

N° 87

---

# SÉNAT

SESSION ORDINAIRE DE 2001-2002

---

---

Annexe au procès verbal de la séance du 22 novembre 2001

## RAPPORT GÉNÉRAL

FAIT

*au nom de la commission des Finances, du contrôle budgétaire et des comptes économiques de la Nation (1) sur le projet de loi de finances pour 2002, ADOPTÉ PAR L'ASSEMBLÉE NATIONALE,*

Par M. Philippe MARINI,

Sénateur,  
*Rapporteur général.*

TOME III

**LES MOYENS DES SERVICES ET LES DISPOSITIONS SPÉCIALES**  
**(Deuxième partie de la loi de finances)**

ANNEXE N° 9

**CULTURE ET COMMUNICATION :**  
**COMMUNICATION AUDIOVISUELLE**

*Rapporteur spécial : M. Claude BELOT*

---

(1) Cette commission est composée de : MM. Alain Lambert, *président* ; Jacques Oudin, Gérard Miquel, Claude Belot, Roland du Luart, Mme Marie-Claude Beaudeau, M. Aymeri de Montesquiou, *vice-présidents* ; MM. Yann Gaillard, Marc Massion, Michel Sergent, François Trucy, *secrétaires* ; Philippe Marini, *rapporteur général* ; Philippe Adnot, Bernard Angels, Bertrand Auban, Denis Badré, Jacques Baudot, Roger Besse, Maurice Blin, Joël Bourdin, Gérard Braun, Auguste Cazalet, Michel Charasse, Jacques Chaumont, Jean Clouet, Yvon Collin, Jean-Pierre Demerliat, Eric Doligé, Thierry Foucaud, Yves Fréville, Adrien Gouteyron, Hubert Haenel, Claude Haut, Alain Joyandet, Jean-Philippe Lachenaud, Claude Lise, Paul Loridant, François Marc, Michel Mercier, Michel Moreigne, Joseph Ostermann, Jacques Pelletier, René Trégouët.

Voir les numéros :

Assemblée nationale (11<sup>ème</sup> législ.) : 3262, 3320 à 3325 et T.A. 721

Sénat : 86 (2001-2002)

---

Lois de finances.

## SOMMAIRE

Pages

<b>PRINCIPALES OBSERVATIONS</b> .....	4
1. <i>Le numérique terrestre sans perspectives immédiates</i> .....	4
2. <i>Le secteur public sans marge de manœuvre</i> .....	12
3. <i>Les télévisions locales sans horizon défini</i> .....	17
4. <i>L'audiovisuel extérieur sans dynamique</i> .....	20
<b>I. LES DONNÉES BUDGÉTAIRES ET FINANCIÈRES</b> .....	22
<b>A. L'EFFORT PUBLIC DANS LE SECTEUR AUDIOVISUEL</b> .....	22
1. <i>Les crédits budgétaires</i> .....	22
2. <i>La redevance</i> .....	23
<b>B. L'ÉVOLUTION DES RESSOURCES COMMERCIALES</b> .....	24
1. <i>Les recettes publicitaires des chaînes publiques en 2001 et perspectives pour 2002</i> .....	24
2. <i>La place du secteur public sur le marché publicitaire</i> .....	27
3. <i>L'évolution de l'audience de France télévision</i> .....	29
<b>C. LES RÉSULTATS FINANCIERS</b> .....	30
1. <i>Les sociétés du groupe France télévision</i> .....	30
a) France 2 .....	31
b) France 3 .....	31
c) La cinquième .....	32
2. <i>Les autres organismes de l'audiovisuel public</i> .....	32
a) L'Institut national de l'audiovisuel .....	32
b) ARTE-France .....	32
c) Radio France .....	33
d) RFO Réseau France Outre-mer .....	33
e) RFI Radio France Internationale .....	34
f) Société française de production .....	34
<b>II. L'ÉVOLUTION DU PAYSAGE AUDIOVISUEL</b> .....	37
<b>A. LE SECTEUR PUBLIC FACE À LA CONCURRENCE EN MODE NUMÉRIQUE</b> .....	37
1. <i>Le secteur public victime de pratiques discriminatoires ?</i> .....	37
2. <i>Comment garantir l'accès au câble et au satellite des éditeurs indépendants</i> .....	38
<b>B. AUDIOVISUEL EXTÉRIEUR : UNE DISPERSION DES MOYENS ?</b> .....	39
1. <i>Priorité à la culture et aux produits culturels français</i> .....	39
a) <i>La recherche de coopération avec le secteur privé en matière de satellite</i> .....	41
b) <i>Le cas particulier de l'Afrique subsaharienne</i> .....	43
c) <i>La volonté d'assurer une présence audiovisuelle en langue française</i> .....	45
2. <i>Des chaînes françaises pourtant moins visibles que celles d'autres grands pays européens</i> .....	46
a) Europe .....	46
b) Maghreb .....	48
c) Proche et Moyen-Orient .....	48
d) Asie .....	49
e) Amérique latine / Caraïbes .....	49
f) Amérique du Nord .....	50
g) Afrique / Océan indien .....	50

3. <i>La réforme de TV5</i> .....	51
a) L'organisation .....	51
b) Les objectifs de la nouvelle organisation de TV5 .....	52
c) Les conséquences budgétaires .....	54
d) Les perspectives pour 2002 .....	55
4. <i>RFI, parent pauvre de l'audiovisuel extérieur</i> .....	58
a) Les objectifs 2002 : Les programmes et les techniques de diffusion.....	58
b) Le contrat d'objectifs et de moyens.....	59
5. <i>La forme retrouvée d'EuroNews</i> .....	60
a) L'audience élargie .....	60
b) Le retour à l'équilibre financier.....	61
6. <i>L'action internationale de France Télévision</i> .....	62
a) Coopération et assistance technique à des télévisions étrangères .....	62
b) Diffusion des chaînes de France Télévision à l'étranger.....	63
c) Reprise de programmes de France Télévision par certaines télévisions étrangères .....	64
d) Fourniture de programmes aux opérateurs spécialisés .....	65
<b>C. TÉLÉVISIONS LOCALES : UNE FLORAISON D'INITIATIVES</b> .....	66
1. <i>La multiplication récente des candidatures</i> .....	66
2. <i>L'état des lieux</i> .....	67
a) Les télévisions locales en métropole .....	68
b) Les télévisions locales dans les Dom-Tom.....	69
3. <i>Données sur l'équilibre financier des chaînes actuellement autorisées</i> .....	70
<b>III. ACTIVITÉ DES SOCIÉTÉS ET ORGANISMES</b> .....	77
<b>A. LE CONTRAT D'OBJECTIFS ET DE MOYENS DE FRANCE TÉLÉVISION</b> .....	77
1. <i>Le cadre général</i> .....	77
2. <i>Les objectifs en matière de numérique terrestre</i> .....	79
3. <i>Le développement de nouvelles activités et la politique de partenariats</i> .....	79
4. <i>Les objectifs en matière de gestion</i> .....	79
5. <i>Le financement de l'investissement</i> .....	80
6. <i>L'effort de France Télévision en matière de création</i> .....	81
<b>B. LA SITUATION DE RADIO FRANCE</b> .....	82
1. <i>La position de Radio France dans le paysage radiophonique</i> .....	82
2. <i>Une situation budgétaire encore tendue</i> .....	84
3. <i>L'accord sur la réduction du temps de travail</i> .....	87
4. <i>Des besoins complémentaires</i> .....	88
<b>EXAMEN EN COMMISSION</b> .....	90

## PRINCIPALES OBSERVATIONS

Le présent budget, en dépit de dotations apparemment flatteuses, surtout lorsqu'on les rapporte à celles de 1997, ne donne pas aux sociétés nationales de programmes des moyens à la mesure des ambitions audiovisuelles qu'on leur assigne.

Il s'inscrit dans une politique qui, en particulier en matière de numérique terrestre, ne prend pas assez en compte ni les impératifs économiques, ni les enjeux culturels.

### **1. Le numérique terrestre sans perspectives immédiates**

A peine adoptée, la nouvelle loi audiovisuelle apparaît dépassée. Tout se passe comme si, malgré les avertissements du Sénat, le Gouvernement avait du mal à tenir compte des réalités économiques.

La conjoncture ambiante a profondément changé. La bulle Internet et l'économie virtuelle ont éclaté ; le marché publicitaire régresse après des années d'expansion exceptionnelle et n'est plus forcément cette manne qui allait permettre de financer sans efforts tous les nouveaux développements numériques ; les valeurs TMT résistent, mais perdent, elles-aussi du terrain dans le climat d'incertitude, qui a suivi les attentats du 11 septembre.

Bref, la télévision numérique n'est plus ce nouvel Eldorado de l'audiovisuel, propice à toutes les initiatives et de nature à supporter les contraintes de service public ou de mise en concurrence systématique que le législateur emporté par l'ivresse nouvelles technologies avait voulu imposer.

L'affaire des « 49 % » est tout à fait significative du temps mis à se rendre à l'évidence : il était illusoire de croire que les actionnaires de certaines chaînes thématiques allaient renoncer au contrôle des chaînes qu'ils avaient créées sur le câble ou le satellite pour venir sur le numérique terrestre.

Le changement de climat est tel que l'on voit les opérateurs historiques du satellite envisager de « réduire la voilure » et ne pas refuser d'évoquer un rapprochement voire une fusion des bouquets hier encore impensable tant la concurrence était vive entre les deux « frères ennemis ».

En dépit de la sérénité affichée des pouvoirs publics, les hésitations des opérateurs privés se font de plus en plus manifestes au point d'alimenter un climat d'attentisme.

Tous les éléments recueillis par votre rapporteur spécial viennent à l'appui de ce qui semble une décision de prudence, voire de bon sens : quand le marché hésite, quand les opérateurs historiques privés traînent les pieds pour alimenter une offre adaptée, quand le service public n'a pas les moyens de se déployer et d'occuper sa place sur ce nouveau créneau, quand les industriels, enfin, tardent à se mettre d'accord sur un standard commun, on ne peut qu'en tirer les conséquences et réexaminer le processus de mise en œuvre de la télévision numérique de terre.

A la **question fondamentale : qui a intérêt au numérique de terre ?** La réponse est simple : le secteur public, c'est-à-dire France Télévision et TDF. Mais est-ce suffisant pour garantir la réussite d'un projet qui suppose l'adhésion de tous les acteurs de cette aventure technologique et économique ? Méconnaître cette évidence, et en l'occurrence, « aller plus vite que la musique », c'est non seulement risquer de gaspiller l'argent public mais encore faire perdre à l'économie nationale le bénéfice d'un pari sur l'avenir comme cela déjà été le cas par le passé avec les expériences malheureuses du plan câble ou des satellites de télédiffusion directe.

(a) **L'ébauche du paysage de la télévision numérique de terre par le CSA**

Conformément aux dispositions de l'article 30-1 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée, le Conseil supérieur de l'audiovisuel a conduit en septembre 2000 une large concertation avec l'ensemble des acteurs publics et privés concernés sur l'aménagement du spectre hertzien dans la perspective d'un développement optimal de la télévision numérique de terre et a publié les résultats de cette concertation à la fin du mois d'octobre 2000. Le Conseil s'est largement appuyé sur les résultats de cette consultation dans ses travaux de planification des fréquences. A la **fin du premier semestre 2001**, le Conseil, conformément aux dispositions de l'article 53 de la loi n° 2000-719 du 1<sup>er</sup> août 2000, a publié une **première liste de fréquences disponibles** pour les services de télévision à vocation nationale et à vocation locale diffusés par voie hertzienne terrestre.

Par ailleurs, le Conseil supérieur de l'audiovisuel a procédé à la rédaction du texte de l'appel aux candidatures pour la diffusion de services de télévision à vocation nationale. Afin de donner la plus large lisibilité à la procédure engagée, le projet d'appel aux candidatures a été mis en ligne, au printemps 2001, sur le site Internet du Conseil de façon à permettre à tous les acteurs intéressés de faire parvenir leurs observations à l'instance de régulation. Le texte définitif a tenu compte des différentes contributions et été approuvé par l'assemblée plénière du Conseil lors de sa réunion du **24 juillet 2001, date officielle du lancement de l'appel aux candidatures**. Le Conseil avait fixé au 29 novembre 2001 la date limite à laquelle les dossiers de candidature doivent être remis . Mais avec le report de la parution des décrets « production » tout est reporté, à commencer par cette date limite, qui pourrait se trouver fixée à la fin janvier. Le démarrage des émissions de la

télévision numérique de terre pourra-t-il bien commencer comme prévu à la fin de l'année prochaine ? La question peut être posée.

Une préoccupation essentielle du Conseil supérieur de l'audiovisuel a été de déterminer le **nombre de services** susceptibles d'être présents sur chaque multiplex. Il convient en effet de tenir compte du besoin en bande passante pour la diffusion de chaque service et de la nécessité de veiller à une qualité suffisante du signal. Dans l'appel lancé le 24 juillet dernier, le Conseil a retenu le principe de la diffusion de **trente-trois services de télévision** répartis sur les **six multiplex** prévus par site de diffusion. Cela signifie donc que **trois multiplex pourront contenir six services** chacun alors que les **trois autres multiplex ne comprendront que cinq services à la fois**. Le Conseil a en effet souhaité faire preuve de prudence et a voulu tenir compte du fait que certains services, en raison de leur format, seront appelés à utiliser davantage de bande passante pour assurer convenablement la diffusion de leurs émissions.

**L'interopérabilité des systèmes** de réception représente également un enjeu important pour la réussite de la télévision numérique de terre. Le niveau d'interopérabilité doit être fixé, aux termes de la loi, par des arrêtés interministériels. Dans son avis du 24 juillet 2001, le Conseil a pris acte de la portée limitée des projets dans la mesure où ils ne permettent qu'une interopérabilité réduite des signaux émis et des terminaux de réception des services diffusés. **Le Conseil considère, dès lors, qu'il faudra poursuivre avec les différents acteurs la recherche de moyens de nature à assurer une interopérabilité optimale**. Il convient, à cet égard, de rappeler que l'article 30-3 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée impose aux éditeurs autorisés pour l'exploitation de services faisant appel à une rémunération de la part des usagers de conclure les accords permettant l'interopérabilité de leurs systèmes d'accès conditionnel et de leurs moteurs d'interactivité. Ces accords devront intervenir dans les deux mois suivant la délivrance par le Conseil supérieur de l'audiovisuel de leurs autorisations aux distributeurs commerciaux.

Au delà des aspects techniques, il est évident que le succès de la télévision numérique de terre dépendra largement de l'équilibre économique de cette nouvelle télévision et en particulier celui des **dix-huit nouveaux services privés de télévision**.

Afin d'analyser les **facteurs de cet équilibre économique**, certains experts et en particulier ceux de la Direction du développement des médias, ont avancé un certain nombre d'hypothèses qu'il convient préalablement de présenter.

Les coûts de diffusion sont estimés entre 20 et 25 MF pour 80 % de couverture. En revanche, pour passer de 80 % à 85 %, le nombre d'émetteurs devra augmenter substantiellement et le coût pour la couverture de la quasi-totalité du territoire avoisinerait, dans ces hypothèses, les 50 MF par an.

Le coût de grille moyen retenu pour les nouvelles chaînes, qu'elles soient publiques ou privées, en clair ou payantes, est de 100 MF, tout au moins les premières années. Cette hypothèse est un minimum au regard du niveau de qualité attendu pour la télévision numérique de terre et semble cohérent avec ce qui se pratique pour les chaînes thématiques actuelles. L'équilibre économique des télévisions associatives sera, quant à lui, à rechercher en référence à un coût de grille unitaire nettement inférieur.

**(b) Les hésitations des opérateurs historiques privés**

En dépit de leurs différends en ce qui concerne l'émission Loft Story, les deux grands opérateurs historiques se rejoignent pour critiquer la façon dont est conduit le lancement du numérique de terre.

Ainsi, M. Patrick Le Lay, président-directeur général de TF1, a-t-il fait savoir dans le quotidien La Tribune qu'il espérait que le gouvernement allait « renoncer » au numérique terrestre. Les formules employées sont particulièrement fortes ; « *Il n'est pas interdit, quand on est responsable, d'arrêter une catastrophe* », a-t-il déclaré, dénonçant « *l'écart entre les discours politiques et la réalité évidente du marché* ».

Son analyse économique est non moins radicale : « *Sur les cinq dernières années, quelque 80 chaînes thématiques ont été créées en France. Il y en a 60 de trop* ». Pour lui, « *il ne faut pas se voiler la face, la télévision payante perd de l'argent* ». « *On peut chiffrer à 26 milliards d'euros les pertes des chaînes du satellite et du câble, dans l'ensemble des pays européens* ».

De son côté, M. Nicolas de Tavernost a développé des positions analogues dans des termes tout aussi directs.

« *Nous allons vers de graves déceptions. Il faut confier cette technologie aux opérateurs existants. Pas pour protéger leur monopole, mais pour que le numérique terrestre, le câble et le satellite soient complémentaires (...)* Ce n'est pas la peine d'autoriser tout un tas de chaînes si elles ne correspondent pas à un marché. Avant d'autoriser, le CSA doit regarder la composition de l'offre ». Il conclut : « *le marché publicitaire a changé et ça s'est accéléré avec les événements aux États-Unis. La sagesse serait de réfléchir aux conséquences de l'arrivée de la TNT sur les autres supports avant le lancement* ».

**Certes, les thèses développées ont tendance à faire coïncider l'intérêt collectif avec les intérêts acquis. Mais la question de l'équilibre économique de la télévision numérique de terre mérite bien d'être posée.**

De fait, les « *nouveaux entrants* », c'est-à-dire les opérateurs qui ne sont pas aujourd'hui présents dans la télévision hertzienne nationale, n'ont pas la même analyse : « *Ce serait un sacrilège de ne pas présenter un certain*

*nombre de dossiers* », a déclaré de son côté, Arnaud Lagardère, PDG de Lagardère Média : « *Qu'il y ait ce lobbying des grandes chaînes hertziennes contre le numérique terrestre est plutôt encourageant pour certains entrants* », même s'il a clairement signifié « *qu'il n'acceptera pas «de perdre beaucoup d'argent sur la TNT* ».

**La France a besoin d'entreprises privées fortes sur leur marché national. Elle doit leur offrir un cadre législatif stable et de nature à assurer la rentabilité de leurs investissements. Une telle préoccupation doit être présente à l'esprit des pouvoirs publics au moment où l'on voit se poursuivre des grandes manœuvres audiovisuelles à l'échelle mondiale, même s'il convient de les apprécier au regard des exigences du service public et du maintien d'une nécessaire concurrence.**

Les opérateurs privés (TF1, Canal, M6 et les autres), réticents à se lancer dans cette aventure qu'ils jugent sinon hasardeuse du moins pas vraiment lucrative, souhaitent s'allier pour contrôler la distribution des 18 chaînes qui leur sont dévolues sur les 33 actuellement prévues.

Dans le cas particulier, la ministre de la culture et de la communication, a déclaré « *s'agissant du développement d'un nouveau marché, la question est ouverte* ». Elle a ainsi demandé à M. Laurent Fabius, ministre de l'Économie, des Finances et de l'Industrie, de faire examiner ce projet par la Direction générale de la concurrence les conditions «pour respecter à la fois les règles de la concurrence et celles du pluralisme, sans compromettre la viabilité économique du projet».

(c) **La sérénité des pouvoirs publics en dépit des observations du CSA**

Les pouvoirs publics affichent une confiance sans faille dans le caractère équilibré du processus programmé, dans lequel les enjeux économiques restent subordonnés aux enjeux culturels.

Mme Catherine Tasca s'est élevée contre les critiques reprochant au Gouvernement le caractère « trop volontariste » de sa politique en matière de numérique de terre. Pour elle, le Ministère de la Culture et de la Communication « *a toujours avancé, à chaque étape de ce projet, avec pragmatisme et réalisme et su adapter les règles aux nécessités économiques. Mais, il est clair ... qu'elles ne sauraient occulter les enjeux de la création* » : [...] de fait, « *l'intérêt de la TNT est évidemment qu'elle contribue à la pluralité de la diffusion des oeuvres et à l'accroissement des sources de financement vers la création* ».

Cette confiance dans la politique actuelle repose sur une analyse du marché exposée à plusieurs reprises par M. Marc Tessier<sup>1</sup>. Estimant que « la

---

<sup>1</sup> Notamment dans *Les Échos* du 8 octobre 2001

France est le pays qui a le moins de chaînes de télévision généralistes », il considère que la télévision numérique terrestre constitue *« l'opportunité de sortir de cet engrenage pour le moins malthusien qui limite dans notre pays l'offre de télévision et ralentit l'essor de chaînes thématiques »*. Pour lui, l'offre nouvelle de chaînes thématiques est avant tout payante, chère, et donc limitée à une part très minoritaire de la population française. Par manque d'oxygène, ces chaînes thématiques ont une rentabilité précaire : l'assiette de leur diffusion est trop étroite et leurs ressources sont trop dépendantes des choix d'un petit nombre d'opérateurs commerciaux, CanalSatellite, TPS, les câblo-opérateurs, eux-mêmes liés aux groupes télévisuels historiques privés comme publics.

Pour les partisans de la procédure actuelle, c'est clairement le public qui est au cœur du projet de numérique terrestre. Celui-ci doit permettre *« aux chaînes thématiques qui le souhaiteront d'étendre leurs zones de diffusion, donc leurs ressources, et par voie de conséquence améliorera la qualité des programmes pour les téléspectateurs... L'essentiel sera le doublement de l'offre de télévision en clair et la création pour la première fois dans notre pays de chaînes locales et régionales de plein exercice... A terme, c'est bien la fin du mode analogique qui est visée. Le saut qualitatif pour le téléspectateur sera décisif. »*

Bref, qu'apporte en définitive, la télévision numérique de terre ? *« Tout simplement l'opportunité de sortir de cet engrenage pour le moins malthusien qui limite dans notre pays l'offre de télévision et ralentit l'essor des chaînes thématiques. Ce résultat, elle l'atteint non pas en concurrence, mais en complémentarité avec les programmes proposés sur le câble et le satellite, ainsi qu'avec les télévisions hertziennes existantes. »*.

C'est autour de cette idée de complémentarité et d'articulation des offres entre télévision hertzienne en clair, numérique terrestre - qu'il soit gratuit ou payant - et câble et satellite, qu'il faut chercher à définir la politique du numérique terrestre.

L'avis du CSA sur le projet de décret relatif à la production qui fixera les obligations des futures chaînes de la TNT, rendu public au début du mois d'octobre dernier, peut ainsi être interprété comme demandant plus de souplesse, de simplicité et de flexibilité afin d'assurer *« la viabilité économique »* du numérique terrestre. Et lui permettre de trouver sa place à côté du câble et du satellite.

En premier lieu, le CSA préconise la possibilité pour les chaînes du numérique terrestre de diffuser de la publicité toute la journée, contrairement à ce qui avait été prévu dans le projet de décret, qui ne la prévoyait comme c'est le cas de Canal+, que six heures par jour au maximum sur des programmes en clair. On note que se pose la question de l'ouverture de la publicité des

secteurs jusqu'ici interdits (distribution, cinéma, presse et édition). Le CSA estime également qu'il faut plus de souplesse dans les quotas de production.

A la différence du projet de décret qui prévoit que la production d'œuvres françaises doit atteindre, au bout de cinq ans, 16 % du chiffre d'affaire des chaînes, l'instance de régulation est favorable à la fixation d'une durée de sept ans, souhaitant à ce sujet des modifications du texte sur la définition de la production indépendante ou sur les quotas de diffusion d'œuvres européenne ou d'expression originale française.

#### (d) Des inconnues économiques et juridiques

L'équilibre économique du paysage audiovisuel reste incertain. Indépendamment des inconnues techniques<sup>1</sup>, il faut tenir compte des coûts et de recettes dont il faut admettre qu'elles sont problématiques ; qu'il s'agisse des péages ou de la ressource publicitaire, voire des incertitudes juridiques issues du projet de certains opérateurs de joindre leurs forces pour la commercialisation de la télévision numérique de terre. En tout état de cause, il est évident le succès de l'opération dépend en grande partie de l'engagement des opérateurs commerciaux, qu'il s'agisse des constructeurs d'appareils ou gestionnaires de bouquets<sup>2</sup>.

D'une façon générale, les experts semblent s'accorder pour considérer que le numérique terrestre a un potentiel de marché. Avec moins d'un foyer

---

<sup>1</sup> Elles ont été recensées par des experts. En premier lieu, le rythme de déploiement technique sur des 85 % de population qu'il est économiquement raisonnable de desservir, sera nécessairement lent. Il est conditionné par la lourdeur des travaux de recherche et de validation des premières fréquences numériques cohabitant dans le spectre hertzien, de la planification décalée des émetteurs secondaires et des réémetteurs, de l'obligation de réarrangements partiels de fréquences analogiques, l'approvisionnement en matériels de diffusion et leur réglage, de la mise aux normes puis en services d'infrastructures de diffusion préexistantes ou nouvelles. En ce qui concerne le volet réception les incertitudes ne sont pas moins grandes : elles portent ici sur le taux obligé d'interventions de défiltrage ou de remplacement d'antennes de toit, sur le taux d'immeubles désormais dépourvus d'antennes collectives du fait d'un abonnement généralisé au service de base du câble, et enfin sur le taux de portabilité permettant aux foyers de s'affranchir de la contrainte d'une antenne extérieure, le bénéfice de cette portabilité étant intimement lié à la proximité des émetteurs, aux puissances rayonnées et aux caractéristiques de chaque appartement. Enfin, il s'agit de permettre la lecture des signaux numériques sur l'écran de télévision. Trois types d'équipement domestique pourront satisfaire cette fonction : un téléviseur numérique intégré permettant de traiter les signaux numériques reçus en clair mais sans fonction de décryptage des services payants ; un boîtier démodulateur à connecter à son téléviseur encore analogique ; ou bien, enfin, un démodulateur-décodeur, permettant la réception des chaînes payantes et gratuites, probablement fourni en location par le distributeur commercial de chaînes payantes. Les premiers modèles de téléviseurs numériques intégrés devraient être proposés dans les magasins français à la fin de l'année 2002, mais l'incertitude plane sur le rythme d'introduction et l'élargissement de gamme à des prix accessibles au grand public.

<sup>2</sup> Il est probable que l'équipement TNT des ménages français sera en début de période majoritairement assuré par des boîtiers décodeurs fournis en prêt ou location par les éditeurs et distributeurs de chaînes payantes, selon le schéma suivi depuis 15 ans par Canal Plus, le câble et les deux plates-formes satellitaires. A cet égard la migration des décodeurs du parc de canal+ serait un puissant levier de diffusion de la télévision numérique de terre, si ce geste ne consistait pas pour cette entreprise à alimenter sa propre concurrence.

sur trois abonné à au moins une offre de télévision payante (7 millions de foyers souscrivent aujourd'hui 9 millions d'abonnements), la France reste loin de la plupart de ses voisins européens à haut revenu, notamment lorsqu'ils disposent historiquement d'une forte implantation des réseaux câblés (Allemagne, Benelux, Suisse, Europe du Nord).

Avec un prix adapté de l'ordre de 100 Francs par mois hors location de décodeur, les experts du ministère estiment que près de la moitié des foyers pourraient être abonnée à la télévisions numérique de terre à horizon 2012, pour un accès à une quinzaine de chaînes payantes - de type « best of » des chaînes thématiques du câble, hors cinéma-sport -, et, bien sûr, à la quinzaine de chaînes gratuites y compris les chaînes historiques actuelles.

Les nouvelles chaînes en clair de la télévision numérique de terre, publiques et privées, s'inscriront dans un schéma économique fondé sur la ressource publicitaire, dont l'élasticité par rapport à la croissance globale peut-être estimé à long terme à 1,5%. Mais à court terme, en période d'incertitude, on peut craindre que les recettes de publicité ne soient pas au rendez-vous, surtout que le fonctionnement du marché publicitaire qui privilégiant les audiences de masse est plus favorable aux grosses chaînes qu'aux petites.

Enfin, il convient de sécuriser l'environnement juridique des opérateurs notamment en ce qui concerne la distribution. Peut-il y avoir ou pas un seul opérateur de la future télévision de terre ou bien, le droit de la concurrence oblige-t-il de garantir plusieurs opérateurs ? Face à l'initiative des opérateurs, le Gouvernement semble hésiter, non sans raisons, tant la matière est délicate.

D'un côté, il convient d'évoquer le contexte politique et administratif de cette affaire, dans la mesure où nombre d'observateurs ont vu dans cette initiative la volonté de M.Laurent Fabius, de se poser en interlocuteur. Aucun texte législatif ou réglementaire ne prévoyant de règles en la matière, cette liberté a priori pourrait se révéler un handicap, en inhibant les opérateurs peu enclins à prendre le risque d'une remise en cause de leurs accords ou de contentieux interminables entre opérateurs eux-mêmes.

La Direction générale de la concurrence de la consommation et de la répression des fraudes s'est ainsi vu confier «*une mission d'analyse et de concertation* ». Pour déterminer si «*l'éventualité d'un seul opérateur commercial est pertinente et compatible avec les règles du droit de la concurrence français, voire européen* », étant entendu qu'il est a priori peu probable que même si la DGCCRF concluait à la possibilité d'un opérateur unique, il est probable qu'elle assortirait son aval d'un certain nombre d'exigences et de contreparties.

Bref, que le numérique de terre soit une nécessité, personne n'en doute. Mais, faut-il dans la conjoncture actuelle, y aller à marche forcée, toute la question est là.

## 2. Le secteur public sans marge de manœuvre

Sans moyens adaptés aux objectifs multiples qu'on lui assigne, sans véritable doctrine, l'audiovisuel public est devenu avec la réforme de 2000, une sorte de colosse aux pieds d'argile. Il souffre de handicaps inutiles et d'un sous financement chronique, se voit saper les ressources qui lui sont affectées, et n'est pas incité à entreprendre les réformes de structures à défaut desquelles l'ensemble nouvellement créé ne trouvera les capacités réactives nécessaires dans un contexte concurrentiel.

La formule de Greg Dyke, directeur général de la BBC, selon laquelle « **il faut choisir entre le changement et la mort lente,** » vaut également pour France Télévision.

### (a) La réduction de la durée de la publicité : un handicap inutile

La cristallisation du débat sur la question des ressources publicitaires apparaît à votre rapporteur spécial comme un débat daté. Comment ne pas rattacher l'invention de la réduction à huit minutes en heure glissante de la durée maximale des spots à l'euphorie ambiante des années 1999-2000 au cours desquelles le marché de la publicité télévisée connaissait une croissance à deux chiffres.

Aujourd'hui, quand les temps s'annoncent sinon nécessairement plus difficiles, du moins plus incertains notamment sur le plan budgétaire, une telle décision teintée d'idéalisme, ne devrait pas vraiment réduire la pression de l'audimat sur les programmes.

Au nom de l'idéal nostalgique voire régressif d'une télévision sans publicité, le gouvernement prive le secteur public de recettes, alors qu'il a besoin de toutes les ressources disponibles pour faire face aux investissements qu'exigent le numérique et la situation financière toujours fragile dans laquelle se trouvent un certain nombre des sociétés qui composent l'audiovisuel public.

La stabilisation de l'audience ne fait qu'accroître le manque à gagner pour le service public. Certes sur le plan de la qualité, on ne peut que se féliciter de ce que France télévision ait raflé 14 trophées lors des derniers 7 d'or, mais cela suffira-t-il à relâcher la pression de l'audimat ?

### (b) Des besoins de financement insatisfaits

S'il ne veut pas être marginalisé, le secteur public doit **bénéficier de ressources courantes** - indépendamment de ses besoins d'investissements propres pour acheter des programmes mais aussi se placer sur le marché de l'interactivité -, dont la **croissance reste du même ordre de grandeur que celle de ses concurrents.**

Il lui faut investir dans des programmes suffisamment attractifs qu'il s'agisse de payer les droits de plus en plus lourds exigés pour les retransmissions sportives ou de conserver leurs animateurs vedettes – ce qui

est un problème pas seulement pour la télévision mais également pour la radio - ou de faire réaliser des émissions de fiction de prestige -.

Ainsi, en ce qui concerne la **Coupe du monde de football en 2002** et en 2006, dont les droits reviennent non pas à l'UER mais au groupe Kirch, **la France et l'Italie sont les seuls grands pays n'ayant pas encore acquis leurs droits de retransmission**, estimant le prix actuel de 100 M€ trop cher.

En outre, il faut noter qu'en vue de maîtriser **l'inflation des droits sportifs**, la BBC, France Télévision, la RAI, RTVE et ZDF sont parvenues à un accord dans la perspective de l'achat des droits de retransmission du Championnat d'Europe de football en 2004 pour demander à l'UER de réduire leur part de financement, qui atteint 80 % du total lors des grands événements. Les grands opérateurs publics auraient par ailleurs mis au point une répartition des charges entre eux, tenant davantage compte de leur audience respective.

Cette montée des charges ne fait que renforcer votre rapporteur spécial dans la conviction que France télévision ne dispose pas des marges de manœuvre nécessaires sur le plan financier : il ne peut que rappeler qu'il a estimé, à la suite des travaux du groupe de travail de la commission des finances qu'il a eu l'honneur de présider, le besoin de financement global de France télévision pour l'horizon 2004, à entre 5 et 600 M€ de ressources publiques courantes annuelles, auxquelles il faut ajouter entre 125 et 275 M€ de dotations en capital.

Les données à long terme du problème n'ont pas changé : TF1 voit ses dépenses d'exploitation et d'investissement croître de plus de 10 % par an, tandis que le budget de France Télévision, lui, ne progresse que de la moitié environ. Il faut rappeler qu'en 2000 TF1 et M6 ont respectivement connu des croissances de leur chiffres d'affaires de 22,5 % et 18 %, à comparer à une hausse des produits d'exploitation de 12,7 % des sociétés du groupe France Télévision, année où, pourtant, les ressources de redevance avaient crû de plus de 1,27 Mds de F. Même quand l'État fait un effort exceptionnel, il est encore distancé par le secteur privé qui réalise des performances commerciales encore supérieures.

Certes le ralentissement du marché se profile avec une croissance des ressources sans doute inférieure à 5 % en 2001. Mais l'analyse générale reste selon votre rapporteur spécial tout à fait valable : l'évolution du budget de l'audiovisuel public tend à suivre celle du budget de l'État, alors que ceux de ses concurrents privés augmentent à la vitesse d'un marché en plein développement.

Les projets de développement de France Télévision dans le numérique sont actuellement évalués à 580 M€ (3,8 MdsF) pour la période 2001-2006. Le président de France Télévision avait évalué ces besoins en

capitaux à 1,5 MdF sur cinq ans. Le Gouvernement lui en a accordé 1 milliard, soit 152,45 M€ financés sur les ressources de privatisations.

Par ailleurs, 800 MF, soit 122 M€ devraient provenir de la cession d'actifs non stratégiques dont la plus grande part viendrait de la vente de la participation que le groupe détient dans le bouquet TPS. Ce montant pourrait se révéler difficile à obtenir dès lors que, si l'on se base sur les évaluations données par la presse en ce qui concerne la valeur de la participation de France Télécom, la valeur de celle de France Télévision ne serait que de 85 M€.

En tout état de cause, ce décalage entre les besoins de financement des nouvelles chaînes que veut créer France Télévision dans le domaine de l'information et du sport, suppose soit que l'État trouve encore des ressources complémentaires, soit qu'on autorise France Télévision à trouver des partenaires privés.

A l'heure actuelle, les projets des chaînes "Info" et de chaînes "sport" en particulier, créneau déjà occupé avec succès par le secteur privé, sont en panne de financement, alors que la loi a réservé au secteur public une douzaine de chaînes.

Certes, France télévision peut compter sur la réalisation de sa participation dans TPS évaluée aux alentours d'un milliard de francs, mais ce montant reste d'autant plus limité que des informations de presse relatives à la cession de la participation de France Telecom, valoriserait à 85 M€ soit 560 MF.

**(c) La redevance diminuée dans son volume et affaiblie dans son principe**

L'année dernière, alors que le débat sur le principe même de la redevance pour droit d'usage d'un appareil de télévision continuait d'agiter les mondes de la politique comme des médias, on a vu surgir, au cours des débats à l'Assemblée nationale à l'initiative du rapporteur général du budget, un amendement prévoyant une exonération de redevance au profit de personnes âgées de plus de 70 ans non imposables à l'impôt sur le revenu et à l'impôt sur la fortune.

Cette année, l'Assemblée nationale fait un pas de plus dans la même voie en abaissant à 65 ans la limite d'âge ouvrant droit à cette exonération<sup>1</sup>.

Certes, le régime actuel des exonérations n'est pas parfaitement satisfaisant, au regard de l'égalité entre les citoyens, mais on peut se demander s'il est souhaitable de le modifier à la marge dans un sens où il sera sans doute encore plus difficile voire impossible d'en rationaliser l'assiette.

---

<sup>1</sup> L'adoption de cette mesure a conduit le Gouvernement à majorer en seconde délibération l'article 10 du chapitre 46-01 du budget des services du Premier ministre de 68,6 M€.

Plutôt qu'un replâtrage plus ou moins opportuniste qui pourrait hypothéquer les chances d'une réforme à venir, votre rapporteur spécial estime qu'il serait préférable de revoir globalement l'assiette de la taxe et son mode de recouvrement.

Ce que l'initiative a d'inquiétant, c'est qu'elle semble constituer l'amorce d'un processus de désagrégation de la redevance, qui ne laissera dans l'avenir d'autre issue que sa disparition.

Pourtant le rapport de l'inspection générale des finances de novembre 1999, intitulé "**rapport d'enquête sur le coût, l'efficacité et les perspectives d'évolution du service de la redevance audiovisuelle**", explorait des voies intéressantes.

**Défavorable** comme l'inspection des finances à **une budgétisation des ressources de l'audiovisuel public** ainsi qu'à son **financement par le produit des jeux**, dans la mesure où il est essentiel de conserver au travers de la redevance un lien citoyen entre les Français et leur télévision, votre rapporteur spécial, estime que l'on pourrait effectivement **adosser la redevance sur la taxe d'habitation** mais **sans les confondre** : il s'agirait d'envisager une identité du fait générateur – disposer d'un local à usage d'habitation – et donc de l'identifiant informatique du contribuable/redevable, tout en distinguant les avis d'imposition et les modalités de perception de façon à **ne pas créer de confusion des responsabilités entre l'État et les collectivités territoriales**.

Une telle réforme, qui passe aussi par un **renforcement des pouvoirs juridiques des services compétents** – droit de communication amélioré, utilisation de l'avis à tiers détenteur –, permettrait à la fois d'augmenter substantiellement les ressources de l'audiovisuel public et de **régler le problème des exonérations**.

Le service de la redevance, dont votre rapporteur a pu apprécier l'efficacité, ne serait pas supprimé mais simplement restructuré pour ne plus avoir à traiter que l'émission des avis d'imposition et du contentieux, déchargeant en ce qui concerne cette dernière tâche les services de la comptabilité publique, ce qui devrait limiter les réaffectations et donc le coût social de la réforme.

Quant au niveau de la redevance, dont on a vu qu'il était nettement inférieur à celui des autres grands pays européens, votre rapporteur spécial estime que, surtout à défaut d'une réforme d'envergure de la redevance en augmentant sensiblement le produit, il faudrait en augmenter le montant, non seulement pour rattraper le retard pris sur l'évolution des prix et du SMIC, mais encore pour permettre le financement de toutes les activités qui vont aller de pair à l'expansion des marchés de l'Internet et du numérique de terre.

**Pour sauver le modèle audiovisuel français, il faut y mettre les moyens financiers. Le rapporteur spécial ne peut que, surtout à l'orée d'une nouvelle période de vaches maigres budgétaires, réitérer sa position de principe : il faut non seulement conserver la redevance mais encore avoir le courage de l'augmenter pour la mettre au niveau de celle des grands pays européens.**

(d) Les questions de productivité différées avec la priorité aux mesures salariales

**Productivité et responsabilité sont des impératifs catégoriques faute desquels l'argent public que l'on s'apprête à injecter, a toutes les chances de s'évaporer.**

Le poids des mesures salariales, qui doivent absorber plus de la moitié des moyens nouveaux accordés aux organismes de l'audiovisuel public indique clairement où sont les priorités du présent budget.

(en millions d'euros)

Programmes	39,45	42,25 %
Mesures salariales	46,94	50,27 %
Diffusion	0,53	0,57 %
Impôts, taxes et prélèvements divers	3,48	3,73 %
Dotations aux amortissements	2,84	3,04 %
Autres charges	0,13	0,14 %
<b>Total</b>	<b>93,38</b>	<b>100 %</b>

Le tableau ci-dessus montre que **sur les 47 M€ de mesures nouvelles allant aux mesures salariales, la moitié correspond en fait aux créations d'emplois rendues nécessaires dans le cadre de la réduction du temps de travail au sein du groupe France Télévision.**

	<b>France 2</b>	<b>France 3</b>	<b>La 5e</b>
Créations d'emplois prévues	85	220	10
Créations d'emplois effectives au 30 juin 2001	70	218	10
Coût global du passage aux 35 heures	5,18 M€	15,85 M€	0,3 M€

Il est grand temps que l'on accorde, en toute transparence, une autonomie normale aux **entreprises publiques de communication audiovisuelle**. Celles-ci **doivent pouvoir investir et donc emprunter comme**

**le font leurs concurrentes du secteur privé.** Il faut espérer que les contrats d'objectifs et de moyens – celui de France télévision devrait être signé fin novembre – tiendront compte de cet objectif.

Il faut rappeler que, si le gouvernement de M. Blair a refusé à la **BBC** en février 2000 une redevance spéciale pour financer ce passage au numérique, il a accepté une hausse progressive de la **redevance** en contrepartie d'un plan d'économies de 2,7 mds € sur sept ans. En application de ce plan, la BBC doit réduire ses frais de fonctionnement, de 24% de son budget en 1999/2000 à 19% en 2000/2001. L'objectif est d'arriver à un ratio de 15% d'ici cinq ans.

### **3. Les télévisions locales sans horizon défini**

A la différence de toutes les grandes démocraties, la France n'est pas parvenue à développer un réseau dynamique de télévisions locales.

La baisse des coûts de diffusion et l'arrivée du numérique terrestre vont-elles changer les données du problème ? On avait pu espérer un changement de politique après la parution en novembre 1998, du rapport de MM. Michel Francaix, député (PS) de l'Oise, et Jacques Vistel, conseiller d'État, pour lesquels il est « nécessaire de donner aux télévisions locales les chances d'un nouveau départ... ». Mais quoiqu'en dise le Gouvernement, les progrès introduits par la loi du 1er août 2000 restent limités.

Le ministère de la culture et de la Communication estime, certes, que pour favoriser la constitution de réseaux de télévisions locales de proximité, la loi du 1er août 2000 a d'ores et déjà ouvert certaines possibilités en prévoyant, notamment, que les associations puissent se porter candidates à l'usage de fréquences et se voir délivrer par le Conseil supérieur de l'audiovisuel une autorisation d'émettre d'une durée de dix ans.

La loi prescrit également que le Conseil supérieur de l'audiovisuel doit veiller, sur l'ensemble du territoire, à ce qu'une part suffisante des ressources en fréquences soit attribuée aux services édités par une association et accomplissant une mission de communication sociale de proximité. Le Gouvernement reconnaît toutefois qu'alors qu'il existe près de 600 radios locales associatives sur l'ensemble du territoire métropolitain et des départements d'outre-mer, les télévisions de proximité à vocation non commerciale, qu'elles soient diffusées par câble ou par voie hertzienne, restent peu nombreuses dans notre pays et sont souvent dans une situation financière précaire.

Pour évaluer la viabilité des projets de diffusion télévisuelle en ligne, le gouvernement a confirmé le prochain dépôt devant le Parlement conformément aux dispositions de l'article 59 de la loi sur l'audiovisuel du 1er

août 2000, d'un rapport sur le développement des télévisions citoyennes de proximité. **Cette attitude attentiste du Gouvernement se justifie d'autant moins que le Conseil supérieur de l'audiovisuel a désigné des pistes pour le développement des télévisions locales.**

Constatant que la télévision de proximité peine à trouver sa place dans le paysage audiovisuel français, M. Dominique Baudis, président du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel a récemment fait connaître son diagnostic. « Notre paysage télévisuel ressemble au paysage radiophonique des années 70 : une dominante nationale et généraliste qui s'impose à part entière, imprime sa spécificité dans notre paysage audiovisuel et freine l'émergence d'une vraie télévision de proximité », d'autant plus que son développement se heurte à deux obstacles, la rareté des fréquences hertziennes et les problèmes de financement.

Pour lui un certain nombre de pistes restent à défricher : accès sous certaines conditions du secteur de la distribution à la publicité pour les télévisions locales ; financement dans un cadre contractuel par les collectivités ; création d'un fonds de soutien pour les projets associatifs sur le modèle de ce qui existe déjà dans le secteur radiophonique.

Votre rapporteur spécial, qui lors de la discussion du dernier projet de loi audiovisuel était intervenu pour faciliter les initiatives des collectivités territoriales en matière de télévision de proximité, ne peut mieux dire. Il approuve encore le président du CSA lorsqu'il estime que « la numérisation de la télévision hertzienne de terre apparaît comme une véritable chance pour la télévision de proximité avec le soutien des collectivités locales, qui peuvent en effet participer au succès de la télévision numérique terrestre ».

Certes le président de l'autorité de régulation a raison de s'interroger : « Comment en effet rendre ce développement possible, sans créer de fracture ou d'exclusion, comment encadrer le mode de financement des médias par les collectivités locales sans le restreindre, comment encourager les initiatives et les innovations, favoriser la participation citoyenne ? » Mais il ne faudrait pas que ces questions légitimes ne retardent le processus législatif et réglementaire d'intervention des collectivités territoriales, auxquelles votre rapporteur spécial fait confiance pour trouver sur le terrain les réponses adaptées.

L'attitude du CSA ne fait pas l'unanimité. Ainsi, l'Association des villes pour le câble et le multimédia (Avicam) a regretté que la décision de ne faire porter « les appels à candidatures pour le local qui doivent être lancés fin novembre, sur la moitié du multiplex de la télévision publique, soit trois services, constitue « une division par deux des capacités prévues il y a deux ans, et surtout une organisation non adaptée aux spécificités de la télévision locale ».

En outre, toujours selon l'Avicam, le choix du CSA implique des surcoûts : «émetteurs plus puissants, liaisons de contributions plus longues, standards de qualité plus élevés pour être compatibles avec les chaînes publiques». Enfin, selon elle, elle «favorise le développement du national, au détriment du local, sauf dans une région ou un multiplex sera dédié : la région parisienne». Sans entrer dans le fonds du débat, votre rapporteur spécial estime que les spécificités des télévisions locales doivent être prises en compte dans l'architecture des multiplex, sans exclure que celles-ci puissent s'intégrer dans un réseau national.

Il y a là un enjeu important pour la viabilité des télévisions locales et notamment pour les initiatives que la presse locale prend à ce niveau<sup>1</sup>. A cet égard, on ne peut que reprendre en première analyse, l'opinion exprimée par M. Jean, Louis Prévost président de la voix du Nord, président de **la PQR**, selon laquelle **le numérique hertzien n'est pas la panacée** : «Ce dossier arrive au contraire à un mauvais moment. La montée en charge du numérique terrestre va être lente et coûteuse. Pour une chaîne locale, commencer par le numérique hertzien serait très dangereux, ne serait-ce que parce qu'au démarrage, dans certaines villes, seulement la moitié des foyers pourront en effet recevoir la nouvelle télévision. Pour notre part, nous attendons toujours que le Conseil supérieur de l'audiovisuel prenne une décision concernant l'attribution de nouvelles fréquences analogiques aux télévisions locales. **La PQR n'a pas besoin de la TNT pour développer des chaînes de proximité** ».

La PQR estime que la libéralisation des secteurs interdits de publicité envisagée par le Gouvernement et même l'ouverture à la grande distribution que ce dernier n'évoque d'ailleurs qu'avec prudence, ne suffira pas à rendre la télévision locale économiquement viable . Pour Jean-Louis Prévost, « Toutes nos études prouvent que même avec la grande distribution, les télévisions locales seraient déficitaires. Plus globalement, le marché local ne finance pas ce type de projet. Pour être rentables, nous avons besoin d'attirer les annonceurs nationaux. Mais tant qu'on n'aura pas réuni le potentiel de spectateurs qui les intéresse, nous n'y parviendront pas. Pour avoir accès à la publicité nationale, nous devons avoir entre 12 et 15 télévisions de proximité qui fassent de 2 % à 3 % d'audience nationale en cumul. »

---

<sup>1</sup> «Ouest France», «Le Télégramme de Brest», et «Presse Océan» (Socpresse) réfléchissent aujourd'hui sur la possibilité de présenter à la mi-novembre, auprès du CSA, un dossier de candidature commun pour la création d'une télévision locale à Nantes.  
Le groupe Ouest France, via sa filiale Ouest France Multimédia, vient de faire son entrée au sein de TVWeb Régions, réseau de télévisions locales interactives. Au sein du conseil d'administration de TVWeb Régions. Ouest France rejoint ainsi les cinq autres partenaires («La Nouvelle République du Centre Ouest», «Sud Ouest», «La Dépêche du Midi», «Le Télégramme de Brest», «Le Parisien») qui détiennent à eux six 80 % du capital, les 20 % restants appartenant à CanalWeb.net, actuellement en difficultés

La ministre de la culture et de la communication, Madame Catherine Tasca, s'est effectivement déclarée favorable à l'ouverture «ciblée et progressive» à la publicité télévisée de certains secteurs actuellement interdits et, en premier lieu, de la presse, tout en précisant qu'en ce qui concerne la grande distribution, également interdite de publicité à la télé, «la réflexion devra être poursuivie».

Tous ces éléments d'information témoignent de ce que le Gouvernement n'est pas en mesure, indépendamment même des incertitudes liées à la conjoncture économique générale, d'offrir un cadre clair aux initiatives en matière de télévisions locales.

#### **4. L'audiovisuel extérieur sans dynamique**

«Mon rôle est de faire de la politique audiovisuelle extérieure l'une des principales priorités de notre action extérieure», a récemment affirmé M. Hubert Védrine<sup>1</sup>, ministre des Affaires étrangères, qui s'est déclaré convaincu que «la place de la France dans le monde globalisé d'aujourd'hui, et encore plus de demain, dépendra en grande partie de la force et de la présence de ses images et de ses entreprises d'information. Au premier chef RFI et TV5, mais également, en toute indépendance, l'AFP. Il faut élargir les zones couvertes par TV5, notamment en favorisant le sous-titrage sur cette chaîne, développer l'audience de RFI, susciter le partenariat entre chaînes françaises ou francophones et chaînes locales. »

On ne saurait mieux dire. Mais, selon votre rapporteur spécial, on pourrait sans doute mieux faire. La stratégie paraît difficilement contestable, tout comme les objectifs intermédiaires. Mais se donne-t-on les moyens d'une telle politique ? Certes M. Hubert Védrine, ministre des affaires étrangères, peut défendre son bilan : « Avec mon soutien, Jean Stock a créé TV5 Monde et simplifié les structures de TV5. Depuis le 1er août, deux nouveaux signaux vers les États-Unis et l'Amérique latine s'ajoutent aux cinq existants. Maintenant, il faut poursuivre l'enrichissement de la programmation. Des moyens importants, 25 MF, ont été dégagés à cette fin dans le budget du ministère des Affaires étrangères pour 2002. Pour RFI, un contrat d'objectifs et de moyens sera prochainement signé avec l'État pour la période 2002-2006. RFI doit réussir la numérisation et renforcer sa présence dans des régions stratégiques, mais poursuivre aussi ses efforts de rationalisation.

Par ailleurs, réfléchir à une télévision en partenariat avec un pays arabe, à destination du public arabophone ou imaginer une chaîne de divertissement d'abord destinée à la jeunesse sont effectivement des orientations stratégiques avancées par le ministre qui méritent d'être étudiées.

---

<sup>1</sup> «La Tribune» du 31 octobre 2001

En revanche, l'objectif affiché consistant à développer les « synergies possibles entre les différents opérateurs, nationaux et à vocation internationale, mettre à profit les possibilités nouvelles des chaînes numériques, par exemple la future chaîne d'information de France Télévision », ne paraît guère avancé dans la mesure où, semble-t-il France télévision a tendance à vouloir placer France télévision sur des bouquets de chaînes publiques. Cette volonté n'est pas forcément illégitime mais devrait être englobée dans une stratégie d'ensemble.

En dernier lieu, la façon dont s'est effectué le remplacement de Jean Stock<sup>1</sup> à la tête de TV5, a donné lieu à quelques tiraillements entre la France et ses partenaires francophones, manifestement irrités par le fait qu'on ne leur ait pas laissé le choix . A ces grincement externes se sont ajoutés des frottements internes : Serge Adda de Canal + horizons, le candidat finalement choisi n'était pas celui de France télévision actionnaire muet de TV5 et sans doute quelque peu frustré de ne pouvoir resserrer ses liens avec sa filiale théorique.

Bien que sachant que BBC WorldWide bénéficie d'un budget de 760 M€ plus de trois fois supérieur à celui que la France consacre à l'audiovisuel extérieur (234,4 M€), votre rapporteur spécial estime qu'il conviendrait au préalable de développer les synergies entre tous les acteurs de l'audiovisuel extérieur, ce qui lui semble loin d'être le cas tant au niveau national que sur le terrain à l'étranger.

---

<sup>1</sup> *Nommé à la Tête de l'Union européenne de radiodiffusion*

## I. LES DONNÉES BUDGÉTAIRES ET FINANCIÈRES

Le budget du secteur public de la communication audiovisuelle pour 2002, tel qu'il est retracé dans le fascicule jaune « secteur public de la communication audiovisuelle », s'élève à **3241,53 M€** (21263,04 MF) contre **3141,07 M€** (20.604,07 MF) **en 2001**, ce qui fait apparaître **un taux de croissance de + 3,20 %** par rapport à la précédente loi de finances initiale.

Cette **progression globale de 100,46 M€** (658,97 MF) fait suite à la forte hausse de 180,36 M€ (1183,1 MF), prévue l'année dernière. Elle est la résultante :

- d'une **hausse de 80,7 M€** (529,36 MF) **des ressources publiques** (+ 3,35 %), qui doivent se monter à 2488,56 M€;
- et une **hausse de 19,72 M€** (+2,69 %), (129,38 MF), **des ressources propres des organismes**, qui doivent atteindre **752,97 M€**, à comparer à la baisse de 38,92 M€ (255,3 MF), prévue au projet de loi de finances initiale pour 2001.

Le **partage entre ressources publiques et ressources propres** doit s'effectuer en 2002 sur la base d'un rapport **76,8 % / 23,2 %**, contre 76,7 % / 23,3 % en 2001, 73,3 % / 26,7 %, en 2000 et 69,4 et 30,6 % en 1999.

Cette politique délibérée de réduction du poids des ressources propres va sans doute être moins voulue que subie avec la **contraction annoncée du marché publicitaire**.

### A. L'EFFORT PUBLIC DANS LE SECTEUR AUDIOVISUEL

La croissance des dotations prévues au présent budget reste soutenue, prolongeant les engagements pris par l'État dans le cadre de la loi n°2000-719 du 1<sup>er</sup> août 2000 sur la communication audiovisuelle.

#### *1. Les crédits budgétaires*

**Les crédits budgétaires diminuent de + 1,63 %** par rapport à la loi de finances initiale. Ce chiffre recouvre deux évolutions inverses :

- **augmentation de 0,1 % au niveau de 69,67 M€** (457 MF) **des dotations inscrites au budget du ministère des affaires étrangères** (chapitre 42/14) ;

- **recul de 1,92 % des crédits inscrits aux services généraux du Premier Ministre (Chapitre 46-01), qui passent TTC de 413,78 M€(2714,2 MF) à 409,97 M€(2689,25 MF). Ce tassement de 3,8 M€, soit 25 MF, s'explique en raison de la diminution du nombre de comptes effectivement exonérés par rapport à ce qui avait été anticipé .**

Evolution des ressources publiques 1997-2002

	1997	1998	1999	2000	2001	2002
	M€	M€	M€	M€	M€	M€
Redevance	1 665,05	1 780,83	1 867,61	1 958,95	1 933,68	2 017,36
Subventions	170,13	112,52	87,20	203,29	474,18	471,21
dont exonérations	101,99	43,62	18,29	134,38	405,27	401,54
dont subventions ministères	68,14	68,91	68,91	68,91	68,91	69,67
<b>Total</b>	<b>1 835,18</b>	<b>1 893,35</b>	<b>1 954,81</b>	<b>2 183,37</b>	<b>2 407,86</b>	<b>2 488,57</b>

	Rappel 2002	2002/2001		2002/1997		
	M€	Différence M€	%	Différence M€	Différence en %	croissance moyenne
Redevance	2 017,36	83,68	3,33	352,31	20,16	3,91
Subventions	471,21	- 2,97	- 1,63	301,08	175,97	22,60
dont exonérations	401,54	- 3,73	- 1,92	299,55	292,71	31,53
dont subventions ministères	69,67	0,76	0,10	1,53	1,25	0,45
<b>Total</b>	<b>2488,57</b>	<b>80,71</b>	<b>2,35</b>	<b>653,39</b>	<b>34,60</b>	<b>6,28</b>

Source Tableaux récapitulatifs des ressources publiques des annexes « Secteur public de la communication audiovisuelle » aux projets de loi de finances

## 2. La redevance

Dans le projet de loi de finances déposé par le Gouvernement sur le bureau de l'Assemblée nationale, les recettes hors taxes de redevance augmentent de 83,68 M € pour atteindre 2017,36 M€ (H.T). Cette **augmentation de 3,33 %** est à comparer à la **croissance de 2,94 % constatée en 2000**.

Après être passée de 700 à 735 francs de 1997 à 1998 et à 744 francs en 1999, à 751 francs en 2000 et 2001, soit 114,49 €, la redevance pour l'usage d'un téléviseur couleur a été portée à **116,5 €**, soit une augmentation de **+ 1,76 %**.

On note que, contrairement à l'exercice 2001, il est prévu de distribuer une partie des excédents de collecte de l'année 2000 pour un montant de 13,72 M€soit 90 MF.

Le **ralentissement de l'expansion de l'assiette** – on a enregistré au premier semestre 2001, 204 000 comptes couleur supplémentaires, contre 340 500 au premier semestre 2000 et 387 500 pour la même période de 1999 –

pourrait, si la tendance se poursuit, se révéler préoccupant, même s'il faut sans doute y voir la **conséquence des nouvelles mesures d'exonération**.

On rappelle, également, que les coûts directs du service de la redevance, qui s'élèvent à 73,54 M€(482,4 MF) comme pour les années 2000 et 2001, font désormais l'objet d'un versement direct au budget général et non d'un rattachement par voie de fonds de concours pour satisfaire à la jurisprudence du Conseil constitutionnel, telle qu'elle résulte de sa décision n°94-351 du 29 décembre 1994.

Enfin, il faut noter que les crédits de remboursement de redevance inscrits sur le chapitre 46-01 sont versés tous les deux mois, ce qui a fait craindre à certains qu'ils puissent faire l'objet d'annulation avant leur virement sur le compte d'affectations spéciales.

## ***B. L'ÉVOLUTION DES RESSOURCES COMMERCIALES***

Les recettes du secteur public sont la résultante de facteurs multiples : nouvelles limitations introduites par la dernière loi audiovisuelle, concurrence accrue, également, des chaînes privées qui n'ont jamais été aussi dynamiques au niveau publicitaire, crise probable, enfin, du marché par suite du ralentissement de l'activité économique et de l'incertitude résultant des événements tragiques du 11 septembre dernier.

En dépit du nouveau mode de mesure de l'audience, qui permet de prendre en compte la part des chaînes thématiques, ce qui diminue mécaniquement leur part d'audience, les chaînes hertziennes continuent de capter l'essentiel de la manne publicitaire.

En effet, les revenus publicitaires des chaînes thématiques restent marginaux, nettement en deçà du poids que celles-ci représentent dans l'audience. En 2000, alors que l'ensemble des chaînes de complément représentait environ 8 % de l'audience totale de la télévision, on évalue à environ 5 % le poids des investissements publicitaires sur ces chaînes.

Les quatre cinquièmes des recettes se sont concentrées sur moins de 20 chaînes et seules 11 chaînes ont reçu plus de 50 MF bruts en 2000.

### **1. Les recettes publicitaires des chaînes publiques en 2001 et perspectives pour 2002**

Compte tenu des restrictions imposées à France 2 et à France 3 en matière publicitaire, il a été prévu dans le présent projet de loi de finances pour 2002 que les **ressources propres du secteur public audiovisuel**

atteindront **752,97 M €**(4939 MF), soit un niveau supérieur de quelque 130 MF à celui annoncé en loi de finances initiale pour 2001.

Cette progression de **+ 2,7 %** des ressources propres est à remettre dans le contexte de l'évolution des **recettes de publicité et de parrainage**. Les objectifs prévisionnels du groupe France télévision s'établissent en 2001 à 3756,2 MF contre 4037,4MF dans le projet de loi de finances pour 2000, ce qui représente un recul de 281 MF. La régression est encore plus nette par rapport aux objectifs 1999, qui avec 4587 MF se situaient à un niveau supérieur de 433 MF aux perspectives actuelles pour 2002.

Il y a là la conséquence des contraintes imposées à France 2 et France 3 en application de la loi du 1<sup>er</sup> août 2000, que le gouvernement avait déjà anticipé en décidant **d'abaisser à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2000 de 10 à 12 minutes de la durée moyenne des écrans publicitaires en heure glissante, durée qui a été diminuée à 8 minutes en 2001.**

Au début de l'année, France Télévision estimait que le marché publicitaire de télévision pourrait croître d'environ 5 % en 2001, soit un rythme inférieur aux 6,1 % enregistrés en 2000.

De telles perspectives ont peu de chances de se réaliser, sachant que les annonceurs ont diminué de 2 % leurs investissements en campagnes publicitaires à la télévision au cours du premier trimestre 2001 par rapport à la même période de 2000, selon le dernier rapport de TNS Secodip. Celui-ci constatait, avant même les événements du 11 septembre, que le marché est - sauf pour la radio sur laquelle les investissements publicitaires se sont accrus de 16 % au cours de la même période – particulièrement mou après deux années de forte croissance, caractérisées par des progressions de 12 % en 1999 et de 10 % en 2000.

En 2000, des prévisions, particulièrement prudentes ont permis aux chaînes publiques de dépasser les objectifs qu'elles s'étaient fixés. Mais ceci est aussi dû à des performances commerciales honorables. Les résultats obtenus en 2000 par France Télévision Publicité restent dans ce contexte de réduction de 2 minutes par heure glissante avec un plafonnement à 4 minutes de chaque écran, satisfaisants, puisqu'alors que le potentiel diffusable a baissé de 18 % par rapport à 1999, le chiffre d'affaires ne régresse que de 4,7%.

<b>Recettes nettes</b>	<b>1997</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>
(en MF)					
<b>France TELEVISION dont :</b>					
Prévision ( LFI )	4326.2	4516.6	4587.7	4037.4	3756.2
Réalisation	4468.6	4585.4	4458.6	4257.8	
<b>France 2</b>					
Prévision ( LFI )	2542.2	2649.8	2658	2295.5	2210.2
Réalisation	2694.9	2691.7	2630.5	2464.6	
<b>France 3</b>					
Prévision ( LFI )	1763.9	1844.9	1907.8	1710.7	1489
Réalisation	1743.6	1861.4	1784.7	1737.7	
<b>La Cinquième</b>					
Prévision ( LFI )	20.1	21.9	21.9	31.2	57
Réalisation	30.1	32.3	43.4	55.5	
<b>Total prévisions</b>	<b>4326.2</b>	<b>4516.6</b>	<b>4587.7</b>	<b>4037.4</b>	<b>3756.2</b>
% d'évolution N/N-1		4.40	1.60	-12.00	-7.00
<b>Total réalisations</b>	<b>4468.6</b>	<b>4585.4</b>	<b>4458.6</b>	<b>4257.8</b>	
% d'évolution N/N-1		2.61	-2.77	-4.5	
<b>% réalisé/prévision</b>	<b>1.033</b>	<b>1.015</b>	<b>0.972</b>	<b>1.055</b>	

Source France télévision chiffres hors fais de régie

<b>19h - 22h</b>	<b>1er sem. 99</b>	<b>2e sem. 99</b>	<b>1er sem. 00</b>	<b>2e sem. 00</b>	<b>1er sem. 01</b>
<b>France 2</b>	<b>81,8</b>	<b>85,4</b>	<b>63,6</b>	<b>57,9</b>	<b>53,5</b>
<b>durée (heures : minutes)</b>	81:51	85:21	63:38	57:54	53:28
<b>Nb. écrans</b>	1 574	1 550	1 492	1 525	1 361
<b>Nb. spots</b>	13 176	14 117	10 215	9 401	8 706
<b>France 3</b>	<b>87,5</b>	<b>89</b>	<b>67,8</b>	<b>58,4</b>	<b>53,4</b>
<b>durée (heures : minutes)</b>	87:48	88:57	67:45	58:23	53:22
<b>Nb. écrans</b>	1 838	1 775	1 690	1 702	1 674
<b>Nb. spots</b>	14 209	14 734	10 972	9 391	8 886

Source Sécodip

S'agissant de données relatives à l'ensemble de la journée, le tableau ci-dessus montre qu'entre le premier semestre 2001 et le premier semestre 2000, la durée des spots a fléchi de près de 8 % sur France 2 et de 4 % sur France 3, tandis que le nombre d'écrans diminuent corrélativement de 3,8 % et 5,3 %. La régression des spots est encore plus nette en prenant pour base le premier semestre 1999 : depuis cette période, la durée de la publicité a diminué de 31% sur France 2 et 23% sur France 3 la diminution corrélatrice étant particulièrement nette pour le nombre de spots qui recule respectivement de 28 % et 21 %.

19h - 22h	1er sem. 99	2e sem. 99	1er sem. 00	2e sem. 00	1er sem. 01
<b>France 2</b>	<b>81,8</b>	<b>85,4</b>	<b>63,6</b>	<b>57,9</b>	<b>53,5</b>
<b>durée (heures : minutes)</b>	81:51	85:21	63:38	57:54	53:28
<b>Nb. écrans</b>	1 574	1 550	1 492	1 525	1 361
<b>Nb. spots</b>	13 176	14 117	10 215	9 401	8 706
<b>France 3</b>	<b>87,5</b>	<b>89</b>	<b>67,8</b>	<b>58,4</b>	<b>53,4</b>
<b>durée (heures : minutes)</b>	87:48	88:57	67:45	58:23	53:22
<b>Nb. écrans</b>	1 838	1 775	1 690	1 702	1 674
<b>Nb. spots</b>	14 209	14 734	10 972	9 391	8 886

Source : Sécodip

Le tableau ci-dessus démontre que les évolutions soulignées pour l'ensemble de la journée, sont encore plus nettes sur la tranche 19-22 heures : la durée des écrans diminue respectivement de 35 % et 39 % sur France 2 et France 3 depuis le premier semestre 1999 et de 7,6 % et 8,6 % depuis le premier semestre 2000.

#### Evolution de la part de marché publicitaire de France 2, France 3 et La Cinquième

en %	1999	2000	Evol. 00/99	2000 1er sem.	2001 1er sem.	Evol. 01/00
<b>France 2</b>	16,1%	12,5%	-3,6	13,0%	11,3%	-1,7
<b>France 3</b>	10,4%	8,7%	-1,8	8,5%	8,1%	-0,4
<b>la 5ème</b>	0,5%	0,6%	0,1	0,6%	0,6%	0,1
<b>France Télévision</b>	27,0%	21,7%	-5,3	22,0%	20,0%	-2,0

Source Sécodip

Le tableau ci-dessus indique que c'est France 2 qui, avec une perte de part de marché de 1,7 %, paie le prix le plus élevé par suite des nouvelles contraintes publicitaires.

## 2. La place du secteur public sur le marché publicitaire

La publicité télévisée, qui absorbait en 1987 moins de 25 % des recettes publicitaires des grands médias, en mobilise aujourd'hui plus de 30 %, en dépit des multiples contraintes réglementaires.

	EN POURCENTAGE			Montants des recettes 2000 (en MF)
	1998	1999	2000 estim.	
Presse (1)	50,7	51,1	50,4	33 482
Télévision (2)	29,5	29,3	30,1	19 980
Publicité extérieure (3)	12,3	11,9	11,6	7 700
Radio	6,9	7	7,1	4 693
Cinéma	0,6	0,7	0,8	530
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>66 385</b>

Source IREP

(1) y.c. petites annonces (2) y.c. chaînes thématiques (3) affichage sous toutes ses formes

La part du marché publicitaire de la télévision occupée par France Télévision en 2000, ne s'est montée qu'à 23,3 % contre 53 % pour TF1 et 21,1 % pour M6, alors qu'elle était de 31,30 % en 1997. Mais c'était avant la diminution de la durée de la publicité...

	1996	1997	1998	1999	2000	Evolution
TF1	6 908	7 167	7 507	8 273	9 734	17,66
M6	1 987	2 180	2 468	2 901	3 583	23,51
Canal Plus	407	440	500	558	663	18,82
<b>Total Ch privées</b>	<b>9 302</b>	<b>9 787</b>	<b>10 475</b>	<b>11 732</b>	<b>13 980</b>	<b>19,16</b>
Total chaînes publiques	3 962	4 469	4 585	4 459	4 258	-4,51
Total Tv hertziennes	13 264	14 256	15 060	16 191	18 237	12,64
Part Chaînes publiques	29,90%	31,30%	30,40%	27,50%	23,30%	

Source – bilans du CSA

Le tableau ci-dessus montre que les chaînes privées ont, avec des taux de croissance en 2000 de 17,66 % pour TFI et de 23,51 % pour M6, su profiter à la fois de l'excellente conjoncture et de la diminution de la durée des écrans.

Toutefois, l'effet « Loft Story » ne semble pas avoir eu selon les analyses de France Télévision d'effet durable sur le marché publicitaire, comme le montre le tableau ci-après.

	TF1	FTV	M6	TOTAL
<b>avant : 1er janvier - 25 avril</b>				
ca brut en millions d'€	784,6	302,6	317,1	1 443,9
( millions de FF )	5 146,3	1 985,2	2 080,0	9 471,1
pdm	54,3%	21,0%	<b>22,0%</b>	100,0%
<b>Loft Story : 26 avril - 5 juillet</b>				
ca brut en millions d'€	476,9	157,9	223,0	880,1
( millions de FF )	3 128,3	1 035,9	1 462,6	5 773,3
pdm	54,2%	17,9%	<b>25,3%</b>	100,0%
<b>après : 6 juillet - 5 août</b>				
ca brut en millions d' €	129,0	41,0	50,3	223,5
( millions de FF )	846,4	268,8	330,1	1 466,2
pdm	57,7%	18,3%	<b>22,5%</b>	100,0%
<b>total</b>				
ca brut en millions d'€	1 390,5	501,5	590,4	2 547,5
( millions de FF )	9 121,0	3 289,9	3 872,6	16 710,7
pdm	54,6%	19,7%	<b>23,2%</b>	100,0%

Source Sécodip

Le tableau permet de remarquer que France télévision a plus pâti de l'effet « Loft Story », puisque la part de marché – brut Secodip – a baissé pour passer en dessous de la barre des 18 %, ce qui est un point bas historique.

### 3. L'évolution de l'audience de France télévision

En principe, à règles du jeu constantes, les recettes publicitaires dépendent de l'audience. De ce point de vue, les données récentes relatives à l'audience de France Télévision, font apparaître un certain tassement, même si les derniers chiffres connus semblent marquer une amélioration.

#### Evolution de la part d'audience de France, France 3 et La Cinquième - ensemble journée

en %	1999	2000	Evol 00/99	2000 1er sem.	2001 1er sem.	Evol 01/00
<b>France 2</b>						
PDA Emission (4 ans+)	23,4%	23,9%	+0,5 pt	23,9%	22,5%	-1,4 pt
PDA Emission (mén<50)	20,5%	20,6%	+0,1 pt	20,3%	19,4%	-0,9 pt
<b>France 3</b>						
PDA Emission (4 ans+)	17,1%	18,1%	+1,0 pt	17,8%	18,4%	+0,6 pt
PDA Emission (mén<50)	12,7%	13,6%	+0,9 pt	13,1%	13,8%	+0,7 pt
<b>la 5ème</b>						
PDA Emission (4 ans+)	2,0%	1,9%	-0,1 pt	1,9%	2,0%	+0,1 pt
PDA Emission (mén<50)	1,7%	1,6%	-0,1 pt	1,5%	1,6%	+0,1 pt
<b>France Télévision</b>						
PDA Emission (4 ans+)	42,5%	43,9%	+1,4 pt	43,6%	42,9%	-0,7 pt
PDA Emission (mén<50)	34,9%	35,8%	+0,9 pt	34,9%	34,8%	-0,1 pt

Source Médiamétrie - données agrégées - base TV nationales hertziennes

France 2 est tombée de 20,6 % en janvier 2001 à 20 % de part de marché en août dernier. Mais il faut relever quelques signes encourageants avec les bonnes performances du journal du soir qui a atteint 24,6 % d'audience en septembre, suite au choix d'un nouveau présentateur du soir, alors qu'elle plafonnait à 22 % entre janvier et juin 2001. En revanche, France 3 aurait connu, semble-t-il, quelques déboires le jour du 11 septembre, faute d'avoir suivi les événements de New-York en direct.

### ***C. LES RÉSULTATS FINANCIERS***

Tandis que la situation des sociétés du groupe France télévision s'améliore sensiblement tout comme celle de RFI, en revanche on peut avoir quelques inquiétudes en ce qui concerne RFO.

Les dérapages en matière de coût des grilles que l'on a remarqués dans un certain nombre de sociétés, sont, à certains égards, la conséquence de la priorité accordée par le présent gouvernement aux programmes, qui avec presque 40 M€ absorbent 42,25 % des **93,4 M € de mesures nouvelles prévues au titres du budget pour 2002**.

Ainsi, il faut souligner que de 1998 à 2001, les budgets de programmes de France télévision et d'Arte ont cru de 5 % en moyenne sur l'ensemble de la période.

#### **1. Les sociétés du groupe France télévision**

L'année 2000 a été marquée par le changement d'actionnaires des trois chaînes nationales, qui ont vu France télévision se substituer à l'État dans leur capital. La réorganisation du groupe a conduit les trois chaînes à transférer la quasi totalité de leurs participations à leur société mère, dans le cadre d'un arrêté du 29 décembre 2000.

Par rapport à 1999, le nouveau groupe peut faire état de bons résultats financiers : Avec 13,8 Mds de francs, le chiffre d'affaires du nouvel ensemble est en croissance de plus de 10 %, tandis que les résultats nets consolidés se sont montés à 255 MF, faisant apparaître une croissance de 219 %.

Ces bons résultats sont la résultante de l'amélioration de la situation des trois composantes d'un groupe dont les **effectifs** sont de **6.278 personnes**.

*a) France 2*

Le résultat net comptable fait apparaître un **bénéfice de + 61,3 MF** à comparer aux quelque -249,9 MF de déficit de l'exercice 1999, qui a succédé aux faibles excédents de 3,7 et 58,5 MF enregistrés en 1998 et 1997. Ce résultat est d'autant plus remarquable qu'il intègre, en raison du **changement du mode comptabilisation des amortissements dérogatoires**, une charge de -181,3 MF.

Le résultat d'exploitation s'établit à 206,8 MF, niveau retraçant le relativement bon comportement du groupe en matière de recettes publicitaires.

On peut toutefois noter les points suivants plus préoccupants :

- **les effectifs moyens permanents continuent d'augmenter :**  
+ 209 emplois depuis 1997 pour un effectif total fin 1999 de 1 541, 1 582 fin 2000, ce qui marque la poursuite de la tendance à l'alourdissement des charges de personnels par suite, notamment, de la réduction du temps de travail ;
- le **coût de la grille** reprend sa progression avec une croissance de + 9 %, notamment par suite de l'inflation des droits sportifs, ce qui ne laisse pas d'inquiéter si la tendance se confirmait.

*b) France 3*

En 2000, le **résultat d'exploitation** reste **négatif** avec **-36,3 MF** contre -152,9 MF en 1999, amélioration relative qui tient à la bonne tenue des recettes publicitaires de la chaîne.

**La situation financière fait apparaître un résultat positif avec un excédent de 23,8 MF** à comparer au 32,1 MF dégagés l'année précédente.

Comme pour France 2, on relève une **nette croissance du coût de la grille**, qui, avec 4,1 MdsF est en croissance de 4,9 %, par suite des frais de retransmissions sportives. Il faut noter que, dans les 193,5 MdsF d'augmentation globale, le coût des grilles régionales compte pour 134 MF à rapporter à un montant global de 1,8 MdsF. France 3 paye ainsi les conséquences des accords passés à la suite des mouvements sociaux de 1999, qui se sont traduits par de nouveaux objectifs de diffusion, ainsi que par l'augmentation des frais de personnels liés à la réduction du temps de travail, à l'accord sur les intermittents techniques et à la poursuite du rattrapage salarial vis à vis de France 2.

*c) La cinquième*

La chaîne, qui a dû restructurer ses services après l'abandon du processus de fusion avec Arte et solder les litiges l'opposant à ses prestataires pour la Banque de programme et de services, a vu ses comptes rester positifs : le **résultat d'exploitation** s'établit à **+ 26,7 MF en 2000**. Ces résultats méritent les commentaires suivants :

- Avec 441,3 MF, **le coût de la grille est en nette progression de +4,8 %** ;
- **Les dépenses de personnel paraissent maîtrisées**, mais on remarque que ce résultat est obtenu malgré une augmentation de plus de 20 unités des effectifs qui passent de 173 à 194.

**2. Les autres organismes de l'audiovisuel public**

A l'exception de RFO et de la SFP que votre rapporteur spécial évoquera « pour mémoire », les organismes de l'audiovisuel public dégagent des résultats positifs.

*a) L'Institut national de l'audiovisuel*

Au delà du **résultat comptable positif de 7,8 MF contre 5,2 MF l'année dernière**, il faut noter que cet organisme qui est le seul organisme de l'audiovisuel public à avoir signé un contrat d'objectifs et de moyens, peut faire état d'évolutions positives :

- La maîtrise des charges d'exploitation stabilisées au niveau de 621,5 MF.
- La bonne tenue des ressources propres qui se situent à un niveau supérieur de 20MF à celui fixé dans le contrat d'objectifs et de moyens et à 2,7 MF au dessus de la performance réalisée en 1999.
- La poursuite de la régression des effectifs qui passent de 1064 à 1026 de 199 à 2000.

*b) ARTE-France*

Le **résultat budgétaire** est positif avec **+2,6 MF** en 2000 contre 2,1 MF en 1999. Il en est de même du résultat comptable qui s'établit à 6,1 MF contre 11,3 MF l'année précédente.

On note les points suivants :

- Le souhait d'Arte d'abandonner sa participation dans la chaîne musicale Mezzo et, corrélativement, de ne pas souscrire à la prochaine avance en compte courant, dont la chaîne thématique a besoin en raison de sa mauvaise santé financière ;
- La poursuite de la **diminution des charges de personnel de 3,7MF** en dépit de l'augmentation de 20 unités de l'effectif moyen pondéré de la chaîne, dû à des décalages d'embauches, dont les effets se feront sentir sur les comptes de 2001

### *c) Radio France*

Le **résultat comptable** s'établit à **+1,7 MF** contre -39 MF en 1999 ; ce rétablissement tient, pour une part, à la **diminution des dotations pour provisions**, que la société avait dû constituer pour la poursuite de son plan de modernisation.

En revanche, le résultat d'exploitation reste déficitaire avec -30,5 MF contre -73,7 MF en 1999. Il faut souligner à cet égard que les **dérapages en matière de dépenses de personnel**, déjà remarqués, l'année dernière, continuent : ces dépenses ont augmenté de 119,1 MF, ce qui marque une accélération de leur croissance qui atteint +7,5 % contre +4,4 % l'année précédente. Cette évolution, plutôt préoccupante, se retrouve lorsque l'on considère les effectifs, qui augmentent de 333 unités pour atteindre 3.571 personnes.

### *d) RFO Réseau France Outre-mer*

La société a dégagé un **déficit comptable de 41,58 MF** très voisin de celui de 45,9 MF, constaté en 1999. On note les éléments suivants :

- Par rapport à l'exécution 1999, les **charges de personnel** progressent de 61 MF, faisant apparaître une croissance de **+8,2 %**, évolution qui reflète l'augmentation de 35 unités des effectifs entre 199 et 2000 ;
- L'augmentation de certains postes de charges, diffusion TDF et satellite, provisions pour congés payés,
- La dégradation de la situation financière qui, par suite de l'accumulation des déficits, se traduit par un **solde de trésorerie** qui passe de -21,7 MF à **-112,6 MF**.

*e) RFI Radio France Internationale*

**L'excédent comptable** se monte en 1999 à **+36,5 MF en 2000 contre +0,3 MF** en 1999 et un déficit de 8,4 MF en 1998, ce qui traduit l'amélioration continue de la situation de la société.

On peut noter que les moyens supplémentaires alloués dans le cadre de la loi de finances rectificative pour 37,9 MF et par redéploiement interne au ministère des Affaires étrangères pour 4,5MF, ont été reportés sur l'exercice 2001 et affectés à des charges de personnels liées notamment à la réduction du temps de travail. Ces ressources ainsi dégagées, ont permis le financement de la première tranche de la licence de diffusion depuis Chypre des programmes de RMC-MO.

*f) Société française de production*

P.m., votre rapporteur ne peut pas ne pas évoquer, au moment où le rideau tombe, la triste histoire de la Société Française de production, qui apparaît rétrospectivement la victime de l'aveuglement des acteurs de cette tragédie humaine, commerciale et financière annoncée.

Illusion des concepteurs qui ont cru que ce mastodonte issu de l'ex-ORTF, pourrait s'adapter et ne serait pas victime des tentations d'indépendance, que celles-ci aient pris la forme de sous-traitance à des sociétés privées ou du rapatriement de certaines productions en interne ; illusion encore des personnels qui, fiers de leur savoir-faire, n'ont pas vu que le marché de la production audiovisuelle leur échappait ; aveuglement enfin des gouvernements qui ont injecté des sommes considérables dans une entreprise qui ne voulait ou ne pouvait pas s'adapter aux nouvelles formes de concurrence.

Après plusieurs tentatives avortées, le Gouvernement est enfin parvenu à privatiser ce qui reste d'une société qui après avoir compté plus de 3000 personnes à sa création et encore près de 1500 employés en 1991, en a à peine 580 aujourd'hui. Le 8 octobre dernier, la décision a été prise : le gouvernement a choisi d'attribuer pour 30 MF la Société française de production (SFP) à Euromédia, et à M. Vincent Bolloré, au détriment du projet de Roland Fiszal, PDG de l'entreprise.

Pour ce dernier, la SFP valait au moins 450 MF (68,60 M€) dans la mesure où elle détient un certain nombre d'actifs dont la valeur pourrait être non négligeable : les studios de Bry-sur-Marne (120 MF, 18,29 M €), les studios de Boulogne (80 MF, 12,20 M€), le site des Essarts-le-Roi (15 MF, 2,29 M€), le catalogue des productions audiovisuelles (15 MF, 2,29 M€), ou encore les matériels techniques - cars, régies mobiles, caméras - (60 MF, 9,15 M€), et une trésorerie nette de 160 MF (24,39 M€). La privatisation de cette

société très déficitaire, s'accompagnera d'un plan social qui devrait coûter au minimum 48 M€ à l'État et 4,57 M€ à Euromédia.

En vingt-sept ans, la SFP a perdu 2 870 salariés, reçu **plus de 4,5 milliards de francs (0,69 mds€) d'aides diverses**, tandis qu'elle perd 10 MF de francs par mois. Ces évolutions sont retracées depuis 10 ans dans les tableaux ci-dessous.

**la Société française de production**

Année	Effectifs globaux	dont DAI et congés de conversion
1991	1 427	
1992	1 383	
1993	1 177	
1994	1 096	
1995	1 035	
1996	1 001	
1997	979	
1998	712	269
1999	629	193
2000	579	145

**Relevé des concours publics consentis à la SFP**

*en millions de francs*

Année	Euros					Francs					Année d'incorporation des créances au capital
	Etat	France 2	France 3	La Sept	Total	Etat	France 2	France 3	La Sept	Total	
1987	36,6	0,0	0,0	0,0	36,6	240,0				240,0	1990
1988	12,8	0,0	0,0	0,0	12,8	84,0				84,0	1990
1989	0,0	18,7	3,4	3,4	22,1		122,7	22,3		145,0	1990
1990	45,6	0,0	0,0	0,0	45,6	299,0				299,0	1990
1991	74,9	0,0	0,0	0,0	74,9	491,0				491,0	1995
1992	0,0	0,0	7,6	2,6	10,2			50,0	17,0	67,0	1995
1993	40,4	0,0	12,1	16,6	69,1	265,0		79,4	108,6	453,0	1995
1994	61,0	0,0	0,0	0,0	61,0	400,0				400,0	1995
1996	91,5	0,0	0,0	0,0	91,5	600,0				600,0	1998
1997	1,8	0,0	0,0	0,0	1,8	12,0				12,0	1998
1998	129,6	0,0	0,0	0,0	129,6	850,0				850,0	1998
<b>Total</b>	<b>494,1</b>	<b>18,7</b>	<b>23,1</b>	<b>19,1</b>	<b>555,1</b>	<b>3 241,0</b>	<b>122,7</b>	<b>151,7</b>	<b>125,6</b>	<b>3 641,0</b>	

(a) frais financiers sur avance d'urgence du 30 décembre 1996 de 350 MF

(b) montant net (versement de 2.150 MF, remboursement de 1.300 MF)

Les deux repreneurs Le groupe Bolloré et Euromédia ont fondé une structure commune, SFP holding qui détiendra la société de production. SFP holding sera détenue à 70 % par Euromédia et 30 % par Vincent Bolloré. Celui-ci a pris également 20 % d'Euromédia.

S'agit-il d'une opération financière ou la reprise s'inscrit-elle dans le cadre d'un projet industriel ? M.Vincent Bolloré, a réussi au moyen d'un investissement limité de quelque 20 MF, à mettre un pied dans le secteur audiovisuel, après les fructueux échecs des opérations Bouygues et Pathé. Ce qui est certain, c'est que, sans doute dans la perspective de l'arrivée du numérique de terre, on voit arriver un nouveau joueur de poids dans le secteur de la communication.

## II. L'ÉVOLUTION DU PAYSAGE AUDIOVISUEL

Votre rapporteur spécial a choisi dans cette partie de développer deux dossiers d'actualité : la situation des chaînes numériques du secteur public face aux opérateurs de bouquets ; l'audiovisuel extérieur, qui pourrait ne pas trouver de véritable cohérence, en dépit de la réforme récente du fonctionnement de TV 5.

### *A. LE SECTEUR PUBLIC FACE À LA CONCURRENCE EN MODE NUMÉRIQUE*

La saisine par le ministère des finances de la direction de la concurrence en ce qui concerne la commercialisation du numérique terrestre met opportunément l'accent sur les problèmes de concurrence dans le domaine audiovisuel et sur l'arbitrage délicat qu'il convient de trouver entre le maintien de la compétition et la nécessité de garantir aux opérateurs la rentabilité de leurs investissements, faute de quoi le marché ne pourra se développer.

Votre rapporteur spécial voudrait, sans prendre définitivement position sur le fond, attirer l'attention sur le risque de mise à l'écart, voire de marginalisation, que court le secteur public sur le câble et le satellite.

Ce risque constitue d'ailleurs une des raisons essentielles pour lesquelles il faut que l'on aide le secteur public à se faire une place dominante en matière de numérique terrestre.

#### **1. Le secteur public victime de pratiques discriminatoires ?**

Ce n'est pas le moindre des paradoxes que de constater que les chaînes de service public hier considérées comme des atouts pour la commercialisation des bouquets satellites, pourraient, dans une certaine mesure du moins, faire les frais des impératifs commerciaux des opérateurs.

On se souvient que Canal + avait estimé anormal que TPS ait le monopole des chaînes de service public et n'a eu de cesse que d'y avoir lui aussi accès. Par ailleurs, si TPS s'est longtemps prévalu de ses liens avec France Télévision pour résister aux prétentions de son rival, il semble qu'aujourd'hui, ce bouquet soit moins enclin à développer l'offre de chaînes de service public que celles dont il est actionnaire. Ce n'est pas le poids relativement faible de France Télévision au sein du capital du bouquet qui peut faire évoluer cette situation.

Tout se passe comme si les opérateurs de bouquet avaient tendance à privilégier les chaînes dont ils sont éditeurs, c'est-à-dire les chaînes dépendantes, au détriment des autres tant en termes de numérotation que de rémunérations.

Sur le plan commercial, la numérotation est un enjeu essentiel. Sachant que nombre de téléspectateurs ne savent pas composer directement un numéro de chaîne à deux chiffres sur leur télécommande, il est essentiel pour une chaîne d'avoir un numéro de 1 à 9, sous peine d'être relégué dans les profondeurs du guide des programmes.

En outre, car il y a des degrés au niveau de l'« exil », à l'intérieur des groupes constitués par les dizaines thématiques, les chaînes dépendant de l'opérateur de bouquets sont systématiquement mieux traitées que les autres.

En termes de rémunérations, la discrimination est encore plus flagrante. Les chaînes indépendantes sont soit non rémunérées soit obligées de payer pour accéder au réseau.

Votre rapporteur spécial a été informé par exemple de ce que la chaîne Mezzo a vu sa rémunération par auditeur passer de 2,5 francs en mars 1998 à 1,5 franc en mars 2000 pour être finalement rémunérée sous la forme d'un forfait annuel encore moins intéressant pour ses auditeurs.

S'agit-il d'une discrimination abusive ou de la traduction commerciale de la faible audience de la chaîne ? Votre rapporteur spécial estime que la situation devrait être analysée par le Conseil supérieur de l'audiovisuel avec le Conseil de la concurrence.

D'une façon générale, la situation des chaînes publiques apparaît délicate tant sur le plan du câble que du satellite. En effet, en dépit des obligations légales de transport, le « must carry », le fait que le secteur public ne soit pas opérateur exécutif, le conduit à avoir ses chaînes non historiques reléguées et soumises aux impératifs commerciaux de ses concurrents : c'est ainsi que la Cinquième vient d'être dénumérotée pour laisser la place à une chaîne dépendante.

## **2. Comment garantir l'accès au câble et au satellite des éditeurs indépendants**

Il faut rappeler que la loi du 30 septembre 1986 modifiée par la loi du 1<sup>er</sup> août 2000 prévoit un must carry des chaînes publiques diffusées en analogique mais pas pour celles diffusées en mode numérique.

L'article 46 de la loi du 1<sup>er</sup> août 2000 dispose toutefois que le Gouvernement transmet au Parlement à l'issue d'un délai de trois ans après

l'entrée en vigueur de la présente loi, un bilan du passage à la diffusion hertzienne terrestre numérique. Ce bilan présente des propositions portant notamment sur les conditions d'extension éventuelles du dispositif prévu à l'article 34-3 et répondant à des missions de service public.

D'un côté, on peut considérer que l'attitude des opérateurs privés est légitime dès lors que les chaînes publiques diffusées en numérique ne présentent pas le même caractère de service public que l'offre de base analogique ; de l'autre, on peut estimer que, notamment lorsqu'il s'agit de chaînes à caractère culturel ou d'information, les nouvelles chaînes sont le prolongement du service public et doivent à la fois bénéficier d'un traitement privilégié et être protégées de comportements commerciaux discriminatoires.

Il y a là un débat que votre rapporteur spécial souhaitait ouvrir sans pour autant prendre position sur le fond. Il note toutefois que le maintien en bonne place de chaînes thématiques du service public serait sans doute indispensable dans le cas où l'on assisterait à la fusion des deux bouquets Canal Satellites et TPS.

Surtout dans cette hypothèse, il conviendrait de fixer à un niveau assez élevé les quotas de chaînes indépendantes, ainsi que la fixation d'un mode de rémunération identique pour toutes les chaînes de même nature, garantissant que les opérateurs du satellite ou du câble ne favorisent pas abusivement au détriment notamment des chaînes de service public, les chaînes qu'ils éditent ou dont ils sont actionnaires.

## ***B. AUDIOVISUEL EXTÉRIEUR : UNE DISPERSION DES MOYENS ?***

Dans un contexte de globalisation rapide du marché audiovisuel mondial, d'explosion de l'offre - et de la demande - d'images liée à la compression numérique, le gouvernement a décidé en 1998, d'accentuer ses efforts en faveur de l'action audiovisuelle extérieure. La démultiplication de l'offre et la globalisation du marché ne sont pas spontanément des facteurs de diversité. Pour préserver les conditions de cette diversité, il faut mobiliser des moyens importants.

L'état des lieux qui va suivre ne convainc pas votre rapporteur spécial de la parfaite cohérence des moyens déployés pour assurer une présence audiovisuelle extérieure française significative

### **1. Priorité à la culture et aux produits culturels français**

Le fondement de la stratégie est moins d'exporter la langue que la culture et l'esprit français : dans tous les pays du monde, l'immense majorité

des habitants regardent et écoutent des médias s'exprimant dans leur propre langue. De ce fait, l'exposition régulière de films et de programmes télévisés français doublés ou sous-titrés sur les télévisions nationales, ou le succès au hit parade local d'un artiste français, bénéficient bien davantage au rayonnement culturel et à l'image de modernité de la France que la diffusion d'une chaîne en langue française, accessible à une frange limitée de la population locale, et par nature moins adaptée aux goûts locaux.

**RÉCAPITULATION DES MOYENS DE L'ACTION AUDIOVISUELLE  
EXTÉRIEURE**

BENEFICIAIRE	1997	1998	1999	2000	2001		PLF 2002
					LFI	exécution	
<u>RFI</u> <u>RMC-Moyen-Orient</u> <u>Radio Paris Lisbonne</u> <sup>(1)</sup>	715,6 34,0 2,0	746,6 28,0 2,0	721,9 29,3 2,5	737,4 28,0 -	763,0 28,0 -	763,0 36,0 -	812,0 28,0 -
<u>Medi 1</u> <u>Radio Paris Oslo</u> <sup>(2)</sup>	7,5 1,3	7,6 1,3	8,0 -	7,0 -	7,0 -	7,0 -	7,0 -
<u>TV5</u>	232,4	273,5	349,4	367,5	377,5	386,5	410,9
<u>CFI</u>	169,6	155,9	153,0	147,7 <sup>(3)</sup>	147,7	147,7	147,7
<u>France Télévision</u>	18,8	33,0 <sup>(4)</sup>	13,3	6,3	6,3	6,3	6,3
<u>Diffusion TV Maghreb</u>	-	-	-	13,0	13,0	-	-
<u>Bouquets satellitaires</u>	37,0	40,1	61,0	70,1	68,1	67,9	67,9
<u>Portinvest (Le Sat)</u>	10,2	12,8	20,3 <sup>(5)</sup>	12,8	12,8	10,8	10,8
<u>Euronews</u> <sup>(6)</sup>	24,1	21,4	21,4	21,0	21,0	21,0	21,0
<u>Aides à l'exportation</u>	6,3	9,8	18,3	22,0	24,0	24,0	26,0
TOTAL	1 258,8	1 332,0	1 398,3	1 432,8	1 468,4	1 468,2	1 537,6

<sup>1</sup> dotation intégrée à celle de RFI à partir de 2000

<sup>2</sup> financée sur le chapitre 42-11 à partir de 1999

<sup>3</sup> dont 13,3 MF versés à la Sofirad pour recapitalisation de sa filiale

<sup>4</sup> dont 13,7 MF de droits Tunisie (rattrapage 1993-1997)

<sup>5</sup> dont 5 MF versés à CFI pour recapitalisation de sa future filiale

<sup>6</sup> dont 17 MF versés par les actionnaires France 2 et France 3

*a) La recherche de coopération avec le secteur privé en matière de satellite*

Par ailleurs, le développement international des grandes entreprises audiovisuelles ou multimédias participent de la présence culturelle française à travers le monde : la création de marques mondialement connues, l'exportation de concepts de chaînes ou de formats de programmes, la prise de participation dans des réseaux de distribution locaux sont en effet des enjeux aussi importants que la présence directe de nos programmes, et en sont généralement la préfiguration. Sur des marchés encore émergents, les risques sont élevés, même pour des groupes privés puissants, et les candidats restent trop peu nombreux. Pour les encourager, l'intervention des pouvoirs publics a pris depuis 1998 la forme d'un soutien financier aux chaînes de télévision présentes dans des bouquets satellitaires diffusés à l'étranger.

Le ministère des affaires étrangères qui est maître d'œuvre de la politique audiovisuelle extérieure, a fait le choix d'un partenariat avec le secteur privé. Il estime qu'une telle stratégie représente pour l'État une économie très substantielle, dans la mesure où la plus grande partie du risque et des coûts pèse sur les entreprises, l'État ne couvrant par son aide qu'une part marginale, mais décisive pour les opérateurs, des déficits encourus.

L'État s'est efforcé de garantir un maximum d'objectivité, dans le cadre d'une processus de sélection de prendre à sa charge une partie des frais de diffusion ou de «localisation» (doublage, sous-titrage) de certaines chaînes françaises désireuses de conquérir une audience internationale, à charge pour les entreprises intéressées d'acquérir les droits de diffusion. Dans ce cadre, une action d'incitation financière, s'inscrivant dans la durée pour permettre le développement de projets à moyen terme, a été mise en place à partir de 1999 sur le budget du ministère des Affaires étrangères (chapitre 42.14). Les lois de finances 2000, 2001 et 2002 ont reconduit la ligne «appui aux bouquets satellitaires», support budgétaire de cette politique.

Ces aides financières directes ont permis d'aider pour leurs activités à l'international les diffuseurs suivants : Canal+ Horizons, filiale de Canal+ (Afrique, bassin méditerranéen, Océan indien) ; les chaînes musicales MCM et Muzzik (Europe, Maghreb, Asie, Amérique latine); certaines chaînes de la société Multithématiques (Planète, Seasons, Ciné Classics, Ciné Cinémas) pour leur diffusion en Pologne, Allemagne, Espagne, et Italie ; l'opérateur de bouquets Média Overseas pour l'internationalisation des bouquets Canal Satellite dans les Caraïbes, dans l'Océan indien, dans le Pacifique ; le bouquet TPS pour encourager la diffusion élargie de certaines chaînes dans la zone Maghreb, Proche-Orient, Europe centrale et orientale ; Canal+Polska et ses chaînes thématiques Minimax et AleKino en Pologne et en Hongrie et enfin, le lancement de déclinaisons internationales de Paris Première et de Canal J/Tiji.

**APPELS A PROJETS : CHAINES CANDIDATES ET RETENUES**

	1998	1999	2000	2001
Dossiers présentés	<p>AB Sat (Zik) Canal+ Horizons Festival Havas Overseas histoire MCMI Muzzik Planète Pologne Voyage</p>	<p>AB Sat (Moteurs) Canal J Canal+ Horizons Canal+ Polska Comédie Demain! Euronews Eurosport Fashion TV Festival Game One MCM Africa MCMI Média Overseas Multithématiques Muzzik Paris Première Télétoon TLI TPS</p>	<p>AB Sat (Moteurs) Beur TV Canal+ Hongrie Canal+ Horizons Canal J/Tiji Canal+ Polska Fashion TV Game One histoire KTO MCMI Média Overseas Muzzik Multithématiques Multithématiques (Amérique latine) Paris Première TPS</p>	<p>Berbère Radio TV Canal+ Horizons Canal J/Tiji Eurochannel Fashion TV Festival France 2 La Cinquième MCM Média Overseas Muzzik Multithématiques Paris Première RFO Sat Santé Vie</p>
Dossiers retenus	<p>Canal+ Horizons MCMI Muzzik Planète Pologne</p>	<p>Canal+ Horizons Canal+ Polska MCMI Média Overseas Multithématiques Muzzik Paris Première TPS</p>	<p>Canal+ Hongrie Canal+ Horizons Canal+ Polska CanalJ/Tiji MCMI Multithématiques Muzzik Paris Première TPS</p>	<p>à l'étude</p>

S'agissant d'une politique qui ne peut s'inscrire que dans la durée, le ministre des Affaires étrangères a pris l'engagement politique d'inscrire ce soutien public dans une certaine durée, sans préjudice du respect des règles de l'annualité budgétaire. Cet engagement est cependant assorti de deux principes, qui guident les décisions du ministère quant aux montants accordés :

- le soutien est dégressif, pour un périmètre d'action donné ;

- le soutien accordé doit jouer un rôle déterminant dans la décision de l'opérateur considéré, qu'il s'agisse de lancer un nouveau projet, de poursuivre une expérience qui reste déficitaire, ou dans celle de proposer une programmation à contenu français significatif, qui n'est pas nécessairement la plus facile à imposer sur un marché étranger.

Sur ce dernier point, les différents dossiers retenus depuis 1999<sup>1</sup> présentent des profils divers, liés à la taille des entreprises considérées et à l'ampleur du risque afférent à leurs projets. Trois cas de figure peuvent être ainsi distingués :

- des projets qui n'auraient pas vu le jour sans l'impulsion publique : création de Paris Première International et de Tiji, extension des zones de diffusion de TPS et des bouquets Média Overseas ;

- des projets plus anciens, à fort impact culturel, qui sont extrêmement lourds et n'ont pas encore atteint la rentabilité, et qui, de ce fait, risquaient d'être remis en cause par leurs actionnaires : MCM International, Canal+ Horizons ;

- des projets lancés sans soutien public, mais qu'un tel soutien, pour marginal qu'il soit dans leur économie, permet d'orienter vers une programmation minimale de contenus français, qui n'aurait pas été spontanément aussi élevée : Canal+ Pologne, chaînes éditées par Multithématiques.

Depuis plusieurs années Arte et La Cinquième bénéficient d'une contribution publique (redevance) pour leur diffusion analogique en clair sur le satellite Hotbird 4. On note que pour la première fois en 2001, le groupe France Télévision a déposé un dossier de candidature, actuellement à l'étude.

### *b) Le cas particulier de l'Afrique subsaharienne*

En Afrique subsaharienne, où le marché de la télévision par satellite reste beaucoup moins développé que sur les autres continents, et compte tenu des fortes attentes du public et de la position privilégiée que la France se doit de préserver dans cette zone, les pouvoirs publics ont choisi une approche plus volontariste. A défaut de pouvoir inciter des chaînes françaises à rejoindre des bouquets régionaux qui n'existaient pas, il a été décidé de prendre l'initiative de constituer un bouquet satellitaire francophone, dont la gestion a été confiée à un opérateur subventionné à cet effet sur fonds publics.

Ce bouquet, dénommé «Le Sat» (Satellite Afrique Télévision), est géré depuis fin 1997 par Portinvest, filiale de la Sofirad, puis du fait de la disparition programmée de cette dernière, filiale de CFI depuis juin 2000. Le Sat bénéficie depuis sa création d'une subvention publique couvrant le coût de location d'un transpondeur numérisé sur le satellite Intelsat, les recettes d'abonnement, défalquées des reversements aux chaînes, devant couvrir en principe l'ensemble des autres dépenses de Portinvest.

---

<sup>1</sup> On trouvera en annexe la liste des chaînes candidates et retenues, année par année.

Le Sat propose actuellement CFI-TV, TV5-Afrique, Canal+ Horizons, MCM Africa, Planète, Mangas, Euronews, RTL9, Tiji et Festival, ainsi que plusieurs chaînes de radio. Il touche environ 75 000 foyers le recevant par réseaux MMDS, câble, ou en réception directe et connaît une progression régulière, accentuée depuis sa reprise par CFI.

Les négociations menées actuellement avec les ayants-droit concernés laissent espérer l'intégration prochaine de France 2 et de Arte/La Cinquième au bouquet, ce qui permettrait à ce bouquet de mieux faire face à son concurrent Sud africain Multichoice.

Par ailleurs, souhaitant redéfinir sa stratégie sur le continent africain en raison des pertes importantes subies par Canal+ Horizons, le groupe Canal+ a informé le ministère des Affaires étrangères de son intention de lancer une offre commerciale numérique sur la zone à partir d'un satellite en bande KU (réception directe par petites antennes), sur le modèle qui réussit fort bien dans les DOM-TOM. Compte tenu de cet élément nouveau, une réorganisation du dispositif public, visant à optimiser la présence audiovisuelle française dans la région, est envisagée et fait l'objet actuellement de discussions avec ce groupe privé.

Les opérateurs privés estiment que l'État devrait reconnaître officiellement l'exportation des images françaises comme une priorité de service public, financée intégralement sur fonds publics, pour les raisons suivantes :

- un retour sur investissement long et incertain, certains estimant même que la rentabilité de cette forme d'exportation est loin d'être acquise, y compris à terme : les opérateurs privés ont donc appelé les pouvoirs publics à ne pas interrompre les aides « au milieu du gué », alors même que plusieurs entreprises (Canal+, Lagardère, Médias Overseas, Paris Première, ....) ont fait le pari risqué de l'international, en intégrant pour certaines d'entre elles l'engagement moral de l'État à les accompagner sur plusieurs années ;

- la contrainte croissante que représente l'acquisition des droits de diffusion, qu'il s'agisse de son coût, de sa complexité, ou même, dans certains cas, de leur inaccessibilité quand les droits sur certains territoires ont déjà été cédés. A l'inverse, le coût du transport satellitaire a plutôt tendance à décroître, au moins relativement. De ce fait, les chaînes estiment aujourd'hui que le soutien accordé au seul transport satellitaire est trop limitatif et ne correspond pas à leurs besoins réels : une aide à l'acquisition des droits est désormais jugée indispensable.

Dans ce contexte, les moyens mis en œuvre restent modestes au regard des objectifs affichés. De ce point de vue, alors que l'importance des enjeux a été reconnue par tous, le choix d'un partenariat avec le secteur privé représente pour l'État une économie très substantielle, dans la mesure où la

plus grande partie du risque et des coûts pèse sur les entreprises, l'État ne couvrant par son aide qu'une part marginale, mais décisive pour les opérateurs, des déficits encourus.

En définitive, le ministère des Affaires étrangères, considérant que la période écoulée n'était pas suffisante pour tirer des conclusions définitives, a décidé de maintenir le système d'aide mis en place en 1998 et de poursuivre son action de persuasion auprès des opérateurs français. Un nouvel appel à projets a donc été lancé pour l'année 2001 dans des conditions globalement analogues aux années antérieures. Les dossiers des opérateurs candidats sont actuellement à l'étude.

*c) La volonté d'assurer une présence audiovisuelle en langue française*

La France a l'ambition d'assurer, a minima, la présence d'une chaîne de télévision (TV5) et de radio (RFI) partout dans le monde, d'un accès le plus facile et le moins coûteux possible pour le public. Mais, sans doute parce que le ministère considérait qu'il avait quelque retard à rattraper, il est clair que la télévision a été privilégiée au détriment de la radio.

TV5 bénéficie ainsi depuis quatre ans d'un effort budgétaire soutenu du ministère des Affaires étrangères (+ 78% entre 1998 et 2002), qui lui a permis de moderniser son antenne début 1999, avec pour conséquence une certaine progression de l'audience dans toutes les zones sous responsabilité du pôle parisien de la chaîne. Parallèlement, se fondant sur ces résultats positifs, la France s'est efforcée depuis deux ans de regrouper à Paris une direction mondiale unique pour mettre un terme aux lourdeurs et au manque d'efficacité de la gestion bipolaire (Paris-Montréal) antérieure. La création de TV5 Monde en juin 2001 est l'aboutissement de ces efforts et doit permettre à la France d'exercer à l'avenir une responsabilité élargie, à la hauteur des moyens investis, sur la chaîne francophone.

Pour sa part, RFI poursuit, dans un contexte budgétaire peu favorable, la mise en oeuvre des priorités définies en 1996 : recherche d'alternatives à l'onde courte (FM, internet), numérisation de la production et de la diffusion, adaptation des émissions en langues étrangères. Au total, l'effort de développement des dernières années permet à RFI d'aborder l'an 2001 fort d'un réseau de 81 relais FM ou AM en propre, 200 accords de reprise par des radios partenaires à l'étranger et 20 locations satellitaires lui permettant de couvrir l'ensemble de la planète. On notera que la licence d'émission en ondes moyennes à partir de Chypre de RMC Moyen-Orient, filiale arabophone de RFI, vient d'être renouvelée pour 10 ans : cet investissement de 18 MF sur trois ans est essentiel dans le contexte géopolitique actuel.

En complément de TV5 et de RFI, et dans certains cas, quand la géographie l'impose, à leur place, cette mission de présence mondiale peut être remplie par d'autres opérateurs : CFI, qui, compte tenu de l'ampleur de la demande de programmes français en Afrique, a maintenu une chaîne grand public dans cette zone sous le nom de CFI-TV, chaîne tournée vers les jeunes urbains et qui rencontre un très grand succès ; RFO autour des DOM-TOM ; les chaînes nationales de Radio France, France Télévision ou Arte dans la zone de couverture des satellites européens.

## **2. Des chaînes françaises pourtant moins visibles que celles d'autres grands pays européens**

Au vu de son expérience personnelle, votre rapporteur spécial estime pourtant qu'en dépit de tous ces efforts, la France a moins de visibilité que certains autres pays, qu'il s'agisse de l'Angleterre, bien sûr mais aussi de l'Allemagne et même de l'Italie et de l'Espagne.

L'état des lieux des chaînes de télévision françaises disponibles à l'étranger (septembre 2001) se présente de la façon suivante :

### *a) Europe*

Le satellite Télécom 2C, qui diffuse en analogique clair l'ensemble des chaînes hertziennes nationales avec l'objectif de couvrir les zones d'ombre du territoire français, constitue *de facto*, de par sa zone de couverture assez large, un bouquet qui peut être facilement reçu par les particuliers en Europe occidentale et dont certaines chaînes sont reprises sur des réseaux câblés (TF1 au Danemark, M6 en Roumanie, et même l'ensemble des chaînes à Moscou). L'absence de droits hors France pour la reprise de ces chaînes, ajouté au fait que Télécom 2B ne diffuse que des chaînes en français et a donc un parc de réception relativement restreint, limite cependant le nombre de ces reprises, en comparaison notamment de celles des chaînes nationales italiennes (à partir de Hot Bird) ou allemandes (à partir d'Astra). D'où l'idée trop répandue que les chaînes allemandes et italiennes sont omniprésentes et les chaînes françaises invisibles... On notera au passage que les chaînes nationales britanniques et espagnoles (à l'exception de certaines chaînes régionales de second ordre) sont totalement inaccessibles en dehors de leur territoire, contrairement à une autre idée reçue. Notons cependant que tant la TVE que la BBC émettent en clair un programme spécialement fabriqué pour l'international, à l'image de TV5 : (TVE Internacional en clair, BBC World en clair et BBC Prime en crypté).

Sur les satellites Hot Bird (13° Est) qui couvrent l'Europe et le bassin méditerranéen sont présentes :

- en analogique clair : TV5-Europe, Arte (en français et en allemand) et La Cinquième (sur le même canal).

- en numérique crypté : MCM, Muzzik, Paris Première International, la chaîne pour enfants Tiji et Canal+ Horizons.

- en numérique clair: TV5-Europe, Arte en français et allemand Euronews (cette dernière en 6 versions dont le français), Fashion TV, Liberty Tv et Atlas Tv et une vingtaine de radios en clair.

Sur les satellites Astra (19,2° Est) sur l'Europe sont présentes :

- en analogique clair Arte en allemand à destination de l'Allemagne et des pays de l'Est ;

- en numérique clair : Euronews, Arte, La Cinquième, TV5 France/Belgique/Suisse, TV 5-Europe, Fashion TV, La chaîne Parlementaire, Moteurs, Motors Tv , Zik, KTO, Liberty Tv.com, Wishline, Atlas TV, Home shopping Europe ainsi que une quarantaine de radios françaises.

Certaines de ces chaînes participent par ailleurs à des bouquets numériques français (TPS sur Hot Bird et/ou Canal Satellite sur Astra) ou étrangers : Canal Satellite digital en Espagne (TV5-Europe, Muzzik, Euronews, Fashion TV) ; D+ en Italie (TV5-Europe, Euronews, Fashion TV) ; Cyfra + en Pologne (TV5-Europe, Muzzik, MCM, Euronews, Fashion TV) ; Canal Digitaal aux Pays Bas (Muzzik, Fashion TV, Euronews) ; Le Bouquet en Belgique francophone (Muzzik) ;

On notera que le groupe français Canal+ est opérateur de ces bouquets. Il mène par ailleurs, à travers sa filiale Multithématiques, une politique de déclinaison de ses chaînes nationales (Planète, Seasons, Ciné Classics, Ciné Cinémas) afin de les adapter aux différents marchés (doublage essentiellement).

D'autres bouquets étrangers accueillent également des chaînes françaises : - YES (TV5-Europe, MCM, Muzzik) en Israël; NTV + en Russie (TV5-Europe, Euronews, Muzzik, Fashion TV) ; Digitürk en Turquie (TV5-Europe, MCM, Muzzik, Euronews Fashion TV) ; Wizja TV en Pologne (TV5-Europe, Fashion TV, Euronews) ; Stream en Italie (Euronews, Fashion TV) ; Lumières à Chypre (MCMI) ; ZDF-Vision en Allemagne (Euronews); Sky Digital au Royaume Uni (Euronews, Fashion TV); NOVA (Euronews) et OTE (MCM, Muzzik) en Grèce.

*b) Maghreb*

Le Maghreb est couvert par le satellite Hot Bird mais il convient également de noter l'impact du satellite Télécom 2C qui permet aux téléspectateurs d'une partie du Maghreb (hors Maroc), avec des équipements de réception peu onéreux, de recevoir en clair TF1, France 2, France 3, M6, Arte, la Cinquième et le signal France-Belgique-Suisse de TV5, ainsi que Canal+ encrypté.

De même, le bouquet français TPS sur Hot Bird n'est pas officiellement en vente au Maghreb mais l'existence d'un marché « gris » rend le produit assez répandu dans cette zone, notamment au Maroc qui ne bénéficie pas de l'effet Télécom 2C. Le passage du transpondeur diffusant France 2, France 3, Eurosport (en français) et LCI en mode wide beam - effectif depuis décembre 2000 - devrait encore renforcer ce marché.

Par ailleurs, MCM, Odyssée, Télétoon et Festival sont commercialisées au Maroc et en Tunisie dans le cadre du bouquet ART (Arab radio and Television) qui propose aussi des chaînes thématiques en arabe.

Une des difficultés à régler serait selon les informations portées à la connaissance de votre rapporteur, serait de gérer l'arrêt programmé du satellite Télécom 2C, à la suite duquel une partie de la population de la zone perdrait cet accès commode et bon marché aux chaînes françaises.

*c) Proche et Moyen-Orient*

Le bouquet présent sur Télécom 2C n'est accessible que par l'intermédiaire d'antennes de grande dimension, ce qui exclut les particuliers. En revanche, certaines chaînes de ce bouquet sont reprises sur des réseaux câblés au Liban (dans des conditions juridiques douteuses).

Le Proche-Orient est couvert par le satellite Hot Bird, avec les mêmes effets que sur le continent européen (voir ci-dessus).

Par ailleurs, sur l'ensemble de la zone, TV5-Orient est diffusée en analogique clair sur le satellite Arabsat et TV5-Europe en numérique sur le satellite égyptien Nilesat. Euronews est également présente sur ces deux satellites.

MCM est par ailleurs la seule chaîne française à faire partie des bouquets First Net, Al Awael et Pehla du groupe ART sur Arabsat aux côtés de chaînes arabes et américaines.

*d) Asie*

TV5-Asie, est présente aux côtés d'autres chaînes européennes (Deutsche Welle, RTVE, RAI) sur le satellite Asiasat 2 en numérique. TV5-Asie est en outre présente en analogique sur le satellite indonésien Palapa qui dessert l'Asie du Sud Est et le nord de l'Australie. MCM a pour sa part migré du satellite Asiasat 2 vers le satellite Intelsat 704.

Ces chaînes mènent des négociations avec les différents bouquets existants ou en cours de constitution dans la zone, avec à ce jour les résultats suivants : en Thaï lande dans le bouquet UBC (TV5-Asie, MCM et Fashion TV) ; en Indonésie dans le bouquet Indovision ( TV5-Asie, MCM, Fashion TV) ; en Australie dans le bouquet Tarbs (MCM) LBS (TV5 Asie); - en Nouvelle-Zélande, dans le bouquet Sky Télévision (MCM, Fashion TV) ; à Taiwan dans les bouquets PDMC et Média Méga pour TV5-Asie et PDMC, Pacific Multimédia et C Sky Net pour MCM et Fashion TV ; - à Hong-Kong dans le bouquet Star TV (Fashion TV).

Enfin Médias Overseas commercialise une partie du bouquet Canal Calédonie en Australie sous le nom «Le bouquet français» et au Vanuatu (TV5-Europe, MCM, RTL9, Euronews, RFM TV et RFO Sat, ainsi que la radio Europe 1). 85% des Australiens y ont accès avec des antennes de 90 cm à 1,20 m.

Votre rapporteur spécial a pu constater par lui même que la présence des images françaises était quelque chose de largement théorique notamment pour TV 5 qui lui est apparue lors de son passage dans la zone n'occuper qu'une position tout à fait marginale.

*e) Amérique latine / Caraï bes*

TV5-ALC, présente en Amérique latine en numérique sur un satellite Panamsat, participe au bouquet Sky au Mexique, au Brésil et en Colombie ; au bouquet DirecTV au Brésil, en Argentine et au Chili ainsi qu'au bouquet TecSat au Brésil.

MCM, diffusée sur l'Amérique latine par Intelsat, est présente au Brésil dans le bouquet numérique TecSat et en Colombie dans la plateforme TV Cable.

Multithématiques a racheté la chaîne brésilienne Eurochannel, qui diffuse 20 heures quotidiennes de programmes européens et notamment français en version originale sous-titrée sur les bouquets numériques brésiliens, et qui va être adaptée pour les marchés hispanophones d'Amérique du Nord et du Sud.

Par ailleurs, Médias Overseas commercialise un mini bouquet issu de CanalSatellite Antilles (TV5-Europe, Euronews, RFO-Sat...) à Haï ti et Saint Domingue, et depuis décembre 2000 au Venezuela.

La chaîne Paris Première, qui a lancé courant 2001 une version internationale de son programme, est présente pour sa part sur le continent américain via le satellite Panamsat 9. Elle mène actuellement des négociations afin que les opérateurs de câble et de bouquets satellitaires reprennent Paris Première International, notamment en Amérique latine.

#### *f) Amérique du Nord*

TV5-USA est diffusée sur les États-Unis par le bouquet satellitaire de télévision directe Echostar. La chaîne est essentiellement commercialisée à la carte à destination des foyers, francophones principalement (8 000 abonnés actuellement). Une sélection des programmes de la chaîne (2 heures par jour) est par ailleurs proposée, via le bouquet International Channel, à 10 millions de foyers américains.

Au Canada, TV5-Québec-Canada présente sur le satellite Anik F1 est reprise dans les bouquets numériques Starchoice et Expressvu. RFO Saint-Pierre et Miquelon est reprise - dans des conditions juridiques contestées par les ayants droit français - par le bouquet numérique Starchoice. Cinq chaînes thématiques (Paris Première, Muzzik, Planète, Tropic et Euronews) ont obtenu une licence du CRTC pour rejoindre les bouquets canadiens.

#### *g) Afrique / Océan indien*

TV5 Afrique en analogique et CFI-TV en numérique sont diffusées en analogique clair sur le satellite NSS 803.

Le Sat, déjà mentionné lancé en 1997, présent également sur NSS 803, propose actuellement en numérique CFI-TV (clair), TV5-Afrique (clair), Canal+ Horizons, MCM Africa, Planète, RTL9, Euronews, Mangas, Festival, Tiji. Avec 75 000 foyers le recevant par réseaux MMDS, câble, ou en réception directe actuellement, le bouquet enregistre une progression de 35% en un an.

TV5-Afrique (depuis 1995) et Canal+ Horizons (depuis 1996), ainsi que Fashion TV font partie du bouquet numérique Multichoice appartenant au groupe sud africain Nethold et commercialisant 30 chaînes (dont BBC, Voice of America) dans le sud du continent africain.

Enfin, Médias Overseas commercialise à Madagascar et Maurice une quinzaine de chaînes du bouquet Canal Satellite Réunion, lancé en novembre 1998. Des négociations sont en cours pour les Seychelles.

### 3. La réforme de TV5

L'exécution du budget 2000 s'est réalisée conformément aux prévisions et se conclut par un résultat positif de 0,05 million d'euros (0,3 MF). La réalisation nette des ressources propres fait apparaître une plus-value par rapport au budget, puisqu'elle s'élève à 3,37 M€(22,1 MF), soit + 0,50 million d'euros (3,3 MF) par rapport au budget 2000. Ce résultat est lié à l'introduction d'écrans publicitaires sur les antennes de TV5.

Ainsi, TV5 a bénéficié en 2000 de 67,26 M €(441,2MF) de ressources, initialement budgétées à 66,82 M€(438,3 MF). Ces financements proviennent à hauteur de 56,03 M€(367,5 MF) de la France, de 3,37 M€(22,1 MF) de ressources propres, et de 7,87 M €(51,6 MF) des partenaires non français.

#### *a) L'organisation*

Il convient de rappeler que Satellimages-TV5 gère à la fois les frais communs de diffusion de ses signaux dont le financement est partagé entre les partenaires, et les frais spécifiques de la France, représentant notamment les coûts de programmes français. En revanche, les frais spécifiques de mise à disposition de programmes par les partenaires non français n'apparaissent pas dans le budget de Satellimages-TV5.

Ainsi que le prévoyait le plan d'entreprise triennal, TV5 a achevé en 2000, la mise en place de son dispositif technique de diffusion tout numérique, lui permettant de diffuser 5 signaux régionalisés, de façon à ajuster l'offre de programmes aux attentes des publics de chaque zone. La régionalisation permet, par ailleurs, d'offrir des programmes forts (films, football) sur certaines zones (Afrique, Orient, Asie, Amérique Latine et États-Unis), alors qu'ils sont indisponibles sur l'Europe ou financièrement hors de portée.

L'information est devenue depuis deux ans la colonne vertébrale de la chaîne. TV5 assure une veille rédactionnelle 24 heures sur 24, et diffuse sur l'ensemble de ses signaux, un journal à chaque heure ronde : les journaux des télévisions partenaires sont diffusés à un horaire très proche de la diffusion sur leur chaîne d'origine, afin de leur conserver toute leur pertinence. La rédaction de TV5 actualise l'information par des éditions de 2'30 ou de 12' à toutes les autres heures de la journée, et apporte des "regards croisés" sur l'actualité mondiale par la confection du "journal mondial des journaux" qui met en perspective l'actualité vue par les différentes rédactions partenaires, et par la production de "Kiosque", où s'échangent les points de vue des représentants de la presse étrangère à Paris.

En 2000, la chaîne a accentué ses efforts pour rendre ses programmes accessibles à un nombre croissant de téléspectateurs en

introduisant, à côté du sous-titrage en français, le sous-titrage de fictions en allemand, suédois, et néerlandais sur l'Europe, en anglais sur l'Asie, et en arabe sur l'Orient.

Le dispositif satellitaire de TV5 s'est amélioré en 2000, grâce à la montée de TV5 Europe en numérique sur Astra qui permet à plusieurs bouquets numériques en Europe de reprendre le signal de TV5.

L'année 2001 est, pour TV5, une année charnière, car c'est celle au cours de laquelle se concrétisent les modifications de structure qui se sont négociées depuis plusieurs mois entre les gouvernements partenaires de TV5. En vertu des décisions prises au mois de juin 2001, la date d'effet des modifications intervient au 1er août 2001.

#### *b) Les objectifs de la nouvelle organisation de TV5*

La principale avancée attendue par TV5 depuis un an était du ressort des gouvernements bailleurs de fonds de TV5 qui, en octobre 2000, lors de la Conférence de Vevey ont décidé le principe d'une réforme globale du dispositif TV5.

Il s'agissait de pouvoir s'appuyer sur une structure unique, pour des raisons à la fois d'efficacité et d'indispensable cohérence de l'image de la chaîne partout dans le monde.

La détermination du gouvernement français, jointe au consensus européen (France / Communauté Française de Belgique / Suisse) et à la qualité des solutions proposées, a abouti à la décision conjointe de l'ensemble des Ministres en charge de TV5 de transférer à Paris les signaux dédiés aux États-Unis ainsi qu' à l' Amérique Latine, et de les placer sous la responsabilité de la société européenne, rebaptisée TV5 Monde.

Les conséquences de l'accord résident donc principalement dans le regroupement au sein du pôle parisien, de tous les signaux TV5, à l'exception du signal TV5 Québec-Canada dont la gestion est maintenue à Montréal du fait des conditions favorables liées à la licence domestique canadienne.

Par ailleurs, pour répondre à un souci de cohérence globale et de simplification , la répartition des contributions des partenaires aux frais communs de l'ensemble des signaux correspond dorénavant à la composition de l'actionnariat et à la représentation au Conseil d'Administration de TV5 Monde.

A compter du 1er août 2001, date de prise d'effet de la réforme, l'effort contributif global de la Suisse et de la Communauté Française de Belgique, maintenu à son niveau actuel, est considéré comme le neuvième de

base. Les contributions du Québec et du Canada sont alignées sur celles des autres partenaires.

Le Québec-Canada finançait jusqu'ici 35 % de TV5 Amérique latine et 30 % de TV5 USA, la France finançait 50 % de ces signaux, la Suisse et la CFB contribuaient chacune à hauteur de 7,5 % pour l'Amérique Latine et 10 % pour le États-Unis.

Le rééquilibrage des pouvoirs dans TV5 États-Unis et TV5 Amérique latine a pour conséquence de ramener la part de financement du Québec-Canada au même niveau que celle de la Communauté Française de Belgique ou que la Suisse.

La France, désormais majoritaire sur l'ensemble du dispositif, finance 6/9èmes du budget (frais communs) et détient 6/9èmes du capital.

Les radiodiffuseurs français disposent de 6 sièges au Conseil d'administration de TV5 Monde. La Suisse, la Communauté Française de Belgique, et le Québec-Canada (comptant pour un partenaire) qui participent pour chacun à 1/9ème du capital, disposent chacun d'un siège au Conseil. A noter que le siège du Québec-Canada est alternativement occupé par Radio-Canada ou Télé-Québec, le radiodiffuseur non titulaire assistant au Conseil en tant qu'observateur.

Le CIRTEF (Conseil International des Radios - Télévisions d'Expression Française), qui gère une partie du budget de TV5 Afrique pour la remontée d'images du Sud, siège désormais au Conseil d'administration de TV5 Monde en qualité d'observateur. Le Président du Conseil d'Administration de TV5 Monde, qui est également Président-Directeur général, est nommé, pour un mandat de trois ans renouvelable, par le Conseil d'administration, après concertation approfondie entre les gouvernements partenaires. Une procédure de sonnette d'alarme doit être mise en place afin de permettre un recours à un partenaire s'estimant gravement lésé par une décision. La responsabilité de la composition de la grille de programmes relève explicitement du PDG, après examen des grandes orientations de la programmation par le Conseil d'administration.

Les radio diffuseurs des pays partenaires sont appelés à fournir, libres de droits, les programmes représentatifs du meilleur de ce qu'ils diffusent sur leurs territoires nationaux respectifs. La programmation repose sur la qualité et la pertinence des programmes, qui doivent représenter la diversité culturelle, en valorisant notamment la présence du Sud, et viser à un équilibre entre les différentes origines, mais sans la contrainte de quotas.

La société TV5 Amérique Latine, société de droit canadien, doit être dissoute et ses droits et obligations sont dévolus à TV5 Monde. La société TV5 USA, société de droit américain, est maintenue, mais doit devenir filiale

à 100 % de TV5 Monde. Quant à TV5 Québec-Canada, il devient totalement autonome dans son administration et son financement. Le Consortium de Télévision du Québec et du Canada, qui gère ce signal, est désormais intégralement financé par les gouvernements du Québec et du Canada et par le produit des abonnements perçus sur ces territoires. Les partenaires européens continuent à fournir, libre de droits, 85 % de la programmation de ce signal. La gestion de cet apport en programmes demeure sous la responsabilité de TV5 Monde.

Au niveau des financements, chaque pays partenaire prend en charge, outre les frais communs évoqués plus haut, les coûts de libération et d'acquisition de ses programmes nationaux sur financements spécifiques.

Jusqu'ici, le coût des acquisitions pour les signaux États-Unis et Amérique Latine (essentiellement de programmes français) était partagé entre les différents partenaires : la France y contribuait à hauteur de 50 % . Elle en supporte désormais intégralement le coût. De ce rééquilibrage entre pouvoirs et financements découle un rééquilibrage dans la présence des programmes sur les antennes de TV5 au profit de la France , notamment sur les grilles américaines.

### *c) Les conséquences budgétaires*

La première période, du 1er janvier au 31 juillet 2001, se déroule selon le dispositif antérieur : Satellimages-TV5 a en charge la gestion des 5 signaux : TV5 Europe, TV5 France-Belgique-Suisse, TV5 Afrique, TV5 Asie et TV5 Orient. Par ailleurs, Satellimages-TV5 contribue au financement de TV5 Québec-Canada, TV5 États-Unis et TV5 Amérique latine, gérés par l'opérateur montréalais.

À compter du 1er août 2001, Satellimages-TV5, rebaptisée TV5 Monde, devient l'opérateur de l'ensemble des signaux, à l'exception du signal TV5 Québec-Canada qui, du fait des conditions de la licence domestique accordée par l'instance de régulation (le CRTC), demeure sous l'entière responsabilité de l'opérateur canadien. Le transfert à Paris des signaux États-Unis et Amérique latine s'accompagne, dès lors, d'une modification des structures juridiques et des modalités de financement de TV5.

Le nouveau budget annuel pour 2001 s'élève désormais à 73,096 M€ (479, 481 MF), dont 40,646 M€(6, 623 MF) pour la période du 1er janvier au 31 juillet 2001, et 32,45 M€ (12,858 MF) pour la période du 1er août au 31 décembre 2001.

On note qu'un déficit budgétaire au 31 juillet 2001 est apparu sur les programmes. Il est, pour une large part, dû à une régularisation sur deux années antérieures, de droits phonographiques et vidéographiques (0,46 millions d'euros/3 MF). Mais, en tout état de cause, des tensions

apparaissent sur le budget des droits du fait de l'augmentation substantielle des tarifs réclamés par les sociétés représentant les éditeurs de vidéogrammes. TV5 a, en conséquence, décidé de diminuer de manière très significative le volume de clips de chansons françaises et francophones diffusés sur ses antennes à partir de la rentrée de septembre.

Les tensions sur le budget d'acquisitions de programmes, notamment les films cinéma, risquent, en revanche, de s'accroître. La programmation cinéma s'est effectuée en 2001 par prélèvement massif sur les stocks constitués fin 2000 sur ressources non reconductibles. Le budget d'acquisition 2001 ne permet donc pas de reconstituer les stocks de films, ni de poursuivre l'effort qualitatif entrepris en 2001.

#### *d) Les perspectives pour 2002*

En 2002, TV5 s'est vu confier la mission ambitieuse de réussir la pénétration du marché télévisuel aux États-Unis, marché particulièrement difficile où les canadiens ont connu un échec relatif. Le grand chantier du second semestre 2001 et de l'année à venir, en terme d'extension de diffusion, sera incontestablement celui des États-Unis pour TV5, rebaptisée TV5 Monde depuis la réforme voulue par les gouvernements bailleurs de fonds de la chaîne. Jusqu'il y a peu, les téléspectateurs des États-Unis n'avaient accès au signal de TV5 qu'au travers du bouquet crypté distribué en réception directe par le satellite Echostar 2. Au bout de trois ans d'activité, le nombre de foyers abonnés n'était que de 8000.

Aujourd'hui, le câble numérique apparaît comme le vecteur de développement incontournable pour TV5. A ce jour, TV5 Monde compte 13 contrats finalisés ou en cours de finalisation. Sur base des documents remis par l'agent de TV5, International Channel, l'état des négociations est le suivant :

Classement	Opérateurs	Foyers abonnés (en millions)	dont Foyers numériques	Contrats
<b>1</b>	<b>AT&amp;T</b>	15,9	3,125	finalisé
<b>2</b>	<b>AOL Time Warner</b>	12,9	2,2	finalisé
<b>3</b>	<b>Comsat</b>	7,73	1,56	finalisé
<b>4</b>	<b>Charter Com</b>	6,35	1,34	à finaliser
<b>5</b>	<b>Cox Com</b>	6,2	0,96	à finaliser
<b>6</b>	<b>Adelphia</b>	5,72	1,2	à finaliser
<b>7</b>	<b>Cablevision</b>	2,97		à finaliser
<b>8</b>	Insight	1,41	0,183	
<b>9</b>	Mediacom	0,777	0,053	
<b>10</b>	Cable One	0,768	0,104	
	<b>TOTAL</b>	<b>60,725</b>	<b>10,725</b>	
<b>Les 7 premiers</b>	<b>Sous TOTAL</b>	<b>57,77</b>	<b>10,385</b>	

Source: Broadcasting & Cable 4 Juin 2001

TV5 doit, par ailleurs, consolider sa présence en Amérique Latine et y maintenir le niveau des recettes liées aux abonnements (plus de 1,07 millions d'euros) (7 MF) alors que ce continent subit actuellement une grave crise économique. TV5 compte en effet près de 8 millions d'abonnés payants sur ce continent. Il s'agit notamment d'accentuer la visibilité de la chaîne par des actions de marketing et de développer de nouvelles positions de "niches", au travers du bureau délocalisé de TV5 installé à Buenos Aires, ainsi que de consentir un effort tout particulier en direction des professeurs de français, public particulièrement actif et attaché à TV5.

De plus, le défi quotidien que doit relever TV5 sur les autres territoires (Europe, Afrique, Asie, Orient) face à la concurrence exacerbée de toutes les chaînes du câble et du satellite diffusées dans les langues nationales ou dans des langues plus familières que le français à nos publics, oblige la chaîne à poursuivre son effort en termes d'amélioration de la qualité, de la proximité des téléspectateurs, et de l'accessibilité de ses programmes (notamment grâce au sous-titrage), des services associés (notamment vis-à-vis de nos cibles privilégiées que sont les enseignants et apprenants du français, ainsi que les voyageurs francophones), et de marketing de terrain.

Pour atteindre ces objectifs, TV5 Monde dispose d'un budget de reconduction extrêmement contraint (et même, depuis la réforme de ses structures, en régression significative par rapport au budget consolidé des différentes sociétés composant TV5 avant cette réforme). La décision de recentraliser tout le dispositif à Paris et de limiter l'influence du Québec-Canada à parité avec les partenaires belges et suisses, a donc eu pour conséquence directe, d'une part des économies d'échelle, et d'autre part un certain désengagement financier de la part des partenaires nord-américains.

Une mesure nouvelle de 3,87 M€(25,4 MF) est donc prévue pour TV5 en 2002 dans le projet de budget du ministère des Affaires Étrangères, au titre de la reconstitution de la base budgétaire de 2001 et de l'absorption, en année pleine, des conséquences de la réforme des structures.

**L'impact de ces modifications de financement représente 2,70 M€(17,7 MF) pour la France sur la base du budget 2001. Pour la portion d'année 2001 suivant le changement de structure, le financement des surcoûts pour la France s'est réalisé sur des ressources non reconductibles.**

Ainsi le besoin de reconstitution de la base de reconduction du budget 2001 s'élève au total à 0,32 million d'euros (21,4 MF), pour la France.

Le renforcement des programmes français : 0,61 million d'euros (4 MF) est la conséquence de cette nouvelle organisation. Cette mesure minimale a vocation à permettre l'acquisition de programmes français en remplacement de programmes canadiens pour les grilles États-Unis et Amérique Latine : les

programmes canadiens représentaient en effet 35 % de ces grilles dans l'ancienne configuration. Elle devrait également permettre d'introduire davantage de sous-titres en anglais pour les États-Unis.

En définitive, au regard des moyens financiers dont disposent les autres chaînes françaises, publiques comme privées, ce budget demeure extrêmement limité pour produire, émettre et transporter 7 signaux, 24 heures sur 24, sur le monde entier, via 40 transpondeurs, auprès des 130 millions de foyers qui reçoivent la chaîne.

La chaîne regrette que, compte tenu du poids des charges techniques de diffusion (environ 36 %, dans le budget prévisionnel 2002), le budget consacré aux acquisitions ne permet pas d'avoir accès aux meilleurs films français récents pour promouvoir le cinéma français à travers le monde.

Afin de relever le défi américain, TV5 Monde doit améliorer l'offre de programmes, introduire des émissions pour la jeunesse, développer le sous-titrage en anglais et en espagnol sur ce territoire, offrir des services spécifiques sur Internet, et mener une véritable politique de marketing de terrain, toutes choses qui étaient pratiquement inexistantes dans la gestion montréalaise.

TV5 est actuellement disponible sur l'ensemble de la planète auprès de 130 millions de foyers, Mais, au delà de cette disponibilité qui se traduit par, une progression de son initialisation dans le monde de 48 % au cours des trois dernières années, il y a un problème de visibilité. Certes, TV5 s'emploie en effet, au delà des chiffres d'initialisation, à mieux cerner l'audience réelle de la chaîne : si on se réfère aux tableaux établis par la chaîne sur base des résultats obtenus au travers de 56 sondages par 23 Instituts différents (voir annexe) ce sont au total 30 millions de téléspectateurs qui regardent au moins une fois par semaine la chaîne dans 26 pays d'Europe et d'Afrique du Nord, près de 3 millions de personnes dans 10 pays d'Afrique sub-saharienne, plus de 3 millions au Proche et Moyen Orient, et 700 000 au Cambodge et en Thaïlande. Les chiffres pris en compte concernent près de 60 % du total des téléspectateurs de TV5 à travers le monde, soit près de 77 millions de foyers dont on constate que plus de 37 millions regardent TV5 chaque semaine, et près de 10 millions chaque jour.

En définitive, Tv5 est à la croisée de deux logiques : une logique institutionnelle qui a prévalu jusqu'à présent et qui en faisait un vecteur de nature quasi-diplomatique ou politique ; une logique commerciale de recherche d'audience avec l'introduction d'une démarche commerciale

Certes, le second semestre 2000 a été marqué pour TV5 par l'obtention d'un "must carry" sur le câble et les plates-formes numériques en France, à la suite d'une initiative parlementaire, soutenue par le gouvernement, initiative qui pourrait inspirer des initiatives similaires de la

part des États et Gouvernements de la famille francophone à l'égard de l'opérateur direct des Sommets qu'est TV5, qualifié de vecteur idéal de la diversité culturelle. Comme cela a été affirmé lors de la récente conférence de Cotonou.

Mais il y a aussi une voie plus libérale, qui amènerait à rechercher une articulation plus étroite de TV5, ainsi « renationalisée », sur les chaînes françaises et, en particulier sur France télévision.

#### **4. RFI, parent pauvre de l'audiovisuel extérieur**

La radio reste, en dépit de son impact, le parent pauvre de l'audiovisuel extérieur. La société qui est dans bien des régions du monde un média significatif et est présente sur tous les théâtres d'opération du monde – comme une actualité tragique l'a rappelé aux Français – doit gérer la pénurie tout en subissant comme ses collègues les contraintes de gestion comme la réduction du temps de travail.

Première société de l'audiovisuel public à avoir signé son accord sur la réduction du temps de travail, RFI est sur le point de signer son contrat d'objectifs et de moyens.

##### *a) Les objectifs 2002 : Les programmes et les techniques de diffusion.*

Les orientations de RFI en 2002 sont étroitement liées au projet de numérisation de la production. Après une première phase pilote lancée à la fin 2001 concernant quelques services, la numérisation entrera dans une phase de déploiement pour l'ensemble de la rédaction en français à l'occasion de la nouvelle grille de mars 2002 puis progressivement l'intégralité des services de production et des rédactions.

Ce projet d'entreprise majeur consiste à acquérir de nouveaux matériels offrant de nouvelles possibilités techniques et rédactionnelles. Il s'accompagne surtout d'une formation renforcée des personnes chargées de la production : journalistes, assistants et techniciens.

La numérisation de la production et de la diffusion permettra de diversifier et de moduler les horaires de diffusion des magazines. Par ailleurs des journaux centrés sur l'actualité de certaines zones géographiques (Europe, Moyen-orient, Asie) ont vu le jour. Ainsi le contenu des programmes et les horaires de diffusion seront mieux adaptés aux attentes de chacun de nos auditoires.

	<i>en milliers d'Euros</i>					
	Comptes	Budget	Comptes	Budget	Budget	Variation
	1999	1999	2000	2000	2001	B01/B00
<b>INFORMATION EN FRANCAIS MONDE</b>	<b>18,1</b>	<b>17,9</b>	<b>19,7</b>	<b>18,8</b>	<b>20,6</b>	9%
part dans le budget total de RFI		16,2%	17,1%	16,6%	16,7%	
<b>ÉMISSIONS EN LANGUES ÉTRANGÈRES</b>	<b>17,8</b>	<b>17,1</b>	<b>19,0</b>	<b>17,5</b>	<b>20,8</b>	19%
part dans le budget total de RFI		15,4%	16,5%	15,4%	16,9%	
<b>PROGRAMMES EN FRANCAIS MONDE</b>	<b>4,3</b>	<b>4,7</b>	<b>4,5</b>	<b>4,7</b>	<b>5,1</b>	8%
part dans le budget total de RFI		4,3%	3,9%	4,1%	4,1%	
<b>INFORMATION ET PROGRAMMES AFRIQUE</b>	<b>3,7</b>	<b>3,7</b>	<b>4,6</b>	<b>3,8</b>	<b>4,3</b>	12%
part dans le budget total de RFI		3,3%	4,0%	3,3%	3,5%	
<b>PRODUCTION POUR L'EPRA</b>	<b>0,4</b>	<b>0,4</b>	<b>0,4</b>	<b>0,4</b>	<b>0,5</b>	36%
part dans le budget total de RFI		0,4%	0,4%	0,3%	0,4%	

*b) Le contrat d'objectifs et de moyens.*

La direction générale de RFI a présenté aux tutelles début juillet un projet de plan stratégique définissant des objectifs pour les années 2002-2006 et les moyens financiers qu'elle estime nécessaire pour les atteindre. Les réponses des tutelles devraient permettre de rendre un arbitrage à l'automne et se traduire par la signature du contrat d'objectifs et de moyens avant la fin de l'année. Des dotations en LFR 2001 sont nécessaires pour permettre de mettre en oeuvre les premières dispositions de ce contrat.

Les propositions d'orientations stratégiques reprises dans le projet de plan développent les grands axes suivants :

- modernisation accélérée des outils de production interne : numérisation complète de la production audio, et transformation du fonctionnement des rédactions afin de permettre une réelle synergie fondée sur la mise en commun, et l'exploitation sur Internet, de la production texte et audio réalisée par chacune des rédactions ou des filiales ou des bureaux de RFI à l'étranger ;
- développement des émissions par Internet et multimédias, conçu non comme une rédaction séparée, mais intégré dans le cadre d'une véritable complémentarité avec les programmes en français et en langues ;
- adaptation des contenus aux demandes des auditeurs régions par régions : en Afrique, introduction de deux langues vernaculaires (haoussa et swahili) en Afrique, pour résister à la concurrence des autres radios internationales, et des radios, locales comme des autres radios internationales, en Europe, recherche d'une plus grande proximité avec les pays dans les langues desquels RFI émet dans le reste du monde, régionalisation croissante des programmes diffusés ;

- maintien et développement des activités fondamentale de service public : coopération avec les radios africaines, promotion de la francophonie et de l'apprentissage du français, radio des communautés étrangères en France. La société sera conduite dans ce cadre à demander au CSA une fréquence à Paris pour sa filiale de langue arabe Radio Monte Carlo Moyen-Orient, et des fréquences dans les grandes villes de province, en particulier, Marseille, Lille, Lyon et Strasbourg ;
- présence sur les différents modes de transmission de la radio : maintien de l'onde courte pour des raisons d'indépendance et de souveraineté, et d'atteinte des zones rurales en Afrique, tout en s'efforçant d'obtenir du diffuseur TDF des conditions tarifaires moins défavorables, poursuite du développement du réseau FM et des accord de reprises avec des radios locales et nationales à travers le monde, veille active sur les grands projets susceptibles de transformer les modes d'écoute de la radio : DAB, numérisation de l'onde courte et moyenne, radios-satellites.

## **5. La forme retrouvée d'EuroNews**

Le transfert d'une partie du capital à un opérateur privé a permis à EuroNews de développer son audience et d'atteindre son équilibre financier, même si celui-ci reste encore fragile.

### *a) L'audience élargie*

EuroNews<sup>1</sup>, qui diffuse 24h/24h depuis le début de l'année, est désormais reçue dans plus de 113 millions de foyers dans 75 pays du monde : Europe, Moyen-Orient, Afrique, Asie et Amérique Latine via le câble, le satellite numérique et les réseaux hertziens.

La distribution d'EuroNews progresse de façon très importante suite à l'avènement des bouquets numériques et, plus précisément, la présence d'EuroNews sur deux d'entre eux - Sky Digital au Royaume-Uni et ZDF

---

<sup>1</sup> Le capital social de SOCEMIE, société opératrice d'Euronews, qui s'élève au 1er juillet 2001 à 5 115 795 euros (33 557 415 FF), est détenu à 49% par la société d'information britannique ITN et à 51% par SECEMIE.(Société Editrice de la Chaîne Européenne Multilingue d'Information EuroNews) qui détient la licence de diffusion. Elle appartient à 20 chaînes publiques de télévision d'Europe et du Bassin Méditerranéen, les deux derniers actionnaires étant la télévision publique irlandaise RTE, arrivée en 1999, et la télévision publique russe RTR, arrivée le 29 juin 2001, à hauteur de 1,8%. France Télévision est actionnaire à hauteur de 28% du capital de cette société dont les trois autres actionnaires principaux sont la RAI italienne, la RTVE espagnole et la SSR suisse. Pour 2001, les quatre actionnaires du noyau dur versent une cotisation annuelle de 8 689 594 euros (57 000 000 FF). La participation de France Télévision s'élève à 2 591 633 euros (16 999 998 FF). Ce montant sera reconduit pour 2002 conformément au contrat de sous-licence signé par les actionnaires précités avec la société SOCEMIE, le 1er janvier 1998.

Vision en Allemagne -, mais également sur la base d'abonnés de plus en plus nombreux en Europe de l'Est.

L'utilisation de nouveaux outils de mesure d'audience a par ailleurs permis à la chaîne de mettre en avant auprès des annonceurs ses performances réelles auprès des téléspectateurs et face à ses concurrents. EuroNews a en effet franchi en 2000 une étape importante vers une meilleure précision de la mesure de l'audience à fournir aux media-planners et aux annonceurs. Un modèle d'estimation a été construit pour permettre de connaître l'audience réelle quotidienne de la chaîne, sur la base d'audimat pays par pays, et non plus sur la base d'une étude restreinte type EMS (European Media Survey, une étude d'audience européenne utilisée par l'ensemble des chaînes paneuropéennes). 3,6 millions de téléspectateurs regardent EuroNews chaque jour par câble et satellite, ainsi que 1,4 millions via les fenêtres hertziennes.

Sur la base de ces nouvelles données, EuroNews est la chaîne d'information pan-européenne leader en Europe en distribution comme en audience.

Le lancement récent de la septième version linguistique, la langue russe, permet à la chaîne d'être diffusée sur les principaux réseaux câblés de Moscou et partout en Russie via le bouquet satellitaire NTV+. Elle devrait également être diffusée par une télévision hertzienne russe d'ici la fin de l'année.

Les vecteurs de diffusion classiques ne sont pas les seuls domaines où la chaîne a développé sa distribution. Le site internet de la chaîne a connu un nombre de visites en constante progression. L'offre de contenu a été étoffée et sa mise à jour largement améliorée par l'arrivée d'une équipe spécialement dédiée.

### *b) Le retour à l'équilibre financier*

L'objectif prioritaire de l'année 2000, l'équilibre financier, a été atteint. Pour la première fois de son histoire, la société n'a pas accusé de pertes. L'exercice 2000 de SOCEMIE se traduit par un bénéfice de 1,1 million d'euros (7,2 MF). Ce bénéfice est en amélioration de 1,83 million d'euros (12 MF) par rapport au budget, qui lui était une perte de 0,73 million d'euros (4,8 MF). Cet équilibre a été atteint sur la base d'une forte activité du marché publicitaire et grâce au support continu de l'ensemble des contributeurs<sup>1</sup> A ce jour, si les charges d'exploitation sont maîtrisées, les produits de la publicité sont en recul par rapport aux prévisions, en lien direct avec le niveau inattendu

---

<sup>1</sup> Les chaînes publiques actionnaires, mais également le fonds Eureka en provenance du parlement italien, la ville de Lyon, la région Rhône-Alpes ainsi que le ministère français des Affaires étrangères. Leurs supports ont représenté en 2000 45% de nos produits d'exploitation

du marché publicitaire pan-européen. L'exercice 2001 devrait ainsi se traduire par une perte.

**Conformément à un engagement de l'État pris en 1992 pour 10 ans, le ministère des Affaires étrangères a versé encore en 2001 une subvention annuelle de 0,61 M €(4 MF) à la chaîne, installée depuis l'origine à Lyon.** Dans ses relations avec la chaîne, le ministère des Affaires étrangères a veillé à ce que les engagements initiaux (implantation en France, pluralité de la rédaction, diffusion multilingue) soient intégralement tenus par ITN.

## **6. L'action internationale de France Télévision**

L'action internationale de France Télévision est conduite par la Direction du développement international, qui est une direction commune des trois chaînes filiales de la holding. Cette action prend plusieurs formes : coopération et assistance technique à des télévisions étrangères, relations bilatérales et multilatérales, diffusion des chaînes de France Télévision à l'étranger, reprise de programmes par certaines télévisions étrangères et fourniture de programmes aux opérateurs spécialisés.

### *a) Coopération et assistance technique à des télévisions étrangères*

Depuis des années, les équipes de France Télévision apportent leur expertise et leur savoir-faire aux télévisions du monde entier.

Ainsi, pour 2001, en Afrique, la coopération et l'assistance technique ont essentiellement porté sur la production à travers la formation de réalisateurs et de cadres. Réalisée en partenariat avec le CIRTEF (Conseil International des Radios et Télévisions d'Expression Française), cette action a mobilisé plusieurs professionnels de France Télévision pendant quatre mois et demi sur le terrain. Sept télévisions d'Afrique francophone, de l'Ouest, du Centre et de l'Océan Indien en ont bénéficié. D'autre part, une vidéothécaire a été détachée pendant une semaine lors d'un séminaire organisé à Dakar autour des nouvelles techniques d'archivage réunies au sein du projet francophone AIME (Archivage Intelligent Multimédia Economique).

Des contacts ont été entrepris pour la mise à disposition de programmes de La Cinquième aux chaînes africaines francophones. Un partenariat avec les universités africaines est également recherché.

En 2001, au Proche-Orient à la demande de la télévision jordanienne, France Télévision, en collaboration avec le ministère des affaires étrangères, a réalisé une mission de trois semaines pour restructurer l'ensemble des journaux télévisés en matière d'organisation des rédactions, d'écriture et de

construction de reportages. Une mission similaire a été réalisée en Syrie pour moderniser le fonctionnement et améliorer la mise en images des journaux. Au Liban, dans le cadre du contrat qui lie France 2 au Conseil de la Reconstruction et à la veille du Sommet de la francophonie d'octobre, plusieurs missions ont été effectuées pour accompagner les changements de structure de Télé Liban. D'autres missions ont été menées dans les Emirats Arabes Unis et en Tunisie.

En 2002, les actions devraient se poursuivre dans ces pays ainsi que dans d'autres comme le Maroc qui est en train de restructurer son paysage audiovisuel, le Yémen qui souhaite s'ouvrir à la francophonie et certains pays du Golfe comme Oman.

#### *b) Diffusion des chaînes de France Télévision à l'étranger*

France Télévision développe la diffusion payante de ses chaînes dans les territoires où des accords sont possibles avec les ayants droits, c'est à dire en Europe et en Afrique par câble ou par satellite.

En Europe, France 2 et France 3 sont parties aux accords collectifs dits «AGICOA»<sup>1</sup> qui mettent en place un cadre juridique permettant de diffuser des chaînes étrangères sur le câble d'un pays donné. Selon les pays, 15 à 30 chaînes étrangères, publiques et privées, sont parties à ces accords. Les câblo-opérateurs qui le souhaitent sont alors autorisés à diffuser ces chaînes. Lorsqu'il diffuse une chaîne étrangère, le câblo-opérateur reverse une partie de ses recettes, selon une clé de répartition pré-établie, aux trois catégories d'ayants droit, c'est à dire aux diffuseurs, producteurs et auteurs ou à leurs représentants.

France 2 et France 3 peuvent ainsi être reprises par les câblo-opérateurs qui le souhaitent en Belgique, au Luxembourg, aux Pays-Bas, en Allemagne et, plus récemment, en Bulgarie, en Lettonie, en Lituanie et en Estonie. En Suisse et au Danemark, les chaînes étrangères peuvent être diffusées selon des modalités définies par la loi. La reprise des chaînes varie en fonction de la demande des téléspectateurs. Par exemple, France 2 est reçue par 3,8 millions de foyers en Belgique, par près de 2,5 millions d'abonnés en Suisse, par plus d'un million de foyers en Allemagne, par plus de 500 000 foyers aux Pays-Bas et par 24 000 foyers en Bulgarie. En revanche, ni France 2 ni France 3 ne sont reprises dans les pays baltes.

En 2001, France Télévision a négocié le maintien de la diffusion de France 2 dans certains Länder frontaliers allemands (notamment en Sarre et en Rhénanie Palatinat), où la pénurie de canaux sur le câble analogique menace

---

<sup>1</sup> du nom de l'AGICOA, Association de Gestion Internationale Collective des Œuvres Audiovisuelles, qui représente les producteurs.

certaines chaînes. Des contacts ont été engagés avec les câblo-opérateurs de plusieurs pays, par exemple le Royaume-Uni, où les chaînes du groupe ne sont pas reprises.

Pour 2002, France Télévision poursuivra sa politique de maintien et d'extension des chaînes dans les pays d'Europe occidentale où elles ne sont pas présentes. Dans les pays d'Europe centrale et orientale, l'Union européenne de radiodiffusion (UER), mandatées par les chaînes publiques, cherche à conclure de nouveaux accords AGICOA afin de lutter contre le piratage.

En matière de diffusion par satellite, France Télévision a signé en juin 2001, un accord « pionnier » avec l'AGICOA et l'ANGOA<sup>1</sup> afin de diffuser ses chaînes sur les bouquets satellitaires du continent africain du Proche et du Moyen Orient ainsi que de l'Océan indien. La diffusion de France 2 et de La Cinquième devait démarrer à l'automne 2001 en Afrique francophone, sur le bouquet LE SAT opéré par Portinvest, une filiale de CFI. Ce bouquet compte pour l'instant 60 000 abonnés.

La diffusion sur les bouquets satellitaires est d'autant plus intéressante qu'elle se réalise à coût constant pour le groupe. Les frais de transport peuvent être pris en charge par le ministère des affaires étrangères et les ayants droit sont rémunérés proportionnellement aux recettes versées par les opérateurs.

En 2002, ce type d'accord pourrait être recherché avec des bouquets satellitaires européens en particulier dans les pays où existe une demande de chaînes françaises, comme l'Espagne, le Portugal, la Grande-Bretagne ou la Pologne.

*c) Reprise de programmes de France Télévision par certaines télévisions étrangères*

Le Journal de 20H de France 2 est repris par certaines télévisions étrangères notamment aux États-Unis, au Japon et en Corée du Sud.

Aux États-Unis, une version sous-titrée en anglais de 28 minutes touche plus de 45 millions de foyers potentiels, essentiellement sur la chaîne câblée nationale « The International Channel » à 19h (10 millions de foyers), la chaîne câblée éducative nationale SCOLA (12 millions de foyers), certaines chaînes locales associatives communautaires ou éducatives comme WNYE à New-York (8 millions de foyers), WYBE à Philadelphie (2,7 millions de foyers) ou UCTV à San Diego (7 millions de foyers) et certaines chaînes hertziennes du réseau national de la télévision publique PBS comme WNVC à

---

<sup>1</sup> Association Nationale de Gestion des Œuvres Audiovisuelles.

Washington (2 millions de foyers), WLRN à Miami (1,4 million de foyers) ou LPB à Baton rouge (1 million de foyers).

En 2001, des discussions ont été menées avec le ministère des affaires étrangères et TV5 afin de rationaliser la transmission du journal sous-titré depuis le siège de France Télévision jusqu'aux têtes de réseaux des chaînes américaines.

Au Japon, depuis la signature d'un accord signé en 1977 et reconduit en 1992, le journal de 20H de France 2 est diffusé sur la chaîne satellitaire BS1 de la télévision publique, la NHK. En Corée du Sud, le journal est diffusé sur la chaîne de service public KBS à partir du signal du satellite de la NHK.

On note que l'émission, « Bouillon de Culture », était diffusée depuis 1986 par la chaîne câblée new-yorkaise Cuny TV (2 millions de foyers) en français non sous-titré. L'intégralité de la dernière émission ainsi qu'un entretien exclusif de Bernard Pivot ont été diffusés les 14 et 15 juillet 2001. En 2001-2002, Cuny TV a décidé de diffuser la nouvelle émission littéraire de Guillaume Durand, « Campus », qui prend la suite de Bouillon de Culture.

#### *d) Fourniture de programmes aux opérateurs spécialisés*

France Télévision est le principal actionnaire de TV5-Satellimages dont elle possède 47,5% du capital. Par ailleurs France 2 et France 3 contribuent à son budget à hauteur de 3,99 M€ (26,2 MF) par an. Enfin, France Télévision est le premier fournisseur de programmes de TV5, en vertu de l'obligation contenue dans le cahier des charges des chaînes de fournir gratuitement les programmes à la chaîne francophone (articles 53 pour France 2, article 55 pour France 3, article 35 pour La Cinquième).

En pratique, France Télévision donne à TV5 tous les programmes dont elle possède les droits en propre. Pour les co-productions, France Télévision propose systématiquement aux producteurs d'inclure dans les contrats une clause prévoyant la cession des droits de diffusion à TV5. Les co-producteurs acceptent généralement cette clause en se réservant parfois la possibilité de supprimer certains pays dans lesquels ils espèrent commercialiser leurs programmes. Pour les achats (productions extérieures), il n'est pas envisageable d'inclure cette clause.

En 2000, France Télévision a contribué gratuitement pour 29% aux programmes des 8 grilles de TV5, soit 20 % pour France 2 ( 1785 heures), 7% pour France 3 (640 heures) et 2% pour La Cinquième (176 heures). Par ailleurs, TV5 achète un certain nombre de productions extérieures diffusées sur les chaînes de France Télévision.

Comme pour TV5 et conformément à leur cahier des charges (articles 52, 54 et 34), France 2, France 3 et La Cinquième mettent

systématiquement leurs programmes à la disposition de CFI. CFI reprend ou non les émissions en fonction des demandes des télévisions partenaires de la banque de programmes CFI-PRO et des besoins de programmation de la chaîne CFI-TV en Afrique.

Ainsi, en 2000, CFI-TV et CFI-PRO ont diffusé 2 985 heures en provenance de France Télévision (1480 heures de France 2, 1269 de France 3 et 236 heures de La Cinquième), soit à peu près 25% de leur diffusion totale (hors info).

L'entrée de France Télévision dans le capital de CFI (à hauteur de 75% du capital) devrait renforcer des liens déjà étroits entre les deux sociétés.

### ***C. TÉLÉVISIONS LOCALES : UNE FLORAISON D'INITIATIVES***

Les difficultés financières récurrentes rencontrées par les chaînes locales avaient conduit le Conseil supérieur de l'audiovisuel, entre 1994 et 1998, à ne pas lancer d'appel aux candidatures visant à autoriser de nouvelles télévisions locales avant d'avoir au préalable conduit une réflexion sur la place qu'elles sont susceptibles d'occuper dans le paysage audiovisuel.

#### **1. La multiplication récente des candidatures**

Saisi par un opérateur, qui s'était vu opposer par le CSA, en 1994, un refus de lancer un appel aux candidatures d'une telle nature, le Conseil d'État a annulé cette décision en juillet 1998. Le Conseil supérieur de l'audiovisuel ayant tiré les conséquences de cette décision, depuis l'année 2000, cinq nouvelles chaînes sont apparues : deux en Vendée, une à Clermont-Ferrand, une dans les départements de Savoie et une à Bordeaux. Deux sont en cours de création à Tours et dans les Hautes-Alpes.

En 2000 et 2001, le Conseil supérieur de l'audiovisuel a enregistré un nouvel afflux de demandes d'appels aux candidatures . A la mi-juillet 2001, le total des demandes s'établissait à soixante et une unités.

L'augmentation s'explique par la promulgation de la loi du 1er août 2000 modifiant la loi du 30 septembre 1986 qui, notamment, consacre l'existence des télévisions locales et, par ailleurs, permet la délivrance d'autorisations permanentes au secteur associatif. Si les demandes ont continué à être formulées par des entreprises de presse entendant constituer un réseau cohérent de télévisions locales (une vingtaine initiée par le groupement Télévision Presse Région), ainsi que par des sociétés nouvelles engagées dans le multimédia, les plus récentes d'entre elles proviennent largement du monde associatif.

Dès la fin 1999, le Conseil supérieur de l'audiovisuel a informé les opérateurs potentiels que le lancement des appels aux candidatures en mode analogique était subordonné à la conduite des travaux de planification liés au développement du numérique hertzien terrestre. Dès lors, la recherche de fréquences hertziennes analogiques pour les télévisions locales, devait être menée parallèlement à la planification numérique, confiée au Conseil supérieur de l'audiovisuel depuis la promulgation de la loi du 1er août 2000. Pour ces différentes raisons, en 2000, celui-ci a différé les appels aux candidatures pour des télévisions locales hertziennes en mode analogique.

Conformément à la loi précitée, le Conseil supérieur de l'audiovisuel a arrêté, le 24 juillet 2001, une première liste de fréquences disponibles pour des services de télévision numérique terrestre à vocation nationale ainsi qu'une liste des fréquences supplémentaires disponibles pour des services à vocation locale en mode analogique à Grenoble et à Nantes, et en mode numérique à Paris. Cette liste a été publiée au journal officiel le 31 juillet 2001. Il a par ailleurs précisé que d'autres fréquences pourront être identifiées au fur et à mesure de l'avancement des travaux de planification.

Le Conseil a également lancé le 24 juillet 2001 un appel aux candidatures pour des services nationaux de télévision numérique diffusés par voie hertzienne terrestre (TNT) portant sur 22 services de télévision répartis sur 4 multiplex sur 29 premiers sites.

**En ce qui concerne la télévision locale, le Conseil a décidé en séance plénière le 29 août 2001 d'affecter les capacités nécessaires pour 3 services locaux par zone couverte, son objectif étant de lancer les appels aux candidatures correspondants pour la télévision locale au plus tard le 30 novembre 2001.** Ces appels seront effectués sur les capacités numériques et analogiques identifiées et réservées aux services locaux. Cette première liste de fréquences sera complétée au fur et à mesure de l'avancement des travaux de planification et de nouveaux appels aux candidatures seront alors lancés.

## 2. L'état des lieux

L'attribution d'autorisations d'émettre permanentes<sup>1</sup> pour les chaînes de télévision hertziennes privées locales ou nationales s'effectue après une

---

<sup>1</sup> Des autorisations temporaires pour un service de télévision hertzienne privé peuvent être délivrées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel, hors appel aux candidatures, pour une durée n'excédant pas neuf mois depuis la loi du 1er août 2000 (au lieu de six mois antérieurement : article 28-3 de la loi). En application de l'article 28-3 de la loi précitée le Conseil a délivré 16 autorisations en 2000 et 15 autorisations au cours de l'année 2001, jusqu'au mois de septembre. Pour partie, les autorisations ont été accordées à des opérateurs qui avaient antérieurement bénéficié d'autorisations similaires (Chamonix Défi Organisation, TV Céreste, TV Flamingo, Festival Vidéo Catalan). Face à l'afflux des demandes constatées dans la région

procédure d'appel aux candidatures lancée par le Conseil supérieur de l'audiovisuel pour l'utilisation des fréquences disponibles conformément aux articles 28, 29, 30 et 30-1 à 4 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée par la loi du 1er août 2000. Il conclut avec les opérateurs autorisés une convention qui fixe les règles particulières applicables au service.

Les règles relatives aux conditions d'exploitation des télévisions locales hertziennes se distinguent sensiblement de celles applicables aux services nationaux. Ces télévisions sont soumises aux grands principes définis par la loi (pluralisme de l'information et des programmes, protection de l'enfance et de l'adolescence, honnêteté de l'information, droit de réponse...) ainsi qu'aux règles de droit commun relatives à la publicité (excepté dans les DOM-TOM), au parrainage ou au télé-achat.

Depuis la loi du 1er août 2000, les associations peuvent être candidates aux appels aux candidatures, aussi bien pour des télévisions locales que nationales.

La durée de l'autorisation initiale ne peut être supérieure à 10 ans pour les services de télévisions hertziennes privées nationales et locales. A compter du 1er janvier 2002, la possibilité d'une reconduction des autorisations par le Conseil supérieur de l'audiovisuel, hors appel aux candidatures, est autorisée dans la limite d'une seule fois depuis la loi du 1er août 2000 - au lieu de deux fois, pour une durée de 5 ans, chaque fois, dans la loi antérieure du 1er février 1994 - et la procédure de reconduction est rendue plus contraignante (article 28-1 de la loi du 30 septembre 1986 modifié par l'article 43).

#### *a) Les télévisions locales en métropole*

L'instance de régulation a autorisé 9 télévisions locales hertziennes terrestres en métropole. Trois modèles de télévisions locales permanentes se dégagent aujourd'hui.

1) Les « télévisions de ville », qui diffusent sur des agglomérations importantes. Toulouse et Lyon ont été les premières grandes villes à être dotée d'une télévision locale. Après plus de dix ans d'existence et des parcours différents, Télé Toulouse et TLM ont élaboré des grilles qui présentent des caractéristiques analogues avec, notamment, une prépondérance de l'information locale. C'est aussi dans cette logique que s'inscrivent les offres

---

*parisienne et en raison de la rareté de la ressource hertzienne, le Conseil a décidé de réserver un canal spécifique à ces demandeurs. Au surplus, les autorisations ont été accordées sous réserve, notamment, du respect par le service de la diffusion de son programme à des plages horaires strictement délimitées. Un même canal a pu ainsi accueillir six services distincts (Zaléa TV, Ondes Sans Frontières, Télé Bocal, Télé Plaisance, Télé Montmartre et La Locale).*

les chaînes locales autorisées plus récemment à Clermont-Ferrand (Clermont/1ère), à Bordeaux (TV7 Bordeaux) et Troyes (Canal 32).

2) Les « télévisions de pays » diffusent sur un territoire plus étendu mais homogène par son histoire, sa culture locale et ses caractéristiques économiques. C'est le cas d'Aqui-TV en Dordogne, ou de TV8 Mont Blanc en Savoie. Bien que sur des zones géographiques différentes, ces télévisions ont mis en place des types de programmes semblables en vue de toucher une population homogène. Avec des moyens limités, ce type de télévision produit des émissions d'un genre nouveau : récits illustrés, événements locaux situés dans un contexte local et avec des protagonistes familiers. En ce qui concerne Télé Bleue (Nîmes), la chaîne ayant opéré des modifications substantielles des données au vu desquelles son autorisation avait été reconduite en 1998, le Conseil a mis en œuvre la procédure prévue par l'article 42-3 de la loi précitée (retrait d'autorisation) le 29 août 2000.

3) Les « télévisions de proximité » ou « télévision-miroir », avec deux télévisions vendéennes apparues courant 2000 : Télé 102 (zone des Sables-d'Olonne) et Télé Sud Vendée (zone de Luçon). L'information est présentée à l'occasion de courts reportages. Les personnalités locales sont invitées à s'exprimer et le milieu associatif y trouve une tribune ouverte en permanence. Ce type de télévision relate les événements de la commune et de ses environs. Elle suit le rythme des saisons : plus riche en période estivale, son offre est plus limitée le reste de l'année.

#### *b) Les télévisions locales dans les Dom-Tom*

On compte 14 chaînes locales ou régionales privées dans les Dom-Tom .

A la Réunion, quatre services ont été autorisés : Antenne Réunion, Canal Réunion (cryptée), TV4 et TV Sud ; la société qui exploitait la chaîne locale TV4 ayant été dissoute, le Conseil, le 9 mai 2000, a abrogé, l'autorisation dont elle était titulaire ; s'agissant de la chaîne locale TV Sud, le Conseil a entamé une procédure de négociation en vue de sa reconduction le 9 mai 2000. A la suite d'une mise en demeure le 12 septembre 2000 l'invitant à respecter les conditions de son autorisation, Le 15 novembre 2000, le Conseil a décidé de ne pas reconduire l'autorisation de TV Sud.

Aux Antilles, cinq services sont recensés: en Martinique la chaîne locale ATV (Antilles Télévision) a vu son autorisation reconduite par décision en date du 31 août 1999 ; à la Guadeloupe, les chaînes locales TCI (L'A1), Canal 10 et Eclair TV (TV Basse Terre Télévision) autorisées depuis le 17 janvier 1998 pour une durée de cinq ans ; Canal Antilles (cryptée) est diffusé dans les deux îles.

En Guyane, deux chaînes locales, Antenne Créole Guyane (terme de l'autorisation mars 2003) et Canal Guyane (cryptée) sont présentes.

En Nouvelle-Calédonie et en Polynésie française, Canal Calédonie et Canal Polynésie proposent une offre cryptée. A Tahiti, depuis le 27 juin 2000, la chaîne locale Tahiti Nui-Télévision est autorisée pour une durée de 5 ans.

### **3. Données sur l'équilibre financier des chaînes actuellement autorisées**

D'une façon générale, les télévisions locales hertziennes métropolitaines autorisées antérieurement à juillet 1999, TLM, TLT, Télé Bleue et Aqui-TV, ont dû faire face, depuis l'origine, à des difficultés financières importantes en raison, principalement, de l'inadéquation entre leurs ressources et leurs charges. En effet, les télévisions locales privées sont confrontées à des marchés publicitaires limités alors qu'elles doivent assurer quotidiennement la diffusion d'une programmation dont le coût est important même si elles font largement appel à la rediffusion de leurs programmes.

Le chiffre d'affaires annuel de ces télévisions locales hertziennes varie selon les stations, de 360 000 francs à 21 MF (55 000 € à 3,2 millions €). En outre, pour certaines d'entre elles, l'ampleur des concours publics recueillis peuvent susciter des interrogations eu égard à leur vocation privée et commerciale.

Pour le CSA, la multiplication récente de demandes d'autorisations démontre la volonté de nouveaux opérateurs de nature très diverse de s'engager dans ce secteur.

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel à différentes reprises a considéré que l'ouverture progressive de la publicité au secteur de la distribution en faveur des télévisions locales en métropole, tout en préservant les intérêts des autres médias locaux, pourrait contribuer à leur viabilité financière. Au vu du contexte actuel du marché publicitaire national et local, le développement cohérent des télévisions locales commerciales pourrait passer par la mise en place d'une syndication publicitaire comme le préconisent certains opérateurs.

Par ailleurs, le Conseil a également exprimé le souhait que les modalités d'intervention, y compris financières, des collectivités locales soient clarifiées.

Comme dans le cas des radios locales, associatives ou commerciales, les télévisions locales qui seront autorisées sur les fréquences numériques devront signer avec le CSA une convention qui devra préciser leurs engagements et obligations en matière de programmation, d'économie,

d'organisation, de financement, notamment publicitaire. Dès lors, toute évolution de ces différents critères sera soumise à l'agrément du CSA qui pourra s'opposer à la remise en cause des équilibres établis entre les différents types de services, lors de l'affectation des fréquences, par d'éventuelles tentatives de concentrations ultérieures.

#### LES CHAINES LOCALES PRIVEES EN METROPOLE

<i>Nom</i>	Autorisation d'origine	Autorisation actuelle	Zone de diffusion
TLM (Lyon)	11 juillet 1988	1 <sup>er</sup> septembre 2001 (5 ans)	Lyon
TLT (Toulouse)	7 décembre 1987	12 septembre 2000 (5 ans)	Toulouse
Aqui-TV (Dordogne)	25 octobre 1993	14 novembre 1997 (5 ans)	Dordogne
Télé 102 (Vendée)	19 juillet 1999	(5 ans)	Sables d'Olonne (Vendée)
Télé Sud Vendée	18 novembre 1999	(5 ans)	Luçon (Vendée)
Clermont 1 <sup>ère</sup> SCT	6 juin 2000	(5 ans)	Clermont-Ferrand
TV8 Mont Blanc	26 juillet 2000	(5 ans)	Savoie
TV7 Bordeaux	26 juillet 2000	(5 ans)	Bordeaux
Canal 32 (Aube)	24 juillet 2001	(5 ans)	Troyes

#### Liste des demandes d'appels aux candidatures en mode analogique

Demandeur	Date de la demande
TV Miroir Nîmes SARL Télé Miroir	8 octobre 1998
Télé Bocal Association (Paris 20e)	20 octobre 1998 19 juin 2000
Saint Etienne Première TV Société en cours de création	26 octobre 1998
La Chaîne – Paris Nord SARL K.I.T.M.	13 novembre 1998 19 octobre 1999
Epsilon – banlieue Sud-est SARL Epsilon	25 novembre 1998
TV Ouest – Nantes – St Nazaire S.A. TV Ouest	25 novembre 1998 27 mars 2000
TVB Télévision Berry - Bourges SA (en formation)	11 décembre 1998
Prospective Image Orléans SARL	16 décembre 1998
Bap Vidéo Allier Vichy Moulin Montluçon	4 janvier 1999 14 mars 2001
C9 Télévision – Lille STM Nord Pas de Calais	14 janvier 1999 3 juin 2000
TV locale d'information Paris Région Parisienne Editions P. Amaury SA	21 janvier 1999 3 février 1999 21 juillet 1999
Ondes Sans Frontières Paris 20e – banlieue Association O.S.F.	3 février 1999 19 avril 2000 3 novembre 2000
TV 93 Première Saint-Denis – La Métisse	17 février 1999

Association La Métisse	
Télévision locale	17 février 1999
Sur le Grand Avignon -association	2 novembre 2000
Vidéoscope Multimédia SA	24 février 1999
(42) Saint Etienne	20 janvier 2000
Sarl en formation	23 janvier 2001
Association ab7 Télévision	25 février 1999
Andrézieux-Bouthéon	4 avril 2000
Plaine du Forez – Loire (42)	19 avril 2001
TSF Télévision Sans Frontières	11 mars 1999
Aubervilliers (93)	
SARL en cours de constitution	
Vaucluse Télévision Vidéo	15 mars 1999
Avignon - Sarl en formation	
TV locale (Manche-50)	16 mars 1999
Granville, Avranches, Coutance	
Le Mont Saint Michel	
(société en formation)	
TV Locale (Vienne)	26 mars 1999
Poitiers	
Personne physique	
TVPI Basque – la Rhûne	5 mai 1999
Pyrénées Atlantiques	1er février 2000
Sarl en formation	3 mai 2001
Télévision locale Atlantique	10 mai 1999
Nantes	
Sarl en cours de constitution	
TV locale Le Mans	15 juin 1999
Sarl FGB Audiovisuel	
Arles Camargue Télévision	15 juin 1999
Satellimage Productions	
TV Flamingo Cap d'Agde (34)	27 août 1999
Sarl Canal Cap	16 septembre 2000
TV Locale Orthez (64)	8 septembre 1999
Association AFDIC	
REIMS PQR-TPR	5 octobre 1999
L'Union (S.A. l'Union)	21 juin 2001
NANTES PQR-TPR	7 octobre 1999
S.A. Le Télégramme de Brest	6 mars 2001
LA ROCHELLE	4 octobre 1999
Atlantique TV - Sté en cours de constitution	
TV de proximité (31)	10 octobre 1999
31140 Launaguet (Haute Garonne)	18 juillet 2000
personne physique	
METZ PQR-TPR	12 octobre 1999
Le Républicain Lorrain	10 mai 2001
S.A. Républicain Lorrain	
LILLE PQR-TPR	14 octobre 1999
La Voix du Nord PQR/TPR	23 février 2001
	10 mai 2001
PERPIGNAN	3 novembre 1999
Plaine du Roussillon (association)	
L'Echo Le Régional TV locale	5 novembre 1999
95300 Pontoise	30 mai 2000
Sarl de presse S.A.V.O.I.R.	

Association Céreste Info TV 04 - Céreste Union des Télévisions locales de Pays TLP	13 novembre 1999 7 février 2001
MULHOUSE PQR/TPR « L'Alsace » Société Alsacienne de Publications	<sup>30</sup> novembre 1999 10 mai 2001
MONTPELLIER PQR/TPR « Midi Libre » Société Gemili S.A.	6 décembre 1999 22 février 2001 10 mai 2001
TV locale de proximité VESOUL Sarl SOPRODI	1er décembre 1999 7 Juin 2001
Forcal' TV Association Forcalquier (04)	14 février 2000
ZALEA TV Région parisienne Association	29 février 2000 7 septembre 2000
TV 17 Charente-Maritime La Rochelle- Rochefort Sarl Pôle N	10 mars 2000
Vidéosol TV Manosque – Sisteron Alpes de Haute Provence (04) Association	4 avril 2000 21 janvier 2001
Société Parisienne de Télévisio Artémis SA - Le Monde SA	28 avril 2000 26 juin 2000
J.M.G Production Caillian 83440 Fayence VAR	30 août 2000
SAINT ETIENNE Réalisation Vidéo Société	20 septembre 2000
Association SCEN TV Serrière en Chautagne SAVOIE	24 septembre 2000
Association ARRIMAGE Bourbonne-les-Bains Haute-Ma	3 octobre 2000
NORD PAS DE CALAIS Essort-Médias La Madeleine Sc	11 octobre 2000
NICE Association Nice-Télévis (Canal local du réseau câblé)	24 octobre 2000
NARBONNE - Société Médias TV locale à Nabonne	15 novembre 2000
Association Regarde à Vue Paris Acces Public - Noisy-le-C	15 novembre 2000
GRENOBLE Le Dauphiné PQR/TPR	27 novembre 2000 10 mai 2001
Association Télévillage Arrondissement de Béthune (62	5 décembre 2000
LILLE Nord Eclair Quotidien S.A. Nord Eclair	12 janvier 2001 10 mai 2001
LE MANS Canal 8 Canal local Sarl Le Mans TV	23 janvier 2001
AssociationB2 C Vidéo Aubagne (13)	21 février 2001

PERIPH. 1 Région parisienne (Sannois) Association les Compagnons de l'Audiovisuel	20 mars 2001
Association «Tournez Manettes» Sud de la Côte d'Or - Dijon (21)	7 juin 2001
Association Pour le Développement De l'Informatique des Usagers Sengouagnet - zone du Comminges (Haute- Garonne)	7 juin 2001
MARSEILLE Association TV Fraternité	12 juin 2001
Association «Télévision des Charente» - Angoulême Charente et Charente Maritime	22 juin 2001

**Liste des demandes d'appels aux candidatures en mode numérique**

<b><i>Demandes émanant de collectivités locales</i></b>	<b><i>Date</i></b>
District de Sarreguemines (57)	<i>26 janvier 2001</i>
Ville de Besançon	<i>29 janvier 2001</i>
Communauté d'Agglomération Gand Rodez	<i>29 janvier 2001</i>
Communauté urbaine du Grand Nancy	<i>29 janvier 2001</i>
Ville de Blois	<i>1<sup>er</sup> février 2001</i>

<i>Demandes émanant de canaux locaux du câble</i>	<i>Date</i>
Association ab7 Télévision - Andrézieux-Bouthéon (42) (canal local du câble)	22 janvier 2001
Sté Locale d'Exploitation du Câble St Quentin-en-Yvelines (canal local du câble)	29 janvier 2001
Ville de Cluses - Canal local - Canal C (canal local du câble)	30 janvier 2001
Régie Intercommunale de Val d'Argent (68) (Canal local câble)	30 janvier 2001
Association Canal 15 - La Roche-sur-Yon (Canal local câble)	30 janvier 2001
Association Cannes TV (Canal local du câble)	31 janvier 2001
Association Canal Local Erstein (67) (Canal local câble)	2 février 2001
Société Rennes Cités Média (canal local du câble)	14 février 2001
Cités Télévision - Villeurbanne - Lyon (Canal local du câble)	14 mars 2001
SAEML VIDEOCABLE 91 - Télésosne (Canal local du câble)	3 mai 2001
Association pour la création et la promotion d'un canal local Image Plus - Epinal (88) (Canal local du câble)	14 mai 2001
SAEML Perpignan Infos (Canal local du câble)	15 juin 2001

### Composition du capital et chiffre d'affaires 2000 des chaînes locales en métropole

Service	Montant et composition du capital	Chiffre d'affaires (estimations 2000)		Effectifs moyens du personnel
		Francs	€	
<b>TLM (Lyon)</b>	SA au capital de : 14,8 MF Le Progrès 49,97 % Crédit Agricole 21,88 % 2 RBI 16,60 % Segipa St Olive 10,00 % Crédit Lyonnais 1,05 % Autres (8 actionnaires) 0,50 %	21MF	3,2 M€	53
<b>TLT (Toulouse)</b>	SA au capital de : 29,9 MF Câble Toulousain Vidéocom. 49,99 % T.V.L.D. 48,29 % La Dépêche du Midi 0,86 % CCIT 0,50 % Autres (16 actionnaires) 0,36 %	18 MF	2,7 M€	30
<b>Aqui-TV (Dordogne)</b>	SA au capital de : 1 MF Cie Agro-alimentaire d'Aquitaine 84,94 % SARL JPB Conseil 15,00 % Carrier François 0,01 % Autres (5 actionnaires) 0,05 %	10 MF	1,5 M€	22
<b>Télé 102 Vendée</b>	SARL au capital de : 50 000 F Isabelle Arnaud 50 % Guy Barrier 50 %	360 000	55 000 €	2
<b>Télé Sud Vendée</b>	SARL au capital de 200 000 F Jacques Lévêque 49,70 % SARL JL Electronique 49,00 % Antony Poiraud 1,30 %	600 000	91 000 €	2

<b>Clermont 1<sup>ère</sup> SCT</b>	SA au capital de : 5 MF La Montagne 48,00 % Crédit Agricole 10,00 % Caisse d'Épargne 10,00 % Banque Populaire 10,00 % SOFIMAC 5,00 % Association Inter Consulaire 3,00 % Crédit Mutuel 2,00 % Banque Chalus 2,00 % Autres (7 actionnaires) 10,00 %	12,5 MF 1,9 M€	27
<b>TV8 Mont Blanc (Savoie)</b>	SA au capital de : 2 MF Association «La 8» 37,25 % Crédit Agricole de Savoie 23,50 % Société Mobalpa 6,75 % Société Bontaz-Marnaz 5,00 % Pau Rivier 3,00 % Pierre Herisson 3,00 % Jean-Claude Cachat 3,00 % Société Altitude Média 2,50 % Michel Bouchet 2,25 % Syndical du Décolletage 2,25 % Autres (10 actionnaires) 11,50 %	8 MF 1,2 M€	13
Service	<b>Montant et composition du capital</b>	<b>Chiffre d'affaires (estimations 2000)</b> Francs €	Effectifs moyens du personnel
<b>TV7 Bordeaux</b>	SA au capital de : 15 MF Atlantel sarl 48,92 % Com 1 16,00 % Bordelaise de Crédit (SBCIC) 11,50 % J.Communication (Canal Web) 8,00 % Natexis/Banque Populaire 2,00 % CECA 5,00 % France Télécom Câble 4,50 % Comité Expositions de Bordeaux 1,00 % Autres (6 actionnaires) 3,08 %	18 MF 2,7 M€	30
<b>Canal 32 (Troyes)</b>	SA au capital de : 2,9 MF France Régions Participations 24,2 % Eric Peters 13,8 % Claude Patin 12,1 % Serge Fleuriot 10,4 % Jacques Peters 10,4 % MD Finances 9,5 % Voltaire Operating Media 9,5 % Autres (11 actionnaires) 10,1 %	(prévisionnel) 6 MF 915 000 €	15

Les deux services en cours de création à Tours, dans les Hautes-Alpes et à Troyes (estimations)

Service	Francs Euros	Effectifs moyens
<b>TV37 (Tours)</b>	6 MF (prévisionnel) 915 000 €	17
<b>Télé Alpes 1</b>	2,4 MF (prévisionnel) 366 000 €	10

### III. ACTIVITÉ DES SOCIÉTÉS ET ORGANISMES

Votre rapporteur spécial n'a pas souhaité entreprendre de dresser un panorama exhaustif des organismes constituant l'audiovisuel afin de se concentrer sur certains dossiers d'actualité. Son objectif reste de parvenir sur un cycle de trois ou quatre ans à passer en revue les organismes de l'audiovisuel public pour en exposer les conditions de fonctionnement et les problèmes de financement.

Au moment où le groupe France Télévision se met en place et où il s'apprête à se lancer dans l'aventure du numérique terrestre, il a paru prématuré de se pencher sur le contrat d'objectif.

En l'occurrence, et compte tenu des développements consacrés à certaines sociétés dans les rapports déposés à l'Assemblée nationale, il a choisi de traiter :

- Du contrat d'objectifs et de moyens de France télévision ;
- de la situation de Radio France, dont il estime qu'elle reste fragile compte tenu de la faible marge de manœuvre dont dispose cet organisme.

#### *A. LE CONTRAT D'OBJECTIFS ET DE MOYENS DE FRANCE TÉLÉVISION*

La signature du contrat d'Objectifs et de Moyens, prévu par la loi du 1<sup>er</sup> août 2000, vient en principe clarifier les relations entre France Télévision et son actionnaire, l'État.

Comme son nom l'indique, il vient fixer des objectifs constituant sa mission de service public et déterminer les moyens, sans toutefois que son contenu échappe à la tentation des formules incantatoires.

##### **1. Le cadre général**

En fait, il énonce une exigence éditoriale de nature à caractériser la télévision publique ; il fixe ensuite le cadre du développement du groupe pour la période 2001-2005 : déploiement de l'offre publique sur le réseau numérique hertzien, diversification en matière de chaînes thématiques et de gestion des droits, développement des services interactifs.

Il prévoit également un financement présenté comme « cohérent » de ce développement qui sera assuré :

- de la part de l'État
  - par **l'assurance d'une progression annuelle des ressources publiques à hauteur de 3,5 % à 3,7 %** par an sur les années 2003-2005 selon la formule suivante : progression garantie 3,1 % par an ; part **variable additionnelle comprise entre 0,4 % et 0,6 %** et liée à la réalisation des objectifs du contrat, ainsi que
  - par l'attribution d'une dotation en capital de 152,5 M€ (soit un milliard de francs) destinée à financer le démarrage des chaînes numériques herziennes avec un premier versement de 53,4 M€ (soit 350 millions de francs) dès 2002,
- de la part de France Télévision :
  - par un autofinancement provenant d'une bonne gestion des ses ressources grâce à un plan de redéploiement et de synergies, au service des programmes et du développement du groupe,

Enfin en se fondant sur un principe de responsabilité mutuelle, il visera à moderniser le mode de contrôle de l'actionnaire sur la gestion du groupe.

A côté de ce contrat avec l'État, France Télévision passe aussi un contrat avec les téléspectateurs en matière de qualité et de diversité des programmes.

L'ensemble des engagements ainsi pris, font l'objet d'une série d'indicateurs qui permettront de mesurer l'activité et l'efficacité du groupe dans ses différents domaines d'intervention au regard de six missions prioritaires :

- Assurer la diversité et la spécificité des programmes en soutenant la création. Les chaînes du groupe s'engagent à offrir aux heures de grande écoute le plus large éventail de programmes et à privilégier en particulier : l'information, la découverte et le décryptage, le spectacle vivant, les programmes régionaux, les sports, les programmes liés à la jeunesse. Parallèlement, la télévision publique soutiendra plus que jamais la création audiovisuelle en augmentant ses investissements en 2002 et 2003 et en faisant porter ses efforts particulièrement sur la fiction, le documentaire et l'animation.
- Placer le téléspectateur au centre du dispositif élaboré pour honorer les engagements du service public, grâce au renforcement des services des médiateurs la mise en place d'une charte de l'antenne commune aux chaînes du groupe. Un **baromètre qualitatif de satisfaction** du public sera créé ainsi qu'un **indice d'affinité** qui permettra de vérifier que les programmes du groupe France Télévision s'adressent à toutes les composantes de la population sans exclusion.

## **2. Les objectifs en matière de numérique terrestre**

Dans ce domaine, les projets de France Télévision sont confirmés. Les chaînes actuelles seront déployées sur le numérique hertzien terrestre avec le passage de la Cinquième à une diffusion 24 heures sur 24. Les nouvelles chaînes numériques viendront compléter l'offre globale du groupe afin de mieux assurer les missions que lui fixe la loi :

- assurer le pluralisme de l'information avec la chaîne d'information continue ;
- renforcer le lien social et l'information de proximité avec les chaînes régionales ;
- offrir une nouvelle fenêtre aux meilleurs programmes des chaînes publiques et faire découvrir la culture d'aujourd'hui avec une chaîne développée avec Arte France.

## **3. Le développement de nouvelles activités et la politique de partenariats**

Dans ce secteur d'avenir, le groupe s'engage à un effort de rationalisation et de redéploiement des chaînes thématiques payantes.

Les capacités de développement de France Télévision Distribution seront renforcées et une structure d'acquisitions et de négoce de droits sera créée.

France Télévision Interactive accroîtra l'offre de contenus et de services interactifs sur les différents supports (internet en particulier avec la création de portails régionaux, télévision interactive,...).

France Télévision participera au rayonnement international des programmes français à travers TV5, CFI et des projets de développement qui seraient mis en œuvre en accord avec le Ministère des Affaires Étrangères.

## **4. Les objectifs en matière de gestion**

Il s'agit d'abord, sans que l'on sache ce que recouvrent ces formules par trop polies de « poursuivre une politique de ressources humaines dynamique et de qualité », c'est-à-dire « d'accompagner les évolutions technologiques du secteur et de permettre à chaque salarié du groupe de développer ses compétences et de bénéficier des opportunités offertes par les nouveaux projets de développement.

Les efforts porteront sur la gestion prévisionnelle, sur la mobilité à l'intérieur du groupe, la formation aux nouveaux métiers, l'amélioration et l'harmonisation de la couverture sociale, le rôle de l'encadrement et la modernisation de la politique salariale.

**Plus concret mais guère contraignant à court terme, est l'objectif par lequel France Télévision s'engage à maîtriser l'évolution de ses effectifs qui devront rester stables sur la période avec la souplesse d'une augmentation de 250 emplois pendant la période de démarrage des chaînes numériques.**

On remarque que les objectifs déjà mentionnés font relativement **peu de place aux considérations de productivité**. Sans en sous-estimer l'importance, on ne peut que souligner qu'on met plus l'accent sur les modalités plus générales de management du personnel –gestion prévisionnelle des emplois et des compétences, mobilité intra-groupes, formation professionnelle aux nouveaux métiers, harmonisation de la couverture sociale– que sur les objectifs d'efficacité économique que sont la maîtrise des effectifs et la modernisation de la politique salariale du groupe. La formulation est suffisamment souple pour ne pas faire craindre que l'horizon d'adaptation du système de rémunération ne soit finalement assez lointain, même si on note avec intérêt qu'est évoquée « une évolution progressive » du mode de rémunération « collectivement en fonction des résultats obtenus par les sociétés du groupe et individuellement par rapport aux résultats de chacun ».

Par ailleurs, il faut remarquer qu'est envisagée, au moins implicitement, une évolution du cadre social sans toutefois que la renégociation de la convention collective du secteur constitue clairement un objectif. Il est dit simplement que « l'évolution du secteur audiovisuel nécessite l'ouverture d'un dialogue direct avec les organisations syndicales sur les textes conventionnels, sur leur application et sur leur évolution sans écarter une réflexion sur l'élaboration interne d'une convention de branche ».

## **5. Le financement de l'investissement**

Sur le plan de la gestion, le contrat prévoit des engagements réciproques de France Télévision et de son actionnaire, l'État.

Le volume d'investissements sur la période 2001-2005 est très important : 640 M€(4,2 milliards de Francs). Ces investissements financeront les chaînes historiques, les nouvelles chaînes numériques et les actions de diversification. Il faut noter que la plus grande part de ces investissements sera consacrée à France 2, France 3 et la Cinquième, ce qui représente un effort sans précédent en faveur des programmes. C'est ainsi que globalement les coûts de grille entre 2001 et 2005 progresseront en moyenne de 5,3 %, soit d'une façon sensiblement supérieure à l'évolution des ressources publiques.

L'État s'engage à apporter une dotation en capital exceptionnelle de 152 M€ (1 milliard de Francs) pour le développement dans le domaine du numérique terrestre. Un premier versement de 53,4 M€ (350 millions de Francs) sera versé en 2002 afin de couvrir les investissements de départ.

De son côté, France Télévision s'engage à dégager une capacité d'autofinancement de 497 M€ (3,2 milliards de Francs) y compris cessions d'actifs ; elle le fera en partie au moyen d'un plan d'économies et de synergies d'un montant de 249,7 M€ (1,6 milliards de Francs), correspondant chaque année à environ 1% d'économies cumulées sur son budget pour la période 2001-2005.

Par ailleurs, l'État s'engage sur une progression de la ressource publique à partir de 2003 qui se décompose en une partie fixe de 3,1 % à laquelle s'ajoutera une partie supplémentaire de 0,4 à 0,6 % en fonction du respect des objectifs fixés par le contrat ;

France Télévision et l'État s'orientent vers une modernisation de leurs relations basée sur une autonomie de gestion du groupe et un renforcement des modalités de contrôle a posteriori.

Enfin l'exécution du contrat fera chaque année l'objet d'un audit indépendant et, comme le prévoit la loi, d'un rapport devant le Parlement.

## 6. L'effort de France Télévision en matière de création

Un certain nombre d'indicateurs vont permettre d'évaluer l'effort du groupe en matière de création :

- Les pourcentages d'investissement par chaîne vont progresser d'une façon très significative : de 0,5 point en 2001, 2002 et 2003 pour France 2 et France 3, de 1 point pour la Cinquième en 2002

	2001	2002	2003
France 2	17,5%	18%	18,5%
France 3	18%	18,5%	19%
5 <sup>ème</sup>	15%	16%	16%

En matière de diffusion et de financement d'œuvres d'origine française et européenne dans les trois genres majeurs que sont la fiction, le documentaire et l'animation, France Télévision accentue son effort avec la consolidation de la part de premières diffusions d'œuvres d'expression française et européennes au dessus de 55% et du volume horaire annuel d'œuvres cofinancées à un niveau supérieur à 1 200 heures ; en outre, France 2 accentuera son effort dans le domaine de la fiction (180 h en 2000) et

notamment les fictions destinées aux adolescents, tandis que France 3 confortera son effort dans le domaine du documentaire (plus de 13M€ en 2000) en développant les coproductions internationales et poursuivra sa politique de soutien à l'animation (plus de 13M€ en 2000) et accroîtra le volume de fiction cofinancée. Enfin, la Cinquième accentuera son effort dans le domaine du documentaire (plus de 23 M € en 2000), proposera des programmes d'éveil pour les jeunes enfants et consolidera ses engagements en matière d'animation.

## ***B. LA SITUATION DE RADIO FRANCE***

La progression de 2,8% du budget de Radio France prévue pour 2002 porte le niveau du budget de cet organisme à un niveau insuffisant pour lui permettre de faire face aux besoins résultant des embauches rendues nécessaires par la réduction du temps de travail en dépit des progrès de productivité qui se sont traduits par le quasi-retour à l'équilibre intervenu en 2000.

### **1. La position de Radio France dans le paysage radiophonique**

En matière de radio - qui est le média a été écouté par plus de huit français sur dix pendant trois heures 10 minutes en moyenne par jour de semaine - l'événement marquant depuis 1999 est la forte chute de RTL enregistrée de septembre à décembre 2 000. - près de 2 millions d'auditeurs ont abandonné la station - au profit essentiellement d'Europe.

Dans ce contexte, France Inter a maintenu son audience à 11,3 % (5,4 millions d'auditeurs) pour se classer dans le trio de tête des radios dans 20 agglomérations, dont la 1ère position à Paris intra-muros, Nantes, Rennes...

France Bleu, dont la naissance est le deuxième évènements important de cette saison, est créditée de 6,4 % d'audience cumulée (3 millions d'auditeurs) et de 136 minutes de durée d'écoute.

France Info a enregistré une progression de 0,4 point. Son audience cumulée s'élève à 11,2 %. Elle se situe en tête de toutes les radios dans 14 agglomérations (dont Lyon, Marseille, Toulouse, Nice..) ainsi qu'à Paris+Petite Couronne.

France Culture et France Musiques stabilisent leur audience à respectivement 0,9 % et 1,6 % un jour moyen de semaine. Si l'on considère l'auditoire d'une semaine (lundi-dimanche), France Culture touche 2,5 millions de personnes (5,4 %) et France Musiques 3,4 millions (7,2 %).

Le Mouv' progresse dans les agglomérations où elle était déjà présente (Toulouse : 5,2 %, Angers : 7,1 %, Valence : 2,8 %) et démarre bien dans les agglomérations nouvellement desservies (Brest :2,7 %, Rennes :1,8 %....). L'audience de FIP augmente à Bordeaux (4,2 %), à Strasbourg (4,4 %), à Paris intra-muros et reste stable à Nantes (3,1 %).

En ce qui concerne les réseaux musicaux nationaux, on peut noter les hausses de NRJ, Nostalgie, Fun radio et Skyrock.

<b>Audience cumulée du MOUV'</b>		
<b>05H00-24H00 – Lundi-Vendredi - 15 ans et +</b>		
Septembre 00 - Juin 01		
	1% =	
TOULOUSE	6 044	5,2
ANGERS	1 782	7,1
VALENCE	938	2,8
RENNES	2 189	1,8
BREST	1 670	2,7
LYON	10 510	1,5
MARSEILLE	9 282	1,4
NANTES	4 304	1,5
LILLE	7 414	1,3
AJACCIO	526	1,4

Source: Médiamétrie, Médialocales

**AUDIENCE EN CUMULE DES STATIONS DE RADIO**

	<b>Septembre 99 - juin 00</b>	<b>Septembre 00 - juin 01</b>
	1 % = 474 730	1 % = 476 330
TOTAL RADIO	83,6	83,5
FRANCE INTER	11,4	11,3
EUROPE 1	10,2	11,1
RTL	17	13,8
RMC INFO	2,6	2,0
FRANCE BLEU	-	6,4
FRANCE INFO	10,8	11,2
FRANCE CULTURE	0,9	0,9
FRANCE MUSIQUES	1,6	1,6
CHERIE FM	5,7	5,8
EUROPE 2	5,2	5,1
FUN RADIO	6,5	7,3
NOSTALGIE	8	8,7
NRJ	11,7	12,1
RFM	4,5	4,3
RTL2	4,5	4,5
SKYROCK	6,3	6,7
RIRE ET CHANSONS	3,2	3,6
MFM	1	1,5

*Source : Médiamétrie enquête 75 000 +.  
5h-24h, 15 ans et plus*

## **2. Une situation budgétaire encore tendue**

En dépit de l'amélioration constatée pour l'exercice 2000 - les produits ayant progressé de 3,5% alors que l'évolution des charges a été limitée à 2% -, la situation reste fragile.

Il convient de rappeler que ce résultat pour 2000, qui reste encore déficitaire, supporte :

- le poids des provisions d'exploitation constituées au cours de l'exercice clôturé, soit 27,2 MF en 2000. Comme l'a souhaité le Conseil d'Administration lors de l'arrêté des comptes 1999, la Société a opéré une rupture dans sa politique de provisionnement. C'est ainsi que, dans la perspective de la prochaine mise en application des nouvelles règles comptables, les provisions constituées pour charges à répartir sur

plusieurs exercices dont la dotation 1999 s'était élevée à 61,9 MF ont été limitées à 9,6 MF .

- la charge des amortissements dégagés par les investissements réalisés à l'aide de subventions, dont la reprise est comptabilisée en produits exceptionnels, soit 10,1 MF en 2000.

(en millions de francs	1999	2000	Variation
Produits d'exploitation	2 991,2	3 096,4	+ 105,2
Charges d'exploitation	3 064,9	3 126,9	+ 62,0
Résultat d'exploitation	- 73,7	- 30,5	+ 43,2
Produits financiers	8,1	6,9	- 1,2
Charges financières	0,7	,3	- 0,4
Résultat financier	,4	,6	- 0,8
Résultat courant	- 66,3	- 23,9	+ 42,4
Produits exceptionnels	5,0	4,8	+ 9,8
Charges exceptionnelles	,5	6,1	+ 8,6
Résultat exceptionnel	7,5	8,7	+ 1,2
Intéressement	,0	,9	+ 2,9
Impôt sur les sociétés	,2	,2	+ 0,0
<b>Résultat net</b>	<b>-39,0</b>	<b>1,7</b>	<b>+ 40,7</b>

Le résultat budgétaire de l'exercice - comparaison entre le surcroît de recettes nettes (exploitation et financier, hors reprise de provisions) soit 30,2 MF et le surplus de dépenses nettes (exploitation et financier, hors constitution de provisions) soit 35,9 MF s'établit à - 5,7 MF.

Ce léger déséquilibre constitue naturellement le solde de nombreux mouvements de sens contraire, mais il traduit surtout les tensions financières, d'ordre conjoncturel, entraînées par la mise en œuvre de la RTT et la réduction des disparités salariales, mesures non inscrites au budget initial, et pour lesquelles les pouvoirs publics ont accordé en fin d'exercice une dotation complémentaire de redevance de 38,2 MF, couvrant partiellement les dépenses supportées par la Société et portant le budget de 2892,3 MF à 2930,5 MF.

Pour 2001, le budget de Radio France s'élève à 3.062,0 MF.

**BUDGETS FONCTIONNELS & COMPLETS 2001**

(en millions de francs)

	<b>Budget fonctionnel 2001</b>	<b>Budget Complet 2001</b>
France Inter	321,9	480,3
France Info	135,1	182,1
France Culture	257,2	365,5
France Musiques	119,8	215,7
France Bleu	46,7	132,5
Le Mouv'	37,4	44,8
Formations permanentes	238,9	238,9
Autres productions musicales	27,1	27,1
Développement des produits nouveaux	28,1	31,5
<b>Programmes nationaux</b>	<b>1 212,2</b>	<b>1 718,4</b>
Réseau FIP	24,8	32,2
Radios Locales	640,3	765,6
Urgences	5,2	5,7
Sophia	3,9	4,8
<b>Programmes locaux</b>	<b>674,2</b>	<b>808,4</b>
Autres activités de programmes	38,6	38,6
Versement sociétés d'auteurs et droits voisins	149,6	0,0
Diffusion	490,7	0,0
<b>Autres frais de programmes</b>	<b>678,9</b>	<b>38,6</b>
<b>TOTAL MOYENS AFFECTES AUX PROGRAMMES</b>	<b>2 565,3</b>	<b>2 565,3</b>
INA	20,0	20,0
Cotisations diverses	0,0	0,0
Impôts et taxes	101,3	101,3
Formation professionnelle	36,5	36,5
Action sociale	68,0	68,0
Affaires commerciales	23,7	23,7
Activités immobilières & prestations diverses	46,0	46,0
Informatique	91,3	91,3
Services centraux	50,4	50,4
Charges communes non ventilables	59,5	59,5
<b>TOTAL MOYENS NON DIRECTEMENT AFFECTABLES AUX PROGRAMMES</b>	<b>496,7</b>	<b>496,7</b>
<b>TOTAL</b>	<b>3 062,0</b>	<b>3 062,0</b>

### **3. L'accord sur la réduction du temps de travail**

L'accord sur la réduction, l'organisation du temps de travail et l'emploi à Radio France, signé le 27 janvier 2000 avec les syndicats CFDT, CFTC, SNJ et SJA FO, est entré en application le 1er février 2000.

Cet accord repose sur quatre principes majeurs

- Diversité et souplesse des modalités de réduction du temps de travail : selon les types d'horaires pratiqués, les catégories de personnels (cadres, non-cadres, journalistes) et les contraintes d'organisation des services, la RTT s'effectue en heures ou en jours, à la semaine, au mois ou à l'année ;

- Maintien du salaire de base et réforme du paiement des heures majorées : l'accord RTT conclu à Radio France a permis de modifier les dispositions de la convention collective par une baisse sensible des taux de majorations des heures supplémentaires ; en particulier les heures supplémentaires rémunérées à 200 et 225% ont été supprimées et en contrepartie les majorations des heures effectuées de nuit (entre 21h et 6h) sont passées de 20 à 40% ;

- Flexibilité du temps de travail par l'introduction de la modulation et de l'annualisation .

La modulation du temps de travail sur des périodes de quatre semaines permet de faire varier la durée du travail entre 28 et 42 heures d'une semaine à l'autre sans que le dépassement d'une durée hebdomadaire de 35 heures entraîne mécaniquement le paiement d'heures supplémentaires.

Ces dispositions concernent l'ensemble des techniciens des radios locales, les assistants et chargés de réalisation, les techniciens, éclairagistes et aides de plateaux du centre technique de production, les techniciens de maintenance du centre technique des reportages, les chargés d'accueil des radios locales, les techniciens du Mouv', soit au total 530 personnes.

80 personnes, salariés itinérants non-cadres, appartenant pour l'essentiel au centre technique des reportages ont vu leur durée du travail annualisée sous la forme d'un forfait annuel en heures.

Une centaine de cadres non référés à un horaire collectif sont régis par un forfait annuel en jours.

**Cet accord s'est traduit par la création de 175 emplois (dont 55 de journalistes) ciblées sur les activités qui constituent le cœur de métier de Radio France : production et diffusion des programmes et de l'information dans les chaînes nationales et les stations locales du groupe.**

Le bilan de la première année d'application de l'accord fait apparaître que 80% des salariés qui travaillent en horaire hebdomadaire constant, ont effectivement pris la totalité de leurs journées ou demi-journées RTT. Ce pourcentage est identique pour les cadres et les non-cadres et ne présente pas de différence significative d'une direction à l'autre.

La mise en oeuvre de la modulation du temps de travail a eu dans les différents secteurs concernés le double effet attendu de baisse du volume et de baisse des coûts des heures supplémentaires

A fin juin 2001, 278 salariés, essentiellement cadres et journalistes, ont ouvert un compte épargne temps ; en moyenne chaque salarié ayant ouvert un CET a épargné 11 jours ouvrés sur un maximum possible de 15 (60% étant des jours de congés payés, le reste des jours RTT ou des heures de récupérations capitalisées en jours)

Au 15 mai 2001, 171 emplois sur les 175 prévus étaient pourvus.

Deux effets positifs importants sont à noter dans le processus de comblement de ces emplois

- un mouvement important de mobilité : sur les 55 postes de journalistes créés 33 l'ont été par la mobilité, de même que 26 postes sur 60 de techniciens ;

- le rajeunissement de la pyramide des âges résultant des recrutements effectués après mobilités dans les métiers de journaliste et technicien.

#### **4. Des besoins complémentaires**

La nécessité de créer plus de 170 emplois pour satisfaire aux exigences de la réduction du temps de travail ne peut qu'avoir une influence défavorable sur les comptes au détriment de dépenses tendant à améliorer la productivité, et en particulier à celles relatives à la numérisation.

Telle est actuellement la situation de cet organisme qui, ne pouvant faire face aux dépenses quasi-obligatoires de la RTT, ainsi qu'à certaines charges exceptionnelles, se voit contraint de repousser certains investissements.

En l'occurrence, aux charges de personnels, viennent s'ajouter pour l'exercice 2002 trois dépenses exceptionnelles :

1/ deux grands événements qu'il va falloir couvrir comme les élections présidentielles et législatives, les jeux olympiques et la coupe du monde, surtout, dont le coût total peut être estimé à 11 millions de francs ;

2/ la modification des tarifs de TDF qui s'est traduite par une augmentation de 3,2 % en 2001 contre 1 % environ en moyenne, ce qui laisse un solde résiduel de 10 millions de francs sans financement ;

3/ un changement de règles comptables qui ne permet plus à Radio France de constituer des provisions pour charges à répartir sur plusieurs exercices et qui finançaient le budget de fonctionnement de l'entreprise jusqu'à 50 millions de francs de façon récurrente.

La direction de l'entreprise souhaiterait pouvoir rééquilibrer ses comptes pour 2001 par l'affectation d'une partie de la redevance d'investissement dont la diminution serait compensée par l'affectation de crédits supplémentaires en loi de finances rectificative financée sur des suppléments de redevance. Il y a là une piste qu'il faut effectivement envisager en fonction des recettes effectives de redevance, étant entendu que celles-ci ne dégagent plus des suppléments aussi importants et ce d'autant plus qu'une fraction en est déjà distribuée en loi de finances initiale.

En tout état de cause, le problème de Radio France ne lui est pas propre. Tous les organismes de l'audiovisuel public doivent faire face à des charges exceptionnelles qu'ils devraient être en mesure de financer par des redéploiements si la réduction du temps de travail ne venait pas grever lourdement leur budget.

Votre rapporteur spécial regrette, à cet égard, d'une façon générale, qu'on n'ait pas eu la volonté politique de lier l'application des 35 heures à la remise à plat de la convention collective de l'audiovisuel. Seule la rénovation de cette convention permettait de dégager des gains de productivité suffisants pour financer la réduction du temps de travail et permettre à l'audiovisuel public de tirer tout le profit des nouvelles technologies numériques.

## EXAMEN EN COMMISSION

Réunie le 13 novembre 2001 sous la présidence de M. Alain Lambert, la commission a examiné les **crédits** de la **communication audiovisuelle**, ainsi que **l'article 47** et les **lignes 38 et 39 de l'état E annexé à l'article 43**.

Après avoir évoqué l'évolution des grandes masses financières qui caractérisent le budget des organismes constituant l'audiovisuel public, le rapporteur spécial a évoqué une série de questions d'actualité.

Il a exposé, en tout premier lieu, les termes de la controverse ouverte par le lancement de la télévision numérique de terre décidée dans les conditions fixées par la loi du 1er août 2000, pour indiquer qu'on assistait à un conflit d'intérêt évident entre les opérateurs déjà présents sur le satellite ou le câble, et tous les groupes qui aspirent à se faire une place dans le paysage audiovisuel français. Il a estimé qu'il fallait tenir compte des réalités commerciales, et en particulier, du coût réel des décodeurs qui pourrait se révéler bien supérieur à ce qui est annoncé, et rester prudent, étant donné l'échec des expériences scandinaves et britanniques, signalant à ce sujet que le bouquet numérique terrestre anglais On Digital devenu ITV Digital, avait perdu près de 9 milliards de francs en trois ans.

En ce qui concerne la situation de l'audiovisuel public, il a fait savoir que la dotation en capital d'1 milliard de francs promise par le gouvernement et qui devrait être versée par tranche à compter de la signature du contrat d'objectifs et de moyens entre l'État et France Télévision, ne donnerait pas au groupe, en dépit du talent des équipes qu'il mobilise, les moyens de développer de nouvelles chaînes dans de bonnes conditions.

Ensuite, évoquant la pauvreté du paysage audiovisuel français, le rapporteur spécial a fait le point sur la situation des télévisions de proximité qui ne parviennent pas, en dépit de la multiplication des initiatives émanant notamment de la presse locale, à se développer, faute de pouvoir évoluer dans un cadre clair en ce qui concerne la nature des ressources publicitaires auxquelles elles peuvent avoir accès, et les possibilités d'intervention des collectivités territoriales.

Puis il a rappelé la triste histoire de la Société française de production qui, après avoir perdu, en 25 ans, 80% de ses effectifs et englouti plus de 4,5 milliards de francs de dotations publiques, vient d'être cédée à un opérateur associé au groupe Bolloré pour 30 millions de francs, une somme quasi-symbolique compte tenu de la valeur des actifs transférés et du savoir-faire de la société.

En dernier lieu, il a insisté sur la situation de l'audiovisuel public extérieur, qui, autant qu'il avait pu en juger à l'occasion de déplacements à

l'étranger, ne parvenait pas à développer une stratégie cohérente associant tous les acteurs publics et à mettre en place une vraie dynamique tirant parti du capital de compétence et de dévouement -comme en témoigne une actualité dramatique- qui caractérise les sociétés concernées.

Répondant ensuite aux questions de **MM. Gérard Braun** et **Michel Sergent**, **M. Claude Belot, rapporteur spécial**, a notamment indiqué que la négociation de la retransmission du championnat du monde de football de 2002 faisait l'objet d'une partie de bras de fer entre le groupe Kirch détenteur des droits et les télévisions françaises, et rappelé qu'il voyait difficilement comment, au vu de l'ampleur des besoins, on pourrait éviter une augmentation de la redevance, rappelant à cet égard son attachement à l'existence d'une recette affectée.

A l'issue de ce débat, sur proposition du rapporteur spécial qui a rappelé que beaucoup de sujets étaient traités dans l'ambiguïté, la commission a décidé de proposer au Sénat de **rejeter les crédits de la communication**, ainsi que **l'article 47 et les lignes 38 et 39 de l'état E annexé à l'article 43**.