

N° 645

SÉNAT

SESSION EXTRAORDINAIRE DE 2009-2010

Enregistré à la Présidence du Sénat le 7 juillet 2010

RAPPORT D'INFORMATION

FAIT

*au nom de la commission de la culture, de l'éducation et de la communication (1) sur le **contrat d'objectifs et de moyens entre Radio France et l'État pour 2010-2014,***

Par Mme Catherine DUMAS,

Sénatrice.

(1) Cette commission est composée de : M. Jacques Legendre, *président* ; MM. Ambroise Dupont, Serge Lagache, David Assouline, Mme Catherine Morin-Desailly, M. Ivan Renar, Mme Colette Mélot, MM. Jean-Pierre Plancade, Jean-Claude Carle, *vice-présidents* ; M. Pierre Martin, Mme Marie-Christine Blandin, MM. Christian Demuynck, Yannick Bodin, Mme Béatrice Descamps, *secrétaires* ; MM. Jean-Paul Amoudry, Claude Bérít-Débat, Mme Maryvonne Blondin, M. Pierre Bordier, Mmes Bernadette Bourzai, Marie-Thérèse Bruguière, Françoise Cartron, MM. Jean-Pierre Chauveau, Yves Dauge, Claude Domeizel, Alain Dufaut, Mme Catherine Dumas, MM. Jean-Léonce Dupont, Louis Duvernois, Jean-Claude Etienne, Mme Françoise Férat, MM. Jean-Luc Fichet, Bernard Fournier, Mme Brigitte Gonthier-Maurin, MM. Jean-François Humbert, Soibahadine Ibrahim Ramadani, Mlle Sophie Joissains, Mme Marie-Agnès Labarre, M. Philippe Labeyrie, Mmes Françoise Laborde, Françoise Laurent-Perrigot, M. Jean-Pierre Leleux, Mme Claudine Lepage, M. Alain Le Vern, Mme Christiane Longère, M. Jean-Jacques Lozach, Mme Lucienne Malovry, MM. Jean Louis Masson, Philippe Nachbar, Mme Monique Papon, MM. Daniel Percheron, Jean-Jacques Pignard, Roland Povinelli, Jack Ralite, Philippe Richert, René-Pierre Signé, Jean-François Voguet.

SOMMAIRE

	<u>Pages</u>
LES CONCLUSIONS DE LA COMMISSION	5
INTRODUCTION	7
I. POUR UNE DIFFUSION LA PLUS LARGE POSSIBLE	9
A. LE SERVICE PUBLIC RADIOPHONIQUE S'APPUIE SUR UN BOUQUET DE SEPT CHAÎNES BÉNÉFICIAIRE CHACUNE D'UNE IDENTITÉ FORTE	9
1. <i>Maintenir et augmenter les audiences dans le respect de l'identité de chaque chaîne</i>	9
2. <i>Un service public radiophonique qui doit s'adresser à tous les publics dans leur diversité sociale</i>	14
B. CONFORTER L'ACTION MUSICALE ET CULTURELLE DE RADIO FRANCE	16
C. DÉVELOPPER L'OFFRE DE RADIO FRANCE DANS UN ENVIRONNEMENT MULTIMÉDIA	17
II. DES RESSOURCES PUBLIQUES SOLIDES AU SERVICE D'UN PLAN D'INVESTISSEMENT AMBITIEUX	21
A. UNE DOTATION PUBLIQUE EN PROGRESSION SUR LA PÉRIODE 2010-2014	21
1. <i>Les charges d'exploitation hors amortissements et provisions de Radio France devraient augmenter de 10 % sur la période 2010-2014</i>	21
2. <i>Des ressources propres à la progression limitée</i>	23
B. UN PLAN D'INVESTISSEMENT TRÈS AMBITIEUX	24
1. <i>Le chantier de la réhabilitation de la Maison de Radio France</i>	25
2. <i>Un autofinancement du programme ambitieux d'investissement hors réhabilitation</i>	26
EXAMEN EN COMMISSION	29
Liste des personnes auditionnées	31

LES CONCLUSIONS DE LA COMMISSION

Réunie le mercredi 7 juillet 2010, sous la présidence de Mme Catherine Morin-Desailly, vice-présidente, la commission de la culture, de l'éducation et de la communication a examiné le projet de contrat d'objectifs et de moyens (COM) entre Radio France et l'État pour la période 2010-2014.

Sur proposition de son rapporteur, Mme Catherine Dumas, la commission a donné un **avis favorable** à la signature de ce projet de COM, en l'assortissant des **dix recommandations** suivantes :

1. Les rapports d'exécution du COM devraient renseigner, chaque année, un indicateur de suivi sur la répartition du coût global des grilles locales de France Bleu et des heures de diffusion, afin de mieux évaluer le coût horaire de chaque grille locale et la productivité respective des différentes antennes de France Bleu. Les projets de mutualisation des services, de synergies et de mise en cohérence entre les antennes locales voisines qui en découlent devraient être précisés ;

2. Il devrait être introduit, dans les rapports d'exécution du COM, des indicateurs de suivi mesurant le temps d'antenne moyen consacré par chaque chaîne de Radio France à des programmes visant plus particulièrement un public jeune ;

3. Radio France doit se fixer clairement un objectif de transmission au public d'une information rigoureuse, plurielle et indépendante et de diffusion de débats politiques et de magazines culturels reflétant la diversité sociale et culturelle, en s'appuyant sur des indicateurs de suivi mesurant la qualité de ses journaux d'information et de ses programmes de débat et de confrontation des points de vue, à partir des scores d'agrément dégagés par son panel d'auditeurs ;

4. Le nombre de concerts enregistrés et diffusés sur France Musique et le nombre d'éditions et de coéditions devraient désormais faire l'objet d'indicateurs cibles (de résultats) et non plus d'indicateurs de suivi, afin que soient respectés des objectifs ambitieux dans ces domaines. L'accent doit en particulier être porté sur la mise à disposition en différé à partir de supports multimédias de concerts et d'événements culturels retransmis ;

5. Il devrait être inséré, dans le COM, un indicateur cible ou un indicateur de suivi destiné à évaluer le rôle de Radio France comme vecteur de l'identité européenne, en mesurant le cas échéant le nombre de programmes de types divers consacrés à des sujets européens ou issus de la création européenne ;

6. Le service public de la radiophonie a un rôle à jouer en matière d'apprentissage des langues étrangères, il est donc souhaitable que soit introduit dans le COM un indicateur cible fixant un objectif en nombre de programmes bilingues diffusés chaque année par Radio France, que ce soit à l'antenne ou par le biais de son offre délinéarisée ;

7. L'État est appelé à présenter au Parlement, à la mi-2013, un rapport faisant le point sur les expérimentations conduites par Radio France dans le lancement de la radio numérique terrestre et précisant le choix de la norme de diffusion ainsi que les phases de mise en œuvre opérationnelles de la RNT par Radio France, en détaillant le montant prévisionnel des investissements devant être engagés à ce titre ;

8. Radio France et l'État doivent se fixer un objectif plus ambitieux en termes de formation des effectifs aux technologies multimédias et à la diffusion numérique, de l'ordre d'au moins 60 % des effectifs formés en cumulé sur la période 2010-2014. Radio France pourrait s'appuyer, à cet égard, sur l'offre de formation performante de l'Institut national de l'audiovisuel ;

9. Radio France doit s'attacher à consolider ses ressources propres, en étudiant les pistes suivantes :

- le renforcement de ses ressources publicitaires sur Internet, dans les limites du respect de l'identité du service public de la radiophonie. À ce titre, un indicateur de suivi mesurant les recettes issues de la publicité sur Internet et les contenus multimédias devrait être renseigné dans les rapports d'exécution du COM ;

- le développement des ressources issues du mécénat, pour lesquelles un indicateur de suivi devrait également être renseigné dans les rapports d'exécution du COM ;

10. Les investissements dans les développements multimédias gagneraient à être renforcés afin de développer l'offre de contenus multimédias de Radio France. À cet égard, afin d'évaluer les efforts en termes de contenus multimédias disponibles sur ses portails Internet, il serait utile que Radio France renseigne un indicateur de suivi mesurant la proportion de sujets traités de façon pluri-média (corpus documentaires comprenant texte, son, image, vidéo) dans les rapports d'exécution du COM.

Mesdames, Messieurs,

Aux termes de l'article 53 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, un contrat d'objectifs et de moyens (COM) d'une durée comprise entre trois et cinq années civiles doit être conclu entre Radio France et l'État. Avant sa signature, tout projet de COM doit être transmis aux commissions parlementaires chargées des affaires culturelles qui disposent d'un délai de six semaines pour formuler un avis.

Le 16 juin 2010, le ministre de la culture et de la communication a présenté, en Conseil des ministres, le projet de COM sur lequel se sont entendus Radio France et l'État pour la période 2010-2014. Ce document stratégique doit permettre au service public de la radiophonie, dans un contexte général d'érosion de l'audience du média radio, de stabiliser, voire d'augmenter ses audiences en mettant l'accent sur la **rénovation de ses grilles de programmes** et sur son **développement en environnement numérique**.

Grâce à la qualité et à la diversité des programmes diffusés par ses sept chaînes, Radio France constitue, aujourd'hui, le **premier groupe radiophonique français** avec 13,5 millions d'auditeurs quotidiens et 23,7 millions d'auditeurs sur une période de trois semaines. Le service public de la radiophonie est chargé d'assurer, au bénéfice du plus grand nombre, une série de missions historiques, résumées par le triptyque « *informer, éduquer et distraire* » qui fonde, de longue date, la philosophie de Radio France, et parmi lesquelles on recense en particulier :

- une fonction culturelle, éducative et sociale ;
- une fonction d'animation du débat public et du traitement rigoureux de l'information, à partir du croisement des sources et de la confrontation des points de vue ;
- une fonction de garantie de l'expression pluraliste des courants de pensée et d'opinion et de prise en compte de la diversité des origines et des cultures ;
- une fonction de soutien au dynamisme de la création culturelle et artistique.

Votre commission constate que ce projet de COM s'appuie sur une stratégie ambitieuse et responsable et s'en réjouit. Il est assorti de nombreux indicateurs cibles et de suivi qui devraient permettre de contrôler efficacement l'utilisation des ressources publiques consenties au groupe. La facture de ce document tranche avec l'imprécision initiale du projet de COM pour la période 2006-2009 que votre commission avait examiné il y a quatre ans et qui l'avait conduite à demander aux parties contractantes de revoir leur copie.

Votre commission souligne que la signature de ce document stratégique revêt une importance particulière pour l'avenir de Radio France, à un double titre :

- d'une part, ce COM servira de base à la négociation avec les organisations syndicales représentatives d'un **nouvel accord d'entreprise** appelé à se substituer aux conventions collectives¹. La direction et les représentants du personnel de Radio France auront pour mission de s'accorder sur un nouveau contrat social prenant en compte les réalités de l'information et du divertissement radiophoniques dans un **environnement numérique de plus en plus concurrentiel**, en mettant l'accent sur les efforts de **formation** et de renforcement de la **polyvalence** des salariés ;

- d'autre part, ce COM prépare Radio France à affronter, en termes de moyens humains et techniques, le défi posé par le lancement de la **radio numérique terrestre** (RNT). À ce titre, votre commission rappelle que le groupe d'études « Médias et nouvelles technologies », présidé par Mme Catherine Morin-Desailly, a porté dans la période récente une attention toute particulière au dossier de la RNT, dont le lancement devrait faire l'objet d'un moratoire à la demande des grandes radios. Pour autant, la réflexion doit se poursuivre pour garantir au service public radiophonique une diffusion la plus large possible couvrant l'ensemble du territoire.

¹ La dissolution de l'Association des employeurs du service public de l'audiovisuel (AESPA), prononcée le 9 avril 2009, a entraîné la mise en cause de la convention collective de la communication et de la production audiovisuelles et de l'avenant audiovisuel de la convention collective nationale de travail des journalistes.

I. POUR UNE DIFFUSION LA PLUS LARGE POSSIBLE

A. LE SERVICE PUBLIC RADIOPHONIQUE S'APPUIE SUR UN BOUQUET DE SEPT CHAÎNES BÉNÉFICIAIRES CHACUNE D'UNE IDENTITÉ FORTE

L'article 44 de la loi du 30 septembre 1986 définit les missions de Radio France dans les termes suivants :

*« La société nationale de programme dénommée Radio France est chargée de concevoir et de programmer des **émissions de radio à caractère national et local**, destinées à être diffusées sur tout ou partie du territoire métropolitain. Elle favorise l'expression régionale sur ses antennes décentralisées sur l'ensemble du territoire. Elle valorise le **patrimoine et la création artistique**, notamment grâce aux formations musicales dont elle assure la gestion et le développement. »*

Radio France regroupe sept chaînes. Trois d'entre elles ont été créées en 1963 : France Inter, France Musique et France Culture. Les quatre autres, de création plus récente, sont FIP (initialement France Inter Paris, créée en 1975 et constituée en réseau en 1989), France Info (créée en 1987), Le Mouv' (station ciblant le public jeune, créée en 1997) et France Bleu (réseau de radios locales). La philosophie du groupe repose, de longue date, sur le triptyque : **« informer, éduquer, distraire »**.

Le projet de COM souligne que chacune des sept chaînes composant le groupe public se caractérise par une identité forte et des formats radiophoniques qui lui sont propres, sans pour autant que cela se traduise par une stricte spécialisation des contenus ou une exclusivité des concepts. Aussi, l'offre de programmes de Radio France se veut-elle la plus complète qui soit :

- **généraliste** (France Inter, France Bleu) et **thématique** (France Info, France Culture, France Musique) ;

- **« populaire »** (France Bleu, France Inter, Le Mouv') et plus **exigeante** (France Culture, France Musique) ;

- **adulte et jeune** (de France Musique au Mouv' en passant par France Culture, France Inter, France Bleu, FIP et France Info) ;

- **musicale et parlée** ;

- **nationale et de proximité** (France Bleu).

1. Maintenir et augmenter les audiences dans le respect de l'identité de chaque chaîne

Le premier objectif affiché par le projet de COM consistera à réunir le public le plus large pour l'ensemble des antennes de Radio France, l'enjeu étant de maintenir ou d'augmenter les audiences enregistrées en 2009, et de garantir la diversité sociale des auditeurs du groupe.

Dans son rapport public annuel de 2005¹, la Cour des comptes avait mis en garde contre l'érosion de l'audience à laquelle était confrontée l'entreprise publique, touchant principalement France Inter et France Info. La direction de Radio France avait souligné, néanmoins, que l'effritement de l'audience de ses chaînes devait être replacé dans un contexte plus général de **baisse**, au cours de la dernière décennie, **de l'écoute du média radio** et **d'intensification de la concurrence multimédia**.

Depuis 2002, la baisse de l'audience cumulée du média radio est en particulier perceptible chez les jeunes. Celle-ci est en grande partie le résultat du développement des technologies de l'information et de la communication qui ont profondément modifié les habitudes des jeunes en matière d'accès à l'information continue et d'écoute musicale, et ont donc bouleversé leurs rapports aux médias traditionnels.

Traditionnellement, la radio a eu pour fonctions de proposer un traitement rigoureux de l'actualité en continu et de distraire son public en diffusant de la musique ou des émissions de divertissement. Or, ces fonctions sont de plus en plus assumées, bien souvent à titre gratuit, par Internet qui offre l'avantage de permettre au public de sélectionner l'information qu'il souhaite consulter (au travers des fils de dépêches) ou la musique ou les émissions qu'il souhaite entendre (au travers de sites comme *Deezer*, *Youtube*, *Dailymotion*, etc.).

Cette baisse s'est ainsi principalement répercutée sur les audiences des trois premières radios de France : France Inter, RTL et Europe 1. Néanmoins, France Inter et RTL sont parvenues à redresser leur audience dès la période septembre 2006 – juin 2007. En revanche, depuis fin 2007, RTL a de nouveau perdu des auditeurs, alors que France Inter maintient relativement bien son niveau d'audience. Europe 1 a gagné, pour sa part, de nouveaux auditeurs seulement à partir de la saison 2008-2009.

Votre commission se félicite de la **bonne santé relative de France Bleu** qui a significativement mieux résisté à la baisse d'audience à laquelle sont confrontées les autres chaînes de Radio France : son audience cumulée progresse, en effet, sur la dernière saison radiophonique.

Après avoir réussi à stabiliser son niveau moyen d'audience sur la période 2006-2009, Radio France s'est fixé pour objectif, dans le cadre de son deuxième COM, de maintenir, sur la période 2010-2014, une **audience cumulée supérieure ou égale à celle enregistrée sur l'année 2009**, soit **25,8 %**.

À l'heure actuelle, les classements d'audience des radios établis par l'institut Médiamétrie privilégient l'**audience cumulée** et la **part d'audience**.

¹ Cour des comptes, « Situations et perspectives de Radio France », in Rapport public annuel de 2005, La Documentation française, Paris, 2006.

Audience cumulée en évolution¹

126 000 Radio - ensemble 13 ans et plus - lundi-vendredi - 5h-24h

	Jan-Déc 2003	Jan-Déc 2004	Jan-Déc 2005	Jan-Déc 2006	Jan-Déc 2007	Jan-Déc 2008	Jan-Déc 2009	Classement Jan-déc 09
FRANCE INTER	11,1	10,4	9,9	9,6	10,0	10,0	10,2	2
FRANCE BLEU	6,8	6,8	6,6	6,4	6,5	6,6	6,8	9
FRANCE INFO	10,9	9,8	9,8	9,1	9,4	9,1	8,8	5
FRANCE MUSIQUE	1,9	1,8	1,7	1,5	1,4	1,5	1,5	17
FRANCE CULTURE	1,3	1,2	1,2	1,4	1,6	1,5	1,5	17
LE MOUV	-	1,1	1,1	1,1	1,1	0,9	0,9	20
EUROPE 1	9,7	9,8	9,5	9,2	9,1	9,3	9,5	4
RMC	3,4	3,8	4,4	4,9	5,9	6,0	6,6	10
RTL	12,1	12,0	11,9	11,7	12,8	12,6	12,2	1
CHERIE FM	6,0	6,2	5,9	5,7	5,2	4,3	4,5	13
VIRGIN RADIO	6,9	6,6	5,7	5,3	6,1	5,8	5,0	11
FUN RADIO	6,5	6,3	6,0	6,2	7,0	6,8	7,0	7
NOSTALGIE	8,1	8,3	8,0	7,9	7,7	7,2	6,9	8
NRJ	12,3	12,3	12,2	12,0	11,6	10,7	10,1	3
RFM	4,7	4,9	4,8	5,2	5,0	4,5	4,5	13
RTL2	4,4	4,2	4,6	4,6	4,9	4,8	4,7	12
SKYROCK	7,6	8,2	7,9	7,8	7,7	7,8	7,7	6
MFM	1,6	1,7	1,6	1,5	1,4	1,5	1,3	19
RIRE ET CHANSONS	3,8	3,7	3,6	3,4	3,2	3,4	3,6	15
RADIO CLASSIQUE	1,1	1,1	1,2	1,5	1,7	1,6	1,9	16

Source : Radio France, à partir des résultats de Médiamétrie.

La part d'audience permet de positionner l'audience des chaînes dans l'offre globale radiophonique. Avec une part d'audience de 23,1 % en 2009, **France Inter demeure ainsi la deuxième radio de France**, derrière RTL et devant Europe 1. Pour sa part, France Bleu affiche, en 2009, une part d'audience solide de 13,7 % qui lui permet de se classer à la quatrième place des stations généralistes, derrière Europe 1 et devant RMC.

¹ L'audience cumulée mesure le **pourcentage de personnes ayant écouté la radio au moins une fois dans la journée.**

Part d'audience en évolution¹

126 000 Radio - ensemble 13 ans et plus - lundi-vendredi - 5h-24h

	Jan-Déc 2003	Jan-Déc 2004	Jan-Déc 2005	Jan-Déc 2006	Jan-Déc 2007	Jan-Déc 2008	Jan-Déc 2009	Classement Jan-déc 09
FRANCE INTER	9,8	9,3	8,4	8,3	8,5	8,9	9,8	2
FRANCE BLEU	5,8	5,4	5,6	5,4	5,0	5,4	5,8	4
FRANCE INFO	4,5	3,9	3,9	3,7	3,9	3,7	3,6	10
FRANCE MUSIQUE	1,2	1,1	1,1	1,0	0,9	1,1	1,0	17
FRANCE CULTURE	0,9	0,7	0,8	0,9	0,9	1,0	1,0	17
LE MOUV	-	0,5	0,6	0,6	0,6	0,4	0,4	20
EUROPE 1	7,8	8,0	7,9	7,8	7,9	7,9	8,3	3
RMC	2,6	2,8	3,5	4,1	4,7	5,1	5,5	6
RTL	11,7	11,7	11,6	11,7	12,8	13,0	12,4	1
CHERIE FM	4,1	4,3	3,9	4,0	3,5	2,8	3,0	11
VIRGIN RADIO	4,3	3,8	2,9	2,7	3,1	3,1	2,8	14
FUN RADIO	3,6	3,2	3,1	3,4	3,8	3,8	3,8	9
NOSTALGIE	5,7	6,2	5,7	5,8	5,4	5,1	4,9	7
NRJ	7,3	7,4	7,3	7,3	6,7	6,2	5,6	5
RFM	3,3	3,5	3,4	3,9	3,6	3,1	3,0	11
RTL2	2,7	2,7	3,0	2,8	3,0	3,0	2,9	13
SKYROCK	4,6	4,7	4,5	4,4	4,2	4,4	4,4	8
MFM	1,1	1,1	1,3	1,1	1,1	0,9	0,7	19
RIRE ET CHANSONS	1,8	1,6	1,6	1,6	1,4	1,7	1,7	15
RADIO CLASSIQUE	0,7	0,7	0,9	1,2	1,2	1,4	1,6	16

Source : Radio France, à partir des résultats de Médiamétrie.

Dans le respect de l'identité de chacune des chaînes de Radio France, des changements éditoriaux seront toutefois envisagés, en particulier dans le cas de trois antennes exposées à des difficultés d'audience en 2009 (France Info, Le Mouv' et, dans une moindre mesure, France Inter) :

- France Inter : la stratégie éditoriale comprendra une meilleure prise en compte de la richesse culturelle et sociale du territoire ;

- France Info : en continuant d'aborder un très large spectre de sujets, la mutation éditoriale, amorcée à la rentrée de 2009, visera principalement à rendre l'antenne plus réactive et moins répétitive ;

- France Bleu : la chaîne poursuivra le développement du réseau et la mise en cohérence de l'ensemble des stations, tant du point de vue des outils que de l'offre éditoriale ;

- Le Mouv' : en continuant de cibler les jeunes adultes, la station opérera le passage d'un format musical à un format plus généraliste bien qu'à dominante musicale. Elle sera également marquée par la fin de la double implantation à Toulouse et à Paris, pour se focaliser sur une localisation exclusivement à Paris. Cette orientation représente une véritable prise de risque éditorial ;

¹ La part d'audience mesure la part d'une radio par rapport à l'audience globale.

- FIP : la station opérera un recentrage de sa programmation et une redynamisation de son rôle culturel ;

- France Culture : la station devrait s'appuyer sur une meilleure lisibilité de la grille et l'utilisation de tous les formats et supports radiophoniques ;

- France Musique : la station sera davantage tournée vers la pédagogie afin de conquérir un public plus large et plus jeune. Elle accentuera, ainsi, sa présence sur Internet et se rapprochera de la direction de la musique du groupe Radio France (désormais le directeur de la musique de Radio France est également le directeur de France Musique).

Afin de mieux mesurer l'impact réel de sa programmation sur le public, Radio France a souligné la nécessité d'« *étudier la possibilité de développer des instruments de mesure cumulée des différentes audiences de manière à pondérer l'écoute de l'antenne en direct par les téléchargements et l'écoute en différé* ». En effet, il convient de rappeler que **Radio France demeure le premier groupe radiophonique en audience en différé** grâce au succès de ses podcasts et de son offre d'audio à la demande (« *Audio on demand* » - AOD), devant les groupes Lagardère (Europe 1) et RTL.

Radio France portera une attention particulière au développement de France Bleu en complétant le nombre et le maillage de ses implantations pour offrir au plus grand nombre d'auditeurs un service public radiophonique de proximité. France Bleu Maine, 42^e station du réseau France Bleu, a vu le jour le 1^{er} juin 2010. Au début de l'année 2011, c'est une nouvelle station à Toulouse (en lieu et place de l'implantation du Mouv' dont la totalité de la rédaction se voit transférée à Paris) qui viendra compléter le maillage dans la région Midi-Pyrénées, la plus vaste de France où la chaîne était encore absente.

S'agissant des investissements immobiliers de France Bleu en régions, le **plan de patrimoine** élaboré pour la période 2008-2012 est en cours de mise en œuvre. La liste des opérations prioritaires de déménagement et de réhabilitation a été établie par classement des stations du réseau France Bleu en fonction des critères suivants : vétusté des locaux, adéquation des locaux à la production radiophonique, sécurité de l'antenne et continuité de service, conditions de travail et confort.

Douze stations ont été retenues, dont quatre ultra-prioritaires (Rouen -travaux en cours-, Valence -site trouvé-, Orléans -recherche d'un site- et Belfort -travaux en cours), deux prioritaires (Lille et Bordeaux, pour lesquels des sites ont été retenus), une réhabilitation lourde (Nice, dont les travaux ont débuté). Pour trois autres sites moins prioritaires (Rennes, Pau et Bastia), l'avancée du plan dépendra des opportunités foncières dont disposera Radio France (seule la station de Bastia est aujourd'hui avancée avec un projet porté par la municipalité dans la citadelle).

Le plan est conçu de manière à laisser constante et pérenne l'enveloppe financière consacrée à l'investissement immobilier en régions (soit environ trois millions d'euros par an), ce qui correspond à la réhabilitation légère d'une station (Limoges, Laval en 2008 et 2009) et à la prise en compte de deux opérations prioritaires de déménagement ou de restructuration lourde du plan.

Toutefois, afin que le Parlement puisse avoir une idée plus précise de la **gestion du coût des grilles locales** et puisse mieux identifier et comprendre les **éventuelles disparités** entre les différentes antennes de France Bleu, votre commission estime que les rapports d'exécution du COM devraient renseigner, chaque année, des indicateurs de suivi sur la répartition du coût global des grilles locales de France Bleu et des heures de diffusion. Le Parlement serait ainsi en mesure de mieux évaluer le **coût horaire de chaque grille locale** et la **productivité respective des différentes antennes de France Bleu**, et d'identifier, le cas échéant, les efforts de mutualisation des services et de synergies qui pourraient être développés entre des stations locales voisines, dans une logique de rationalisation et de couverture plus pertinente d'événements régionaux.

Recommandation n° 1 : Votre commission souhaite que les rapports d'exécution du COM renseignent, chaque année, un indicateur de suivi sur la répartition du coût global des grilles locales de France Bleu et des heures de diffusion, afin de mieux évaluer le coût horaire de chaque grille locale et la productivité respective des différentes antennes de France Bleu. Les projets de mutualisation des services, de synergies et de mise en cohérence entre les antennes locales voisines qui en découlent devraient être précisés.

2. Un service public radiophonique qui doit s'adresser à tous les publics dans leur diversité sociale

Dans le rapport d'exécution du COM de 2009, les indicateurs de suivi mesurant l'âge médian des auditeurs de Radio France et les indices d'affinité par cible d'âge et de catégorie socioprofessionnelle font apparaître :

- un problème de **sous-représentation des 13-34 ans** (la valeur de l'indice d'affinité est de 51, contre 135 pour les 50-64 ans et 148 pour les 65 ans et plus). Ce problème s'inscrit dans un contexte plus général de **désaffection des jeunes vis-à-vis du média radio** ;

- un problème de **sous-représentation des catégories socioprofessionnelles inférieures** (CSPI), dont l'indice s'élève à 64, contre 136 pour les cadres).

Outre plusieurs études qualitatives menées en 2008 pour recueillir les attentes aussi bien des auditeurs que des internautes, Radio France a indiqué avoir constitué, en octobre 2009, un **panel d'auditeurs** qui permettra à

l'entreprise de lancer, en juin 2010, un **baromètre de satisfaction**. Ce baromètre sera renseigné par les **scores d'agrément** dégagés de la consultation du panel. Le score d'agrément consiste à demander aux panélistes d'attribuer une note globale d'appréciation des stations.

Votre commission est particulièrement préoccupée par le problème posé par la désaffection des jeunes vis-à-vis du média radio. Les 13-34 ans constituent la cible principale du Mouv', chaîne de Radio France à dominante musicale privilégiant la dimension éducative, sociale et culturelle des divers modes d'expression de la jeunesse. Toutefois, force est de constater que la notoriété du Mouv' auprès de son public cible est encore très insuffisante.

À la rentrée de 2009 (et cela devrait être plus encore le cas à partir de septembre 2010), le Mouv' a choisi de se positionner comme une **radio généraliste à dominante musicale**, tout en restant prioritairement destinée aux 15-30 ans. En effet, Radio France estime que, d'une façon générale, la tranche des 13-34 ans n'a plus désormais recours à la radio pour écouter de la musique. Le groupe a donc décidé, en cohérence avec ses missions de service public, de compléter l'offre du Mouv' par des programmes offrant des analyses et des débats politiques, des magazines culturels, tout en essayant de trouver le bon ton et le bon « style » pour ne pas perdre son identité et rester attractive auprès des jeunes.

Recommandation n° 2 : Votre commission souhaite que soient renseignés dans les rapports d'exécution du COM des indicateurs de suivi mesurant le temps d'antenne moyen consacré par chaque chaîne de Radio France à des programmes visant plus particulièrement un public jeune.

Par ailleurs, la promotion des valeurs identitaires du groupe Radio France passe en particulier par l'information complète du public et la conduite d'un débat citoyen dynamique et pluraliste. À l'image de ce qui est fait dans le cas de France Télévisions, votre commission estime que Radio France pourrait avoir recours à des indicateurs permettant d'évaluer si l'objectif de l'information plurielle et indépendante du public est rempli, en s'appuyant sur un baromètre annuel de l'image des stations de radios qui retracerait la perception par le public du traitement par les chaînes de Radio France des questions relatives à l'information, d'une part, et la perception par le public du reflet de la diversité des points de vue, d'autre part, et donc du respect du pluralisme.

Recommandation n° 3 : Votre commission recommande que Radio France se fixe clairement un objectif de transmission au public d'une information rigoureuse, plurielle et indépendante et de diffusion de débats politiques et de magazines culturels reflétant la diversité sociale et culturelle, en s'appuyant sur des indicateurs de suivi mesurant la qualité de ses journaux d'information et de ses programmes de débat et de confrontation des points de vue, à partir des scores d'agrément dégagés par son panel d'auditeurs.

B. CONFORTER L'ACTION MUSICALE ET CULTURELLE DE RADIO FRANCE

Les chaînes de Radio France seront appelées à soutenir la création musicale et culturelle, ainsi que les nouveaux talents, au travers de spécificités de programmation et de l'organisation de concerts et d'événements. Radio France devrait également s'attacher à développer la fiction radiophonique, par le biais de commandes et d'acquisition dans ce domaine.

Radio France a indiqué poursuivre la réorganisation de sa direction de la musique, en visant une clarification stratégique concernant les répertoires des différentes formations musicales, les lieux de diffusion, les formats de concerts et les thématiques de programmation. Par ailleurs, un **auditorium de classe internationale** au sein de la Maison de Radio France ne devrait être mis en place que progressivement, à partir de la rentrée de 2013. La période du COM sera ainsi employée à la préfiguration de son fonctionnement, tant artistique qu'économique.

Votre commission relève que la tendance des indicateurs en matière d'action musicale et culturelle est décevante en 2009, notamment en ce qui concerne le nombre de concerts enregistrés et diffusés sur France Musique, le nombre de spectateurs des concerts des formations musicales et le nombre d'éditions ou de coéditions de produits multimédias.

Recommandation n° 4 : Votre commission souhaite que le nombre de concerts enregistrés et diffusés sur France Musique et le nombre d'éditions et de coéditions fassent désormais l'objet d'indicateurs cibles (de résultats) et non plus d'indicateurs de suivi, afin que soient respectés des objectifs ambitieux dans ces domaines. L'accent doit en particulier être porté sur la mise à disposition en différé à partir de supports multimédias de concerts et d'événements culturels retransmis.

Recommandation n° 5 : Votre commission estime indispensable que soit inséré dans le COM un indicateur cible ou un indicateur de suivi destiné à évaluer le rôle de Radio France comme vecteur de l'identité européenne, en mesurant le cas échéant le nombre de programmes de types divers consacrés à des sujets européens ou issus de la création européenne.

En outre, votre commission note que le groupe Radio France s'est progressivement rapproché de ses homologues européens, en particulier la *Deutschlandradio* et la BBC, pour multiplier les projets bilingues. S'il est vrai qu'il peut apparaître plus difficile de mettre en œuvre des programmes bilingues à la radio qu'à la télévision (cette dernière pouvant recourir au sous-titrage), votre commission estime, néanmoins, que Radio France aurait tout intérêt à s'appuyer sur son offre délinéarisée et en différé pour diffuser des programmes d'apprentissage des langues étrangères, *via* notamment les podcasts.

Recommandation n° 6 : Votre commission estime que le service public de la radiophonie a un rôle à jouer en matière d'apprentissage des langues étrangères et souhaite que soit introduit dans le COM un indicateur cible fixant un objectif en nombre de programmes bilingues diffusés chaque année par Radio France, que ce soit à l'antenne ou par le biais de son offre délinéarisée.

C. DÉVELOPPER L'OFFRE DE RADIO FRANCE DANS UN ENVIRONNEMENT MULTIMÉDIA

En 2005, l'ancien président-directeur général de Radio France, M. Jean-Paul Cluzel, soulignait, devant la Cour des comptes, que, face au développement des supports multimédias, le média radio « *n'a plus le privilège de la mobilité, de l'instantanéité et de la gratuité* ». Afin de maintenir son audience dans un contexte de concurrence multimédia accrue, Radio France doit donc s'employer à développer son offre sur tous les supports et à garantir la possibilité pour ses auditeurs d'écouter et de réécouter ses programmes en différé, en particulier par le biais des podcasts et de l'« *audio on demand* » (AOD).

Il convient de rappeler que **Radio France demeure le premier groupe radiophonique en audience en différé** grâce au succès de ses podcasts et de son offre AOD, devant les groupes Lagardère (Europe 1) et RTL. Votre commission relève, en particulier, que les progressions enregistrées par les chaînes de Radio France en termes d'écoute différée sont sensiblement supérieures à celles de leurs concurrents. La plupart des stations de Radio France se distinguent, en effet, par un taux de progression plus important que les stations concurrentes :

- France Bleu : + 54 % ;
- France Info : + 48 % ;
- France Musique : + 39 % ;
- Le Mouv' : + 31 % ;
- France Inter : + 25 % ;
- RTL : + 19 % ;
- France Culture : + 17 % ;
- Europe 1 : + 8 %.

Le projet de COM prévoit ainsi que seront à la fois mesurés le volume de l'offre de contenus mis à disposition en ligne et l'audience en différé de ces contenus. Les contenus devraient faire l'objet d'enrichissement : en termes de production, les données enrichies prévues pour la radio numérique terrestre seront une déclinaison de ce qui aura déjà été fait pour les réseaux 3G et Internet. La priorité sera donnée au son. Le choix est fait de mettre en avant les identités des antennes en leur attribuant la responsabilité éditoriale et opérationnelle, même si les outils seront partagés.

Le rapport public annuel de la Cour des comptes de 2005 rappelle qu'entre 1999 et 2004, Radio France a mis en œuvre un plan de numérisation et d'informatisation dont le montant total des investissements s'est élevé à 46,16 millions d'euros. Radio France dispose désormais, aujourd'hui, d'outils de production entièrement numérisés. Cette numérisation de l'ensemble des outils de production de Radio France a représenté un investissement total de 24,4 millions d'euros de 1999 à 2009. Elle a été financée par une subvention de 12,4 millions d'euros versée sur la période 1999-2002.

Néanmoins, au-delà de la numérisation de la production, le défi demeure celui de la **numérisation de la diffusion** et de la mise en œuvre du projet de la **radio numérique terrestre (RNT)**. Plusieurs solutions sont à l'étude, notamment le couplage des réseaux satellitaires et des réseaux terrestres pour assurer la plus grande couverture possible du territoire. Radio France et l'État ont indiqué, toutefois, que le calendrier de déploiement de la RNT est encore trop incertain et les coûts en jeu trop importants pour que le COM fixe avec certitude une trajectoire financière concernant la RNT.

La diffusion FM restera ainsi dominante, aucune extinction n'étant prévue, et pourra s'étendre dans le cadre de l'achèvement du plan FM+, notamment pour Le Mouv' et France Bleu.

En 2009, la préparation du lancement de la radio numérique terrestre s'est poursuivie à Radio France :

- tests de diffusion en laboratoire, sur la plateforme numérique de Radio France, et en grandeur réelle, depuis la Tour Eiffel notamment ;

- développements relatifs à la production et la mise en onde des données associées ;

- travaux menés en vue de définir et de mettre en œuvre une chaîne complète de production de données au format BIFS (élément de la norme retenue pour la radio numérique terrestre en France, permettant la diffusion et l'affichage des données associées à un programme et autorisant la navigation, sur le récepteur, entre les différentes pages transmises) pour chacun des programmes de Radio France.

Sur la durée du COM pour 2010-2014, il a été convenu entre Radio France et l'État que le développement de la radio numérique terrestre s'effectuera dans le cadre et le calendrier qui seront retenus par les pouvoirs publics. Pendant la première phase de développement, le financement de la double diffusion analogique et numérique s'effectuera par **redéploiement au sein du budget de diffusion de Radio France**. L'État et Radio France conviennent de réétudier en **2013** les besoins de financement additionnels qui seraient rendus nécessaires par le développement de la RNT.

En 2009 s'est également poursuivi le développement de la plateforme web du groupe qui constitue désormais le socle de tous les sites web de Radio France et s'insère comme un outil majeur de production et de publication dans le système d'information et de production numérique de Radio France.

La diversification des supports de diffusion numérique, engagée depuis plusieurs années sur les bouquets de télévision et avec les opérateurs du câble, continue avec le développement d'applications pour le téléphone mobile et l'ordinateur personnel, qui permet l'écoute de toutes les stations de Radio France, le téléchargement des podcasts, l'accès à l'actualité, etc.

Dans un communiqué de presse en date du 11 mai 2010, Mme Catherine Morin-Desailly, présidente du groupe d'études « Médias et nouvelles technologies », a souligné que « *si la radio est un média majeur, elle est aujourd'hui confrontée à des mutations technologiques qui bousculent son modèle économique et fragmentent son paysage* ». À l'occasion de la table ronde organisée au Sénat le 15 janvier dernier sur l'avenir de la radio, les grandes radios, qui ne sont pas prêtes à supporter le coût de la double diffusion analogique et terrestre, ont émis le souhait d'un moratoire sur le lancement de la radio numérique terrestre. Les représentants des autres radios ont indiqué, pour leur part, leur scepticisme sur la norme de diffusion choisie.

Le 29 juin 2010, le ministre de la culture et de la communication, M. Frédéric Mitterrand, et la secrétaire d'État à la prospective et au développement de l'économie numérique, Mme Nathalie Kosciusko-Morizet, ont confié à M. David Kessler une mission sur l'avenir numérique de la radio. Cette mission a pour objectif de déterminer un modèle économique viable et un cadre juridique et technique pertinent pour la RNT.

À la différence de la télévision numérique terrestre, il n'existe pas de pression extérieure pour inciter les grands groupes de radio à mettre rapidement en œuvre la RNT. Il n'y a, en effet, pas d'appétence particulière pour les fréquences analogiques FM susceptibles d'être libérées.

Néanmoins, votre commission souligne que l'usage de plus en plus massif de la téléphonie mobile 3G en *unicast* est susceptible de faire « exploser » le coût des bandes passantes. Or, à cet égard, la RNT peut constituer un moyen utile de désengorger les bandes passantes et favoriser la neutralité entre les supports de diffusion des contenus radiophoniques.

En ce qui concerne les coûts de diffusion Internet et 3G (voire 4G à l'avenir), les coûts de bande passante ont été évalués à 600 000 euros 2009. Ils sont bien prévus en croissance sur la durée du COM, jusqu'à 4,7 millions d'euros en 2014. Ces hypothèses se fondent sur une croissance des usages et une refacturation limitée des coûts de bande passante de la part des opérateurs de télécommunications aux éditeurs.

Si cette refacturation devait être totale (c'est un risque étant donné que le modèle économique pour la diffusion Internet et 3G (et bientôt 4G) n'est pas stabilisé), le coût annuel pour Radio France s'élèverait à une trentaine de millions d'euros. Ce chiffre est à mettre en perspective avec le coût complet de la diffusion en RNT à terme pour Radio France, soit **37,5 millions d'euros** pour ses sept services pour 95 % de la population. Or, aujourd'hui, le coût de la diffusion FM est estimé à 54 millions d'euros. Toutefois, **la tension financière réside justement**, et pas seulement pour

Radio France, dans la période de double diffusion analogique et numérique.

Compte tenu de l'importance de la RNT pour l'extension de la diffusion de la radio et la couverture effective du territoire, il est donc nécessaire que les pouvoirs publics engagent une nouvelle réflexion sur les conditions économiques et techniques de réussite de la radio numérique terrestre. Le service public de la radiophonie a vocation à être la locomotive du lancement de la radio numérique terrestre, afin de garantir une couverture du territoire la plus complète possible et de renforcer la qualité des données associées aux programmes diffusés.

Recommandation n° 7 : Votre commission souhaite que l'État présente au Parlement à la mi-2013 un rapport faisant le point sur les expérimentations conduites par Radio France dans le lancement de la radio numérique terrestre et précisant le choix de la norme de diffusion ainsi que les phases de mise en œuvre opérationnelles de la RNT par Radio France, en détaillant le montant prévisionnel des investissements devant être engagés à ce titre.

II. DES RESSOURCES PUBLIQUES SOLIDES AU SERVICE D'UN PLAN D'INVESTISSEMENT AMBITIEUX

A. UNE DOTATION PUBLIQUE EN PROGRESSION SUR LA PÉRIODE 2010-2014

Aux termes de l'article 1605 du code général des impôts, Radio France fait partie, aux côtés de France Télévisions, d'Arte-France, de la société en charge de l'audiovisuel extérieur de la France et de l'Institut national de l'audiovisuel, des organismes bénéficiant de la **contribution à l'audiovisuel public**, anciennement appelée redevance audiovisuelle. La quote-part de ce prélèvement obligatoire constitue une part très largement prépondérante des ressources de Radio France.

Le projet de COM prévoit ainsi que Radio France percevra, en 2010, **556,2 millions d'euros**¹ au titre de la contribution à l'audiovisuel public, dont 553,9 millions d'euros en fonctionnement et 22,3 millions d'euros en investissement. La dotation de fonctionnement de Radio France devrait ainsi connaître une hausse de 72 millions d'euros entre 2010 et 2014, soit une progression annuelle moyenne de 3,1 %.

1. Les charges d'exploitation hors amortissements et provisions de Radio France devraient augmenter de 10 % sur la période 2010-2014

Dans la mesure où les programmes de Radio France sont **produits en interne**, ses charges d'exploitation hors dotation d'amortissement et de provisions devraient augmenter de près de 60 millions d'euros entre 2010 et 2014, soit une progression de 10 %. Cette hausse des charges d'exploitation s'élèvera même à 13 % sur la période si l'on tient compte des amortissements et provisions nets de reprises et de subventions, qui connaîtront une augmentation de 13 millions d'euros du fait de la réhabilitation et des investissements.

La structure des charges d'exploitation de Radio France est la suivante :

- la **masse salariale**, constituant près de 60 % des charges du groupe, devrait augmenter de 43,4 millions d'euros entre 2010 et 2014, soit une progression moyenne annuelle de 2,9 % :

- les besoins associés aux leviers permettant d'améliorer la **productivité** conduisent Radio France à envisager un effectif moyen (CDD et CDI hors intégrations, ces dernières faisant l'objet d'un suivi particulier) sur la durée du COM égal à la base identifiée pour 2010, corrigée des besoins de

¹ Tous les montants sont hors taxes.

France Bleu Maine (ce projet étant déjà lancé), soit 4 619,5 ETP. Cela signifie que **les nouveaux besoins** (multimédia et ouverture de nouvelles implantations de France Bleu) **seront absorbés à effectifs constants**, ce qui correspond selon Radio France à un effort de redéploiement de 224 ETP ;

- le coût de la négociation d'un **nouvel accord social** est évalué globalement à 2 %. Il est réparti sur les années 2010 à 2012. Le jugement rendu par la cour d'appel de Paris le 3 juin dernier a eu pour effet de reporter l'échéance des négociations à février 2011 pour les journalistes et à octobre 2012 pour les techniciens et administratifs – contre l'échéance de novembre 2010 jusqu'à présent conclue dans l'accord de méthode signé avec les syndicats. Sans préjuger de la conduite des négociations, la date d'application des nouvelles dispositions sera en tout état de cause décalée ;

- les **coûts de diffusion**, constituant près de 15 % des charges d'exploitation de Radio France, devrait augmenter de 0,4 million d'euros entre 2010 et 2014 :

- le seul poste en augmentation sera celui des **coûts de diffusion Internet et 3G**. Ces coûts sont particulièrement difficiles à évaluer étant donné l'incertitude tant sur les volumes (les coûts d'une diffusion *unicast* sont variables, contrairement à ceux d'une diffusion *broadcast*) que sur les prix (les pratiques de refacturation de la part des opérateurs de télécommunications pouvant évoluer). Un **risque de surcoût** existe donc ;

- le **développement de la radio numérique terrestre** s'effectuera dans le cadre et le calendrier qui seront retenus par les pouvoirs publics. Pendant la première phase de développement, le financement de la double diffusion analogique et numérique s'effectuera par redéploiement au sein du budget de diffusion de Radio France. L'État et Radio France ont convenu de réétudier en 2013 les besoins de financement additionnels qui seraient rendus nécessaires par le développement de la RNT ;

- les **autres charges** (achats et variation de stocks, autres achats et charges externes moins les coûts de diffusion, impôts, taxes et versements assimilés, autres charges de gestion courante), dont la progression annuelle moyenne prévue entre 2010 et 2014 est de 2,5 %, soit une augmentation de 15,3 millions d'euros.

Votre commission se félicite que la direction de Radio France s'engage à garantir la stabilité des effectifs tout en cherchant à développer des activités nouvelles, en mettant l'accent sur les redéploiements et les gains de productivité. À cet égard, le projet de COM table sur un objectif cible de la part cumulée de collaborateurs formés à l'évolution des technologies liées au multimédia, à la gestion des sites et à la diffusion numérique dans l'effectif total d'au moins 50 % à la fin de 2014.

Votre commission estime, néanmoins, qu'il serait souhaitable que cet objectif soit plus ambitieux compte tenu de l'ampleur des défis qui se posent à Radio France, notamment en matière de diffusion numérique. Elle rappelle, en

outre, que l'Institut national de l'audiovisuel (INA) dispose d'une offre de formation aux technologies du numérique extrêmement performante et qu'il serait intéressant que les deux entreprises publiques poursuivent leurs partenariats dans ce domaine.

Recommandation n° 8 : Votre commission souhaite que Radio France et l'État se fixent un objectif plus ambitieux en termes de formation des effectifs aux technologies multimédias et à la diffusion numérique, de l'ordre d'au moins 60 % des effectifs formés en cumulé sur la période 2010-2014. Radio France pourrait s'appuyer, à cet égard, sur l'offre de formation performante de l'Institut national de l'audiovisuel.

2. Des ressources propres à la progression limitée

Le projet de COM prévoit une augmentation des recettes publicitaires de Radio France de 2,2 % en moyenne annuelle entre 2010 et 2014, voire de 2,9 % si l'on tient compte des recettes de la publicité sur Internet. En raison du contexte de crise de l'année 2009, marqué par l'effondrement du marché publicitaire, le montant des recettes publicitaires généré en 2009 a été largement inférieur au budget, en diminution de 9,6 % par rapport à 2008 (38,4 millions d'euros, contre 47,9 millions d'euros initialement prévus). Les ressources publicitaires ont ainsi représenté 6,5 % du chiffre d'affaires de la société en 2009, contre 7,6 % en 2008.

Dans ces conditions, les prévisions cibles du projet de COM en termes de recettes publicitaires classiques demeurent inférieures aux performances réalisées entre 2006 et 2008. Du reste, aucune hypothèse n'est faite sur l'évolution du périmètre de la publicité autorisée sur les antennes de Radio France. Radio France envisage, ainsi, une progression de ses recettes publicitaires de l'ordre de 3 % par an, intégrant l'évolution des recettes publicitaires sur les activités multimédias, à cadre juridique inchangé.

Votre commission tient à souligner que **la qualité du service public de la radiophonie consiste précisément à consacrer 99 % de son temps de diffusion à la programmation et 1 % seulement à la publicité, soit onze minutes en moyenne par jour de publicité comme c'est le cas à France Inter. C'est donc à partir de 1 % seulement de son temps d'antenne que le groupe parvient tout de même à tirer 7 % de son chiffre d'affaires, ce qui est déjà une performance significative.**

Par chaîne, les temps d'antenne consacré à la publicité ont été les suivants (source *Yacast*) :

- France Inter : 11 minutes et 8 secondes en 2008 – avec les partenariats : 19 min 20 sec ;

- France Info : 12 minutes et 24 secondes en 2009 – avec les partenariats : 14 min 7 sec ;

- Programme national de France Bleu : 3 minutes et 44 secondes en 2009.

À titre de comparaison, les concurrents de Radio France ont diffusé sensiblement plus de publicité en 2009 (les données *Yacast* prennent en compte à la fois la publicité payante (ensemble des messages diffusés) mais également les partenariats antennes) :

- RTL : 128 minutes par jour ;
- NRJ : 120 minutes par jour ;
- Europe 1 : 103 minutes par jour ;
- RMC Info : 151 minutes par jour.

Par ailleurs, Radio France connaîtra une **perte significative des recettes issues de ses loyers** (de l'ordre de – 70 % sur la période du COM), en raison du départ de Radio France Internationale et Monte Carlo Doualiya, prévu dans le cadre du regroupement des sociétés de l'audiovisuel extérieur sur un seul site. Le projet de réhabilitation de la Maison de Radio France étant en cours, le développement de ses recettes locatives ne pourra intervenir qu'une fois que le chantier sera achevé, c'est-à-dire à partir de 2016.

Aucune extension d'activité commerciale n'est prévue. En particulier, concernant la mise à disposition des contenus en ligne (dans la limite des possibilités en droits), il est prévu de **prolonger le modèle de la gratuité**.

Au total, l'évolution des recettes propres devrait apporter seulement 1,6 million d'euros supplémentaires entre 2010 et 2014.

Recommandation n° 9 : Votre commission recommande que Radio France s'attache à consolider ses ressources propres, en étudiant les pistes suivantes :

- le renforcement de ses ressources publicitaires sur Internet, dans les limites du respect de l'identité du service public de la radiophonie. À ce titre, un indicateur de suivi mesurant les recettes issues de la publicité sur Internet et les contenus multimédias devrait être renseigné dans les rapports d'exécution du COM ;

- le développement des ressources issues du mécénat, pour lesquelles un indicateur de suivi devrait également être renseigné dans les rapports d'exécution du COM.

B. UN PLAN D'INVESTISSEMENT TRÈS AMBITIEUX

Seul le financement de la **réhabilitation** donne lieu au versement d'une dotation publique d'investissement. **Les autres investissements seront financés à partir de la capacité d'autofinancement (CAF)** dégagée par

l'activité courante de Radio France, cette capacité étant toutefois largement dépendante du niveau de dotation publique de fonctionnement.

1. Le chantier de la réhabilitation de la Maison de Radio France

Les immeubles de la Maison de Radio France sont des immeubles de grande hauteur (IGH) qui ont longtemps été maintenus sous des régimes dérogatoires en matière de protection contre les risques d'incendie et de panique, alors même que les conditions pour en bénéficier n'étaient pas réunies. La Cour des comptes, dans son rapport public annuel de 2005, rappelle ainsi que, le 11 février 2003, le préfet de police de Paris informait le président de Radio France que la commission de sécurité avait émis un avis défavorable à la poursuite de l'occupation de la Maison de Radio France.

Par la suite, une mission de l'inspection générale des finances a conclu que la meilleure option consistait en la réhabilitation d'un bâtiment de bureaux modernes et la construction d'un établissement recevant du public (ERP) neuf. À la suite d'un arbitrage politique, le conseil d'administration de Radio France a approuvé en septembre 2004 un schéma directeur immobilier. En décembre 2008, le conseil d'administration a autorisé le président de Radio France à signer les marchés pour engager les travaux pour un montant de 240 millions d'euros hors taxes.

Le chantier, dont l'achèvement est prévu à l'été 2016, comprend plusieurs ouvrages :

- la réhabilitation proprement dite du bâtiment existant, qui doit se dérouler en quatre phases ;

- un auditorium de niveau international de 1 430 places, doté d'un orgue, dont la mise en service, étalée sur six mois, débutera pour la rentrée musicale de 2013 ;

- un parking de 750 places au pied de la Maison de Radio France, qui devrait être opérationnel au début de 2011.

À la date de signature du COM, le coût d'investissement prévisionnel du projet s'établirait à 328,2 millions d'euros en valeur juin 2008, soit 345 millions d'euros en euros courants, qui se répartissent en :

- 259,5 millions d'euros pour les travaux, dont 240 millions d'euros pour les travaux sous maîtrise d'œuvre Architecture Studio ;

- 43,8 millions d'euros de coûts de maîtrise d'ouvrage et de maîtrise d'œuvre ;

- 19,7 millions d'euros destinés à couvrir les aléas du chantier ;

- 5,2 millions d'euros de coûts divers (équipements techniques radio, taxes et redevances).

Votre commission se félicite que ce projet immobilier soit assorti, dans le projet de COM, d'objectifs de **maîtrise des coûts** et de **respect des délais**. L'effort financier sera partagé entre l'État et Radio France :

- l'État participera à hauteur de 130,7 millions d'euros en subvention d'équipement, cet apport étant complété sur les années 2015 et 2016 par un montant complémentaire de 52,9 millions d'euros ;

- Radio France mobilisera sur la durée du projet un montant annuel de 7,2 millions d'euros d'autofinancement dégagés sur sa capacité d'autofinancement (le fonds de roulement de Radio France est évalué à 98 millions d'euros). Elle aura également recours à ses excédents de trésorerie ainsi qu'à un financement externe pour un montant complémentaire estimé à 70,7 millions d'euros sur la durée du COM. À cet égard, Radio France envisage de mettre en place sur une durée d'environ quatre ans une ligne d'autorisation de découverts bancaires d'un montant maximal de 30 à 35 millions d'euros.

2. Un autofinancement du programme ambitieux d'investissement hors réhabilitation

Plusieurs chantiers seront lancés pour renouveler l'équipement technologique de Radio France et répondre aux nouveaux besoins générés par le développement des activités numériques. Le projet de COM indique que le plan d'investissement hors réhabilitation devrait se décomposer comme suit :

	Budget 2010	2011	2012	2013	2014	Cumul 2010-2014
Investissements hors réhabilitation	18,2	21,7	20,2	19,2	16,7	95,8
Moyens techniques	11,8	15,9	14,4	13,3	10,4	65,7
Patrimoine mobilier et immobilier	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	22,5
Développements multimédia (*)	1,9	1,3	1,3	1,4	1,7	7,6

(*) Seuls sont comptabilisés sur cette ligne les investissements portés par la Direction du Multimédia

Source : *Projet de COM entre Radio France et l'État.*

Selon votre commission, l'accent devrait être mis, en matière de développements multimédias, sur le développement d'une offre de **contenus pluri-médias** liés à un même sujet. Un corpus de contenus multimédias, associant texte, vidéo, son et image, présenté sous forme arborescente, pourrait ainsi être créé sur un même sujet d'information d'intérêt traité par une chaîne de Radio France et disponible sur son site Internet.

Recommandation n° 10 : Votre commission considère que les investissements dans les développements multimédias gagneraient à être renforcés afin de développer l'offre de contenus multimédias de Radio France. À cet égard, afin d'évaluer les efforts en termes de contenus multimédias disponibles sur ses portails Internet, il serait utile que Radio France renseigne un indicateur de suivi mesurant la proportion de sujets traités de façon pluri-média (corpus documentaires comprenant texte, son, image, vidéo) dans les rapports d'exécution du COM.

EXAMEN EN COMMISSION

Au cours de sa séance du mercredi 7 juillet 2010, sous la présidence de Mme Catherine Morin-Desailly, la commission a entendu une communication de Mme Catherine Dumas sur le projet de contrat d'objectifs et de moyens entre l'État et Radio France pour la période 2010-2014.

Un débat a suivi l'exposé du rapporteur.

M. Jean-Claude Carle. – En ce qui concerne la publicité, comment cela fonctionne t-il ?

Mme Catherine Dumas, rapporteur. – Ce sujet a été évoqué lors des auditions. Sur France Inter, il n'y a que très peu de publicité journalière : 11 minutes contre 128 minutes sur RTL. La publicité reste par contre possible sur les sites Internet des antennes mais il faut veiller au respect de l'identité du service public radiophonique.

M. Jack Ralite. – Je reconnais la qualité de vos observations. Néanmoins, j'ai assisté à la manifestation qui a rassemblé 2 000 personnes devant Radio France à propos du licenciement des deux humoristes de France Inter et, pour cette raison, je ne voterai pas pour le présent rapport. Ce licenciement est une décision inacceptable. L'ambiance à Radio France est d'ailleurs devenue assez médiocre depuis cet événement. Bien que ce ne soit pas l'objet du rapport, on ne peut pas ne pas l'évoquer car quand on parle d'audience, le droit de rire et sourire existe bel et bien.

Mme Catherine Dumas, rapporteur. – Je comprends votre émotion et je respecte votre position. J'aimerais ajouter, en revanche, en ce qui concerne le climat social de Radio France, que les négociations collectives se passent malgré tout plutôt bien.

M. Jack Ralite. – Je tenais à évoquer ce sujet car je pense qu'il est utile de rappeler que Radio France n'est plus indépendante. Les conditions de nomination influent les pensées. Il n'y plus de discussion entre les journalistes. L'autorité se transforme en autoritarisme de la direction.

Mme Catherine Morin-Desailly, présidente. – Nous prenons acte de votre remarque. J'ai, pour ma part, une question : qu'est-ce qui a été dit sur l'orchestre ? Il est financé en effet par la contribution à l'audiovisuel public et, comme cela se fait à la BBC, il serait intéressant de les voir plus souvent sur les écrans des chaînes publiques de télévision.

Mme Catherine Dumas, rapporteur. – Un travail de rénovation a été engagé et un auditorium de classe internationale devrait être opérationnel à partir de 2013 à la Maison de la Radio. Il y a un réel souci par rapport aux orchestres de les associer de plus en plus. Par ailleurs, France Musique développe des podcasts pour retransmettre en différé des concerts.

Suivant les conclusions de son rapporteur, la commission donne un avis favorable au projet de COM sous réserve de l'adoption de ses recommandations et en autorise la publication sous la forme d'un rapport d'information (les groupes socialiste et communiste républicain, citoyen et des sénateurs du parti de gauche s'abstenant).

LISTE DES PERSONNES AUDITIONNÉES

Ministère de la culture et de la communication

- Mme Laurence FRANCESCHINI, directrice générale des médias et des industries culturelles ;

- M. Jean-Christophe LEVASSOR, chef du bureau du secteur audiovisuel public ;

- Mme Gabrielle BOERI, chargée de mission au bureau de l'audiovisuel public.

Radio France

- M. Patrick COLLARD, directeur général délégué ;

- Mme Bérénice RAVACHE, déléguée aux relations institutionnelles.