



audiovisuel une ambition renouvelée pour le service public de l'audiovisuel

état des lieux et propositions de la SACD

Point presse 14/03/2007

Contact presse

Lise Hoëz / attachée de presse
01 40 23 45 11 / lise.hoez@sacd.fr

L'ambition d'offrir aux français une télévision républicaine et un service public garantissant la cohésion, la transmission des connaissances, l'accès des citoyens aux valeurs attachées à l'Etat, à leur identité culturelle et à l'expression de sa diversité, ne semble souffrir aujourd'hui aucune contestation sérieuse.

Mais, au-delà, la réforme du financement de l'audiovisuel public avec le rattachement à la taxe d'habitation de la redevance audiovisuelle a montré combien la question des moyens dont devait bénéficier le service public n'était pas tranché et donnait même lieu à des affrontements et des oppositions fortes.

Avec un niveau de redevance finalement diminué, le débat fût momentanément suspendu. Pour autant, il n'est pas tranché et la campagne présidentielle doit offrir les conditions d'un débat approfondi et serein autour de deux thématiques essentielles :

- Quels moyens pour le service public ?
- Quels sont les contenus et les programmes que l'audiovisuel public doit produire et diffuser, quelles sont les missions qui doivent lui être assignées et quelle est l'ambition politique qu'elle doit porter ?

Quelles missions de service public pour légitimer son existence ?

Un service public actuel qui ne satisfait pas totalement à sa vocation créative et culturelle

Chaque année, à l'occasion de la discussion budgétaire, les projets de privatisation de France 2 et de diminution voire de suppression de la redevance sont brandis ici et là.

Si les créateurs s'opposent résolument à ces perspectives, parce qu'attachés à l'existence d'un secteur audiovisuel public fort et soutenu par un financement spécifique et pérenne et sachant se démarquer et afficher sa singularité à l'égard des chaînes privées et commerciales, ils reconnaissent toutefois que la télévision publique dans sa configuration actuelle ne donne pas entière satisfaction.

Malgré les efforts fournis dans le cadre du Contrat d'Objectifs et de Moyens, le service public de l'audiovisuel ne parvient pas à remplir parfaitement sa vocation créative et culturelle, se complaisant souvent dans une concurrence dangereuse avec les chaînes privées et dans une absence de singularité.

Des engagements positifs de la présidence de France Télévisions

Patrick de Carolis, Président de France Télévisions, avait bâti sa candidature sur la nécessité de faire prendre au service public un virage éditorial et stratégique en développant notamment les moyens dévolus à la création. Bien évidemment, les auteurs lui ont apporté tout leur soutien lorsqu'il a déclaré vouloir mettre en œuvre un plan quinquennal de 100 millions d'euros en faveur des œuvres audiovisuelles et notamment de la fiction, de l'animation et du spectacle vivant.

De même, sa volonté de diversifier les cases de fiction, de lancer un véritable magazine critique sur le cinéma, d'ouvrir un nouveau dialogue avec les auteurs sur la base d'un respect mutuel constituent des orientations dont nous espérons toujours qu'elles pourront trouver une traduction concrète dans la nouvelle politique du service public.

Remettre les créateurs et les œuvres de création au cœur du service public

Dans cette perspective et afin de contribuer à une définitive ambitieuse et cohérente des missions du service public, la SACD souhaiterait l'ancrer solidement à la fois dans un soutien actif à la création et à la production audiovisuelles et cinématographiques, dans l'expression de la diversité culturelle et dans la recherche d'une identité propre, démarquée des opérateurs privés.

Bref, il s'agit de remettre les créateurs au cœur du système pour reconstruire une identité du service public autour de l'innovation, de l'excellence et de la qualité.

Pour un engagement éthique et ambitieux du service public

Parce qu'il doit remplir des missions de service public et s'inscrire pleinement dans l'intérêt général, l'audiovisuel public ne peut se réfugier dans un simple discours de concurrence, de confrontation et de comparaison avec les chaînes privées et commerciales.

Or, le service public, financé en grande partie par l'argent des contribuables, et sur lequel pèse une exigence de qualité, voire d'excellence, se doit d'aller au-delà des obligations qui figurent dans son cahier des charges et dans son contrat d'objectifs et de moyens.

Il est urgent que cesse cette conception des quotas perçus comme un plafond qu'il faut atteindre. Bien au contraire, ils devraient être considérés comme des planchers sur lesquels asseoir une logique de développement de l'offre de programmes de création audiovisuelle et cinématographique.

Le rapport d'exécution du contrat d'objectifs et de moyens de France Télévisions pour l'année 2004 témoigne des efforts qui pourraient encore être fournis : ainsi, les obligations en termes de contribution à la production d'œuvres audiovisuelles se chiffraient pour France2 à 18,5% et pour France3 à 19%. L'exécution a, elle, été de 19,1% pour France 2 et de 19,9% pour France 3. De même, concernant la diffusion d'œuvres cinématographiques, France 2 fait partie des chaînes hertziennes qui diffusent le moins de films. Alors qu'elle aurait pu en diffuser jusqu'à 192 par an, elle n'en a diffusé que 165 en 2004 et 158 en 2005.

Il faut être conscient que l'augmentation du volume de production est indispensable si nous voulons une télévision créative et diverse. C'est l'investissement des anglais et des allemands dans la fiction télévisée, dans tous les genres et pour tous les publics qui leur permet d'aller de l'avant et d'exporter largement leurs productions. Dans l'histoire de la création, il n'y a jamais eu de qualité sans quantité. C'est vrai pour tous les arts, que ce soit en peinture, en littérature, en spectacle vivant, en cinéma et bien sûr en télévision.

Proposition n°1 : Inciter France Télévisions à aller bien au-delà du simple respect de ses obligations et de ses quotas

La réintégration du budget des stations régionales dans l'assiette de calcul de l'obligation de production pour l'audiovisuel et le cinéma

Chaque année, France 3 doit consacrer au moins 3,2% de son chiffre d'affaires au développement de la production d'œuvres cinématographiques européennes et au moins 16% pour le développement de la production d'œuvres audiovisuelles d'expression originale française.

Eu égard aux dispositions de l'article 3 du décret du 9 juillet 2001, l'assiette de cette obligation de production repose sur un chiffre d'affaires « *retraité* » constitué par le chiffre d'affaires annuel net du diffuseur après avoir défalqué le montant de la TVA, les frais de régies publicitaires, la taxe prévue à l'art.302 K Bis du Code des Impôts, et « *la part consacrée à la programmation d'émissions sur une zone géographique dont la population recensée est inférieure à 10 millions d'habitants* ».

Il paraît surprenant que l'interprétation de cet article, initialement destinée à ne pas nuire au développement des télévisions locales, puisse justifier de sortir le budget des stations régionales de France 3 de l'assiette de cette chaîne.

D'autre part, la mutualisation fréquente des moyens, techniques et humains, par les antennes régionales de France 3 rend tout cloisonnement entre elles totalement illusoire et malhonnête.

Enfin, les progrès dans les technologies de diffusion ont été tellement rapides que la réglementation mise en place en 2001 s'avère d'ores et déjà obsolète. Aujourd'hui, depuis Paris, il est possible de recevoir, notamment via les offres par ADSL, les programmes locaux diffusés par France 3 Alsace, France 3 Corse ou France 3 Bretagne.

Dès lors, les stations régionales de France 3 sont susceptibles d'être regardées par l'ensemble de la population française et non par un bassin régional de population qui ne peut donc plus être considéré comme un critère pertinent.

Nous pourrions féliciter les juristes de France 3 si cette disposition n'avait pas des conséquences graves : par ce biais, **depuis plusieurs années, près de 350 Millions d'euros en moyenne par an de France Télévision ne rentrent pas dans le calcul de l'obligation de production; correspondant à des déficits d'investissement net annuels d'environ 50 millions d'Euros pour la création audiovisuelle, et de plus de 10 millions d'euros pour la création cinématographique.**

Outre la preuve – non apportée - de la personnalité morale des stations régionales qui aurait pu éventuellement justifier une telle dérogation, il semble légitime que l'effort consenti en faveur de la création par les chaînes du service public puisse être partagé par l'ensemble de ses services.

Il paraîtrait tout à fait logique et juridiquement fondé que les ressources des stations régionales qui constituent une seule et même entité juridique avec France 3 rentrent dans l'assiette des obligations. Il serait même de l'honneur de l'audiovisuel public, à travers l'ensemble de ses sociétés, de s'investir pleinement dans un soutien réaffirmé et volontaire à la création plutôt dans la trouvaille de quelques arguties juridiques permettant de se dédouaner de ses obligations.

<p>Proposition n°2 : Réintégrer le budget des stations régionales dans l'assiette de calcul de l'obligation de production de France 3</p>
--

Remettre la culture et la création au cœur du projet de France Télévisions

L'expression « *la nuit et l'été* » que Catherine Clément avait retenue pour intituler son rapport sur la place de la culture à la télévision prend tout son sens avec l'analyse de la programmation de la musique classique et contemporaine et du spectacle vivant.

Même si les chaînes du service public remplissent chaque année les obligations contenues dans leur cahier des charges respectif, la diffusion du spectacle vivant n'y occupe qu'une place marginale.

Sans introduire de règles trop rigides sur la diffusion de ces œuvres, des engagements pourraient toutefois être pris par le service public afin d'en assurer une programmation plus régulière et moins tardive.

Actuellement, le Contrat d'objectifs et de moyens prévoit que France Télévisions doit au minimum diffuser par an 35 spectacles vivants. Avec cet indicateur, France 2 et France 3 parviennent très facilement à atteindre leur objectif. Ainsi, en 2004, pas moins de 55 spectacles ont pu être diffusés.

Toutefois, les problèmes posés par la présence du spectacle vivant à la télévision, et notamment sur les chaînes publiques, sont moins un problème d'ordre quantitatif que d'exposition qualitative des œuvres et des chances qui leur sont offertes de toucher un public plus large.

En 2004, sur les 55 spectacles diffusés, seuls 7 ont été programmés avant 23h, soit moins d'1 sur 7, ce qui traduit l'inefficacité tant du Contrat d'objectifs et de moyens sur ce point que des encouragements qu'il contient.

Aussi, si l'objectif de 35 spectacles semblent devoir être maintenus, voire renforcés au regard de la facilité avec laquelle France Tv atteint et dépasse ses objectifs, il conviendrait d'ajouter que : « un ¼ (ou 1/3) des spectacles vivants diffusés sont programmés avant 23h ».

Concernant les ciné-clubs, de France 2 comme de France 3, la régularité n'est pas en cause. Mais, force est de constater qu'ils sont relégués en 3^{ème} partie voire en 4^{ème} partie de soirée !

Proposition n°3 : Diffuser à des horaires moins tardifs le spectacle vivant, les films du cinéma-club et la musique classique et contemporaine

La politique d'investissement de l'audiovisuel public dans la production cinématographique s'est nettement améliorée depuis quelques années. La signature d'un accord en 2003 entre France Télévisions, l'ARP (Société civile des auteurs- réalisateurs – producteurs) et le BLOC (Bureau de Liaison des Organisations du Cinéma) y a grandement contribué en prévoyant notamment des engagements chiffrés concernant la diffusion des films et en renforçant le soutien du service public au cinéma français et européen.

Toutefois, des efforts doivent encore être entrepris pour que France Télévisions devienne, non pas simplement un co-producteur ou un diffuseur contraint par les réglementations, mais davantage un partenaire privilégié de la diversité de la création. Cette nouvelle ambition passe à la fois par le développement des co-productions, par une nouvelle collaboration plus respectueuse et plus franche avec les cinéastes et par une diversité renforcée dans le choix des films produits et diffusés.

Par ailleurs, cet effort doit s'inscrire dans le cadre d'une complémentarité réaffirmée entre les chaînes et par un investissement amélioré de l'ensemble des chaînes du groupe sur le cinéma. On peut à cet égard déplorer qu'aujourd'hui le cinéma soit complètement absent de France 5. Il doit également porter sur les films d'expression originale française dont l'exposition souffre parfois d'un manque d'audace ou d'une prudence qui confine au conformisme.

Proposition n°4 : Donner un nouvel élan en faveur du cinéma

Depuis plusieurs années maintenant, les magazines d'information culturelle ont disparu des écrans au profit d'émissions de promotion où seules les stars ont accès. Le service public ne les a pas non plus maintenus.

Pourtant, le service public devrait se faire fort de réhabiliter à la télévision des émissions de critiques culturelles dont le caractère d'intérêt général ne saurait être mis en cause et qui ne se contentent pas de diffuser des bandes-annonces. C'est une décision qui irait dans le bon sens et qui redonnerait sa place sur le service public à l'éveil à la culture cinématographique et à la redécouverte d'un patrimoine important.

Proposition n°5 : Diffuser de véritables magazines sur la culture et la création

Malgré une progression des investissements de France 3 depuis 2000 au titre de la production de fiction EOF (expression originale française), les dépenses en faveur de la fiction EOF restent très inférieures à celles de TF1 et de France 2.

Pour sa part, France 2 reste légèrement en retrait par rapport à TF1 tout en ayant maintenu la part de dépenses et d'achats de droits sur des fictions d'expression originale française.

L'étude du CSA relative à la fiction a mis par ailleurs en lumière l'effondrement de la fiction française qui a cédé près de 75% de sa diffusion entre 1990 et 2003 sur l'ensemble des chaînes hertziennes. Si le service public a pris dans ce désengagement une part moins

importante que les diffuseurs privés, il a toutefois revu à la baisse sa programmation en matière de fiction française. Alors qu'en 1990, France Télévisions en avait diffusé 876 heures, en 2005, le nombre d'heures de fiction française diffusé n'était plus que de 556 heures.

Proposition n°6 : augmenter le volume de fiction d'expression française à l'antenne

Engager le pari de la diversité, de l'audace et de l'innovation

Quelques chiffres sont utiles pour comprendre l'homogénéisation progressive qui a frappé la diffusion de la fiction ces dernières années : ainsi, la diffusion entre 20h30 et 22h de la fiction française a cru entre 1990 et 2003 de 64% alors que, dans le même temps, la programmation entre 5h30 et 18h chutait de 67% et de 198% entre 18h et 20h30.

Pour se distinguer des chaînes privées, le service public devrait pourtant travailler à la programmation d'œuvres de fiction hors des heures de forte écoute de manière à permettre une présence plus importante de la fiction française, dont la place sur les écrans a diminué de 75% depuis 15 ans malgré un succès qui ne se dément pas, et à diversifier les formes d'écriture et les histoires.

En outre, la rediffusion des œuvres de fiction en journée devra être encouragée en levant le frein aux rediffusions d'œuvres françaises que constitue le système de rémunération des artistes interprètes. La SACD souhaite à cet égard que la négociation entamée en 2006 puisse déboucher rapidement.

Actuellement, la fiction américaine représente une part très importante de la fiction diffusée en journée sur France 2, sur France 4 et est prédominante sur France 3, tout simplement parce que le coût de diffusion de ses œuvres est inférieur au coût de rediffusion de nos créations françaises. Il faut donc rapidement mettre fin à cette situation aberrante, sans parler de l'absence criante des œuvres étrangères non américaines et particulièrement européennes sur les écrans du service public qui, en l'occurrence, ne joue pas pleinement son rôle citoyen.

Proposition n°7 : Diversifier les horaires de diffusion de la fiction française, notamment en journée

Les pouvoirs publics ont mis en place en 2005 un fonds géré par le CNC afin de favoriser l'innovation dans la création audiovisuelle. Si cette mesure peut être un outil utile pour promouvoir la diversité des œuvres et de la création, elle ne saurait produire tous ses effets qu'à condition que les diffuseurs, et notamment les chaînes publiques, l'accompagnent en consentant un effort particulier en termes d'exposition des premières œuvres à l'antenne.

Alors que le soutien au cinéma implique que France TV « *contribue à la diversité de la création française et au renouvellement de ses talents et consentira un effort particulier en faveur des premières œuvres* », le chapitre du Contrat d'Objectifs et de Moyens concernant la promotion de la création audiovisuelle reste muet sur l'accès des premières œuvres à la télévision.

Cet oubli est regrettable car sans effort particulier et sans exemplarité des chaînes publiques pour faciliter l'accès des premières œuvres à l'antenne et de renouvellement de la création, on peut craindre que les premières œuvres connaissent toujours autant de difficultés à pouvoir être diffusées.

Dans ces conditions, il semblerait logique que le COM de France Télévisions prévoit, pour la création cinématographique comme pour la création audiovisuelle, un encouragement à

« contribuer à la diversité de la création française et au renouvellement de ses talents et consentira un effort particulier en faveur des premières œuvres ».

Proposition n°8 : Améliorer l'accès des premières œuvres à la télévision et du soutien à l'innovation

Comment améliorer le financement de France Télévision et de la création sur le service public?

Si chacun s'accorde à reconnaître qu'il faut refonder l'identité du service public et accroître sa singularité, notamment à l'égard des opérateurs privés, encore faut-il pour cela que les moyens dont il dispose soient réellement à la hauteur des ambitions qui lui sont assignés et des enjeux qu'elle doit relever, dans un paysage audiovisuel en pleine mutation.

Un engagement pluriannuel en faveur de l'audiovisuel public dans le cadre d'un Contrat d'Objectifs et de Moyens revisité

Toute forme d'annualité dans les arbitrages rendus sur son financement fragilise le service public audiovisuel. La vie des œuvres audiovisuelles qui composent une part substantielle de sa programmation témoigne à elle seule d'une durée de conception et de financement bien supérieure à quelques mois.

Il est essentiel que les modalités du financement de l'audiovisuel public soient à même de garantir régularité, fiabilité et visibilité.

Pour y parvenir, la solution la plus ambitieuse consiste à organiser au Parlement une discussion pluriannuelle des moyens de l'audiovisuel public, incluant le produit attendu de la redevance, voire la fixation d'un barème de la redevance pour la durée du contrat d'objectifs et de moyens. La redéfinition des missions de service public doit d'ailleurs permettre la mise en place **d'un contrat d'objectifs et de moyens ambitieux et pluriannuel** entre les chaînes du service public et leur public.

C'est à cette condition qu'il sera possible d'envisager une politique cohérente et adaptée aux besoins du service public de l'audiovisuel.

L'augmentation nécessaire de la redevance audiovisuelle

Le niveau actuel de la redevance dans notre pays ne permet pas de combler ce fossé et ne donne pas à l'audiovisuel public les moyens de se développer et d'enrichir son offre de programmes. Il est d'ailleurs très inférieur au niveau constaté dans d'autres pays européens souvent cités en exemple pour la qualité de leur programmation : Alors qu'en France, elle se situe, à 116 euros, le Royaume-Uni et l'Allemagne affichent des chiffres bien supérieurs (environ 200 euros) qui traduisent également un souci plus affirmé de donner au service public de l'audiovisuel des ressources à la hauteur de ses missions.

Nous ne pouvons qu'encourager les pouvoirs publics à relever de manière significative le niveau de la redevance audiovisuelle.

Cet encouragement est d'autant plus fort que les recettes complémentaires promises lors de l'annonce de l'importante réforme qu'a constituée l'adossement de la redevance audiovisuelle à la taxe d'habitation ne se retrouvent pas dans les budgets des chaînes de l'audiovisuel public.

En France, depuis plusieurs années, les chiffres d'affaires des chaînes publiques ne parviennent plus à suivre les évolutions des diffuseurs privés alors même que les coûts de grille augmentent structurellement de la même façon pour tous : désormais, le chiffre d'affaires de M6 tend à se rapprocher de ceux de France 2 et France 3 ; quant au chiffre d'affaires de TF1, il est maintenant plus de 2 fois et demi supérieur à celui de France 2 et plus élevé que celui de la holding France Télévisions.

La nécessaire compensation des exonérations sociales par l'Etat

Actuellement, **près de 5 millions de foyers bénéficient d'une exonération de paiement de la redevance audiovisuelle**. Or, malgré l'obligation légale inscrite dans la loi du 1^{er} août 2000, l'Etat a pris l'habitude ces dernières années de plafonner dans la loi de finances le montant des remboursements qu'il accorde au service public de l'audiovisuel.

Ainsi, pour 2006, la loi de finances a plafonné à 440 millions d'€ la prise en charge par le budget de l'Etat de ces dégrèvements alors que la compensation intégrale aurait exigé une dépense de 542,7 millions d'€.

Chaque année, l'Etat organise le financement par le service public, à hauteur d'environ 100 millions d'€, d'un élément de sa politique sociale, au mépris du financement de l'audiovisuel public et de l'esprit de la loi du 1^{er} août 2000. Si le service public doit accroître ses efforts au niveau des programmes comme en matière budgétaire, il serait aussi indispensable que l'Etat respecte pleinement ses obligations et joue son rôle d'actionnaire majoritaire avec justesse et détermination.

Elargir l'assujettissement à la redevance à l'ensemble des appareils permettant la réception de chaînes de télévision

Bien que la loi ne prévoit pas de limiter l'assujettissement à la redevance aux seuls postes de télévision, une instruction fiscale (n°05-029-A8) est venue récemment exclure la taxation des ordinateurs équipés pour la réception des chaînes de télévision.

Avec cette interprétation très restrictive, l'administration fiscale remet en cause le principe de neutralité technologique qui devrait pourtant conduire à soumettre à la redevance l'ensemble des appareils permettant la réception de chaînes de télévision, quelque soit le support et la technologie utilisée.

De surcroit, elle met un frein au dynamisme des ressources provenant de la redevance en empêchant toute modernisation de son assiette.

conclusion

Renforcer l'identité propre et la singularité du service public ; faire de l'audiovisuel public un soutien puissant de la création et de la production d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques ; contribuer à renforcer la place de la culture et des programmes innovants : telles sont les missions qui nous semblent devoir être prioritairement assignées au service public dans les prochaines années.

C'est à ce prix, en lui fixant un projet clair, ambitieux et viable, qu'il sera possible de donner une nouvelle impulsion à l'audiovisuel public.

Toutefois, il nous semble essentiel de rappeler quelques vérités qui doivent toujours être présentes à l'esprit :

- Sans un financement public suffisant, s'inscrivant dans un cadre pluriannuel, le service public de la télévision ne pourra se distinguer et affirmer sa singularité face aux chaînes privées et commerciales.

- Sans une forte volonté politique de renforcer la capacité des chaînes publiques d'offrir à leur public une création audiovisuelle inédite et de qualité, à la hauteur des attentes des téléspectateurs, l'audiovisuel public ne parviendra pas à remplir intégralement ses missions de service public.

- Sans procéder à un travail pédagogique auprès des téléspectateurs pour leur expliquer les enjeux de la redevance audiovisuelle, sa légitimité même ne cessera pas d'être remise en cause, déteignant par là même sur l'image du service public de l'audiovisuel.