



M. Emmanuel MACRON  
Président de la République  
Palais de l'Élysée  
55, rue du Faubourg Saint-Honoré  
75008 PARIS

Paris, le 3 juin 2019,

Monsieur le Président,

À l'occasion de la réception à l'Élysée que vous avez organisée le lundi 10 mai avec les secteurs culturels et créatifs français, vous avez souligné à juste titre la nécessité pour les professionnels de se fédérer et d'agir ensemble dans l'intérêt général de la création et l'impérieux besoin d'évoluer sans se renier pour s'adapter aux défis du monde numérique.

Le secteur de l'animation, dont nous représentons ici les auteurs et les producteurs, est un secteur d'excellence qui a depuis longtemps pris ce virage de la modernité, du numérique et de l'internationalisation.

Pour autant, prolonger dans l'avenir le succès de l'animation française ne se fera pas sans efforts ni exigence. Les auteurs et les producteurs sont déjà engagés dans ce chemin mais ils ont aussi besoin que l'État, comme France Télévisions, soient à la hauteur de cette mutation profonde des technologies et des usages et de cette ambition culturelle.

Or, si nous vous écrivons ce courrier aujourd'hui, c'est parce que nous sommes à la fois inquiets et dans l'incompréhension du chaos qui se prépare avec la suppression de France 4 à l'horizon 2020, annoncée voici près d'un an par le gouvernement et portée aujourd'hui avec vigueur par France Télévisions.

Monsieur le Président, nous vous le disons très clairement : cette décision nous fait craindre le pire pour le financement et la visibilité de l'animation française.

Nous ne sommes d'ailleurs pas les seuls à partager ce constat car c'est aussi celui qu'expriment à l'unisson les dirigeants des autres grands services publics européens, que ce soit en Grande-Bretagne, en Allemagne ou ailleurs, à l'heure où partout, le besoin de recréer une relation avec le public jeune est une priorité indiscutable.

C'est aussi ce dont témoignent nos autres partenaires à l'international pour lesquels la visibilité des programmes sur le territoire français, auprès d'un diffuseur disposant d'audiences importantes, est souvent une motivation à leur investissement, qui est indispensable pour le financement de nos œuvres.

Si ce projet est contestable, ce n'est bien évidemment pas parce qu'il s'accompagne du développement d'une plateforme numérique dédiée aux enfants. Alors que les usages numériques se développent rapidement, nous faisons partie de ceux qui ont toujours plaidé pour une politique plus volontariste du service public en matière de numérique et pour un accès facilité et renforcé aux œuvres sur les nouveaux supports numériques.

Le renforcement de l'offre numérique est une priorité qui doit nous tous nous associer et nous impliquer.

En revanche, développer une offre numérique tout en supprimant une chaîne qui aujourd'hui assure la diffusion de près 70% de l'offre jeunesse et d'animation de France Télévisions, avec 4 400 heures de programmes diffusés chaque année, et alors même que les usages linéaires restent dominants est une hérésie profonde.

Les enfants sont de plus en plus connectés mais ils n'ont pas abandonné l'écran de télévision : selon les données de Médiamétrie, 78% du temps de vidéo des enfants est consacré à la télévision linéaire, reléguant encore loin la consommation délinéarisée (22%). La chaîne France 4 est regardée par 1 million des 4-14 ans tous les jours, 3 millions chaque semaine et 5 millions chaque mois. Dans ce paysage, France 4, dont le repositionnement sur les enfants est somme toute très récent, est au coude-à-coude avec la principale chaîne privée Gulli, dont le rachat en cours par le Groupe M6 illustre d'ailleurs le potentiel et l'attractivité d'une chaîne hertzienne dans cet univers numérique.

Le lancement de la plateforme numérique de France Télévisions dédiée à la jeunesse, susceptible d'intervenir à l'automne pour prendre le relais de France 4, laisse ouvert beaucoup de craintes. Proposée dans un premier temps sans l'intégralité des fonctionnalités envisagées à terme, elle devra parvenir dans un délai restreint de 9 mois à s'imposer comme une marque majeure auprès du public enfant, avec la concurrence de plateformes comme Netflix et YouTube dont l'ergonomie est très séduisante et dont la puissance de la marque et la distribution est redoutable pour tout nouvel entrant.

C'est aussi sans compter sur l'arrivée dès le premier semestre 2020 de Disney et de sa plateforme sur laquelle les œuvres et les films Disney, Pixar et Fox seront disponibles et sur la croissance extrêmement forte des investissements de ces géants américains. Netflix vient d'annoncer un engagement sur les programmes jeunesse à hauteur de 3,5 milliards de dollars l'an prochain. Après Disney, viendront également WarnerMedia et Universal. Dans les deux prochaines années, la plateforme numérique de France Télévisions devra affronter pas moins de quatre concurrents puissants.

Ce nouvel horizon économique ne peut pas être ignoré dans le déploiement de la politique jeunesse du service public.

Se focaliser sur la seule présence délinéarisée de ces programmes aboutira à une concurrence frontale face à des plateformes qui ont des atouts bien supérieurs en termes de financement, de développement industriel et de marketing. En revanche, créer un univers jeunesse assurant une complémentarité et des rebonds entre l'antenne linéaire et l'offre délinéarisée a du sens. Cette démarche serait de nature à agréger des audiences, à conquérir de nouveaux publics et à les fidéliser, à proposer des programmes différents. Bref, elle peut offrir aux enfants une expérience complète de service public sur tous les supports et pour tous les usages.

C'est pourquoi nous ne venons pas vous demander de revenir en arrière et de tirer un trait définitif sur la suppression de France 4. Nous vous proposons au contraire une stratégie cohérente de politique publique avec le report de cette date couperet de septembre 2020 et la soumission de la fermeture de France 4 à deux conditions :

- une couverture totale du territoire national en haut-débit

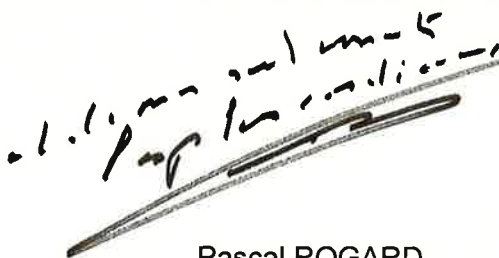
C'est la garantie qu'aucun français, où qu'il soit sur le territoire et notamment dans cette diagonale du vide, souvent mal-équipé et qui a exprimé dans le Grand Débat son besoin de service public, ne soit privé de l'accès aux programmes jeunesse et d'animation basculés sur l'offre numérique de France Télévisions. L'interruption du signal de France 4 en septembre 2020 priverait inmanquablement beaucoup d'enfants français, en partie sur ces territoires, d'une partie du service public de l'audiovisuel.

- une évaluation et un bilan 18 à 24 mois après le lancement de la plateforme numérique de France Télévisions pour mesurer la performance du service, la consommation qu'elle génère, en particulier par rapport aux autres plateformes ainsi que le niveau des usages linéaires et non-linéaires.

Dans ce contexte de mutation profonde de l'audiovisuel, nous sommes convaincus que la route à suivre pour la politique jeunesse de France Télévisions doit éviter deux écueils majeurs : la volonté de ne rien changer pour préserver l'essentiel et au final, se réfugier dans une inertie qui serait dangereuse pour tous ; le risque de la précipitation qui ne tiendrait compte ni de l'environnement économique ni de l'évolution réelle et mesurée des usages ni de la nécessité de garantir un égal accès au service public.

C'est le sens de cette proposition que nous formulons au nom des auteurs et des producteurs d'animation et à laquelle nous espérons que vous pourrez réserver une lecture bienveillante.

Nous vous prions de croire, Monsieur le Président, en l'assurance de notre très haute considération.



Pascal ROGARD  
Directeur général de la SACD



Philippe ALESSANDRI  
Président du SPFA