1977 un centre émetteur international à Moyabi. Dans le cadre de la convention d'assistance technique et d'aide financière du 2 mai 1980 entre les républiques française et gabonaise et pour en assurer l'exploitation, le Gabon fit appel à Sofirad à un double titre : d'abord pour participer à la société Africa n° 1 à laquelle est confiée l'exploitation du centre, ensuite pour exécuter les marchés d'assistance technique à cette exploitation.

1.5.3.1. La participation financière de la Sofirad dans Africa n° 1.

La société gabonaise Africa n° 1, dont la société Sofrea, qui représente la partie française, détient 40 % du capital, exploite au Gabon Africa n° 1, station de radiodiffusion de grande puissance qui couvre l'Afrique du Centre et de l'Ouest.

L'équilibre de l'exploitation d'America n° 1 devait être assuré par des contributions de l'Etat gabonais pendant les quatre premières années.

Une nouvelle convention signée le 1^{er} avril 1985 pour trois ans (à compter du 15 novembre 1984) a en effet décidé la poursuite de l'activité d'America n° 1.

Une convention a été signée par les deux gouvernements le 1^{er} avril 1985 à Libreville, valable pour trois ans à compter du 15 novembre 1984.

Le gouvernement gabonais concède à America n° 1 les studios de Libreville et les installations du centre émetteur de Moyabi.

Il garantit en outre à la société un tarif privilégié de fourniture d'énergie électrique.

Il s'engage enfin à assurer l'équilibre d'exploitation d'America n° 1 pour les exercices 1985-1986 et 1987 (750 millions de francs C.F.A. en 1985, 671 millions de francs C.F.A. en 1986 et 546 millions de francs C.F.A. en 1987).

Pour sa part, le Gouvernement français prend en charge, sur les crédits du F.A.C., le financement des postes d'assistance technique nécessaires, ainsi que les actions de formation et de perfectionnement des agents africains.

La mise en œuvre des accords précités a permis à la société Africa n° 1 de terminer l'exercice 1985 avec un résultat net comptable légèrement positif.

Toutefois, depuis le début de l'exercice 1986, les recettes publicitaires sont en baisse d'environ 15 % par rapport au chiffre de l'année précédente, malgré les efforts du régisseur, Régie internationale Africa n° 1, qui s'appuie sur l'agence Havas.

Cette baisse caractéristique de l'évolution d'ensemble des investissements publicitaires en Afrique, est due également, pour une bonne part, à la non-reconduction d'un important contrat.

En outre, les graves difficultés financières du Gabon, consécutives à la baisse du prix du pétrole, risquent de conduire le gouvernement de ce pays à limiter le montant de la subvention qui sera encore nécessaire, à l'équilibre de l'exploitation en 1986.

D'où la nécessité de promouvoir un sévère programme d'économie d'exploitation et de préparer le budget de 1987 dans une perspective rigoureuse, d'autant que les difficultés commerciales peuvent s'aggraver en raison de l'apparition de nouvelles télévisions nationales dans les pays d'Afrique environnants.

1.5.3.2. Les marchés d'assistance technique à l'exploitation d'America n° 1.

Les marchés annuels couvrent essentiellement les frais de gestion de sept assistants techniques recrutés par la Sofirad pour mise à disposition d'America n° 1.

Une certaine difficulté se situe au niveau du recrutement des candidats du fait de la limitation à douze mois des contrats proposés et de l'exigence gabonaise de candidats de grande expérience sanctionnés par des diplômes de haut niveau.

En examinant l'exécution de la mission d'assistance technique confiée à la Sofirad pour la mise en œuvre des conventions conclues entre l'Etat français et l'Etat gabonais, le Cour des comptes a constaté des retards dans les règlements du fonds d'aide et de coopération (F.A.C.).

Les retards dus aux aléas des négociations entre les deux gouvernements pour le renouvellement des conventions de financement, et aux lenteurs des procédures du F.A.C., ont impliqué de la part de la Sofirad une contribution aux risques et un effort important de préfinancement qui ne lui incombait pas.

La direction de la société n'a pas manqué d'attirer l'attention du ministère de la coopération sur cette situation. Elle s'efforce, depuis 1986, de faire admettre un régime d'acomptes qui devrait pallier les difficultés nées des délais d'établissement, de notification et de règlement des marchés conclus avec le fonds d'aide et de coopération.

1.5.4. « L'Eldorado brésilien ».

A la suite de négociations avec le groupe brésilien Bandeirantes, propriétaire du deuxième réseau de télévision du pays, Sofirad signait en 1980 un accord-cadre prévoyant des fournitures de matériel, pour un montant de l'ordre de 32 millions de francs, et deux cents heures par an pendant dix ans de programmes et de films français prêts à être diffusés en portugais au Brésil (pour environ 1,5 million de dollars par an). La Coface refusa à l'époque sa garantie commerciale.

Le partenaire français devait être une société nouvelle Sobrascom regroupant les sociétés intéressées Thomson, Antenne 2, Gaumont et Sofirad elle-même, Bandeirantes prenant un intérêt de 15 % dans cette nouvelle société, et Sofirad en assurant l'animation.

La rémunération des prestations diverses devait se faire par versement à Sobrascom de recettes publicitaires affectées.

Mais Bandeirantes n'accepta finalement pas d'entrer dans Sobrascom et voulut traiter avec Sofirad seule.

1.5.4.1. Des matériels impayés.

Le contrat de fournitures de matériel fit l'objet de trois avenants qui modifiaient la consistance des fournitures et en réduisaient le montant à 23 millions de francs en raison du refus de licence d'importation pour 7 millions de francs de matériels pouvant être fabriqués au Brésil (1). Puis en décembre 1983 une nouvelle version du contrat fut signée, elle redéfinissait les fournitures et fixait leur montant à 20,6 millions de francs. Le règlement de ces fournitures pourtant réduites n'étant pas effectué, un avenant en septembre 1984 fixa les nouvelles conditions de paiement pour tenir compte de difficultés insurmontables que rencontrait Bandeirantes. Sofirad acceptait un échelonnement des règlements (assorti d'un intérêt de 14,75 %) et un paiement en nature pour 3 millions de francs (novelas, reportages à fournir par Bandeirantes sur dix ans). Les propriétaires acceptaient de donner leur garantie et la Banco do Brasil devait apporter sa contre-garantie, qui fut effectivement

(1) Que Sofirad fut contrainte de signer le règlement d'un important crédit à Thomson ; en effet, il s'agissait de la fourniture de matériels en norme P.A.L.M. spécifique au Brésil.

obtenue le 2 janvier 1986 (1). Grâce à cette contregarantie, on peut espérer que Sofirad sortira sans trop de dommages de cette affaire où elle a assumé des risques non prévus au départ, et sans être couverte du côté du fournisseur Thomson.

1.5.4.1. Des films français invendus.

Le deuxième contrat prévoyant la fourniture de 60 films, 12 téléfilms et 48 heures de séries télévisées, soit 200 heures de programmes par an pendant dix ans pour une valeur de l'ordre de 60 millions de francs, fut également signé en 1980. Le règlement devait être effectué par prélèvement sur des ressources publicitaires.

Pour exécuter le contrat du 30 septembre Sofirad créa le 31 juillet 1981 une société avec Gaumont do Brasil qui était installée sur place. Le capital de cette société Sobrascom fut réparti entre Sofirad 70 % et Gaumont 30 %. Le gérant était M. Albicocco, gérant de Gaumont do Brasil.

La loi brésilienne oblige en effet tout importateur de films à avoir sur place une filiale responsable devant l'Embrafilm (équivalent du C.N.C.).

En deux ans, Sobrascom acheta les droits de 100 films pour une durée de deux ans.

Les livraisons prirent dix-huit mois de retard. Seuls 23 films furent finalement livrés. Ils ne rapportèrent que 75 % environ de leur coût. Aucun autre programme français ne fut fourni pour une double raison :

— la censure brésilienne refusait l'autorisation de diffuser ces films avant 22 heures, voire 23 heures dans de nombreux cas :

— Bandeirantes connaissait d'importantes difficultés financières qui la rendaient incapable de payer l'acompte de 10 % à verser au moment de la livraison des films.

Cette désillusion était renforcée par l'interprétation que donnait Bandeirantes de la lecture des contrats et de ses annexes.

Bandeirantes refusait d'affecter en recette de garanties le produit des messages diffusés durant la grille si ces recettes n'étaient pas engendrées par des films et des émissions de télévision française.

(1) La mise en place de cette garantie a nécessité plus de dix-huit mois de négociation avec la Banco do Brasil, qui exigeait de la part de Bandeirantes

- un quitus fiscal et social ;
- des contre-garanties immobilières.

A ce moment, Bandeirantes enregistrait un passif de plus d'un an à l'égard du Trésor et des caisses sociales brésiennes.

condition impossible à réaliser compte tenu du refus de Bandeirantes de choisir les émissions et du refus de la censure d'autoriser la diffusion des films français à des heures de grande écoute.

Après une rupture dramatique des négociations qui mettait la Sofirad dans une situation impossible, Bandeirantes acceptait enfin de consentir au profit de la Sofirad une garantie personnelle des dirigeants sur l'intégralité du crédit fournisseur.

Dans le même temps, les parties acceptaient de mettre un terme à leur coopération en matière de livraison de films et de programmes de télévision.

Dès cet instant, il a été décidé d'arrêter l'importation des films au Brésil et surtout de ne plus signer avec les producteurs français.

Gaumont do Brasil s'engageait alors, avec beaucoup d'optimisme, à vendre le catalogue des films importés aux chaînes de télévision concurrentes de Bandeirantes, notamment à TV Globo et à TV Manchete.

A la fin de l'exercice 1983, alors qu'aucune vente n'était réalisée, la Sofirad demandait le non-renouvellement du contrat de gérance et la démission de M. Albicoco.

La Sofirad devenait propriétaire à 100 % de Sobrascom en janvier 1985.

Une équipe réduite a alors été mise en place, chargée de liquider les dossiers en instance tant avec les producteurs français qu'avec les sous-traitants locaux. Il est apparu à ce moment que de nombreux producteurs se prévalaient de contrats signés par Sobrascom, dont aucune trace n'apparaissait dans les dossiers.

Sobrascom aura donc coûté 6,16 millions de francs à Sofirad et 2,1 millions de francs à Gaumont. Mais ce dernier groupe a récupéré une partie de ces sommes au titre de ses prestations (notamment des frais de gestion de 160.000 dollars par an réglés à Gaumont do Brasil). Sofirad en revanche n'a que peu d'espoirs de valoriser les actifs de Sobrascom et notamment les films acquis mais non cédés.

Malgré de nombreux efforts et beaucoup de bonne volonté, Sobrascom n'est pas parvenue à vendre le moindre film déjà importé, les chaînes portant leur choix sur des films français non importés (TV Globo désire acheter sept films de Bunuel).

Au terme de l'étude qu'elle consacre à Sobrascom dans son rapport particulier du 16 octobre 1985, la Cour des comptes indique que cette opération brésilienne, mal préparée et conduite dans la précipitation et le désordre n'a pas été ignorée du conseil d'administration et des tutelles. Mais le conseil a été mis devant le fait accompli en ce qui concerne les engagements financiers. Les tutelles quant à elles n'ont fait qu'entériner avec retard certaines créations de sociétés ou augmentations

de capital. Mais plusieurs arrêtés d'autorisation de création (exemple : Sofirad Cinematografica et Audiovisual) ou de dépassements de pourcentages n'ont même pas été pris.

1.5.5. *Les activités de la Sofirad au Moyen-Orient.*

La Sofirad joue un rôle important dans la présence française au Moyen-Orient.

1.5.5.1. La distribution des programmes.

A partir de 1980 et jusqu'à la création en 1983 de France Media International (F.M.I.), Sofirad a assuré en exclusivité la distribution des programmes de la télévision française dans les pays du Proche-Orient, à l'exclusion de la Jordanie et du Yémen du Sud.

Malgré ce transfert d'activités à F.M.I., la Sofirad conserve une activité importante au Moyen-Orient :

- contrat avec le ministère des affaires étrangères (1984) pour la fourniture de programmes français à la télévision libanaise.

Cet accord prévoit l'attribution à la Sofirad d'une subvention de 1,5 million de francs pour la prise en charge des frais techniques afférents à la fourniture de 1.400 heures de programmes au Liban.

Cet accord a déjà permis l'envoi à ce jour de 1.127 heures de programmes à Télé-Liban. Cependant la Sofirad rencontre des difficultés importantes avec Télé-Liban pour obtenir le règlement des sommes dues au titre des exercices 1984/85.

Télé-Liban vient néanmoins de s'engager auprès de la Sofirad à lui communiquer prochainement en échéancier précis de règlement des sommes dues afin d'apurer définitivement sa dette.

En contrepartie de cet engagement, la Sofirad a accepté de poursuivre jusqu'à son terme (31 mars 1986), les livraisons de programmes à Télé-Liban.

- Contrat avec le C.N.C. sous l'égide des affaires étrangères, par lequel Sofirad s'engage à acquérir les droits d'exploitation télévisuelle de trente films long métrage français et de les distribuer auprès des télévisions des pays de la Ligue arabe (Jordanie et Yémen du Sud compris). Pour cette opération, dont le coût est évalué à 3,5 millions de francs et la durée à cinq ans, Sofirad reçoit une subvention de 1,2 million de francs du ministère.

● Enfin, la Sofirad continue de gérer la participation du Trésor français (1) dans la Compagnie libanaise de télévision, dont les activités subissent le contrecoup de la situation de guerre au Liban. En effet, la C.L.T. a principalement deux activités :

– une activité commerciale, commercialisation de programmes audiovisuels dans les pays arabes qui est pour le moment en sommeil ;

– une participation dans Télé-Liban, société d'économie mixte dont le capital se répartit de la façon suivante : Etat libanais 50 %, C.L.T. 33,3 %, capitaux privés 16,6 %.

Or cette société connaît actuellement une crise de trésorerie grave qui menace son existence même. On estime le déficit cumulé à 47 millions de francs.

Pour l'avenir, votre rapporteur estime souhaitable qu'à l'occasion de la redéfinition de la politique française dans l'audiovisuel au Moyen-Orient, le rôle et la place de la Sofirad soient redéfinis et inscrits dans un cadre clair (2). Il conviendrait aussi d'assurer le partage des tâches entre F.M.I. et la Sofirad.

1.5.5.2. La société monégasque d'exploitation et d'études de radiodiffusion (Somera).

a) Le statut.

Société chargée de diffuser à partir de Chypre le programme radiophonique commercial vers le Moyen-Orient, la Somera est possédée à 55 % par R.M.C. et à 45 % par T.D.F. Cet actionnariat s'explique par des raisons historiques et diplomatiques.

Il était préférable, vis-à-vis du gouvernement chypriote, de mettre en avant la principauté monégasque afin d'obtenir la concession.

Les deux actionnaires ne se sont ni l'un ni l'autre intéressés véritablement aux conditions d'exercice des activités sociales ; ils ont restauré les fonds propres de l'entreprise alors que le capital se trouvait presque complètement absorbé par les pertes. De surcroît, ils n'ont pris aucune part au financement de l'indemnité due à Chypre à l'occasion du renouvellement de la concession accordée à leur entreprise (3), condition financière et juridique fondamentale à la poursuite de l'exploitation. Ils sont demeurés, estime la Cour des comptes, « *les simples prête-noms de la puissance publique dans la réalisation d'un constat d'intérêt* »

(1) 53 % du capital.

(2) Un retrait de Télé-Liban pourrait être envisagé si l'Etat libanais n'assurait pas à la société des moyens normaux d'existence, ainsi qu'il avait prévu en 1984.

(3) Le montant de l'indemnité immobilisée au bilan s'est élevé à 25.878.000 F, la subvention reçue n'étant que de 25 millions de francs, la société a dû financer la différence par prélèvement sur sa trésorerie et non, comme il eût été normal grâce à un accroissement des ressources propres.

général ; RMC n'est pas allée au-delà de l'octroi de facilités partielles de trésorerie ; quant à T.D.F., il ne s'est pas départi de l'attitude prudente d'un conseiller technique ».

Dans les faits, la station est contrôlée directement par la Sofirad.

C'est pourquoi il est envisagé, à l'occasion de la redistribution des actions de la Sofirad et de RMC que la première reprenne les actions de la seconde dans la Somera.

Cette reprise par la Sofirad du contrôle formel de la société pourrait être accompagnée du rachat de ses actions à T.D.F.

La Somera devra cependant conserver sa nationalité monégasque et continuer à utiliser le nom de Radio Monte-Carlo.

b) L'activité et la gestion.

A la suite de la décision du Gouvernement de réduire progressivement la subvention d'équilibre versée à la Somera en 1980, cette société, malgré de bons résultats d'audience et de publicité, a connu une grave crise financière. Le cumul des pertes dépassait en 1983 des deux tiers du capital social. En outre, les dirigeants de la société furent contraints de faire appel à des ressources extérieures pour financer l'exploitation. Ce financement fut coûteux et a débouché en 1985 sur une crise de trésorerie, qui a conduit les dirigeants de la société à mettre en œuvre un plan de rétablissement des comptes comportant les dispositions suivantes :

1° Une réduction des dépenses de 3,75 millions de francs obtenue par :

- un resserrement des effectifs (sept licenciements économiques, une démission, quatre transferts à la régie) ;
- la suspension de la convention collective du personnel (changement d'indice, primes d'assujettissement, salaires).

2° Une augmentation des recettes de 2,75 millions de francs obtenue par :

- la mise en régie des recettes publicitaires ;
- la location de trois quarts d'heure quotidiens d'antenne à RFI ;
- la location d'une demi-heure d'antenne quotidienne à TWR (Trans World Radio).

En outre ce plan de rétablissement des comptes comportait une subvention exceptionnelle du ministère des affaires étrangères de 1 million de francs.

En contrepartie, les actionnaires ont restauré partiellement des fonds propres de la société (5 millions de francs pour RMC et 4 millions de francs pour T.D.F.).

La situation nette reste négative (- 5 millions de francs) après l'augmentation de capital et les perspectives de résultats futurs laissant prévoir que la société risque de devoir à nouveau faire appel à ses actionnaires.

L'audience de la Somera a connu jusqu'à 1985 une progression considérable la situant en tête des radios du Moyen-Orient.

La dernière étude du P.A.R.C. (Pan Arab Research Center) un des principaux instituts spécialisés de la région, portant sur l'année 1984-1985 crédite la Somera de 10 millions d'auditeurs répartis comme suit :

	(Millions.)
Egypte	4
Syrie	1,7
Arabie Saoudite	1,6
Irak	1,5
Liban	0,4
Jordanie	0,3
Koweït	0,3
Autres pays du Golfe	0,2
Total	10

L'évolution de cette audience connaît toutefois depuis un an un net tassement et, en certains endroits, un recul inquiétant dus essentiellement aux difficultés de réception constatées récemment dans certaines zones mieux couvertes auparavant.

Cette évolution est particulièrement défavorable pour la Somera qui assure les trois quarts des recettes de son budget par la diffusion de messages publicitaires (32,5 millions de francs en 1985-1986 sur 44,64 millions de francs.)

Malgré la mise en régie de la publicité de la station à la société « Onair », filiale de « Promédia », et les efforts déployés pour l'obtention de nouveaux contrats notamment concernant les produits français (Peugeot, Air France, l'Oréal, fromageries Bel...), il faut s'attendre à une baisse sensible des recettes publicitaires escomptées. Selon le régisseur, celles-ci atteindront difficilement les 20 millions de francs mettant à nouveau en difficulté les comptes de la société.

Les causes de ce nouveau déficit demeurent les mêmes : baisse de l'audience, récession économique consécutive à la chute du prix du pétrole, baisse de 30 % du dollar monnaie de référence des contrats publicitaires, situation politique agitée dans la zone de couverture.

2. L'AVENIR DE LA SOFIRAD

A la question de votre rapporteur concernant l'avenir de la Sofirad, le ministre de la culture et de la communication a apporté la réponse suivante :

« Pour la Sofirad et ses filiales, le Gouvernement a retenu comme ligne directrice de sa politique de ne pas conserver de participations dans l'audiovisuel quand celles-ci ne correspondent pas à des missions de service public. Certaines d'entre-elles devront être cédées suivant des modalités aujourd'hui indéterminées. »

Il est donc probable que la Sofirad se séparera dans un « certain délai » de ses participations dans Radio Monte-Carlo, dans Sud Radio et peut-être dans Radio Caraïbe internationale.

Cela étant, la Sofirad, sauf au Gouvernement à lui redéfinir ou à lui confirmer ses missions, conserverait dans cette hypothèse sa vocation à assurer la présence audiovisuelle française à l'étranger.

Ce que confirme son président-directeur général M. Antoine Schwarz dans un entretien au journal *Le Figaro* le 1^{er} septembre 1986 : « l'action radiophonique qui s'est développée hors du continent européen sera non seulement maintenue mais développée.

« Elle le sera principalement à travers trois grandes radios filiales de la Sofirad : la Somera, qui diffuse sur le Moyen-Orient et qui connaît un grand succès, Radio Méditerranée internationale, qui émet du Maroc et s'adresse à l'ensemble du public marocain et algérien, et Africa n° 1, radio émettant du Gabon sur l'essentiel de l'Afrique francophone. Leurs traits communs : toutes trois sont des stations commerciales, c'est-à-dire faisant appel à la publicité, et non pas des radios institutionnelles, destinées à porter " la voix de la France." Elles sont également fortement enracinées dans la population. Ces trois stations seront les bases sur lesquelles on pourra bâtir une stratégie d'avenir. Deux autres actions internationales plus marginales (Télé Liban à Beyrouth, et Radio caraïbe, toutes deux déficitaires - devront susciter des choix politiques quant à leur avenir ».

Or il s'avère que, malgré leur audience, l'ensemble des entreprises sont déficitaires dans leur exploitation et ne parviennent à l'équilibre qu'en sollicitant financièrement la Sofirad qui supporte une part non négligeable des dépenses et des pertes, ou qu'en recevant des fonds publics, ce qui est au demeurant parfaitement légitime s'agissant d'une mission de service public.

Le caractère déficitaire de ces entreprises est structurel ; il résulte pour l'essentiel de la détérioration ou de l'absence de marché publicitaire dans les zones de diffusion concernées, soit à cause de la situation politique tendue (Liban), soit à cause des problèmes financiers de ces pays (1), soit à cause de la faiblesse du pouvoir d'achat de leurs habitants.

Les apports de la Sofirad résultaient pour l'essentiel des bénéfices réalisés par les radios périphériques. La privatisation progressive de ces actifs réduit la capacité d'intervention de la société holding, sauf à lui laisser la jouissance de tout ou partie du produit des ventes.

Quoi qu'il en soit, la prolongation de ces missions exigera le maintien de financements publics qui devraient être assurés par le ministère des affaires étrangères, donc par le budget de l'Etat.

Deux mécanismes d'aides pourraient être envisagés, qui se substitueraient aux subventions d'équilibre coûteuses et peu responsabilisantes :

- une garantie contractuelle de compensation des missions de service public assurée par les sociétés commerciales diffusant vers l'étranger sur la base d'un cahier des charges ;
- des subventions ponctuelles attribuées pour des projets établis en concertation avec l'autorité de tutelle.

Toutefois, avant d'arrêter une décision définitive sur la place et le rôle des différents intervenants dans l'action audiovisuelle internationale, votre rapporteur souhaite qu'un bilan des différentes actions soit établi, c'est pourquoi il demandera prochainement au Sénat la constitution d'une mission d'information sur ce point.

(1) Les perspectives du marché publicitaire du Moyen-Orient ne sont guère encourageantes.

Les dépenses publicitaires — tous médias confondus — ont baissé en 1985 de 30 %.

L'Arabie Saoudite qui, à elle seule, représente 70 % du marché publicitaire de la région a réduit ses budgets publicitaires de près de 50 % en 1986.

SOUS-CHAPITRE XIV

AGENCE HAVAS

Société anonyme dont l'Etat est propriétaire du capital pour 40,3 %, mais dans laquelle il détient 50,3 % des droits de vote (actions et certificats d'investissement) (1), Havas exerce son activité au niveau de multiples filiales - 95 sociétés entrant dans le périmètre de consolidation du groupe en septembre 1986 - et dans des domaines très variés.

Le chiffre d'affaires cumulé (2) du groupe est passé de 7,8 milliards de francs en 1980 à 19,9 milliards de francs en 1985.

Ce tableau ci-dessous retrace l'évolution entre 1980 et 1985 du chiffre d'affaires cumulé et sa répartition entre les six grands secteurs d'activité du groupe Havas.

	(En pourcentage)					
	1985	1984	1983	1982	1981	1980
Régie et gratuits	32	35	38	40	46	48
Affichage	6	7	7	7	7	8
Conseil et hors media	30	25	21	21	18	18
Tourisme	13	15	16	18	17	19
Audiovisuel (*)	3	2	3	3	"	"
Édition	16	16	11	11	12	7
Total en millions de francs ...	19.946	16.604	13.550	11.500	9.450	7.800

(*) Hors C.L.T.

(1) Capital : Etat 40,3 % ; investisseurs institutionnels : 18,8 % ; public : 40,3 % ; personnel : 0,6 %.

Droits de vote : Etat 50,3 % ; investisseurs institutionnels : 15,7 % ; public : 33,5 % ; personnel : 0,5 %.

(2) On entend par chiffre d'affaires cumulé le chiffre d'affaires consolidé des sociétés en intégration globale auquel on ajoute le chiffre d'affaires consolidé comptable des principales sociétés consolidées par mise en équivalence (Eurocom, C.E.P., Robert Laffont, Mediavision, Canal Plus). Le chiffre d'affaires de la C.L.T. reste exclu de ce périmètre.

En 1985, ce chiffre d'affaires cumulé a progressé de 20 %.

La répartition entre les secteurs d'activité s'est considérablement modifiée au cours des six dernières années : la régie publicitaire en baisse relative constante représente encore 32 % du chiffre d'affaires. Le conseil en publicité (groupe Eurocom) à l'inverse a constamment accru sa part relative, qui atteint 30 % fin 1985. De même, l'édition, qui ne représentait que 7 % du chiffre d'affaires en 1980, en représente maintenant 16 %.

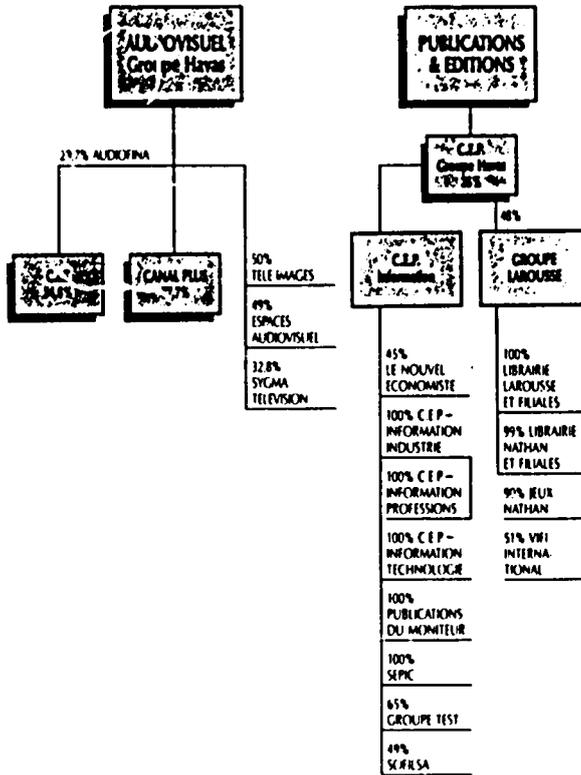
La part, modeste et relativement constante de l'audiovisuel depuis 1982, est à préciser ; jusqu'en 1984, il s'agissait du chiffre d'affaires de Pathé-Cinéma. En 1985, Canal Plus est venu se substituer à Pathé-Cinéma dans le secteur audiovisuel. En 1986, où Canal Plus devrait tripler son chiffre d'affaires, ce secteur devrait étoffer sa part d'activité.

Les effectifs du groupe sont passés, au cours de la même période, de 10.400 à 15.000 personnes.

Les développements ainsi réalisés ont été essentiellement autofinancés, la dette du groupe ayant augmenté, de 72 millions de francs en 1980 à 105 millions de francs à la fin de 1985 (hors sociétés consolidées par « mise en équivalence »). La situation nette du groupe totalisait de 725 millions de francs à la fin de 1980 et 1.403 millions de francs fin 1985.

L'agence Havas figure dans la liste des 65 entreprises susceptibles d'être cédées au secteur privé qui figure en annexe de la loi du 2 juillet 1986. La date et les modalités de cette cession ne sont pas encore fixées.

Dans le cadre de ce rapport, seule la situation des activités du groupe dans le secteur de la communication (au sens étroit du terme, c'est-à-dire audiovisuel et presse) sera étudiée, à l'exception des régies publicitaires.



1. LES ACTIVITÉS DANS LE DOMAINE DE LA COMMUNICATION AUDIOVISUELLE

1.1. Une participation stratégique importante dans la société holding Audiofina.

Directement (15,98 %) et indirectement, par sa filiale à 92,16 %, Information et Publicité (1) (14 %), l'agence Havas détient 29,98 % de la société holding luxembourgeoise Audiofina (2), propriétaire de 54,8 % du capital de la C.L.T. (Compagnie luxembourgeoise de télévision) (3), dont les activités s'étendent, notamment en France (radio

(1) Information et Publicité exerce une activité de régie publicitaire. Elle est ainsi la régie publicitaire radio et télévision de R.T.L. en France, en Allemagne, en Belgique et au Luxembourg, de Sud Radio (France) et de Radio Renaissance (Portugal) ainsi que la régie de magazines spécialisés en Belgique.

(2) Capital d'Audiofina : Havas 29,98 % ; Bruxelles-Lambert 53,02 % (38,04 % directement et 14,98 % par sa filiale Electrafina), divers 17 %. Le groupe de presse Bertelsman devrait entrer dans le capital d'Audiofina très prochainement par sa filiale U.F.A. Filh. und Fernsch, qui exploite R.T.L.-Plus avec la C.L.T. (U.F.A. 38,9 % ; C.L.T. 46,1 %).

(3) Capital de la C.L.T. Audiofina : 54,8 % ; Schlumberger : 12,3 % ; Paribas : 10,3 % ; Moët-Hennessy : 8,2 % ; divers : 14,4 %.

périphérique R.T.L. et R.T.L. Télévision en Lorraine), en Belgique et au Luxembourg et en Allemagne (télévision R.T.L. Plus).

Cette participation est éminemment stratégique car elle permet à Havas de développer des actions de synergie avec la C.L.T. : régie publicitaire confiée à Information et Publicité, projet commun de développement de la cinquième chaîne de télévision en France... et elle est susceptible de faire accéder Havas au marché audiovisuel européen (en Belgique et en Allemagne, notamment).

1.2. Une participation très convoitée dans Canal Plus.

La participation d'Havas au capital de Canal Plus, chaîne nationale diffusant des émissions cryptées et financées par des abonnements, a évolué depuis sa création. Au départ, Havas détenait 42 % du capital, elle a augmenté sa participation au cours de l'année 1985 à 44,57 % pour aider la société à surmonter des difficultés très importantes, n'a pas participé à l'augmentation de capital de février 1986 et a cédé à cette occasion une partie de ses titres afin de réduire ses provisions (1). La participation de Havas, qui reste le premier actionnaire, s'établit à 25 % (2).

1.2.1. *Un premier semestre 1985 dramatique.*

Lancé dans les conditions que l'on sait le 4 novembre 1984, Canal Plus, titulaire d'un contrat de concession au titre de l'article 79 de la loi du 29 juillet 1982, a commencé par diffuser un programme de télévision payante avec 137.000 abonnés. La chaîne couvrait dès son ouverture 50 % du territoire national.

Les perspectives 1985 ont été affectées par les modifications qui sont intervenues au début de l'année dans les orientations de la politique audiovisuelle. Annonceurs de décisions nouvelles et créateurs d'incertitudes quant à l'avenir, ces changements ont eu un effet négatif immédiat sur le rythme des abonnements qui n'ont plus suivi la pente espérée.

Il est vite apparu nécessaire d'engager une renégociation partielle avec les pouvoirs publics de la concession accordée à Canal Plus.

(1) L'investissement de Havas dans Canal Plus s'est élevé jusqu'à 133,8 millions de francs. Grâce aux plus-values réalisées par la vente de titres en février 1986, l'investissement résiduel de Havas dans Canal Plus aura été inférieur à 10 millions de francs pour le quart d'une société qui va s'avérer des 1986 très bénéficiaire.

(2) Havas : 25 % ; Compagnie générale des eaux : 15,65 % ; l'Oreal : 10,41 % ; Société générale : 10 % ; Pool bancaire : 12,46 % ; Garantie mutuelle des fonctionnaires : 5,21 % ; Pernier : 5 % ; S.G.G.M.O. : 5 % ; Granada : 3,11 %.

Cette renégociation a conduit à des aménagements qui permettent notamment à Canal Plus, un accès à la publicité dans certains créneaux horaires pendant lesquels les émissions sont accessibles à tous et un renforcement, dans les horaires cryptés, de la programmation cinématographique.

Si ces mesures ont permis à Canal Plus de retrouver un cours plus normal dans son développement et de poursuivre son extension géographique des zones couvertes, les incertitudes qui ont continué d'entourer le sort de Canal Plus jusqu'aux décisions officielles du 31 juillet 1985 ont fortement atténué leur effet immédiat. Aussi ne se sont-elles pas avérées suffisantes pour compenser le ralentissement du rythme d'abonnements. Malgré un apport en compte courant de 135 millions de francs effectué par la quasi-totalité des actionnaires, la situation financière de la société est devenue critique au cours du deuxième trimestre et a exigé la mise en place d'un plan de financement avec le concours des principaux banquiers. Des autorisations de crédit à moyen et à court terme ont ainsi été mises en place le 30 juin 1985 pour un montant global de 432 millions de francs.

1.2.2. *Une progression exceptionnellement rapide depuis juillet 1985 et qui s'est confirmée en 1986.*

a) Dès le début du mois de juillet les ventes de Canal Plus se sont à nouveau développées, la confiance dans la pérennité et la qualité du produit n'étant plus remise en cause.

C'est ainsi que le nombre d'abonnés qui n'avait augmenté que de 100.000 pendant les six premiers mois de l'année est passé de 340.000 à la fin juin à 420.000 à fin août et 525.000 à fin septembre.

Les difficultés de trésorerie du premier semestre et le gonflement des stocks de décodeurs avaient amené les dirigeants de la société à décider de suspendre à fin juin les programmes de fabrication des deux fournisseurs de décodeurs. Dès fin août, des dispositions ont été prises pour relancer les fabrications. Toutefois, certains délais en matière d'approvisionnement sont difficilement compressibles, ce qui explique qu'à fin octobre a dû être mis en place un système de réservation de commandes pour faire face à l'insuffisance des stocks chez les distributeurs. Malgré cette situation de pénurie, qui a ralenti le rythme de la commercialisation, l'exercice s'est terminé avec un nombre d'abonnements servis de 682.000 (dont 10.000 pour les collectivités), chiffre auquel il convient d'ajouter 91.000 réservations restant à servir. Les objectifs commerciaux fixés lors des études préliminaires ont donc été atteint 95 % depuis septembre a confirmé l'adéquation de la programmation aux désirs des téléspectateurs.

Toutefois, alors que le budget prévoyait un chiffre d'affaires de 720 millions de francs dont 200 millions de francs pour la publicité et

le sponsoring, le chiffre réalisé n'a été que de 545 millions de francs dont 52 millions de francs seulement pour la publicité et le sponsoring. Malgré les économies réalisées sur certains postes de charges tels que frais de programmes et frais des services, l'insuffisance de chiffre d'affaires notamment de publicité, sur lequel les charges proportionnelles sont minimales se retrouve très largement au niveau de la perte qui s'est établie à 516 millions de francs contre les 384 millions de francs prévus au budget.

Les abonnés constituent la ressource principale de Canal Plus ; ils lui ont apporté, en 1985, 490 millions de francs, soit 90 % environ du chiffre d'affaires.

b) Les perspectives pour l'exercice 1986 paraissent très favorables. En effet, le chiffre du million d'abonnés a été atteint à la fin mai, c'est-à-dire quatre mois plus tôt que prévu lors de l'établissement du budget. Par ailleurs, les sondages sur les intentions d'abonnement qui sont réalisés mensuellement indiquent que la demande continuera à être soutenue au cours des prochains mois. L'objectif budgétaire de 1.500.000 abonnés en fin d'année devrait donc être facilement atteint.

En matière de recettes publicitaires et malgré un certain retard constaté à la fin du premier trimestre, l'objectif de 147 millions devrait être dépassé compte tenu des réservations de temps d'antenne connues à ce jour et Canal Plus devrait recevoir environ 180 millions de francs de recettes nettes de publicité.

Ainsi, il apparaît que l'existence de nouvelles chaînes de télévision n'a pas d'incidence significative sur les résultats commerciaux hormis le fléchissement provisoire constaté en février tant pour les abonnements que pour la publicité. Il faut bien évidemment rester très attentif aux modifications susceptibles d'intervenir au cours des prochains mois dans le secteur qui pourraient accentuer la concurrence, tout particulièrement en matière de ressources publicitaires. Sur le plan des abonnements et compte-tenu de la fidélité de l'audience, le taux de réabonnement, indice révélateur, est exceptionnellement élevé (95 %), Canal Plus peut aborder l'avenir avec confiance. Le tarif d'abonnement, qui était de 120 F au début, a été progressivement porté à 150 F, ces augmentations n'ayant aucune répercussion sur le taux de réabonnement.

Le chiffre d'affaires de la société devrait atteindre en 1986 1.700 millions de francs et son résultat être bénéficiaire de 70 à 100 millions de francs après avoir soldé les charges exceptionnelles liées au démarrage de la société. Les prévisions pour 1987 s'établissent à 2.500 millions de francs de chiffre d'affaires (équivalent de TF 1 ou d'Antenne 2) pour 2 à 2,3 millions d'abonnés.

c) Canal Plus emploie à titre permanent un peu plus de 400 personnes. Compte tenu de la spécificité de la société, les frais de fonctionnement des services ne représentent que 13,1 % des charges, les frais de

gestion des abonnements à 23,8 %, les frais de diffusion à 10,5 %, les frais de programmes à 46,5 % et les frais d'études, de sondage, de publicité et de promotion à 6 %.

d) Le succès de Canal Plus conduit très naturellement ses dirigeants à envisager son extension :

- soit en participant en apports en industrie au projet de télévision à péage à l'étranger ;

- soit en lançant une nouvelle chaîne cryptée construite sur le modèle de Canal Plus et destinée aux enfants (1).

*
* *

Malgré son attitude prudente au moment du lancement de la chaîne, votre rapporteur note son succès du, a n'en pas douter au talent de ses dirigeants. En outre la télévision payante repose sur une base économiquement saine : le prix payé par le téléspectateur.

Dans la période financière tendue que va affronter le secteur de la communication, en raison de l'âpreté de la concurrence sur le marché publicitaire et de la difficulté à mobiliser des fonds publics pour des projets ne comportant pas de missions de service public affirmées, la télévision à péage dispose d'un avantage considérable : ses abonnés.

Le développement des télévisions à péage, moyen de mobiliser une nouvelle source de financement qui n'ampute pas le marché publicitaire et ne grève pas les finances publiques, est sans aucun doute à encourager.

1.3. Des participations dans le secteur de la production de programmes.

L'agence Havas a cherché à développer un savoir-faire dans la production et la commercialisation des produits audiovisuels. Les positions acquises dans ces domaines par Sygma Télévision, Télé Images

(1) - Canal Plus junior - (il s'agit d'un nom provisoire) pourrait émettre environ 4 heures par jour, par exemple de 7 h 30 à 8 h 30 et de 16 h 30 à 19 h 30. Elle offrirait des programmes de fiction, des dessins animés, des jeux et pourquoi pas des émissions culturelles et pédagogiques pour les jeunes. Elle serait offerte, pour un abonnement supplémentaires de 50 à 70 F par mois aux abonnés de Canal Plus, avec un décodeur commun, sur un réseau de type « multivilles », c'est-à-dire englobant les treize ou quinze grands centres urbains du pays et couvrant environ 80 % de la population française. Le reste du temps d'antenne, et notamment les grandes heures d'écoute du soir, pourraient être occupées par des programmes en clair financés par la publicité. Ce projet serait en outre une préfiguration intéressante des futurs programmes thématiques destinés au câble.

et Espace audiovisuel, dont le chiffre d'affaires cumulé dépasse 60 millions de francs, doivent maintenant être consolidées et élargies au niveau européen.

1.3.1. *Syigma Télévision.*

Syigma Télévision a été créée en 1983 par l'agence Syigma Photo pour développer les activités de reportage vidéo léger. L'agence Havas est entrée dans le capital de la société en septembre 1984 au moment où Canal Plus passait une commande qui devait tripler le chiffre d'affaires de la société et nécessitait des investissements importants.

La société a été transformée en société anonyme au capital de 250.000 F en 1985. Le capital est réparti de la façon suivante

Syigma Photo	52 %
Agence Havas	33 %
Diverses personnes physiques	15 %

La société s'est spécialisée dans le reportage vidéo léger.

La production pour Canal Plus des sujets « *people* » du *Journal des stars* a représenté en 1985 environ 60 % de son chiffre d'affaires. Cette production, bénéficiant d'avances du C.N.C., a donné lieu à revente des droits à TF 1 et à quelques reventes à l'étranger.

Les 40 % restants sont des reportages, des magazines ou des documents d'actualité.

Elle a investi dans des caméras portatives Betacam et dans un atelier de montage, ce qui la rend totalement autonome dans sa production. L'équipe de permanents est très réduite et fait appel à des techniciens indépendants.

De façon à pouvoir procéder rapidement à une augmentation de capital et à la transformation en société anonyme, la société avait arrêté un exercice à fin juin 1985. L'exercice suivant, d'une durée exceptionnelle de dix-huit mois, se terminera le 31 décembre 1986. Les premiers résultats sont les suivants :

(En millions de francs.)

	1984	1985 (six mois)
Chiffre d'affaires	10,4	14,5
Production immobilisée	7,4	11,3
Total production	17,8	25,8
Résultat d'exploitation	0,3	0,7
Résultat financier	- 0,06	- 0,09
Résultat net	- 0,08	+ 0,3

1.2.3. Espace audiovisuel.

Société constituée en juillet 1984 entre l'agence Havas et la Caisse des dépôts et consignations, spécialisée dans la communication audiovisuelle institutionnelle, elle dispose d'un capital de 2 millions de francs, réparti de la façon suivante :

Agence Havas	49 %
Caisse des dépôts	48 %
Autres actionnaires	3 %

La société réalise pour des entreprises ou pour des institutionnels des produits de communication audiovisuelle : clips, présentations de rapports annuels, présentations d'entreprise. Elle devrait s'orienter vers la réalisation d'émissions « sponsorisées ». Elle fonctionne pour l'instant avec un effectif très réduit dans une phase de mise en place progressive en attendant l'ouverture des marchés.

Le premier exercice de seize mois a été déficitaire. L'exercice 1986 devrait être encore légèrement négatif.

En 1987, le démarrage d'opérations d'envergure avec des annonceurs institutionnels devrait consolider positivement cette situation.

(En milliers de francs)

	1984-1985 (Seize mois)	1986 (prévisions)
Chiffre d'affaires	5,8	5,5
Marge brute	1,8	1,3
Résultat net	- 1,6	- 0,5

1.3.3. *Télé Images.*

Créée fin 1983, initialement en association avec Pathe, cette société a développé depuis lors ses activités de distribution et de production dans le secteur audiovisuel.

Après la sortie de Pathé Cinéma, le capital de Télé Images (7 millions de francs) a été réparti entre Havas et divers investisseurs institutionnels :

Groupe Havas	49 %
F.C.P. Crédit agricole	18 %
F.C.P. B.N.P.	14 %
F.C.M. Worms	18 %

La société procède à l'acquisition de droits audiovisuels de produits existants (films, séries, reportages) et à leur revente à des chaînes de télévision. Elle cherche, en outre, à s'assurer la représentation pour la France ou l'Europe de catalogues de droits ou de produits spécifiques. Enfin, elle produit des émissions de fiction pour la télévision. La production la plus importante à ce jour est celle de *Maguy* pour Antenne 2, qui connaît un succès d'audience remarqué (1).

En 1985, Télé Images a produit vingt-six heures de programmes de télévision et réalisé un chiffre d'affaires de 20 millions de francs contre 3 millions de francs l'exercice précédent.

Le résultat de l'exercice est une perte de 0,7 million de francs s'ajoutant à la perte de 2 millions de francs enregistrée en 1984. Cependant, ce résultat ne tient pas compte du résultat de *Maguy* comptabilisé sur 1986 ni d'une subvention du C.N.C. de 1,4 million de francs.

En 1986, le résultat de Télé Images devrait être largement positif malgré le ralentissement général sur le marché des opérations de production. Télé Images a lancé en juillet 1986 un fonds d'investissements en droits télévision, I.T.I., d'un montant total de 20 millions de francs, où elle jouera le rôle d'opérateur et qui devrait se substituer l'activité « distribution ».

1.3.4. *Cristal Image.*

Enfin, un G.I.E. a été constitué par Information et Publicité (filiale à 92,16 %) et la C.L.T. au début de l'année 1984 pour développer les

(1) Audimat supérieur à 25 % en moyenne.

activités des deux groupes (programme et publicité) dans le domaine des réseaux câblés et des futures télévisions locales hertziennes. Trois missions lui ont été assignées :

1° traiter avec les S.L.E.C. et les interlocuteurs institutionnels (pouvoirs publics, représentants du cinéma) tous les problèmes relatifs à la diffusion du programme R.T.L. Télévision sur les réseaux câblés ;

2° constituer un catalogue de programmes destinés à alimenter les canaux locaux des réseaux. Cette activité consiste à reformater certaines émissions de l'antenne, produire des émissions originales et constituer des packages à partir du répertoire des films dont la C.L.T. détient les droits. Cristal Image dispose actuellement de quarante heures de programmes hors fiction ;

3° offrir aux opérateurs des canaux locaux des services de régie publicitaire en incitant les agences et les annonceurs à investir sur les premiers réseaux. Cristal Image est le régisseur publicitaire du réseau Cergy-Pontoise.

Cristal Image fonctionne avec une structure légère et un budget annuel d'environ un million de francs.

2. LES ACTIVITÉS DANS LE SECTEUR DE L'ÉDITION ET DE LA PRESSE

Créée en 1976, C.E.P. Communication (1) se situe, avec un chiffre d'affaires de 2.926 millions de francs en 1985, au deuxième rang (2) des groupes de presse et d'édition français et au quinzième rang européen.

Ses activités couvrent deux grands domaines :

— l'information économique, technique et professionnelle : à travers ses filiales directes de presse, d'édition et d'organisation de salons et congrès ;

— l'édition de référence (éducation, culture, information pratique) : à travers les sociétés qui constituent sa filiale, Groupe Larousse-Nathan.

Les résultats du groupe C.E.P. pour 1985 ont été très satisfaisants. Le chiffre d'affaires a progressé de plus de 10 % pour atteindre près de 3 milliards de francs (0,9 milliard en 1980).

(1) Ses principaux actionnaires sont Havas : 35 % ; des investisseurs institutionnels : 35 % ; un groupe de communication comprenant notamment la C.L.T. et Ouest France : 14 % ; divers porteurs : 16 %.

(2) Soit au quatrième rang des groupes de presse et au deuxième rang des groupes d'édition.

Le résultat courant avant impôt est passé de 81 millions de francs à 145 millions de francs, soit une progression de 80 %.

Quant au résultat net (part du groupe), il s'est établi à 55 millions de francs contre 20 millions de francs en 1984.

Signalons en outre que la filiale Information et Publicité (92,18 %) détient 52 % du capital des éditions Robert Laffont.

2.1. L'information économique, technique et professionnelle.

2.1.1. *Avec un chiffre d'affaires de l'ordre de 1.200 millions de francs en 1986, l'activité information économique emploie 1.500 personnes dont plus de 300 journalistes, se situe au quatrième rang des groupes de presse en France (source : Expansion).*

L'ensemble des activités orientées vers l'information des entreprises répond au marché de l'information spécialisée qui s'est largement développé au cours de ces dernières années.

C.E.P. Communication édite une cinquantaine de journaux s'adressant aux cadres dans leur activité professionnelle.

Ses titres (hebdomadaires, mensuels, lettres d'information, etc.) couvrent la plupart des grands secteurs de l'économie : industrie, B.T.P., collectivités locales, services, etc. et représentent 25 millions d'exemplaires diffusés chaque année (1).

2.1.2. *Pour la C.E.P.-Information, l'exercice 1985 aura été marqué par une évolution contrastée des différents marchés publicitaires, par une profonde restructuration de la gamme des revues éditées. Malgré les charges supplémentaires entraînées par l'ensemble de ces opérations, les résultats de l'activité information du groupe C.E.P. ont été sensiblement améliorés.*

(1) Les plus connus sont *Le Nouvel économiste*, *l'Usine nouvelle*, les publications de C.E.P. Groupe Test, leader dans le domaine de la presse informatique, les publications du *Moniteur...*

2.2. L'édition : le groupe Larousse-Nathan.

2.2.1. *Face au très vaste marché de l'éducation (près de 20 millions de jeunes de moins de 10 ans) et de la culture, le groupe Larousse-Nathan, filiale à 51 % de C.E.P. Communication a été constitué en 1984 par le rapprochement des deux éditeurs.*

Avec un chiffre d'affaires de l'ordre de 1.800 millions de francs en 1986, dont près de 20 % sont réalisés à l'exportation ou directement à l'étranger, la vocation du groupe Larousse-Nathan est d'être un grand éditeur international et multi-média.

Le groupe Larousse-Nathan emploie plus de 1.600 collaborateurs permanents en France, et près de 200 à l'étranger, qui participent à une production annuelle de 33 millions de livres et dictionnaires, 5 millions de fascicules, 8 millions de jeux.

Le fonds éditorial du groupe Larousse-Nathan s'appuie sur un catalogue permanent de plus de 5.800 titres de livres ou ouvrages de référence, 780 jeux et logiciels.

Le groupe Larousse-Nathan est ainsi le deuxième éditeur français et l'un des dix premiers européens.

Les marchés éditoriaux sur lesquels opère le groupe Larousse-Nathan représentent près des trois quarts du chiffre d'affaires de l'édition française. Présent sur tous les segments du marché, le groupe Larousse-Nathan occupe, dans ce domaine, une position de leader.

2.2.2. *L'année 1985 a été pour l'ensemble du secteur de l'édition en France une année de stagnation des ventes en valeur et de recul en volume.*

Le maintien du blocage des prix a constitué un facteur particulièrement pénalisant pour les éditeurs dont le fonds éditorial représente une part importante de l'activité, tels Nathan et Larousse.

D'autre part pour Nathan, l'activité scolaire a subi en 1985 le contre-coup des mesures de réduction des crédits liés à la gratuité des manuels et le l'annonce très tardive des nouveaux programmes de sixième, année de renouvellement des ouvrages en 1985. Nathan a néanmoins réalisé une performance satisfaisante dans le domaine des logiciels pour les écoles dans le cadre du plan « Informatique pour tous ». L'activité de livres pour la jeunesse a poursuivi son développement, notamment dans la grande distribution.

Chez Larousse, la mise en place de nouvelles structures de direction a permis de réaliser très rapidement le plan de redressement qui avait été conçu et initié fin 1984 et la librairie Larousse a retrouvé une situation financière saine dès 1985. L'ensemble du plan de redressement a été mené à bien tout en maintenant les investissements nécessaires au développement à moyen terme.

Dans le domaine des jeux, l'année 1985 a été très difficile pour l'industrie française et la mauvaise santé d'importants fabricants a entraîné des effets secondaires négatifs pour le marché. Les jeux Nathan ont toutefois sur le plan commercial rencontré un accueil satisfaisant, notamment dans le domaine des jeux éducatifs électroniques.

Dans le domaine des logiciels, les marchés comme ceux de la microinformatique en général ont été très mouvementés en 1985. La concurrence entre constructeurs de matériels se répercutant sur les ventes de logiciels. Le phénomène a été généralisé au plan international.

Enfin en 1985 le groupe Larousse a pris un certain nombre d'initiatives dans le domaine des nouveaux médias : vidéodisques, traductrice électronique et banque de données.

*
* *

Les activités du groupe dans le domaine de l'édition et de l'audiovisuel représentent d'ores et déjà près de 20 % du chiffre d'affaires consolidé du groupe Havas et doivent connaître un développement important quelle que soit l'issue du projet de reprise de la cinquième chaîne.

Après un exercice médiocre en 1985, résultat net consolidé (part du groupe) de 22,8 millions de francs contre 84,8 millions de francs en 1984, lié aux difficultés de Canal Plus (1), l'agence Havas vient d'annoncer un résultat net consolidé de 386 millions de francs pour le premier semestre de cette année contre 46,4 millions de francs à la même époque l'année dernière. Des bénéfices exceptionnels, 204 millions de francs, ont été réalisés à la suite de la réduction de la participation de l'agence dans Canal Plus et, dans une moindre mesure, dans Havas Tourisme.

Les dirigeants d'Havas tablent sur un résultat courant après impôts, part du groupe, de 250 millions de francs pour l'ensemble de cette année, soit 80 francs par action et certificat d'investissement.

Si le succès de Havas en fait un groupe privatisable très convoité, votre rapporteur ne s'en interroge pas moins sur son poids spécifique dans le domaine de la communication.

(1) Le résultat net consolidé, part du groupe, dans Canal Plus, s'établissait à 173,2 millions de francs, soit une progression de 39 % par rapport à l'exercice précédent.

En effet, l'agence Havas a développé ses activités dans le domaine de l'édition d'ouvrages, de publications de presse et de programmes de télévision, de publications de presse et de programmes de télévision (Canal Plus, projet de cinquième chaîne) dans le domaine de la production et de la distribution de programmes audiovisuels, mais aussi et surtout dans le domaine de la publicité, en étant présente sur les deux rives du marché publicitaire :

— les régies (voir annexe n° 1), Havas détient ainsi la régie de la plupart des quotidiens régionaux, des deux radios périphériques R.T.L. et Sud Radio et d'une télévision R.T.L. Plus ;

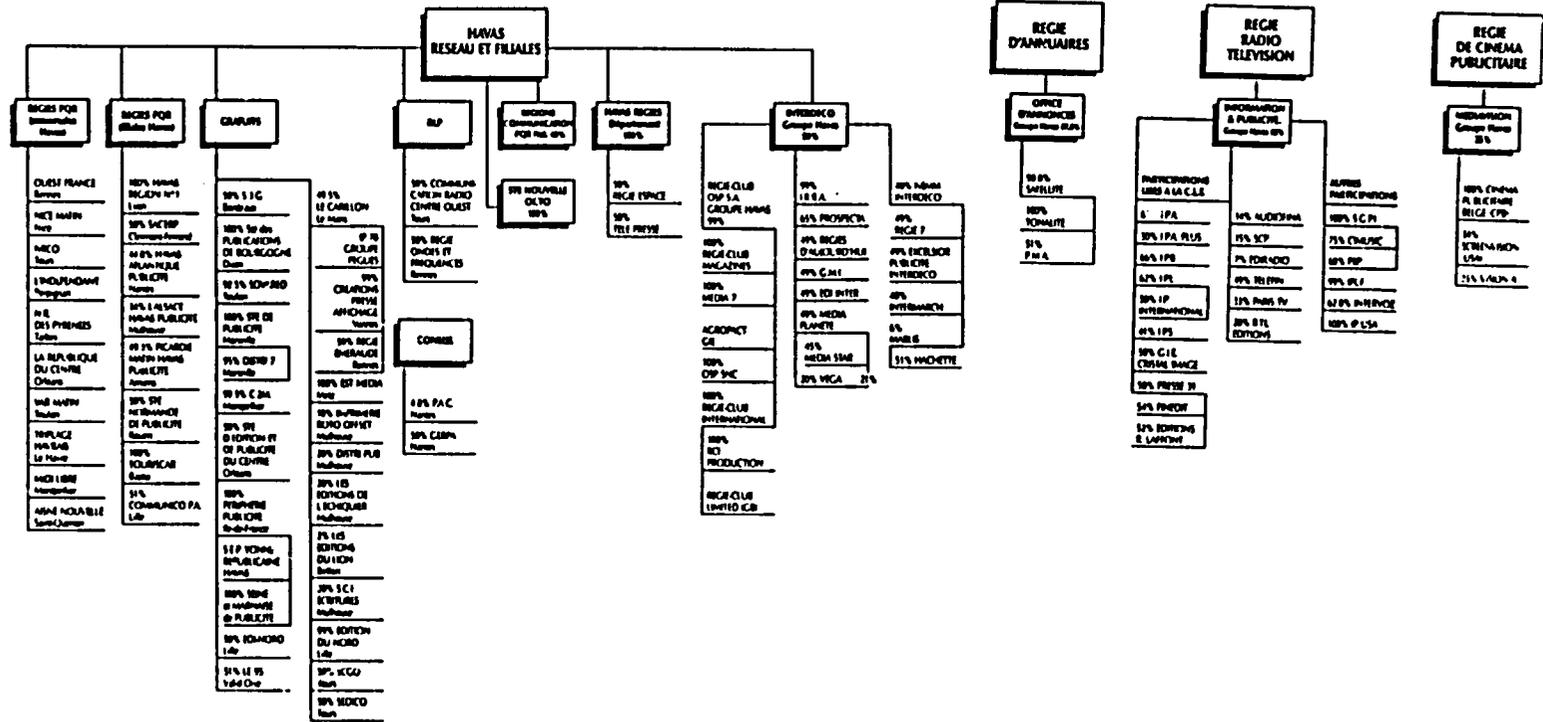
— les sociétés de conseil en publicité (le groupe Eurocom est le quinzième groupe publicitaire mondial (voir annexe n° 2).

Si la synergie entre ces différentes activités (supports, régie, agence) qui fait de l'agence Havas le premier groupe européen de communication globale, n'est plus à démontrer et lui est extrêmement favorable, votre rapporteur s'interroge cependant sur les effets sur le marché de cette concentration d'activités à la fois verticale et horizontale et craint qu'elle ne conduise à des abus de position dominante.

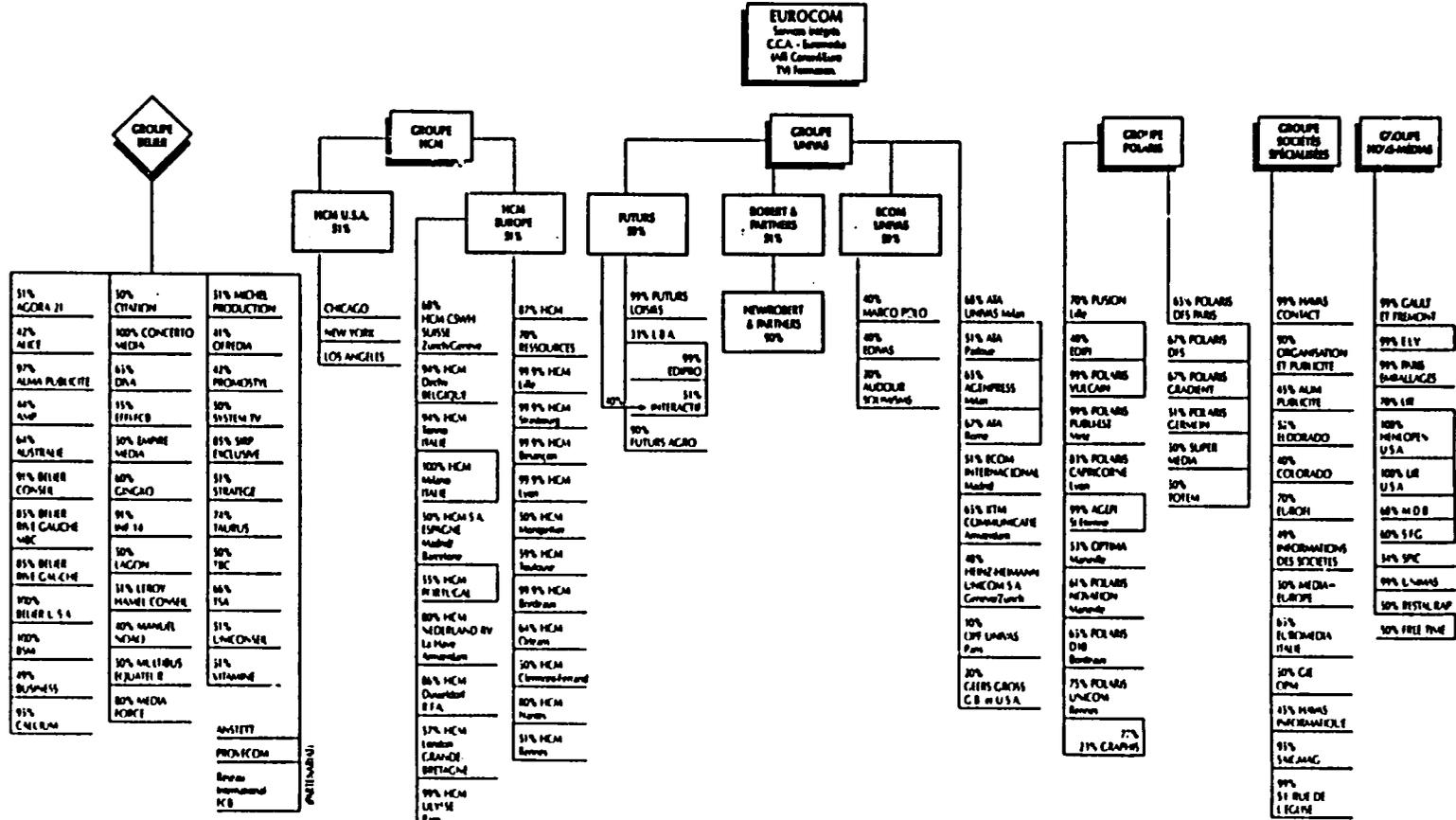
La régularisation du marché publicitaire reste à faire et l'une des missions de l'observatoire du marché publicitaire dont votre rapporteur souhaite la constitution sera d'essayer de rendre un peu plus transparentes les pratiques existantes ; la privatisation de l'agence Havas également, et votre rapporteur souhaite qu'à cette occasion le problème soit posé en toute clarté.

ANNEXE I

LES ACTIVITÉS DE RÉGIE PUBLICITAIRE DE L'AGENCE HAVAS



ANNEXE 2 LES ACTIVITÉS DE CONSEIL EN PUBLICITÉ DE L'AGENCE HAVAS



CONCLUSION

Le budget de la communication présente trois raisons de satisfaction qui vont dans le sens des évolutions réclamées par le Sénat depuis de nombreuses années :

1. La commission nationale de la communication et des libertés se voit doter dès son premier exercice d'un budget conséquent de 150 millions de francs qui devrait lui permettre de remplir ses missions dans le domaine de la communication audiovisuelle et de se préparer aux missions qu'elle aura à assumer dans la déréglementation du secteur des télécommunications.

2. Une politique d'économies et d'accroissement de la productivité dans les organismes du service public est engagée avec de sérieuses chances d'aboutir, même si les résultats escomptés (du fait notamment de trois-cent-cinquante suppressions d'emplois) paraissent surestimés. Cette politique aura pour conséquence une plus grande compétitivité du secteur public, qui pourra ainsi consacrer davantage aux programmes et moins aux structures.

3. L'amorce d'une politique de relance de la création audiovisuelle est perceptible, notamment par l'affectation de financements nouveaux en faveur de la S.E.P.T. et des chaînes du service public (16,5 millions de francs pour Antenne 2 et 36,5 millions de francs pour FR 3) et l'annonce de l'affectation de 10 % du produit de la vente de TF 1 à la création par chaînes du service public. Toutefois, ces intentions devront être confirmées par une amélioration du mécanisme du compte de soutien, et surtout par l'élaboration d'une réglementation que votre rapporteur n'hésite pas à appeler « protectionniste » nécessaire à l'éclosion d'une véritable industrie de programmes en France et permettant l'équilibre du marché entre producteur et diffuseur.

La publication des textes d'application de la loi du 30 septembre 1986 et des cahiers des charges constituera un teste essentiel de la volonté du Gouvernement en ce domaine. En outre, les résultats de cette politique seront largement conditionnés par le règlement de la situation fragile de la S.F.P. qui, située en bout de chaîne, risque de supporter les conséquences immédiates de la réforme de l'audiovisuel. un plan de restructuration devrait être mis en œuvre de toute urgence.

Il est cependant cause d'une grande déception. La modernisation des aides à la presse souhaitée par le Sénat depuis trois ans n'est pas mise en œuvre.

Si l'on relève avec satisfaction l'allongement à cinq ans de l'application du système de provision pour investissement (art. 39 *bis*) et son extension aux investissements de la presse écrite dans le domaine de la télématique, la stagnation depuis deux ans des aides directes à la presse est très inquiétante.

Il suscite enfin trois facteurs d'inquiétude :

1. L'équilibre du secteur de la communication, entendu au sens le plus large, dépendra essentiellement de l'évolution du marché publicitaire et des transferts internes à ce marché qui risquent de se faire au détriment de la radio, de l'affichage et, peut être même, de la presse écrite. La mise en place d'un observatoire du marché publicitaire est urgente, pour suivre de près ces évolutions et proposer le cas échéant des mesures de réglementation adéquates.

Il ne faut en effet pas s'attendre à un accroissement important des financements publics : la redevance connaîtra une évolution lente en raison de l'atténuation de l'effet de parc et la prise en charge rapide de certaines dépenses par le budget général de l'Etat paraît difficile à réaliser en phase de retour à l'équilibre budgétaire.

Le développement des télévisions à péage financées par les consommateurs est sans doute à encourager dans un tel contexte.

2. Le désengagement de l'Etat de la recherche et du développement de nouvelles technologies (satellite, télévision haute définition) risque de compromettre l'effort réalisé par les entreprises françaises dans ce secteur. Des incertitudes planent sur le financement de l'achèvement du programme T.D.F. 1 et sur celui de T.D.F. 2. En outre, il est essentiel pour les industries françaises et européennes, mais aussi pour la sauvegarde de notre identité culturelle, que la France et ses partenaires puissent présenter très rapidement un projet cohérent et réalisable de télévision haute définition. L'effort financier de la France dans le cadre du programme Eurêka mérite d'être poursuivi et valorisé.

3. L'audiovisuel, parce qu'il permet de s'adresser directement aux peuples, constitue désormais un moyen de pénétration important pour la culture française. Actuellement des actions sont entreprises mais elles sont dispersées entre de multiples responsables (TV 5, RFI, RFO-AITV, Sofirad...). Elles mériteraient d'être plus précises dans leurs objectifs et mieux coordonnées dans leur réalisation. Votre rapporteur proposera du reste au Sénat la constitution d'une mission d'information sur ce thème.