

N° 100

SÉNAT

SESSION ORDINAIRE DE 2005-2006

Annexe au procès-verbal de la séance du 24 novembre 2005

AVIS

PRÉSENTÉ

au nom de la commission des Affaires culturelles (1) sur le projet de loi de finances pour 2006, ADOPTÉ PAR L'ASSEMBLÉE NATIONALE,

TOME I

ACTION EXTÉRIEURE DE L'ÉTAT

Par M. David ASSOULINE,

Sénateur.

(1) Cette commission est composée de : M. Jacques Valade, président ; MM. Ambroise Dupont, Jacques Legendre, Serge Lagauche, Jean-Léonce Dupont, Ivan Renar, Michel Thiollière, vice-présidents ; MM. Alain Dufaut, Philippe Nachbar, Pierre Martin, David Assouline, Jean-Marc Todeschini, secrétaires ; M. Jean Besson, Mme Marie-Christine Blandin, MM. Jean-Marie Bockel, Yannick Bodin, Pierre Bordier, Louis de Broissia, Jean-Claude Carle, Gérard Collomb, Yves Dauge, Mme Annie David, MM. Christian Demuyne, Denis Detcheverry, Mme Muguette Dini, MM. Louis Duvernois, Jean-Paul Émin, Mme Françoise Férat, MM. François Fillon, Bernard Fournier, Hubert Haenel, Jean-François Humbert, Mme Christiane Hummel, MM. Soibahaddine Ibrahim, Alain Journet, André Labarrère, Philippe Labeyrie, Pierre Laffitte, Simon Loueckhote, Mme Lucienne Malovry, MM. Jean Louis Masson, Jean-Luc Mélenchon, Mme Colette Mélot, M. Jean-Luc Miraux, Mme Catherine Morin-Desailly, M. Bernard Murat, Mme Monique Papon, MM. Jean-François Picheral, Jack Ralite, Philippe Richert, René-Pierre Signé, André Vallet, Marcel Vidal, Jean-François Voguet.

Voir les numéros :

Assemblée nationale (12^{ème} législ.) : 2540, 2568 à 2573 et T.A. 499

Sénat : 98 et 99 (annexe n° 1) (2005-2006)

Lois de finances.

SOMMAIRE

	<u>Pages</u>
INTRODUCTION	5
I. AUDIOVISUEL EXTÉRIEUR	7
A. UN DÉCROCHAGE PERSISTANT DES RESSOURCES DE L’AUDIOVISUEL EXTÉRIEUR VIS-À-VIS DE L’AUDIOVISUEL NATIONAL	8
B. DEUX OPÉRATEURS SOUMIS À UNE IMPORTANTE CONTRAINTE BUDGETAIRE	9
1. <i>TV5 : une chaîne francophone de plus en plus française</i>	9
a) Les ambitions louables d’un organisme majoritairement financé par la France	10
(1) Un plan stratégique trop ambitieux compte tenu de la contrainte budgétaire actuelle ?	10
(2) Un financement public assuré à 84 % par la France	11
(3) Une évolution des ressources propres inquiétante	12
b) Un signe de vitalité indéniable : la progression du nombre d’abonnements aux États-unis.....	13
(1) Un développement rapide sur les réseaux câblés des grandes agglomérations.....	14
(2) Une distribution satellitaire renforcée	14
(3) Un marché prometteur : la vidéo à la demande	14
c) Les défis à venir	15
(1) L’indispensable progression du sous titrage	15
(2) Envisager des partenariats avec la future CII	15
2. <i>RFI</i>	16
a) Un impact contrasté en fonction des zones géographiques	16
(1) Un média de référence en Afrique	16
(2) La nécessité de renforcer RMC- Moyen-Orient	17
(3) Des résultats décevants en Europe	17
(4) Une radio qui a parfois du mal à se faire entendre	17
b) Trois chantiers prioritaires	18
(1) Repenser la diffusion en langues étrangères.....	19
(2) Renégocier les contrats de diffusion en ondes courtes	19
(3) Terminer le chantier de la numérisation de la diffusion et de la production.....	20
C. UNE FACETTE ESSENTIELLE DE NOTRE RAYONNEMENT CULTUREL : L’EXPORTATION DE PROGRAMMES AUDIOVISUELS	21
1. <i>2004 : une bonne année pour les exportations audiovisuelles françaises</i>	22
a) Le documentaire et l’animation, principaux vecteurs de la croissance des exportations	23
b) Des exportations majoritairement destinées au marché européen.....	23
2. <i>Des perspectives inquiétantes</i>	25

II. ENSEIGNEMENT	27
A. L'AGENCE POUR L'ENSEIGNEMENT FRANÇAIS À L'ÉTRANGER	27
a) Une année 2006 marquée par les interrogations concernant les programmes immobiliers de l'Agence.....	27
(1) Un réseau bien géré.....	28
(2) Un manque de visibilité concernant les programmes immobiliers.....	29
(3) Un effort poursuivi en matière de bourses.....	30
b) Un changement de nomenclature bienvenu.....	30
B. L'ACCUEIL DES ÉTUDIANTS ÉTRANGERS EN FRANCE	30
1. <i>La mise en œuvre de quelques mesures concrètes</i>	31
a) Les propositions du CNDMI enfin mises en œuvre.....	31
b) Une expérience intéressante : les centres pour les études en France.....	33
2. <i>Des programmes de bourses élitistes mais efficaces</i>	34
a) Le programme Major.....	35
b) Le programme Eiffel.....	36
c) La création du programme Eiffel Doctorat.....	38
III. UN RÉSEAU CULTUREL DANS L'IMPASSE ?	39
A. UN RÉSEAU ESSENTIEL POUR NOTRE RAYONNEMENT CULTUREL	39
1. <i>Une analyse budgétaire artificielle</i>	39
2. <i>Les principaux acteurs du réseau</i>	40
a) Les services de coopération et d'action culturelle (SCAC).....	40
b) Les centres et instituts culturels.....	40
c) Les Alliances françaises.....	42
B. UN RÉSEAU EN PANNE DE RÉFORMES	43
1. <i>Rationaliser la carte de nos implantations culturelles</i>	43
2. <i>Moderniser les établissements</i>	44
3. <i>Promouvoir la création de centres culturels européens</i>	44
C. VERS LA CRÉATION D'UNE AGENCE CULTURELLE ?	45
EXAMEN EN COMMISSION	47

Mesdames, Messieurs,

Le budget 2006 relatif à l'action culturelle extérieure se caractérise par deux contradictions majeures.

D'une part, alors que la mise en œuvre de la loi organique relative aux lois de finances aurait pu constituer un levier puissant permettant de rationaliser la présentation des crédits destinés au financement de notre rayonnement international, celle-ci contribue, au contraire, à disperser artificiellement les dotations au sein de programmes voire de missions différents, empêchant ainsi toute vision globale d'un secteur déjà soumis à d'importantes rigidités.

Trois exemples méritent d'être soulignés. Une interprétation littérale de la liste des pays bénéficiaires de l'aide publique au développement a conduit en premier lieu le ministère des affaires étrangères à scinder inopportunistement le réseau culturel en deux ensembles distincts, selon la localisation des établissements, au risque de freiner la nécessaire réforme des implantations. Les crédits de l'Agence pour l'enseignement français à l'étranger (AEFE) relèvent, en second lieu, du programme « Français à l'étranger et étrangers en France » alors même que l'Agence et les établissements qu'elle contrôle jouent un rôle essentiel dans la diffusion de notre culture auprès des élèves étrangers. Enfin, les crédits de l'audiovisuel extérieur sont éclatés au sein de trois missions, la future chaîne d'information internationale étant directement rattachée auprès des services du Premier ministre.

D'autre part et surtout, alors que notre pays a été la cheville ouvrière de la convention adoptée par l'UNESCO sur la protection et la promotion de la diversité culturelle, notre diplomatie culturelle reste privée des moyens de ses ambitions. Le programme « Rayonnement culturel et scientifique » ne représente ainsi que 14 % des crédits alloués à la mission « Action extérieure de l'État » en 2006, en diminution de 4,2 % par rapport à 2005.

En dépit de ces contradictions, votre rapporteur a centré son attention sur l'évolution des principales actions concourant au rayonnement culturel de la France à l'étranger en proposant, le cas échéant, différentes pistes de réformes visant à redynamiser des outils durablement soumis à une importante contrainte budgétaire.

I. AUDIOVISUEL EXTÉRIEUR

Si l'ancien chapitre 42-14 regroupait les crédits alloués à l'ensemble des opérateurs de notre audiovisuel extérieur, force est de constater que la nouvelle architecture budgétaire en a décidé autrement. Pas moins de trois missions différentes retracent en effet ces crédits, provoquant une véritable dispersion des moyens au sein de divers fascicules budgétaires.

Ainsi, les crédits alloués à TV5 et à RFI sont rassemblés au sein du programme « Rayonnement culturel extérieur » de la mission « Action extérieure de l'État »¹. Le « bleu budgétaire » précise d'ailleurs à ce propos de manière assez curieuse que « les crédits de [ces deux opérateurs], s'ils concernent l'ensemble du monde, sont regroupés sur ce programme car ils ne sont pas reconnus par l'OCDE comme de l'aide publique au développement. » A croire qu'il fut un temps envisagé de rassembler ces crédits au sein de la mission « Aide publique au développement » voire de les répartir entre les missions « Aide publique au développement » et « Action extérieure de l'État » en fonction des zones de diffusion...

Par ailleurs, les crédits de la banque de programme CFI sont inscrits dans le programme « Solidarité à l'égard des pays en développement » de la mission « Aide publique au développement »².

Surtout, les crédits attribués à la future chaîne internationale sont retracés dans le programme 116 de la mission « Médias » placée sous l'autorité du Premier ministre.

Votre rapporteur estime que cette situation est extrêmement regrettable. En fractionnant ainsi l'analyse du secteur de l'audiovisuel extérieur, elle complexifie en effet considérablement la compréhension des enjeux de ce dernier pour les rapporteurs des deux assemblées. Alors que le reproche récurrent adressé à notre audiovisuel extérieur est l'absence flagrante de stratégie d'ensemble et de synergie, il aurait été au contraire avisé de rassembler les crédits des opérateurs présents et à venir au sein d'un même programme.

Enfin, votre rapporteur s'interroge sur le rôle joué par France Télévisions dans le domaine de l'audiovisuel extérieur. Contribuant largement au financement du secteur par l'intermédiaire des participations majoritaires qu'elle détient au capital de CFI à hauteur de 75 % et au capital de TV5 à hauteur de 51,4 %, la holding France Télévisions semble peiner à faire entendre sa voix. Or, comme l'observait la Cour des comptes dans son rapport annuel pour 2004, « [s']il appartient aux autorités politiques et notamment au ministère des affaires étrangères de fixer des objectifs de

¹ Action n° 3 « Audiovisuel extérieur ».

² Action n° 2 « Affirmation de la dimension culturelle du développement ».

présence et d'action extérieures et de s'assurer de la bonne allocation des moyens budgétaires consentis [aux organismes de l'audiovisuel extérieur, ces derniers] devraient être contrôlés par leur actionnaire principal ». Cette évolution, souhaitable et généralement souhaitée par les tutelles de la télévision publique, améliorerait la gouvernance des organismes de l'audiovisuel extérieur et rendrait d'autant plus utile le regroupement des crédits qui leur sont alloués dans un programme unique.

A. UN DÉCROCHAGE PERSISTANT DES RESSOURCES DE L'AUDIOVISUEL EXTÉRIEUR VIS-À-VIS DE L'AUDIOVISUEL NATIONAL

Pour la seconde année consécutive, votre rapporteur observe pour 2006 un décrochage significatif¹ entre l'évolution des ressources publiques de l'audiovisuel extérieur, qui au mieux seront reconduites à l'identique en valeur, et celles de l'audiovisuel national, qui connaîtront une progression de 2,9 %.

Sachant que les dotations à TV5 et RFI, les deux structures demeurant dans le champ de la présente mission, passent de 141,4 millions d'euros en 2005 à 141,97 millions d'euros en 2006, on peut considérer que les moyens consacrés par le ministère des affaires étrangères à l'ensemble de l'action audiovisuelle extérieure² seront sensiblement les mêmes (en valeur) d'une année sur l'autre.

Pour leur part, les ressources publiques allouées par le ministère de la culture et de la communication en 2006 au secteur public de l'audiovisuel sont arrêtées à 2,736 milliards d'euros, en progression de 2,9 % par rapport à la loi de finances pour 2005. Ce total inclut une dotation à RFI de 55,86 millions d'euros sur la redevance, en hausse de 4 % par rapport à la loi de finances initiale pour 2005. A travers France Télévisions, les moyens du ministère de la culture et de la communication contribuent également au financement de TV5 à hauteur de 3,99 millions d'euros et d'Euronews à hauteur de 2,35 millions d'euros.

Votre rapporteur tient à souligner que l'existence d'un écart croissant entre les ressources allouées aux opérateurs audiovisuels extérieurs et celles dévolues à l'audiovisuel public national, elles-mêmes très inférieures à la progression du chiffre d'affaires des opérateurs privés, ne sera pas sans conséquence sur l'efficacité de notre dispositif.

Alors que les coûts du secteur sont tirés à la hausse, cette perte de pouvoir d'achat des opérateurs extérieurs ne pourra pas être

¹ Ces données ne prennent pas en compte le financement de la future chaîne française d'information internationale, pour laquelle 65 millions d'euros ont été inscrits sur les crédits du Premier ministre, mais qui correspondent à un projet nouveau construit ex nihilo, qui n'aura pas, au moins à court terme, d'incidence budgétaire sur les autres opérateurs.

² Programmes 185 « Rayonnement culturel et scientifique » et 209 « Solidarité à l'égard des pays en développement ».

éternellement compensée par des gains de productivité et des redéploiements. Nos opérateurs devront donc malheureusement¹ renoncer à moyen terme à certaines ambitions en matière de diffusion, de langues et de programmes, ce qui ne facilitera pas leur tâche sur des marchés de plus en plus concurrentiels.

B. DEUX OPÉRATEURS SOUMIS À UNE IMPORTANTE CONTRAINTE BUDGETAIRE

TV5 et RFI se sont lancés dans un travail de redéfinition de leur mission. Avec la signature d'un nouveau plan stratégique pour la première et les très lentes négociations relatives à la définition d'un contrat d'objectifs et de moyens pour la seconde, ces deux structures tentent de s'adapter à un environnement international de plus en plus concurrentiels.

Force est toutefois de constater que ces efforts, nécessaires au rayonnement de notre audiovisuel extérieur, se heurtent à une implacable contrainte financière.

1. TV5 : une chaîne francophone de plus en plus française

Depuis l'arrêt définitif des activités de diffusion de CFI, TV5 reste en 2005 l'unique chaîne de télévision financée et contrôlée majoritairement par la France présente à l'international.

Reçue par quelque 160 millions de foyers dans le monde, la chaîne est aujourd'hui le 2^e réseau mondial de télévision, après la chaîne musicale MTV mais devant CNN International. Ses 8 signaux² sont diffusés à travers 59 transpondeurs satellitaires et recueillent une audience cumulée hebdomadaire de 73 millions de téléspectateurs, majoritairement en Europe, en Afrique et au Maghreb.

Votre rapporteur constate que, depuis la réforme conduisant en 2001 au regroupement de l'ensemble des signaux³ sous la responsabilité du pôle parisien de la chaîne, celle-ci a franchi un seuil en termes d'image, de crédibilité et d'audience dans de nombreux pays. Sans jamais prétendre devenir la chaîne d'information continue qu'elle ne sera jamais, TV5 a su, quand l'actualité l'imposait, offrir à son public une programmation renforcée en la matière grâce à la mobilisation des moyens de l'ensemble de ses chaînes nationales partenaires.

¹ Certains opérateurs doivent déjà réaliser de tels choix, comme par exemple le sous-titrage pour TV5.

² France-Belgique-Suisse, Europe, Afrique, Asie, Orient, États-unis, Amérique latine et Québec-Canada, ce dernier géré à Montréal.

³ Hors Canada.

a) Les ambitions louables d'un organisme majoritairement financé par la France

L'année 2005 a été pour TV5 une année de transition à la suite du décès de M. Serge Adda. Depuis sa désignation en avril 2005, le nouveau président M. Jean-Jacques Aillagon s'est attaché à élaborer en concertation avec ses actionnaires un plan stratégique pour la période 2006-2009 présenté à la conférence des ministres le 19 septembre dernier à Bruxelles.

(1) Un plan stratégique trop ambitieux compte tenu de la contrainte budgétaire actuelle ?

Comme l'indique l'encadré ci-dessous, le plan stratégique 2006-2009 est orienté autour de deux axes : consolider l'accessibilité de la chaîne au niveau de sa distribution et de sa diffusion grâce à l'augmentation du sous-titrage et renforcer l'attractivité de celle-ci grâce à l'amélioration de sa programmation.

Votre rapporteur considère que ce plan qui nécessite près de 14 millions d'euros par an sur trois ans risque de ne pas pouvoir être mené à bien, faute de moyens budgétaires suffisants. Sans préjuger de la position finale des autres gouvernements bailleurs de fonds de la chaîne¹, le contexte budgétaire contraindra en effet vraisemblablement la chaîne francophone, au moins en 2006, à arbitrer entre différentes priorités parmi les mesures envisagées.

LES DEUX AXES DU PLAN STRATÉGIQUE 2006-2009

Accessibilité et attractivité : tels sont les deux axes stratégiques qui doivent guider les actions de TV5 dans les prochaines années.

TV5 devra veiller à se rendre plus accessible à ses téléspectateurs en :

- consolidant son réseau mondial de distribution, l'Afrique, le Monde arabe et l'Europe francophone étant des enjeux géo-culturels prioritaires pour TV5 Monde ;
- mettant en place, zone par zone, une veille pour les nouvelles technologies afin d'être toujours prêt à y accéder ;
- adaptant ses signaux aux attentes de ses téléspectateurs zone par zone ;
- sous-titrant, de façon plus importante, ses programmes pour permettre aux francophiles et aux non francophones, de pouvoir y accéder.

¹ Pour 2006, le montant de ces contributions gouvernementales devrait être connu au cours de la réunion des hauts fonctionnaires qui se tiendra le 12 décembre 2005 à Bruxelles au cours de laquelle sera arrêté le budget de TV5 pour 2006.

TV5 devra travailler dans 5 directions pour renforcer son identité et son attractivité :

- l'information sur TV5 doit incarner « la différence » francophone. Le respect de la rythmique des journaux, l'enrichissement de l'alimentation en images venues du monde entier, le lancement de nouveaux magazines sont autant de volets à explorer. Une meilleure utilisation de l'information comme outil d'apprentissage du français et le resserrement des liens entre information et Internet vont aussi dans la bonne voie. L'ensemble de ces actions reposent sur la force de la relation entre les rédactions partenaires et celle de TV5, qui sera l'objet de mesures concrètes ;

- les programmes doivent refléter les valeurs universelles de la francophonie et permettre une ouverture sur le monde : c'est là la marque de l'identité de la chaîne dans un paysage audiovisuel international en voie de banalisation et d'uniformisation. Pour une plus grande performance dans ce domaine, il faut plus de pertinence dans les choix opérés dans l'offre de programmes des chaînes partenaires et ces dernières doivent mieux intégrer la perspective TV5 lorsqu'elles produisent ou achètent. TV5 doit, en outre, être plus sélective dans le choix de ses productions propres ;

- des grilles de programmes claires et stables qui prennent en compte la nécessité de toucher les jeunes alors que ces derniers constituent la population dominante dans de très nombreuses zones, font aussi partie des objectifs à mettre en œuvre dès le début de l'année 2006 ;

- la mission culturelle et éducative de TV5 doit se prolonger au-delà de ses antennes. Le site Internet de TV5 est devenu désormais « l'autre réseau mondial » de la chaîne et doit poursuivre son développement. Le dispositif « apprendre et enseigner le français avec TV5 », doit aussi nous permettre tout à la fois d'attirer plus de téléspectateurs et de contribuer au rayonnement de la langue française tant auprès des jeunes que des fonctionnaires dans les organisations internationales ou des professionnels du tourisme, par exemple ;

- la communication de la chaîne doit devenir plus offensive. Faire connaître le plus largement possible ce qu'est TV5, la puissance de son réseau, l'originalité de ses programmes, en particulier dans le domaine de l'information, la façon d'y accéder dans les différentes zones, leurs horaires de diffusion, est un objectif essentiel du plan. Une politique de marque ambitieuse et une information sur les programmes renforcée, en particulier grâce au développement des partenariats médias, doivent permettre de séduire davantage de téléspectateurs.

(2) Un financement public assuré à 84 % par la France

Après l'effort très important réalisé en sa faveur entre 1999 et 2002, TV5 a vu depuis lors ses moyens quasiment stagner. La chaîne n'a pu poursuivre jusqu'ici son développement qu'en tirant parti des économies importantes permises par le passage de la diffusion analogique à la diffusion numérique.

Cette phase de redéploiement est aujourd'hui achevée et TV5 n'a désormais guère de marges de manœuvre financières. En 2005 notamment, compte tenu du gel budgétaire, la dotation effective de l'État en sa faveur n'a pas progressé par rapport à celle de 2004. Elle sera reconduite à l'identique en 2006, à hauteur de 62,72 millions d'euros pour le ministère des affaires étrangères et de 3,99 millions d'euros pour France Télévisions, ce qui signifie une régression en euro constant.

Avec une contribution représentant plus de 84 % des contributions des gouvernements partenaires, la France finance actuellement plus de 77 %

du budget de TV5. Sa contribution totale au budget 2005¹ est de 69,6 millions d'euros, l'apport des gouvernements suisse, belge et canado-québécois s'élevant à 13 millions d'euros et les ressources propres à 7,5 millions d'euros.

Le Gouvernement a attiré à plusieurs reprises l'attention de ses partenaires francophones sur ce déséquilibre croissant, consécutif à l'effort unilatéral de la France entre 1999 et 2002, et a demandé, jusqu'ici sans effet, qu'ils contribuent davantage au financement de l'opérateur culturel commun qu'est TV5. Ce déséquilibre a été à nouveau souligné à Bruxelles par la ministre chargée de la coopération, du développement et de la francophonie, et certains de nos partenaires ont indiqué qu'ils s'efforceraient d'infléchir cette tendance.

Par ailleurs, les gouvernements partenaires ont demandé à TV5 de rechercher d'autres sources de financement. Malheureusement, les perspectives d'augmentation des ressources propres de la chaîne, recettes publicitaires essentiellement, qui lui permettraient d'autofinancer partiellement le plan s'avèrent, comme pour la plupart des télévisions transnationales, relativement limitées.

(3) Une évolution des ressources propres inquiétante

Malgré un ralentissement général des marchés publicitaires, TV5 pense réaliser l'objectif défini pour l'année 2005 mais sans atteindre vraisemblablement les performances de l'année 2004. Seul le report en 2005 d'une partie des campagnes publicitaires de l'échange marchandise ASTRA², qui se termine en 2005, permet à TV5 de dégager une plus-value de 281 000 euros sur ses recettes publicitaires.

On constate en 2005 une baisse sensible du chiffre d'affaires réalisé par la principale régie de TV5, France Télévisions Publicité, par rapport au chiffre d'affaires 2004 : entre avril et août 2005, les performances mensuelles sont inférieures de 14 % à 39 % selon les mois.

Cette baisse est concomitante avec l'arrivée de la TNT en France ; il est sans doute trop tôt pour évaluer l'impact de la TNT sur le marché du câble et du satellite en matière de recettes publicitaires, mais il conviendra de surveiller l'évolution du marché et de tenir compte de ce nouveau paramètre dans l'évaluation prévisionnelle des recettes publicitaires.

Par ailleurs, les conventions signées ou en cours de signature de vente d'espaces publicitaires sous forme d'échanges marchandises totalisent d'ores et déjà 2,03 millions d'euros. Ces opérations s'équilibrant en dépenses et en recettes, elles ne sont pas prévues au budget initial, mais c'est grâce à cet apport complémentaire de recettes que TV5 finance la grande majorité de ses partenariats avec tous les festivals et manifestations auxquels son image est associée.

¹ 90,2 millions d'euros au total.

² Contrat satellitaire rémunéré partiellement sous forme d'écrans publicitaires.

La collecte des abonnements aux Etats-Unis poursuit sa progression et devrait dépasser l'objectif annuel de près de 216 000 euros.

b) Un signe de vitalité indéniable : la progression du nombre d'abonnements aux États-unis

Malgré les inquiétudes évoquées ci-dessus, force est de constater que le bilan de TV5 au cours de l'année écoulée reste cependant positif. Sa distribution a progressé aux États-unis, en Amérique latine, en Asie et en Afrique du Sud et ses positions ont été préservées en Europe, marché particulièrement encombré et concurrentiel.

En 2004, le nombre d'abonnés payants de TV5 USA est passé de 30 000 à 36 000, soit une augmentation de 20 %. Durant la même période, les recettes de la filiale TV5 USA sont passées de 2,4 millions de dollars à 3,03 millions de dollars, soit une augmentation de 26 %, et un taux d'autofinancement de la filiale de 70 %. Au 30 juin 2005, TV5 USA comptait 39 000 abonnés payants.

TV5 États-unis est par ailleurs toujours reçue en service « basique étendu » dans 165 000 foyers dans les Etats du Maine et de Louisiane, où les opérateurs de câble Adelphia et Cox Communications ont accepté de distribuer localement TV5 sur ce mode grâce à la forte composante de populations francophones.

LES PRINCIPAUX OBJECTIFS DE TV5 AUX ÉTATS-UNIS

- Ajouter 6 000 abonnés nets payants ;
- Poursuivre les négociations pour la reprise sur le câble sur les marchés prioritaires Comcast Los Angeles, Comcast Chicago (centre-ville), Cablevision New York, Atlantic Broadband et Comcast Miami, Cox New Orléans, Time Warner San Diego, et Comcast Atlanta ;
- Maintenir une stratégie promotionnelle offensive et développer des plans d'actions marketing spécifiques pour chaque marché câble et satellite ;
- Renouveler l'accord de distribution satellite avec Echostar et étudier l'opportunité de signer un accord avec la deuxième plateforme satellite Direct TV ;
- Etudier la mise sur le marché d'une offre de vidéo à la demande complémentaire, pour les abonnés câble de TV5 Etats-Unis.

Le coût marketing d'acquisition d'un nouvel abonné pour TV5 se maintient à 80 euros et reste très compétitif par rapport à la moyenne américaine. A titre de comparaison, un nouvel abonné coûte 600 euros à l'opérateur satellite Direct TV.

(1) Un développement rapide sur les réseaux câblés des grandes agglomérations

TV5 poursuit ses négociations avec les sociétés de câble américaines pour étendre sa distribution à d'autres réseaux prioritaires.

En 2004, la chaîne a été lancée sur le câble à Washington DC, Boston et dans la banlieue de Chicago, ces marchés ayant généré en un an plusieurs milliers de nouveaux abonnés payants. TV5 est en cours de finalisation d'un accord de reprise avec l'opérateur Comcast Los Angeles où elle devrait être lancée à l'automne 2005 et poursuit par ailleurs ses négociations avec Cablevision New York, Atlantic Broadband et Comcast Miami et Chicago pour le centre ville.

TV5 est maintenant accessible par câble sur l'ensemble des villes de San Francisco, Seattle et Houston où les câblo-opérateurs ont achevé la numérisation de leur réseau et élargi la distribution de la chaîne sur l'ensemble de ces métropoles. Cet élargissement a permis d'optimiser les actions marketing menées sur ces villes et de recruter de nombreux abonnés.

Des négociations sont également en cours avec l'opérateur Verizon qui se lance dans la distribution de contenu vidéo grâce à son réseau fibre optique à haut débit. Une première offre devrait être disponible dès 2005 dans certaines villes de Floride, du Texas et de Californie.

(2) Une distribution satellitaire renforcée

En juin 2004, TV5 a renouvelé son accord de distribution avec l'opérateur satellite Echostar. Ce nouvel accord a permis la reprise, depuis le 11 août 2005, de TV5 sur une 3^e position satellitaire¹ à coûts constants. Cette nouvelle position, permet notamment la réception avec une seule parabole de TV5 et des programmes américains, ainsi qu'une réception de la chaîne à Hawaii et en Alaska.

TV5 a également renouvelé en décembre 2004 son accord de distribution avec la société International Channel pour une période de 5 ans. Cet accord, plus avantageux pour TV5 USA que l'accord initial signé en 1997 par le Canada, a permis une révision à la baisse de la commission perçue par International Channel et un maintien d'un coût à l'identique pour la capacité satellitaire sur Galaxy XI, utilisée pour la distribution du signal vers les réseaux câblés.

(3) Un marché prometteur : la vidéo à la demande

TV5 se positionne enfin sur le marché américain de la vidéo à la demande (VOD) devenue le nouveau moteur de croissance de l'industrie du câble américaine. Un premier accord national a été conclu en août 2005 avec Comcast. Une approche ville par ville est maintenant nécessaire. Des premiers

¹ Echostar IX.

essais devraient être effectués avec Time Warner Los Angeles et New York avant la fin 2005.

c) Les défis à venir

A court terme, TV5 est appelée à faire face à deux défis de taille : le nécessaire développement du sous-titrage lui permettant de conquérir de nouveaux marchés et l'affirmation d'une véritable complémentarité avec la future chaîne d'information internationale.

(1) L'indispensable progression du sous titrage

Le sous-titrage des programmes, moyen d'attirer l'audience non francophone et de faciliter la reprise de la chaîne par les distributeurs locaux, bien que renforcé partiellement, demeure insuffisant en termes de nombre de langues étrangères (neuf actuellement) et de volume (12 % de la programmation en moyenne).

Votre rapporteur estime pourtant que la progression du sous-titrage est une nécessité qui permettrait de conquérir un public significatif au delà des cercles francophones et de justifier le maintien en bonne place de la chaîne sur des réseaux saturés. Il regrette que le coût de cette entreprise, estimé à 10 millions d'euros pour un sous-titrage exhaustif en plusieurs langues et à 2 millions d'euros pour un effort substantiel minimal, ne puisse être pris en charge par le budget de l'Etat.

(2) Envisager des partenariats avec la future CII

Au plan des programmes, la diversité des cultures francophones, encore renforcée en ce qui concerne les pays du Sud, et la réactivité de la rédaction, capable de se démultiplier à travers ses chaînes partenaires à l'occasion d'événements internationaux majeurs, restent les points forts de TV5. La diffusion quotidienne d'un journal dédié à l'Afrique (fabriqué par RFO) désormais présent sur l'ensemble des signaux et la multiplication des émissions consacrées aux questions internationales ont été particulièrement appréciées depuis un an.

Votre rapporteur estime que, le moment venu, TV5 pourra contribuer utilement à la future chaîne d'information internationale en lui apportant l'expérience accumulée par la chaîne francophone depuis plus de 20 ans en matière de programmation sur 24 fuseaux horaires et de distribution sur les réseaux et les bouquets du monde entier.

2. RFI

Avec une dotation de plus de 132 millions d'euros¹ en 2006, RFI reste l'opérateur audiovisuel extérieur français le mieux pourvu, tout en étant loin de disposer de moyens équivalents à ceux de ses principaux concurrents.

C'est malheureusement dans un contexte budgétaire très contraint que l'entreprise doit affronter cette difficile phase de réorganisation en profondeur. Ainsi, pour 2006, en l'absence de toute progression des ressources du ministère des affaires étrangères, il est prévu une reconduction à l'identique de la subvention de RFI (à hauteur donc de 72,13 millions d'euros). La dotation en redevance sera de 55,86 millions d'euros, en augmentation de 4 %. La société bénéficiera donc au total d'une progression de 1,7 % de ses moyens, qui lui permettra à peine de faire face aux augmentations conventionnelles de sa masse salariale.

a) Un impact contrasté en fonction des zones géographiques

Du fait de ce manque de moyens, l'impact de RFI dans le monde ne peut être que très contrasté. La réussite reconnue du programme en français, sans doute obtenue au prix d'un investissement insuffisant en faveur des autres langues, ne suffit pas à imposer RFI dans les zones non francophones.

(1) Un média de référence en Afrique

RFI reste le média de référence absolue en Afrique subsaharienne francophone. Plus largement, sa notoriété et la qualité, sans équivalent, de sa rédaction Afrique devraient lui permettre de consolider cette position sur l'ensemble du continent africain où la radio reste le média le plus populaire, à condition de renforcer sa production d'émissions en anglais et portugais et de proposer des émissions dans les grandes langues vernaculaires comme le swahili ou l'haoussa qui font défaut dans une zone où RFI entend toucher des publics bien au delà des élites urbaines francophones ou anglophones.

Cette place de premier plan confère à RFI une responsabilité particulière, pleinement assumée à travers une ligne éditoriale équilibrée qui contribue à consolider l'influence de la France et à favoriser un renforcement de l'état de droit partout où c'est nécessaire. En 2005, RFI continue de renforcer ses positions en Afrique, particulièrement en FM (5 nouvelles stations : Matadi, Bukavu et Kisangani en République démocratique du Congo, Monbasa au Kenya et Gabu en Guinée Bissau), sans pour autant abandonner la diffusion en ondes courtes qui reste utile pour toucher les zones rurales et, périodiquement, pour contrer l'interdiction par certains régimes de ses relais terrestres en FM (Togo et Côte d'Ivoire en 2005, et Mauritanie et Djibouti précédemment).

¹ Ce montant comprend les crédits de la redevance et ceux du ministère des affaires étrangères. Il porte sur le financement de RFI et de RMC Moyen Orient.

(2) La nécessité de renforcer RMC- Moyen-Orient

Au Proche et Moyen Orient, RFI a la chance de pouvoir s'appuyer sur une chaîne en arabe reconnue, RMC Moyen-Orient, dont l'audience et la notoriété se sont malheureusement dégradées face à la concurrence des nombreuses radios émettant en FM, ainsi qu'à celle des innombrables télévisions satellitaires qui arrosent la zone. En 2004, RMC Moyen-Orient a pourtant amélioré ses positions, avec l'ouverture de deux nouveaux relais FM à Mossoul et Koweït City. Cependant, la FM, à l'évidence plus efficace que l'onde courte ou l'onde moyenne, n'est pas la panacée : plusieurs marchés essentiels (Egypte, Arabie Saoudite, Yémen...) y sont pour l'instant fermés et les licences à payer aux États ou aux opérateurs locaux qui les acceptent sont de plus en plus coûteuses.

Le Gouvernement a demandé à RFI d'accorder une priorité à la modernisation et au renforcement des programmes de RMC Moyen-Orient. La nouvelle direction a élaboré un plan de relance visant à améliorer le contenu de l'antenne, à réorganiser la rédaction, à promouvoir davantage la radio et à renforcer sa diffusion en recherchant des partenariats. Ce plan impliquera une augmentation de la subvention de RFI en faveur de sa filiale, pour pallier l'impossibilité, du moins en 2006, d'un accroissement du soutien financier du ministère des affaires étrangères.

(3) Des résultats décevants en Europe

Les efforts réalisés depuis plusieurs années par RFI en Europe rencontrent pour leur part des résultats décevants. Dans ces pays à la francophonie déclinante et dont les marchés radiophoniques sont devenus très concurrentiels, il est difficile à une radio internationale, dont les équipes rédactionnelles restent, pour l'Europe de l'Est, marquées par la guerre froide, de s'adapter à la demande des publics locaux. Même quand RFI dispose d'une équipe locale comme à Lisbonne, les résultats restent très médiocres (0,1 % d'audience). D'une façon plus générale, la pertinence du concept de radio transnationale dans les pays développés et démocratiques devient d'ailleurs de moins en moins évidente.

(4) Une radio qui a parfois du mal à se faire entendre

Enfin, dans la plupart des autres régions du monde notamment en Asie, en Amérique et en Océanie, RFI n'a pas la capacité, notamment du fait d'un volume insuffisant de programmes en langues étrangères, d'atteindre des niveaux d'audience réellement significatifs.

Les moyens non négligeables qu'elle y consacre pourtant seraient probablement mieux utilisés à renforcer ses positions dans les zones où le potentiel de RFI est réel. En contrepartie, un renforcement des langues étrangères sur le site Internet « rfi.fr » ouvrirait l'accès à de nombreux publics de décideurs, dans des zones comme l'Asie ou l'Amérique du Nord. Dans ces zones notamment, ainsi qu'en Europe, les sites Internet du groupe RFI sont donc amenés à jouer un rôle croissant pour répondre à la forte demande

(+ 26 % en variation des visites de 2003 à 2004) et soutenir la concurrence des grands médias internationaux. C'est un défi important que doit relever RFI car l'Internet sera de plus en plus une alternative à l'onde courte, dans les pays où l'information est bridée, aussi bien que dans ceux où il est devenu trop coûteux d'émettre par la voie des ondes.

b) Trois chantiers prioritaires

Faute de dotations publiques supplémentaires, RFI doit donc utiliser les marges de productivité mises en évidence par le récent rapport de l'Inspection générale des finances et entreprendre de véritables redéploiements qui n'ont jusqu'ici porté pour l'essentiel que sur la partie modulable des contrats onde courte.

Pour accompagner et encadrer la démarche de RFI, le Gouvernement a demandé à la nouvelle équipe de direction de reprendre l'élaboration d'un contrat d'objectifs et de moyens.

UN CONTRAT D'OBJECTIFS ET DE MOYENS TOUJOURS EN SUSPENS

En 2001-2002, l'ouverture des négociations concernant la signature d'un contrat d'objectifs et de moyens entre RFI et l'État a permis de réexaminer les orientations que les pouvoirs publics souhaitent assigner à la radio extérieure.

S'agissant de la stratégie générale de la radio extérieure, les différentes tutelles et la direction de l'entreprise se retrouvent sur les orientations suivantes :

- priorités géographiques : Afrique, monde arabo-musulman, secondairement Europe de l'Est ;
- confirmation de la priorité à l'information décidée en 1996 ;
- rapprochement des rédactions en français et en langues étrangères ;
- remise à plat de la palette de langues étrangères ;
- régionalisation des signaux, permettant une meilleure adaptation à chaque public ;
- recherche d'implantations en FM et développement de l'Internet comme alternative à l'onde courte hors Afrique ;
- recherche de synergies avec l'audiovisuel public national (notamment Radio France) et extérieur ainsi que l'AFP.

RFI ayant jusqu'ici éprouvé une certaine difficulté à intégrer dans ses propositions de développement la contrainte budgétaire imposée au ministère des affaires étrangères, le contrat d'objectifs et de moyens n'a pu être signé.

Celui-ci est indispensable. En effet, dans un monde dont l'évolution impose une adaptation permanente des priorités géostratégiques, et alors que l'effet budgétaire bénéfique des économies réalisées sur l'onde courte en 1999 est aujourd'hui passé et que les marges de progression des dotations de l'État sont devenues très étroites, voire nulles, RFI doit engager une véritable politique de redéploiement fondée sur le choix de priorités, arrêtées avec les tutelles, en matière de publics cibles, de zones géographiques et de modes de diffusion.

Mais cet exercice, fondé sur des redéploiements en profondeur, ne devrait être finalisé qu'à la fin 2006. Il implique en effet des négociations sociales que la direction n'a pas encore menées à leur terme. Trois chantiers

permettant de redéployer d'importants moyens financiers ont cependant été explorés.

(1) Repenser la diffusion en langues étrangères

Une analyse interne très précise réalisée début 2004 de la vingtaine de rédactions en langue étrangère en complément du rapport remis par l'Inspection générale des finances témoigne du caractère obsolète de nombre d'entre elles, de leur manque d'audience et met en évidence l'impossibilité pour certaines d'obtenir un impact minimal pour un coût supportable par l'entreprise.

Pour la plupart, la production n'atteint pas des volumes suffisants permettant une programmation efficace et, de plus, n'est parfois plus adaptée aux attentes des publics étrangers, faute d'un renouvellement suffisant des équipes rédactionnelles.

D'une façon générale, RFI concentre déjà ses efforts sur ses points forts, l'Afrique et le monde arabo-musulman, qui sont les premières priorités que lui a assignées le Gouvernement, et dans une moindre mesure sur l'Europe orientale et la Chine où ses positions et sa notoriété sont nettement plus fragiles.

Mais son impact est totalement marginal dans nombre de régions du monde faute de moyens de diffusion efficaces et de programmes adaptés, à tel point qu'on doit aujourd'hui se demander s'il reste utile de continuer d'émettre des fragments de programmes (une heure par jour, et parfois une heure par semaine...) vers des zones où notre radio internationale est à l'évidence totalement inaudible.

(2) Renégocier les contrats de diffusion en ondes courtes

Dans un monde où la télévision est presque partout devenue le média de masse dominant et où l'Internet connaît un développement exponentiel qui n'est plus réservé aux pays très développés d'Amérique du Nord et d'Europe, le modèle ancien de la radio internationale de souveraineté, né de Radio Londres et de la guerre froide, traverse depuis plusieurs années une crise existentielle profonde, symbolisée par l'obsolescence accélérée de l'onde courte, son mode de diffusion traditionnel, dont les derniers bassins d'audience significatifs sont concentrés dans les zones rurales de certains pays en développement, en Afrique subsaharienne notamment.

Votre rapporteur souhaite souligner que le coût de la diffusion en ondes courtes, actuellement¹ de 22,3 millions d'euros par an, est un véritable

¹ Dès la fin des années 1990, le ministère des affaires étrangères a imposé à RFI un premier effort de redéploiement qui s'est traduit par l'abandon de 40 % de la capacité d'émissions en ondes courtes et une économie annuelle pérenne de 13,72 millions d'euros sur les contrats TDF. Depuis lors, RFI a du mal à poursuivre cet indispensable effort, bien que sa direction soit parfaitement consciente de l'inanité d'une grande partie des émissions ondes courtes qui subsistent en application de contrats signés pour 20 ans avec TDF.

handicap pour RFI. La station estime en effet que si ce coût pouvait être ramené au prix du marché et correspondre au volume d'émissions dont elle a effectivement besoin, il se limiterait à 7 millions d'euros par an.

Mais la renégociation des contrats très déséquilibrés signés avec TDF, qui représentent près de 70 % des coûts de diffusion de RFI, a jusqu'ici paru impossible dans la mesure où TDF s'appuie sur des contrats de très longue durée, signés à une époque de monopole où l'onde courte apparaissait comme le seul mode de rayonnement d'une radio internationale. Cependant, avec l'accord des tutelles, une étude juridique et financière a été entreprise en 2005, une première esquisse ayant montré qu'une économie de 65 millions d'euros sur 9 ans pourrait être réalisée, à volume inchangé, en dénonçant ces contrats et en faisant appel à des prestataires concurrents.

(3) Terminer le chantier de la numérisation de la diffusion et de la production

En engageant dès 1997 un processus de numérisation de la production et de la diffusion de ses programmes, RFI était en avance sur les autres radios, nationales ou internationales, publiques ou privées. En n'ayant toujours pas réussi à l'achever fin 2005, et en ayant à ce jour beaucoup investi sans générer d'économies¹, RFI a perdu une grande partie des bénéfices qu'on pouvait attendre de l'introduction de cette nouvelle technologie, faute d'avoir su mener en parallèle, et de façon cohérente, les chantiers nécessairement complémentaires qu'étaient les choix d'équipements, les formations, les négociations sociales et la réorganisation du travail qui, seule, donnait son sens à cette innovation.

• **La numérisation de la diffusion**

Dans un premier temps, RFI a engagé le renouvellement de sa cabine de programme. Le financement de cet investissement a été inscrit au budget 1997. Ce renouvellement s'est fait au profit d'une cabine de programme numérique permettant une meilleure gestion des départs des différents signaux de la radio internationale, une augmentation de la capacité de multiplexage et une meilleure sécurisation des programmes. Cette nouvelle installation permettait aussi à RFI de gérer directement les interconnexions entre les studios et la cabine.

Pour accompagner cet investissement, RFI a mis en œuvre un plan de formation sur quatre ans (1997-2000) destiné aux 90 techniciens pour leur permettre d'acquérir un niveau de formation adapté aux techniques

¹ Déjà le rapport d'audit de RFI, commandité par les tutelles à l'Inspection générale des finances et sorti en décembre 2003, émettait un certain nombre de critiques : un calendrier trop lâche, le choix d'un fournisseur selon des critères non explicités, des économies limitées au regard des calculs prévisionnels. Depuis lors, la nouvelle direction de RFI, devant la multiplication des incidents et des plaintes des usagers, a été contrainte de décider un abandon progressif du système technique retenu par l'ancienne direction et a lancé deux appels d'offres européens pour reprendre le chantier (en ce qui concerne l'outil de diffusion numérique et l'outil numérique de mixage multipistes).

numériques. Ce plan a constitué également une aide aux changements d'organisation, des méthodes de travail et de procédures liées à l'arrivée de ces nouveaux équipements. Le coût total de ce plan de formation sur quatre ans s'est élevé à 380 000 euros, dont le tiers a été pris en charge par le Fonds social européen, RFI ayant pu bénéficier, sur la base de son argumentaire, d'une subvention de cette institution.

- **La numérisation de la production**

Un premier pas, resté sans suite, avait été engagé par la mise en service d'un nouveau centre de réception des appels des correspondants étrangers.

Aujourd'hui, RFI s'engage enfin, mais à pas comptés, dans la numérisation de la chaîne de production qui reposait sur des technologies obsolètes. L'essentiel de la captation du son, le montage et les mixages en studio se font encore sur bandes magnétiques, supports qui ne sont plus utilisés nulle part dans les pays développés et ne sont même plus fabriqués. Ainsi, toutes les duplications pour rediffusions ou diffusions simultanées nécessitent des copies de bande en temps réel, ce qui alourdit considérablement le travail de RFI. A ce jour, seules sont numérisées les rédactions « Français », « Afrique », « Anglais », « Espagnol » et Brésilien ». Les autres sont encore en analogique. L'ensemble ne bénéficie que de 8 studios entièrement numérisés et 10 partiellement.

Pour être pleinement efficace, l'évolution technologique doit s'accompagner d'une évolution des métiers et de l'organisation du travail. La production analogique reposait sur des équipes de trois personnes : journaliste/technicien/chargé de réalisation. En réduisant la technicité des tâches de montage et de mixage, mais en augmentant la portée éditoriale de tout acte technique, la numérisation entraîne naturellement le rapprochement des métiers de technicien et de réalisateur et permet, logiquement, de fonctionner avec seulement deux personnes : journaliste /technicien chargé de réalisation. La mise en place, inéluctable, d'une telle organisation, se heurte pourtant à RFI à des résistances acharnées.

De ce fait, après les lourds investissements qu'ont représenté le renouvellement complet du parc d'équipements, les formations et le remplacement des personnels en formation, les économies tardent à venir, car les négociations n'ont toujours pas permis la mise en place de cette nouvelle organisation. La direction de RFI estime néanmoins qu'un accord *a minima* pourrait être obtenu au dernier trimestre 2005, moyennant, faute de mieux, des gains de productivité beaucoup plus limités qu'ils pourraient l'être.

C. UNE FACETTE ESSENTIELLE DE NOTRE RAYONNEMENT CULTUREL : L'EXPORTATION DE PROGRAMMES AUDIOVISUELS

Le ministère des affaires étrangères soutient les actions en faveur de l'exportation de programmes audiovisuels que conduit TV France

International, en lui apportant une subvention annuelle (1 million d'euros en 2005) et en lui apportant le concours du réseau des attachés audiovisuels. L'association, qui regroupe plus de 150 sociétés de production et de distribution françaises, est également financée par le CNC (1,9 million d'euros en 2005), la Société des producteurs de cinéma et de télévisions (PROCIREP), des sponsors et les cotisations de ses membres qui, de plus, contribuent au financement de toutes les activités auxquelles ils participent.

TV France International fédère les exportateurs français, au sein d'un pavillon commun, dans une quinzaine de manifestations d'envergure auxquelles elle participe¹ ou qu'elle organise².

Chaque année, TV France International organise « Le Rendez-Vous » qui permet de présenter aux acheteurs étrangers l'ensemble de l'offre française de programmes.

TVFI poursuit également une mission de promotion des programmes français à travers son site Internet qui présente aujourd'hui 20 000 références de titres disponibles sur le marché international, avec des clés de consultation de plus en plus fines et surtout des versions multilingues (anglais, espagnol, japonais et chinois complexe et simplifié).

Enfin, la base de données internationale (BDI) de TVFI sur les besoins et la demande des partenaires étrangers répertorie aujourd'hui 3 300 chaînes, 100 bouquets satellite et plus de 13 000 contacts d'acheteurs régulièrement mis à jour. De nouvelles options et rubriques viennent renforcer sa faculté de veille internationale, avec un accès direct aux événements forts de l'actualité, des analyses détaillées des différents territoires et acteurs du marché ; avec également des commentaires développés sur la programmation et la politique d'achats des chaînes de télévision et la possibilité de télécharger des listings de contacts ciblés.

1. 2004 : une bonne année pour les exportations audiovisuelles françaises

L'année 2004 fait apparaître une progression des ventes (+ 3,7 %) et des préventes (+ 24,5 %) de programmes français sur un marché international qui reste difficile. Après trois années de repli, cette évolution marque une amélioration déjà constatée dans l'évolution favorable de la production nationale. Cette analyse doit toutefois être nuancée selon les genres. Si l'animation et le documentaire renouent véritablement avec la croissance, le contexte difficile persiste pour les ventes de fiction.

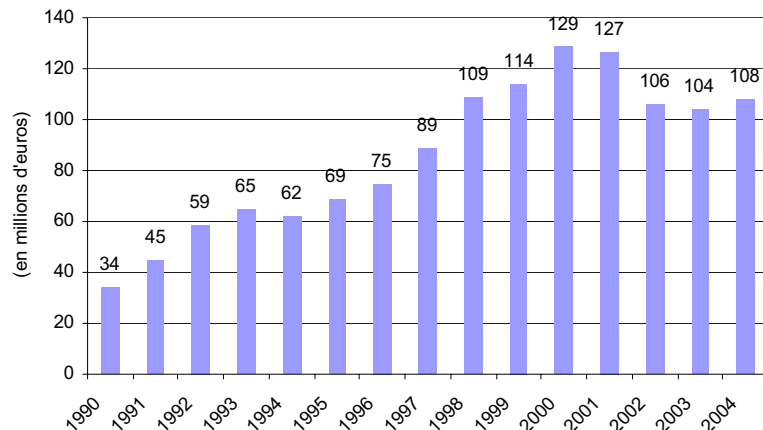
L'année 2004 réaffirme la prédominance d'un marché européen au sein duquel l'Italie enlève la place de premier territoire d'exportation à

¹ NATPE, Sunny Side of the Doc, Discop East, Asia TV Forum, MIP TV, MIPCOM, World Congress of History and Science, New York Licensing Show.

² Showcases à Tokyo, Séoul, Pékin, Rome, Madrid, Dubaï pour le Moyen-Orient et Moscou.

l'Allemagne. Elle révèle également le dynamisme du documentaire et de l'animation hexagonaux. Le premier confirme une progression sensible déjà entamée en 2003. Le second, au sortir d'une année difficile, fait montre d'une impulsion encourageante.

ÉVOLUTION DES EXPORTATIONS DE PROGRAMMES AUDIOVISUELS FRANÇAIS



Source : CNC-TVFI-INA

a) Le documentaire et l'animation, principaux vecteurs de la croissance des exportations

L'année 2004 se traduit par une sortie de crise pour l'animation. Après deux années de recul (- 32,3 % entre 2001 et 2003), les ventes de programmes d'animation progressent de 3,4 % pour s'élever à 39,5 millions d'euros en 2004. Sa place de premier genre à l'exportation se maintient donc très largement, avec 36,5 % des ventes de programmes français à l'étranger.

Pour la troisième année consécutive, le documentaire enregistre une hausse importante de ses ventes à l'international en 2004, à 26,5 millions d'euros contre 24,1 millions d'euros en 2003 (+ 10 %). Il renforce ainsi sa position de deuxième genre français pour les exportations avec 24,5 % des ventes totales.

La vente de fiction à l'international diminue pour la seconde année consécutive (- 11,1 %). L'année 2004 s'impose en effet comme le nouveau point bas des ventes sur ce genre. Ce secteur souffre à l'évidence d'un manque de production nationale tant en volume qu'en format adapté à l'exportation. Toutefois, les dernières évolutions observées sur la production 2004 sont encourageantes.

b) Des exportations majoritairement destinées au marché européen

La zone Europe accroît sa domination sur les autres territoires d'exportation, traduisant à la fois un renforcement de l'Europe de l'Ouest

(plus de 60% des ventes) et une montée en puissance de l'Europe centrale. L'année 2004 correspond également à une forte progression des ventes sur les territoires nord-américains ainsi que sur le Moyen-Orient.

La croissance des ventes sur les marchés italien (+3,8 millions d'euros), espagnol (+2,4 millions d'euros), belge (+4 millions d'euros) et germanophones (+2 millions d'euros) explique le renforcement du poids de l'Europe occidentale. La bonne tenue de ces marchés permet largement de compenser la contraction des ventes en Grande-Bretagne, aux Pays-Bas et Luxembourg ou au sein de la zone Scandinavie-Islande. Dans ces conditions, le marché italien, avec un chiffre d'affaires de 14,4 millions d'euros, s'impose désormais comme le principal débouché des programmes audiovisuels français en Europe. Il représente 21,9 % des ventes réalisées en Europe occidentale et supplante ainsi le marché germanophone.

L'Europe centrale affiche une progression de 9,1 % (à 8,7 millions d'euros). Pour la première fois depuis 2000, elle dépasse la zone Asie. Cette évolution profite aux documentaires et fictions. Cette avancée est avant tout le fait de la Russie et de la Communauté des États Indépendants. Avec 58,1 % des achats de la zone, contre 54,1 % en 2003, elle consolide sa place de premier partenaire commercial des exportateurs français sur cette zone. Par ailleurs, hormis la Hongrie et la République Tchèque, qui accusent des baisses limitées, l'ensemble des pays de la zone affiche des importations en hausse.

La dynamique des ventes de programmes français en Amérique du Nord permet à cette zone de renforcer sa position de deuxième client pour les exportateurs français. Les exportations y progressent de 12,7 %, à 16,9 millions d'euros, contre 15 millions d'euros en 2003. Les ventes de programmes audiovisuels français augmentent sensiblement au Canada, progressant de 23,2 % pour atteindre 11 millions d'euros en 2004 et le pays s'impose désormais comme le troisième débouché des programmes audiovisuels français, derrière l'Italie et l'Allemagne. Les ventes d'animation aux Etats-unis enregistrent une progression de 59 % (3,4 millions d'euros, contre 2,2 millions d'euros en 2003). Eu égard à l'exposition internationale qu'offre la diffusion d'un programme sur une chaîne américaine, cette évolution s'avère intéressante et prometteuse.

En revanche, 2004 s'avère être une année noire pour les importations en Amérique du Sud. La contraction de ce marché se traduit par une diminution du montant des ventes de plus de 50 %. Le Moyen-Orient se distingue par la croissance de ses importations de programmes français (+9,4 %). Celle-ci est particulièrement sensible sur le segment de la fiction (0,54 million d'euros contre 0,2 million d'euros en 2003), les importations de documentaires augmentant de 59,4 % à 1,4 million d'euros, celles de programmes d'animation diminuant de 18,8 % à 1,58 million d'euros.

2. Des perspectives inquiétantes

La distribution est devenue un maillon fondamental du processus de production et de diffusion audiovisuelles, aussi bien pour la circulation des œuvres que pour leur financement. Les exportations, coproductions et préventes de programmes audiovisuels français s'élèvent à près de 0,25 milliard d'euros en 2004. A titre de comparaison, les devis totaux des programmes aidés par le CNC s'élevaient à 1,236 milliard d'euros en 2004, et les montants du Cosip à 185 millions d'euros.

Si la France a su se hisser parmi les toutes premières nations exportatrices de programmes audiovisuels, votre rapporteur tient à rappeler que sa production, et donc sa capacité à l'exportation, souffre néanmoins de certains handicaps structurels.

Notre **production de programmes audiovisuels** est en premier lieu **sous-financée**. La part de financement de la production par les chaînes dans les devis a représenté, en 2004, 67 % pour la fiction, 43 % pour le documentaire et 24 % pour l'animation. D'où l'importance de financements complémentaires, qui peuvent provenir en particulier des apports de la coproduction ou de minima garantis versés par les distributeurs.

Surtout, notre **volume de production reste insuffisant**. On note à cet égard, depuis plusieurs années, un décrochage entre le volume de la production audiovisuelle française et celle de ses homologues européens, surtout dans le domaine de la fiction, genre particulièrement emblématique. La croissance forte des productions allemandes, britanniques, italiennes et espagnoles liée à la vigueur des marchés locaux et à l'ampleur des investissements en production font que la France, malgré ses positions à l'exportation, risque de ne plus avoir suffisamment de programmes à offrir, et notamment de séries longues adaptées au marché international. L'Allemagne, par exemple, produit près de trois fois plus de fictions que la France. Certes la production française évolue vers des formats plus adaptés au marché international, mais les risques de décrochage sont réels. La même absence de séries longues est à déplorer dans le domaine du documentaire.

Alors que les programmes français ont su faire la preuve qu'ils pouvaient toucher un public croissant à l'étranger, ces handicaps sont source d'inquiétude car la distribution et le rayonnement de notre production reposent bien évidemment sur la capacité à fournir chaque année des programmes nouveaux et adaptés au marché international. Le paradoxe est que, faute d'investissements suffisants en production, la France, qui dispose de sociétés de distribution performantes sur le marché international, risque de voir celles-ci se tourner vers le négoce d'autres programmes, notamment européens, faute de programmes disponibles en France.

II. ENSEIGNEMENT

Action transversale par excellence, la promotion de l'enseignement français à l'étranger et auprès des étrangers fait l'objet d'un découpage et de restrictions budgétaires contestables en 2006.

Les amendements adoptés par l'Assemblée nationale et proposés par notre collègue M. Adrien Gouteyron au nom de la commission des finances devraient permettre de rendre à ces crédits la place et le niveau qui devraient être les leurs.

A. L'AGENCE POUR L'ENSEIGNEMENT FRANÇAIS À L'ÉTRANGER

Contrairement aux conclusions du rapport de M. André Ferrand sur les financements de l'enseignement français à l'étranger¹, remis au Premier ministre en juin 2004, qui préconisait de « *donner à l'Agence pour l'enseignement français à l'étranger (AEFE) les moyens humains et financiers nécessaires à son renforcement* », les crédits alloués à l'Agence diminuent de 0,6 % en 2006 passant de 325 millions d'euros en 2005 à 323 millions d'euros en 2006.

a) Une année 2006 marquée par les interrogations concernant les programmes immobiliers de l'Agence

L'Agence pour l'enseignement français à l'étranger, établissement public créé par la loi du 6 juillet 1990, est chargée d'assurer la gestion de l'ensemble du réseau scolaire à l'étranger constituant, selon M. Cariot, « *le plus important de nos acteurs culturels à l'extérieur. Son action est irremplaçable tant dans l'accompagnement des familles françaises expatriées que dans la diffusion de notre culture et de notre langue.* »

LE RÉSEAU D'ENSEIGNEMENT FRANÇAIS À L'ÉTRANGER

Le réseau d'enseignement français à l'étranger compte des établissements scolaires répartis dans trois catégories distinctes (homologués, conventionnés et en gestion directe).

Pour faire partie de ce réseau, un établissement doit avoir demandé et obtenu une homologation de la part du ministère de l'éducation nationale français. Elle n'est accordée que si les conditions établies par le décret 93-1084 du 9 septembre 1993 sont respectées :

- ouverture de l'établissement aux enfants français résidant hors de France,
- enseignement respectant les programmes applicables dans les établissements d'enseignement public français,

¹ « *Financements de l'enseignement français à l'étranger : réagir et s'unir pour un nouvel élan* », rapport remis au Premier ministre en juin 2004.

- préparation aux mêmes examens et diplômes qu'en France,
- contrôle du respect de ces critères par l'Inspection générale de l'éducation nationale.

Les établissements conventionnés et en gestion directe sont deux sous-catégories de cet ensemble des établissements homologués qui regroupe plus de 410 établissements dans 128 pays du monde.

Les **conventionnés** (178 établissements) sont des établissements gérés par des associations de droit privé qui décident de passer avec l'agence pour l'enseignement français à l'étranger un accord portant sur les conditions d'affectation et de rémunération des agents titulaires, sur l'attribution de subventions et sur le versement de bourses pour les élèves français.

Les établissements en **gestion directe** (73 au total), sont directement placés sous la tutelle de l'AEFE.

Selon leur nature, ces établissements perçoivent des subventions versées par l'Agence pour l'enseignement français à l'étranger qui assure également la rémunération des personnels titulaires grâce, d'une part, à la subvention qui lui est allouée par l'Etat français, et d'autre part grâce aux remontées que les établissements effectuent d'une partie des droits de scolarité demandés aux familles, droits de scolarité qui constituent une part non négligeable de leurs ressources.

Les établissements simplement **homologués** n'ayant pas passé de convention avec l'agence ne bénéficient pas d'aide directe. Ils sont néanmoins, lorsqu'ils le souhaitent, associés aux actions de formation continue organisées par l'agence et bénéficient du conseil pédagogique des IEN détachés à l'étranger.

La tutelle qu'exercent les ambassades est elle aussi fonction de la nature de l'établissement. Elle est très étroite pour les établissements en gestion directe qui dépendent directement de l'Agence pour l'enseignement français à l'étranger. Concernant les établissements conventionnés, l'ambassadeur et/ou son conseiller de coopération et d'action culturelle sont membres de droit des conseils de gestion.

(1) Un réseau bien géré

Le budget prévisionnel pour 2005 de l'Agence est de 589,8 millions d'euros. Il se décompose pour l'essentiel, en recettes, de la subvention du ministère des affaires étrangères évoquée ci-dessus et de recettes propres provenant de la participation des établissements de son réseau à la rémunération des personnels résidents qu'elle y détache¹, à hauteur de 248,7 millions d'euros dans son programme prévisionnel pour 2005.

Votre rapporteur souhaite en premier lieu souligner les résultats satisfaisants obtenus par l'Agence depuis sa création.

Au niveau des effectifs d'abord, ce réseau d'établissements accueille plus de 168 000 élèves, dont 88 000 sont étrangers, ce qui confirme son rôle déterminant dans la diffusion de la culture et de la langue françaises auprès des élèves nationaux.

Au niveau financier, ensuite, puisque celle-ci continue à dégager des excédents au fil des ans : 20 millions d'euros en 2003, 28 millions d'euros en 2004 et 7 millions d'euros en 2005.

¹ Recettes propres évaluées à 248,7 millions d'euros dans son programme prévisionnel pour 2005 auxquelles il faut ajouter 1,7 million d'euros au titre de la contribution Länder au fonctionnement des établissements franco-allemands.

(2) Un manque de visibilité concernant les programmes immobiliers

Votre rapporteur s'inquiète toutefois des modalités de financement envisagées pour la mise en œuvre des programmes immobiliers de l'Agence.

D'une part, alors que le transfert de la compétence immobilière des établissements à gestion directe du ministère des affaires étrangères à l'Agence devrait concerner quinze établissements pour un coût estimé à près de 30 millions d'euros en 2006, aucune subvention d'investissement spécifique n'est inscrite au titre 5 du présent projet de loi de finances.

Ce programme visant à réhabiliter un certain nombre d'établissements, est d'autant plus nécessaire que l'état du réseau est loin d'être exemplaire. Comme l'indiquait le « rapport Ferrand » : *« De toutes ses visites sur le terrain (40 établissements sur les 410), la mission garde comme souvenir certes une très grande disparité dans les situations mais surtout des besoins importants. Pour quelques établissements remarquables (Singapour, New York...) ou très corrects, combien d'autres sont peu pratiques, sous-équipés voire non conformes aux normes de sécurité ! Et encore ne s'agit-il que d'une comparaison avec le niveau moyen des établissements publics situés sur le territoire français. Une comparaison rationnelle avec certaines écoles étrangères privées (américaines, britanniques, australiennes...) est hélas, dans la plupart des cas, difficilement envisageable. »*

D'autre part, aucune ligne budgétaire ne permet d'identifier le « nouveau programme ambitieux de développement de l'Agence en cours de définition » annoncé par le ministre au cours de la discussion des crédits de la mission « Action extérieure de l'État » à l'Assemblée nationale. En effet, aucune opération immobilière nouvelle n'est programmée en 2006 dans le programme 151 « Français à l'étranger et étrangers en France », seuls étant identifiés dans le programme 105 « Action de la France dans l'Europe et dans le monde » les 6 millions d'euros destinés à la construction du lycée Stendhal de Milan.

D'après les informations fournies à votre rapporteur, le recours au fonds de roulement¹ de l'Agence serait envisagé en 2006 pour pourvoir aux charges issues du transfert de la compétence immobilière des établissements à gestion directe. Si cette solution est envisageable à titre transitoire, **votre rapporteur souhaite qu'elle ne se traduise pas, *in fine*, par une hausse des frais de scolarité pour les familles. Plus généralement, il appelle le ministère des affaires étrangères à plus de transparence dans la programmation à venir des opérations immobilières d'envergure financées ou cofinancées grâce aux crédits de son budget.**

¹ Il était de 38,7 millions d'euros au 30 juin 2005.

Il se félicite, enfin, de l'initiative prise par le rapporteur spécial de la commission des finances visant à augmenter la subvention de l'Agence de 1,3 million d'euros.

(3) Un effort poursuivi en matière de bourses

Il convient de rappeler que l'AEFE apporte un soutien non négligeable aux familles françaises modestes par un système de bourses, dont le nombre est en augmentation. Il s'est élevé à 19 839 en 2005 contre 16 503 en 2000, pour un coût de 41 millions d'euros en 2005 contre 35 millions d'euros en 2000.

Le ministre des affaires étrangères a confirmé, lors du débat budgétaire à l'Assemblée nationale que l'effort engagé en ce sens serait poursuivi en 2006 et que la dotation pour les bourses de l'AEFE serait augmentée de 3 %, soit une mesure nouvelle de 1,3 million d'euros. **Votre rapporteur regrette toutefois qu'un effort ne soit pas réalisé à destination des élèves étrangers afin de leur permettre de suivre ou de poursuivre leur scolarité au sein de ce réseau.**

b) Un changement de nomenclature bienvenu

Notre réseau est un dispositif exceptionnel, fort de 410 établissements, le plus important réseau de ce type dans le monde dont le rôle ne se limite pas à assurer le service public de l'éducation aux expatriés français. Votre rapporteur tient en effet à souligner qu'en accueillant majoritairement des élèves locaux, le réseau demeure une pierre angulaire du rayonnement de la culture et de la langue françaises à l'étranger. Grâce à ces établissements, c'est le rayonnement mondial de notre pays que l'on assure.

Dans ces conditions, votre rapporteur se félicite de l'initiative prise par l'Assemblée nationale visant à faire passer la subvention versée à l'AEFE du programme 151 « Français à l'étranger et étrangers en France » vers le programme 185 « Rayonnement culturel et scientifique ».

B. L'ACCUEIL DES ÉTUDIANTS ÉTRANGERS EN FRANCE

Depuis 1998, le nombre d'étudiants étrangers en France ne cesse de progresser, faisant de notre pays le deuxième État d'Europe en ce domaine. D'après les chiffres fournis par le ministère de l'éducation nationale, 255 589 élèves d'origine étrangère fréquentaient nos établissements scolaires en 2004-2005, dont 193 637 inscrits dans nos universités.

Depuis 1998, les effectifs d'étudiants étrangers inscrits dans l'ensemble de nos établissements scolaires ont ainsi progressé de 64,3 % et ceux inscrits dans nos universités de 63 %. Ces bons résultats doivent toutefois être relativisés. En effet, alors que le nombre de locuteurs allemands dans le monde est de 123 millions contre 290 millions de locuteurs français, l'enseignement supérieur allemand réussit néanmoins à attirer un nombre plus

important d'étudiants étrangers. C'est la preuve de l'existence d'un potentiel de développement important qu'il convient désormais d'exploiter.

1. La mise en œuvre de quelques mesures concrètes

Dans son précédent avis, votre rapporteur avait eu l'occasion de s'interroger sur les suites données aux conclusions du rapport annuel du Conseil national pour le développement de la mobilité internationale des étudiants. Il avait en effet constaté qu'en dépit du discours de La Baule, aucune mesure concrète n'avait été prise pour améliorer et simplifier l'accueil des étudiants étrangers en France.

L'urgence de la situation et l'ampleur des tâches à accomplir semblent enfin avoir été perçues par le gouvernement. Celui-ci s'est largement inspiré des propositions du Conseil pour approuver un certain nombre de mesures allant dans la bonne direction.

a) Les propositions du CNDMI enfin mises en œuvre

Après des années d'immobilisme, le Gouvernement a donné, lors du séminaire du 7 février 2005, son aval à 9 mesures censées améliorer l'accueil des étudiants étrangers. Elles sont résumées dans l'encadré ci-dessous.

MESURES ADOPTÉES DANS LE CADRE DU PROGRAMME «ATTRACTIVITÉ DE LA FRANCE»

- Montée en régime du programme de bourses d'excellence Eiffel par l'augmentation du nombre de bourses et par l'ouverture d'un nouveau dispositif « Eiffel Doctorat » ;
- Identification et promotion des programmes délivrés en langues étrangères ;
- Amélioration de la procédure d'inscription dans l'enseignement supérieur des titulaires d'un baccalauréat français obtenu à l'étranger ;
- Mise en place d'une procédure d'information et de traitement des candidatures d'étudiants étrangers en ligne ;
- Mise en place d'un premier centre d'évaluation linguistique et académique (CELA) à Pékin afin de sélectionner les étudiants chinois candidats à un visa d'études pour poursuivre leur cursus en France et extension de cette expérience à cinq nouveaux pays ; sous la dénomination de CEF « centres d'études en France » cinq nouveaux centres ont été créés en Algérie, au Maroc, en Tunisie, au Sénégal et au Vietnam.
- Création du programme incitatif « Arcus, Articulation en régions de la coopération universitaire et scientifique », sous la responsabilité du ministère des affaires étrangères avec le lancement d'un premier appel à projets en juin 2005 ;

- Création du programme incitatif « PIM, programme incitatif pour la mobilité internationale des étudiants » sous la responsabilité du ministère de l'éducation nationale avec le lancement d'un premier appel à projets et l'approbation de 20 programmes relevant de l'action « Dispositifs innovants pour la mobilité internationale » et de 80 programmes d'universités d'été ;
- Aménagement de l'offre française de formation dans une perspective de meilleure lisibilité internationale, à l'occasion de l'extension de la réforme LMD ;
- Incitation à la création de plateformes de site destinées à soutenir et à accueillir les étudiants en mobilité internationale sur la base d'initiatives conjointes des établissements, des collectivités, des services de l'État et des Crous.

Votre rapporteur constate toutefois que toutes ces mesures n'ont malheureusement pas pu être mises en oeuvre. Si, dans l'ensemble, les décisions qui exigeaient les interventions directes des deux ministères concernés ont été appliquées dans les conditions prévues, les actions relevant d'une démarche concertée entre ministères de tutelle et établissements concernant notamment l'élaboration de chartes de qualité relative à la création de filières et de formations placées sous la responsabilité des établissements français à l'étranger et à la mise en oeuvre de la politique de bourses du gouvernement français n'ont pas encore porté leurs fruits. Dans les deux cas, l'élaboration des chartes devrait toutefois déboucher sur une rédaction commune et une diffusion au cours de l'année 2005-2006.

Il constate également que l'application des mesures par les services et les établissements visant à la simplification de certaines procédures, si elles ont donné lieu à une modification des circulaires émises par l'administration centrale progresse de façon inégale. C'est pourquoi un groupe de suivi destiné à procéder à l'évaluation de l'extension effective de leur application a été mis en place par le Conseil national en liaison avec les ministères de tutelle et avec l'AFII, Agence Française pour les Investissements Internationaux.

Il regrette enfin et surtout qu'aucune mesure particulière ne prenne en compte l'insuffisance de logements universitaires dans certaines agglomérations. Le problème est particulièrement sensible à Paris, où le CROUS ne dispose que de 2 000 chambres et accueille seulement 20 % des boursiers du Gouvernement français, tandis qu'en comparaison le CROUS de Tours propose environ 2 900 chambres. Comme l'indique l'encadré ci-dessous, la mairie de Paris a toutefois signé un partenariat avec le CROUS pour la construction de logements universitaires.

LA PLATEFORME D'ACCUEIL INTERNATIONALE DE LA MAIRIE DE PARIS

Le projet d'accueil mis en place par la Mairie de Paris constitue la première tentative de coopération entre les divers acteurs impliqués par l'accueil des étudiants étrangers dont l'initiative revient à une collectivité territoriale.

- La municipalité a décidé de ne pas distribuer de bourses à des étudiants provenant de régions avec lesquelles elle aurait des accords, mais s'est engagée à améliorer de manière générale les conditions de vie des étudiants parisiens, qu'ils soient étrangers ou non.

- Suite au rapport Cohen, a été mis en place le Conseil national des étudiants étrangers. Les problèmes qu'il traite n'étant pas les mêmes qu'à l'échelon purement régional, il a été créé un projet à l'échelle francilienne : la « plateforme d'accueil internationale », qui rassemble une vingtaine de partenaires, dont font partie le ministère des affaires étrangères, la Préfecture de police, la CPU (Conférence des présidents d'université qui réunit les présidents des neuf universités parisiennes), Edufrance, Egide ainsi que les trois CROUS de la région Île-de-France.

- Le travail est réparti en trois groupes : un en charge du dispositif d'accueil, un autre s'occupant du logement et le dernier pour la création d'un site Internet :

- pour les étrangers, il faut en effet travailler en amont et, partant, les informations doivent être accessibles depuis le pays d'origine. Le site doit être exhaustif et entend donner une vision globale. Il doit donc être fédérateur : il regroupe toutes les informations existantes sur les sites actuels des partenaires et sera en fait un portail avec des liens. Il a été mis en service à la fin du mois de mars 2003, en français, anglais et espagnol ;

- le pôle logement réfléchit sur une politique globale pour les étudiants étrangers. Il y a 100 000 logements vides à Paris. La Mairie incite leurs propriétaires à les louer aux étudiants, à des prix inférieurs pratiqués habituellement sur le marché, mais instituant une garantie de paiement via une société d'économie mixte ;

- quant à l'accueil, il y a deux options, celle d'un guichet unique qui s'apparente à ce qui a été institué à Lyon par le PUL, ou celle de différentes cellules d'accueil. Celles-ci seraient au nombre de deux ou trois et permettraient aux étudiants étrangers d'ouvrir un compte en banque, de chercher un logement ainsi qu'une aide pour rassembler tous les papiers comme ceux nécessaires à la Direction départementale du travail et à la Préfecture de police mais aussi les mutuelles. La formule du guichet unique est plus difficile à mettre en place, mais serait peut-être plus souhaitable dans la mesure où elle permettrait de faire toutes les démarches au même guichet.

b) Une expérience intéressante : les centres pour les études en France

Dans le cadre de l'amélioration de l'accueil des étudiants étrangers en France, cinq centres pour les études en France (CEF) ont été créés en 2005 au Maroc, en Tunisie, en Algérie, au Sénégal et au Viêt Nam. Ils s'inspirent du succès des CELA, créés en 2003 en Chine et dont les résultats ont été salués par la Cour des comptes.

Il s'agit d'une plate-forme de services visant à rapprocher deux processus : la délivrance du visa étudiant et la pré-inscription dans un établissement d'enseignement supérieur. L'étudiant est reçu individuellement et dispose d'un espace personnel lui permettant de suivre l'évolution de son dossier. Les milliers de questions reçues en quelques semaines par les centres montrent que ceux-ci sont venus combler un vide.

Le centre vise à garantir le succès du projet d'études en France des étudiants étrangers, qui ont accès en ligne aux services d'information et

d'orientation d'EduFrance¹ ou des structures du poste. Le CEF permet également d'éviter les longues files d'attente et de raccourcir les délais d'obtention d'un visa.

A terme, les centres sont appelés à servir de fil conducteur à la chaîne de l'accueil des étudiants étrangers. Ils fourniront une base de données extrêmement précieuse pour :

- une promotion ciblée de nos formations supérieures,
- un suivi des étudiants étrangers, soit pendant leurs études en France (enquête de satisfaction), soit pour connaître leur devenir professionnel.

Cette organisation est susceptible d'extensions à d'autres volets. On pourrait ainsi envisager la création d'un extranet « Préfectures », pour la délivrance des cartes de séjour.

L'année universitaire qui vient sera l'occasion d'améliorer le fonctionnement des CEF avant l'extension de ce dispositif au Canada, aux États-unis, au Mexique, à la Colombie, au Brésil, au Cameroun, au Gabon, à Madagascar, à la Turquie, à la Russie, au Liban, à la Syrie et à la Corée du Sud.

2. Des programmes de bourses élitistes mais efficaces

Les programmes de bourses mis en place par le ministère des affaires étrangères associent étroitement les établissements d'enseignement supérieur et font l'objet d'une promotion dans les postes pour élargir le vivier des meilleures candidatures. Ils contribuent activement à soutenir la politique d'ouverture internationale des établissements d'enseignement supérieur.

Malheureusement, compte tenu de la nouvelle nomenclature budgétaire, il est devenu impossible d'identifier clairement les crédits consacrés aux bourses dans le projet de loi de finances pour 2006. Autrefois regroupées au sein du chapitre 42-15, ceux-ci sont dispersés dans les actions « Langue et culture française, diversité linguistique et culturelle » « Renforcement des échanges scientifiques, techniques et universitaires de la mission « Action extérieure de l'État » ainsi que dans les actions « Affirmation de la dimension culturelle du développement », « Promotion de l'enseignement supérieur et recherche au service du développement » et « Aide en faveur du développement durable et lutte contre la pauvreté et les inégalités » de la mission « Aide publique au développement ».

En guise d'analyse prospective sur la base des différents projets annuels de performances, votre rapporteur doit se contenter d'indiquer que la somme des crédits attribués aux bourses représente ainsi, pour 2006, 21,5 millions d'euros au titre de la mission « Action extérieure de l'État » et 87,4 millions d'euros au titre de la mission « Aide publique au

¹ Lorsqu'il existe un espace EduFrance, les locaux sont contigus.

développement », chiffres auxquels il faut ajouter les dépenses relatives aux programmes « Major », « Eiffel » et « Eiffel Doctorat ».

Dans ces conditions, et compte tenu des informations lacunaires communiquées par le ministère des affaires étrangères, votre rapporteur se voit contraint de se borner à l'analyse de l'exécution des programmes d'excellence pour l'année scolaire 2004-2005.

a) Le programme Major

Le coût du programme Major devrait s'élever à 3,7 millions d'euros en 2005 contre 3,5 millions d'euros en 2004, et 1 million d'euros en 2001.

Lancé à la rentrée 2000 avec une promotion expérimentale de 67 boursiers, ce programme de bourses d'excellence donne de la cohérence aux actions entreprises en faveur des étudiants étrangers ayant suivi leurs études secondaires dans les lycées français à l'étranger et titulaires du baccalauréat français. Les bourses Major prennent en effet le relais des bourses d'excellence de l'AEFE qui offrent à ces élèves, sélectionnés parmi ceux qui obtiennent leur baccalauréat avec mention bien ou très bien, deux ans de bourses pour entrer en classes préparatoires ou dans un premier cycle d'études universitaires en France.

Le programme Major alloue désormais une bourse à ceux de ces étudiants qui ont réussi leur premier cycle afin de leur permettre de poursuivre leurs études trois années supplémentaires, dans les grandes écoles ou les cycles universitaires, jusqu'à l'obtention du grade de master (bac + 5). Environ 100 bourses nouvelles sont offertes chaque année dans le cadre de ce programme, ce qui correspond à un stock d'environ 320 bourses en plein régime.

A la rentrée 2004, 94 nouveaux boursiers ont ainsi été sélectionnés, en provenance du Maghreb (20 %), d'Afrique sub-saharienne et de l'Océan Indien (15 %), d'Amérique latine (27 %), d'Europe (17 %), du Proche et Moyen-Orient (12 %), d'Asie et du Pacifique (2 %) et d'Amérique du Nord (1 %). 41 % de ces étudiants sont inscrits en écoles d'ingénieur, 19 % en écoles de commerce, 28 % en universités, 6 % en Instituts d'études politiques et 2 % dans les Écoles Normales Supérieures.

L'augmentation du nombre de bénéficiaires des bourses d'excellence de l'AEFE, a un effet mécanique sur le nombre de candidats aux bourses Major. Le coût du programme Major est donc appelé à poursuivre son augmentation dans les prochaines années.

En 2005, ce programme connaît un nouveau développement. Le nombre de bénéficiaires de bourses d'excellence est accru et le montant de la bourse est modulé dès la prochaine rentrée pour prendre en compte la situation financière des familles des boursiers. Cette modulation sera également appliquée lors de l'entrée dans le programme Major des candidats, à savoir à partir de la rentrée 2007-2008.

b) Le programme Eiffel

Les moyens consacrés au programme Eiffel se sont établis à plus 13,6 millions d'euros en 2005 contre 12,5 millions d'euros en 2004.

Le programme a été conçu en 1999 comme un outil offert aux établissements d'enseignement supérieur français dans le cadre de leur stratégie internationale et fonctionne en partenariat avec les conférences ou instances représentatives des établissements et les établissements eux-mêmes.

LES TROIS PRINCIPAUX OBJECTIFS DU PROGRAMME EIFFEL

- constituer un produit d'appel compétitif pour attirer les meilleurs étudiants étrangers en France (programme d'excellence et allocation d'entretien attractive) ;
- viser les filières de formation des futurs décideurs du public et du privé, et non pas les futurs enseignants-chercheurs très majoritaires parmi les boursiers du gouvernement français ;
- cibler les pays émergents, en particulier d'Asie et d'Amérique latine, insuffisamment représentés parmi les étudiants étrangers en France.

Depuis son lancement, ce programme a connu une forte croissance et des résultats très encourageants au regard des objectifs qui lui sont assignés.

Depuis 2001, les lauréats sont sélectionnés au cours d'une seule session organisée assez tôt dans l'année pour permettre aux établissements d'enseignement supérieur français de présenter leurs offres à la même période que les établissements anglo-saxons, la cible du programme étant les meilleurs étudiants encore à l'étranger.

Le programme Eiffel a bénéficié depuis son lancement de 4 mesures nouvelles qui ont accompagné sa montée en charge : 7,6 millions d'euros en 1999, 5,3 millions d'euros en 2000, 1,3 million d'euros en 2001, et cette année, dans le cadre du séminaire gouvernemental de février 2005 sur l'attractivité du territoire et du plan d'action pour la mobilité internationale des étudiants, une mesure nouvelle d'un montant d'environ 900 000 euros a permis de renforcer le programme de bourses en l'augmentant de 50 bourses. Ainsi, pour la promotion 2005-2006, sur 1 081 dossiers recevables, 431 ont été sélectionnés (contre 367 en 2004-2005). Depuis 1999, le programme a permis de sélectionner plus de 2 600 étudiants de qualité sur plus de 8 000 candidatures présentées.

La mobilisation des établissements a permis de sélectionner, en 2005, des étudiants dont 70 % étaient encore à l'étranger au moment de leur recrutement, les autres étaient sélectionnés parmi les meilleurs étudiants étrangers arrivés en France au cours des années récentes et présentés par leur établissement d'accueil. Cette proportion est un peu moindre que les deux dernières années (64 % en 2000, 73 % en 2001, 57 % en 2002, 75 % en 2003, 78 % en 2004).

En ce qui concerne les domaines d'études, les sciences de l'ingénieur représentent 45,5 % des lauréats en 2005 (45 % en 2004), l'économie-gestion

38,3 % (36 % en 2004), le droit et les sciences politiques 16,2 % (18 % en 2004).

Du point de vue de la répartition géographique des boursiers, l'objectif de favoriser en priorité les pays émergents d'Asie et d'Amérique latine et centrale est atteint, ces régions représentant respectivement 50,12 % et 23,9 % des lauréats en 2005. Les pays d'Europe hors Union européenne et pays de la Communauté des États indépendants comme les pays du Moyen-Orient représentent 9,5 % des lauréats et les nouveaux états membres de l'Union européenne 4,6 %, ce dernier pourcentage étant appelé à évoluer positivement, compte tenu d'une meilleure prise en compte par les établissements de l'ouverture des programmes à cette zone géographique.

Il faut également souligner que le programme Eiffel permet d'accueillir des étudiants non francophones au départ, à qui une formation intensive en français est offerte avant le début des cours. En 2005, 201 des boursiers sélectionnés bénéficieront de cette formation (210 en 2004).

En concertation avec les établissements d'enseignement supérieur, des aménagements ont été décidés pour optimiser encore le fonctionnement et les résultats du programme ; ils seront poursuivis et amplifiés en 2006.

Parmi ceux-ci, les mesures suivantes sont à souligner :

- le calendrier de sélection a été avancé pour accroître sa compétitivité avec les calendriers des pays anglo-saxons ;

- les établissements français présentant des candidats ont signé pour la première fois cette année une charte de qualité précisant leurs engagements pour la sélection des candidats, l'accueil, l'intégration et le suivi des boursiers Eiffel ;

- les jurys d'experts chargés de l'évaluation des dossiers ont été renforcés et élargis ;

- une grille d'évaluation des dossiers de candidature a été élaborée par les professeurs experts du domaine des sciences pour l'ingénieur dans un esprit de transparence accrue à l'égard des établissements présentant des candidatures, elle sera largement diffusée à l'automne 2005 pour la sélection de la promotion 2006-2007 ;

Le ministère des affaires étrangères a consacré cette année un effort particulier à la communication avec les boursiers Eiffel : la promotion 2004-2005 figure actuellement sur l'annuaire électronique Francecontact : portail dédié aux chercheurs et boursiers étrangers comprenant plus de 2 000 liens. Un message d'accueil et de félicitations a été adressé à tous les nouveaux boursiers. Conformément aux recommandations de l'évaluation « politique des bourses » qui a rendu ses conclusions cette année et qui souligne la nécessité de mettre en place une véritable politique de réseaux d'anciens étudiants étrangers, un effort particulier sera effectué en ce sens auprès des anciens boursiers Eiffel. La liste nominative des étudiants diplômés

au titre de 2005 sera adressée aux postes avec leurs coordonnées dans le pays d'origine afin de les intégrer dans des réseaux d'anciens boursiers existants et de faciliter toute autre action contribuant à une politique d'animation et de suivi des boursiers du gouvernement français.

c) La création du programme Eiffel Doctorat

Face à la montée en puissance du programme Eiffel (50 bourses supplémentaires en 2005) afin d'améliorer l'efficacité et visibilité de ce dispositif, le ministère des affaires étrangères vient de créer un nouveau programme afin de compléter le dispositif Eiffel déjà existant en l'étendant à la formation doctorale, conformément aux orientations définies par le Premier ministre (mesure nouvelle 2005 de près de 1,5 million d'euros).

Ce programme vise à favoriser l'accueil en France de doctorants de haut niveau, dans la continuité du programme Eiffel. L'objectif est de former dans les établissements d'enseignement supérieur français de futurs décideurs étrangers du public et du privé.

Les candidatures d'étudiants originaires des pays émergents (Asie, Amérique latine, nouveaux États membres de l'Union Européenne, Russie) mais aussi des pays à fort potentiel scientifique et universitaire, sont encouragées.

Le programme Eiffel Doctorat permet d'offrir à des doctorants étrangers une année en France (la 2^e ou 3^e année de thèse de préférence, sauf cas particulier).

Dans le même esprit que le programme Eiffel, ce dispositif est mis en oeuvre sur la base d'un partenariat entre le ministère des affaires étrangères, le ministère de l'éducation nationale, de l'enseignement supérieur et de la recherche et les établissements d'enseignement supérieur et complète le système existant d'allocations de recherche pour les co-tutelles de thèse, en offrant 80 bourses aux meilleurs des étudiants préparant une thèse de doctorat. Ce nouveau programme de bourses concerne les domaines des sciences au sens large, de l'économie et de la gestion, du droit, des relations internationales et des sciences politiques.

La première sélection qui s'est déroulée en conformité avec les procédures Eiffel en place a eu lieu au mois de juin dernier. 100 établissements ont présenté des candidatures et 49 d'entre eux ont eu au moins un admis. Sur 329 dossiers recevables et 348 candidatures reçues, 80 ont été sélectionnés selon la répartition suivante : Europe, 46 % - Asie, 26 % - Amérique, 18 % - Maghreb, 6 % - Afrique sub-saharienne, 3 % - Moyen-Orient, 1 %. En ce qui concerne les domaines d'études, les sciences de la vie/bio et nano technologie représentent 66 % des lauréats, le droit et les sciences politiques 19 %, l'économie-gestion 15 %.

Ce nouveau programme de bourses Eiffel Doctorat se poursuivra en 2006.

III. UN RÉSEAU CULTUREL DANS L'IMPASSE ?

Notre réseau culturel à l'étranger demeure, pour le ministère des affaires étrangères, un outil de diffusion et de coopération privilégié. A travers les services qu'il propose aux publics désireux de découvrir la culture française – cours de langue, manifestations culturelles, médiathèques et centres de ressources sur la France contemporaine – ce réseau a en effet vocation à moderniser l'image de notre pays à l'étranger, à promouvoir la création française contemporaine et à faire entendre la voix de la France dans le débat mondial des idées.

Composé de centres, d'instituts mais également des Alliances françaises, ce réseau, constitue un irremplaçable instrument de coopération au service de l'expression artistique des pays d'accueil. Il tend également à devenir, pour votre rapporteur, un exemple des contradictions de la politique du Gouvernement en matière de politique culturelle extérieure. Héraut de la diversité culturelle, celui-ci diminue une nouvelle fois les crédits d'intervention d'un outil pourtant essentiel à la défense de cette cause.

A. UN RÉSEAU ESSENTIEL POUR NOTRE RAYONNEMENT CULTUREL

1. Une analyse budgétaire artificielle

Dans son rapport pour avis précédent, votre rapporteur avait regretté le manque de lisibilité des crédits attribués au réseau culturel. Cette opacité était principalement liée aux différentes expérimentations menées dans le cadre de la mise en place de la loi organique relative aux lois de finances conduisant à d'importants transferts budgétaires vers des programmes tests consacrés à sept pays » (Chine, Espagne, Italie, Grande-Bretagne, Allemagne, Suisse et Hongrie).

Force est de constater que cette remarque n'a pas complètement perdu son actualité. En effet, la distinction quelque peu artificielle entre pays développés au sens de l'OCDE et pays éligibles à l'aide au développement ne permet plus d'envisager de manière globale les crédits octroyés aux principaux acteurs du réseau.

Votre rapporteur tient toutefois à souligner que les crédits de paiement alloués à l'action « Langue et culture française, diversité linguistique et culturelle » progressent de 7 % passant de 101,8 millions d'euros à 109,1 millions d'euros en 2006.

Il regrette que les crédits consacrés spécifiquement aux centres et instituts culturels demeurant dans le champ du programme diminuent une nouvelle fois. Les crédits de fonctionnement alloués aux centres et instituts culturels passent ainsi de 18,11 millions d'euros à 18,07 millions d'euros, soit

une baisse de 0,2 %. Surtout, les crédits d'intervention diminuent de 9,5 % en 2006 passant de 4,2 millions d'euros en loi de finances pour 2005 à 3,87 millions d'euros dans le présent projet de budget.

Votre rapporteur constate ainsi que, privé progressivement de moyens d'action, le réseau tend à devenir une véritable « coquille vide ».

2. Les principaux acteurs du réseau

A l'image de nos voisins allemands et britanniques, notre pays s'est doté d'un réseau dense et diversifié chargé de promouvoir notre culture et nos valeurs à travers le monde. Trop souvent assimilé aux seuls centres et instituts culturels français implantés à travers le monde, il se compose également des services culturels localisés au sein même de notre dispositif diplomatique et du réseau des Alliances françaises.

a) Les services de coopération et d'action culturelle (SCAC)

Notre réseau culturel est d'abord marqué par la figure du conseiller culturel. Nommé dans les ambassades depuis 1949, ce collaborateur direct de l'ambassadeur est investi d'une double mission :

- assurer la direction et la coordination de l'ensemble des services et établissements culturels placés sous son autorité ;

- définir et répartir les moyens nécessaires à la conduite de leurs actions respectives.

L'organisation des services dépendants du conseiller culturel est fonction de l'importance du poste. Dans les plus modestes d'entre eux, un seul collaborateur de l'ambassadeur, portant généralement le titre d'attaché de coopération et d'action culturelle, gère non seulement la coopération culturelle et éducative mais aussi la coopération scientifique, technique, sociale, juridique, médicale....

Concernant les postes les plus importants, il convient de faire une mention spéciale pour les plus prestigieux d'entre eux (Londres, Rome, Berlin, Tokyo, Washington). Dans ce cas en effet, le conseiller culturel peut diriger un service composé d'une centaine d'agents dédié uniquement aux actions culturelles, éducatives et linguistiques, les actions scientifiques et techniques dépendant quant à elles d'un autre conseiller. Toutefois, dans la plupart des cas, le chef du poste culturel gère l'ensemble de ces fonctions au sein d'une même structure intitulée service de coopération et d'action culturelle (SCAC).

b) Les centres et instituts culturels

Sur les 148 établissements culturels répartis dans 91 pays à travers le monde et constituant le « coeur » de notre réseau, seuls 69 demeurent au sein de la mission « Action extérieure de l'État ».

La diminution des crédits d'intervention qui leur sont alloués en 2006 ne pénalisera certes pas la mission principale de la plupart des centres et instituts, à savoir l'enseignement du français. Aux termes de l'arrêté du 30 avril 1999, les établissements sont en effet chargés de contribuer « à l'emploi de la langue française par l'apport de méthodes, d'instruments et d'expertise appropriés ». Cette fonction occupe souvent la plus grande partie des locaux et des personnels, et la taille d'un institut est couramment appréciée par le nombre d'élèves inscrits aux cours de langue. Les cours proposés sont généralement des cours généralistes mais certains instituts s'efforcent de développer des cours en direction de publics spécialisés (chefs d'entreprise, hauts fonctionnaires, responsables politiques). Les centres ne délivrent eux-mêmes aucun diplôme mais préparent au diplôme d'études en langue française (DELF) et au diplôme approfondi de langue française (DALF) destinés aux personnes de nationalité étrangère et délivrés par le ministère français de l'éducation nationale.

En revanche, cette diminution des crédits d'intervention est susceptible de compliquer un peu plus la diffusion et la programmation culturelle incombant à ces structures. M. Yves Dauge faisait d'ailleurs remarquer, dans son « Plaidoyer pour le réseau culturel français à l'étranger¹ » combien cette mission peinait à se développer dans les pays demeurant dans le champ de la présente mission : « *Nous avons eu l'occasion d'apprécier, lors de nos divers déplacements en Afrique francophone, le rôle primordial assuré par les centres culturels français dans les pays francophones à faibles revenus, en tant qu'animateur de la vie culturelle locale et découvreurs de talents. (...) La tâche est plus compliquée dans d'autres pays. C'est le cas de manière générale dans la plupart des pays développés où les événements culturels de l'institut français entrent en concurrence avec des centaines d'autres, mais c'est le cas également d'autres pays -comme la Chine- où il n'existe a priori qu'une faible appétence pour découvrir la culture française.* » Nul doute que la diminution des crédits d'intervention contribuera à affaiblir un peu plus nos positions en ce domaine.

Pour mémoire, votre rapporteur rappellera que les centres culturels sont également chargés d'assurer la fourniture de documentation et d'informations sur la France. Un programme de modernisation et de dynamisation des bibliothèques des établissements culturels français à l'étranger a ainsi été lancé en 1995 afin de pouvoir mettre en place de véritables « centres de ressources documentaires sur la France contemporaine ». Ces centres, appelés à répondre concrètement aux demandes d'information de toute nature et à promouvoir une image plus moderne de notre pays, sont désormais dotés de médiathèques incluant tous les supports de communication culturelle actuelle : imprimés, audiovisuels, numériques et télématiques.

¹ Rapport d'information de l'Assemblée nationale n° 2924, onzième législature.

c) Les Alliances françaises

Afin d'établir une radiographie exhaustive de notre dispositif d'action culturelle à l'étranger, votre rapporteur évoquera enfin brièvement le réseau de l'Alliance française. Créée en 1883 sous l'impulsion de savants, d'ingénieurs, d'écrivains et de diplomates, cette association à but non lucratif reconnue d'utilité publique s'est donné pour mission de favoriser la diffusion de notre langue et de notre culture en s'appuyant sur les amis de la France dans le monde.

Mise en place habituellement à l'issue d'une démarche spontanée émanant de personnes francophiles, chaque comité de l'Alliance est une structure autonome de droit local liée toutefois par une procédure d'approbation à l'Alliance française de Paris. Il n'appartient donc pas au ministère des affaires étrangères de créer ou de supprimer une Alliance française. Toutefois, ce dernier peut s'appuyer sur certaines d'entre elles pour assurer son action culturelle à l'étranger.

Fort de 1 070 comités¹ répartis dans 130 pays, le réseau de l'Alliance française est un complément indispensable au réseau des centres culturels. Comme l'indiquait M. Yves Dauge dans son rapport « *dans de nombreux pays - au total une cinquantaine, principalement en Amérique latine et en Asie - il n'y a pas actuellement d'autres opérateurs susceptibles de relayer sur le terrain l'action culturelle française. Plutôt que d'implanter des centres dans ces régions, il a été jugé plus simple, plus efficace - compte tenu de l'insertion souvent remarquable des Alliances - et moins onéreux de renforcer l'effort d'association des Alliances à l'action des postes diplomatiques.* »

Le ministère signe ainsi des conventions de partenariat avec les comités locaux en faveur de projets s'inscrivant dans ses priorités. Chacune des 283 Alliances conventionnées peut dès lors avoir accès aux mêmes moyens d'action que les établissements culturels relevant de l'État à savoir : mise à disposition de personnels d'encadrement, subventions d'intervention, fonds d'aide spécialisés, assistance de l'Association française d'action artistique... En 2005, 73 d'entre elles ont bénéficié de subventions du ministère des affaires étrangères pour un montant de 3,1 millions d'euros.

Lors d'une récente mission en Chine, une délégation de la commission des affaires culturelles a visité les Alliances françaises de Pékin et de Shanghai dont elle a pu apprécier le dynamisme et la qualité des prestations.

Votre commission souligne le rôle essentiel de ces établissements pour la promotion de notre langue et la diffusion de la culture française.

¹ Autonome et de droit local, chaque comité relève néanmoins d'une procédure d'approbation par l'Alliance française de Paris.

B. UN RÉSEAU EN PANNE DE RÉFORMES

Pour exercer au mieux ces missions fondamentales le réseau doit être modernisé et redynamisé. En dépit de la publication du plan d'orientation stratégique en août 2003 par le ministère des affaires étrangères et de l'entrée en application de la nouvelle loi organique relative aux lois de finances, force est de constater que le réseau semble toujours être en panne de réforme.

1. Rationaliser la carte de nos implantations culturelles

Bien que la rationalisation du réseau fasse partie des priorités du Quai d'Orsay, votre rapporteur constate que les réalisations demeurent modestes et procèdent plus de circonstances locales que d'un redéploiement planifié et raisonné.

Dans un premier temps (1998-1999), le Quai d'Orsay a effectivement procédé au regroupement d'établissements de moyenne dimension et géographiquement proches (cas du Maroc) et a accordé à titre expérimental (sans qu'il soit donné suite à cette expérience), l'autonomie financière à un certain nombre de services de coopération et d'action culturelle, rebaptisés pour l'occasion « centres culturels et de coopération linguistique » (CCL).

Dans un second temps (depuis 2000), le ministère a ouvert des établissements dans des pays où l'actualité politique le rendait souhaitable (Tbilissi, Kaboul, Sarajevo...) et a procédé à la fermeture de certains centres situés en Europe. Conformément à la proposition faite en 1998 par l'Inspection générale des affaires étrangères et l'Inspection générale des finances, la réduction du nombre de centres situés en Allemagne (pour mémoire, la mission commune des deux inspections proposait de passer de 24 à 11 établissements) a été entreprise. A l'image de la situation constatée à Erfurt, où l'institut a été remplacé par un chargé de mission placé auprès du ministre-président du Land de Thuringe, 9 établissements ont d'ores et déjà été remplacés par des formules de substitution.

Depuis peu, le ministère s'attache à réduire les situations de « redondance »¹ : dans certaines villes coexistent en effet une Alliance française bénéficiant de personnels détachés et un établissement à autonomie financière. Le ministère a précisé que cette démarche de rationalisation peut être mise en œuvre au profit du centre ou de l'institut culturel (Lisbonne), aussi bien que de l'Alliance française (Nairobi, Gênes).

¹ Proposition n° 96 du plan d'action stratégique.

2. Moderniser les établissements

Tout en faisant évoluer la carte du réseau, le ministère des affaires étrangères tente également de moderniser ses établissements afin d'améliorer leurs performances et l'offre de services qu'ils proposent.

A cet effet, la politique de modernisation des médiathèques et des centres de ressources est poursuivie dans le cadre d'un plan pluriannuel intitulé Plan Médiathèques, doté en 2005 de 1,6 million d'euros : 1 million d'euros pour le programme « solidarité à l'égard des pays en développement ».

De même, la promotion du débat d'idées à la française, à travers l'organisation dans les établissements culturels de conférences et de tables rondes associant experts français et étrangers, sera soutenue à travers le « fonds d'Alembert », doté en 2005 de 285 000 euros.

La diffusion du cinéma français dans les établissements culturels sera, quant à elle, facilitée au terme d'un accord passé avec l'association « le meilleur du cinéma français », grâce à la diffusion numérique d'un important catalogue de films français récents dont les droits ont été préalablement acquis.

Surtout, un plan de professionnalisation des responsables des écoles de langue a été adopté, afin de leur donner les moyens d'attirer de nouveaux publics vers l'apprentissage du français : des formations aux techniques du marketing seront ainsi proposées aux directeurs, des cours et des stages seront offerts au sein des établissements à des étudiants issus des écoles de commerce.

3. Promouvoir la création de centres culturels européens

Alors que les réseaux culturels de nos partenaires européens connaissent ces dernières années d'importantes difficultés financières, votre rapporteur estime qu'il est peut être temps d'associer les efforts de chacun afin d'installer, dans quelques pays tiers judicieusement choisis, des instituts culturels représentant tous ou quelques uns seulement des États membres de l'Union.

La mise en œuvre d'une telle idée ne va pas de soi. En 1995, une première initiative visant à regrouper tous les instituts culturels de Bruxelles dans un lieu commun fut ainsi un échec retentissant : bien que la coopération entre les différents directeurs de centres se soit, dans un premier temps, montrée fructueuse, aucun d'entre eux n'a finalement accepté de signer la « Déclaration d'intention en vue de la création d'une Maison européenne de la Culture » destinée à concrétiser les liens ainsi établis.

Dans ces conditions, votre rapporteur estime que l'implantation d'une telle structure dans un pays tiers permettrait de dépassionner quelque peu le débat et de valoriser l'image de l'Union européenne en faisant apparaître la

diversité culturelle de ses membres. Un tel rapprochement a d'ailleurs été récemment effectué avec nos partenaires allemands : un fonds de 500 000 euros a ainsi été attribué à des projets communs de co-localisation d'établissements culturels à Ramallah et à Palerme.

C. VERS LA CRÉATION D'UNE AGENCE CULTURELLE ?

Quatre ans après la publication du « *Plaidoyer pour le réseau culturel français à l'étranger* » de notre collègue Yves Dauge, la situation du réseau n'a cessé de se dégrader sous l'effet d'une contrainte budgétaire de plus en plus pesante. Pour remédier à cette situation, le ministre des affaires étrangères envisage, semble-t-il, de donner suite à la proposition de notre collègue Louis Duvernois¹, de créer une agence culturelle susceptible de donner à notre action culturelle la visibilité qui lui fait actuellement défaut.

Votre rapporteur estime que « *cette agence culturelle et [cette] identité visuelle unique* » évoquées par le ministre des affaires étrangères lors du débats relatifs aux crédits de son ministère à l'Assemblée nationale permettrait peut être d'instiller une véritable dimension interministérielle à notre action culturelle extérieure et de desserrer la contrainte budgétaire qui s'oppose à la réforme en profondeur d'un réseau appelé périliter.

¹ *Rapport d'information n° 91 (2004-2005) de M. Louis Duvernois fait au nom de la commission des Affaires culturelles du Sénat : Pour une nouvelle stratégie d'action culturelle de la France à l'étranger.*

EXAMEN EN COMMISSION

Au cours d'une séance tenue le **mercredi 30 novembre 2005**, la commission a procédé à l'examen du rapport pour avis de **M. David Assouline** sur les **crédits de la mission « Action extérieure de l'État » du projet de loi de finances pour 2006**.

Un débat a suivi l'exposé du rapporteur pour avis.

Partageant l'analyse du rapporteur pour avis quant à l'incohérence de l'architecture budgétaire imposée par le ministère de l'économie, des finances et de l'industrie, **M. Louis Duvernois** s'est prononcé en faveur de la création d'une mission interministérielle cohérente permettant de présenter fidèlement les crédits destinés au financement de notre rayonnement culturel à l'étranger.

Contrairement aux conclusions présentées par son rapporteur pour avis, la commission a décidé de donner **un avis favorable à l'adoption des crédits de la mission « Action extérieure de l'État » pour 2006**.