

QUESTION DE PATRICE MARTIN-LALANDE

DÉPUTÉ DE LOIR-ET-CHER
RAPPORTEUR SPÉCIAL DU BUDGET « MÉDIAS »

À FRÉDÉRIC MITTERRAND

MINISTRE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION

DANS LA DISCUSSION EN COMMISSION ÉLARGIE
DES CRÉDITS DE LA MISSION « MÉDIAS »
DU PROJET DE LOI DE FINANCES POUR 2011

le jeudi 4 novembre 2010

*

M. Patrice Martin-Lalande, rapporteur spécial, pour la mission « Médias, livre et industries culturelles » et pour les comptes spéciaux « Gestion et valorisation des ressources tirées de l'utilisation du spectre hertzien » et « Avances à l'audiovisuel public ». Afin de respecter les cinq minutes qui me sont imparties, mon intervention se placera donc sous le signe du haut débit et de la compression de données...

Dans un contexte de maîtrise de la dépense publique, les crédits prévus en 2011 pour les médias sont, au total, préservés par rapport à 2010.

Cet effort budgétaire de l'État permettra, tout d'abord, d'assurer à l'audiovisuel public national 3,590 milliards d'euros et à l'audiovisuel public extérieur 332 millions d'euros pour accomplir leurs missions de service public, de tenir, ensuite, les engagements pris par l'État en faveur de la presse à l'issue des états généraux de la presse écrite avec 464 millions d'euros, et d'achever, enfin, en 2011, le passage au tout numérique avec 131 millions d'euros.

Monsieur le ministre, je suis désolé de ne pouvoir développer que quelques questions.

S'agissant de France Télévisions, l'État, en assurant plus de 85 % des ressources du groupe, garantit un financement plus solide que

jamais. De plus, les recettes publicitaires sont, elles aussi, solides, comme en témoignent les excédents de 150 millions d'euros en 2009, d'une centaine de millions en 2010 et de 172 millions prévus pour 2011. En laissant à France Télévisions l'essentiel de ses excédents, l'État renforce encore sa solidité financière, puisqu'il lui permet un retour à l'équilibre anticipé.

Toutefois, après le retour à l'équilibre, comment décider de l'utilisation de ces heureuses recettes supplémentaires par rapport à celles prévues au contrat d'objectifs et de moyens, d'autant qu'il ne s'agit pas d'un ajustement à la marge ? En 2011, cet excédent prévisionnel de 172 millions d'euros représentera plus de la moitié des ressources de l'audiovisuel extérieur de la France et plus que les crédits consacrés au passage à la TNT !

Deux solutions sont possibles.

Si les recettes publicitaires réalisées excèdent structurellement celles qui ont été prévues dans le cadre du contrat d'objectifs et de moyens initial, ne faudrait-il pas, en amont, réduire le montant de la compensation de la perte de recettes publicitaires, puisque les hypothèses de 2008 qui ont servi de base à ce calcul ne sont plus valables ?

Si, au contraire, on considère que ces excédents ne sont pas structurels, le Gouvernement est-il d'accord avec ma proposition de soumettre l'utilisation de ces recettes à la même discipline que toutes les recettes et les dépenses qui sont cadrées par le contrat d'objectifs et de moyens ? Des sommes allant de 100 à 172 millions d'euros valent bien un avenant au contrat, lequel est soumis aux avis du CSA et du Parlement ! C'est cette logique que je défendrai dans un amendement, cosigné avec Charles de Courson, tendant à encadrer l'utilisation future des éventuels excédents de recettes publicitaires de France Télévisions.

Quelle est, par ailleurs, la position du Gouvernement concernant ma proposition et celle du rapporteur général de fixer à cinq ans le moratoire sur la suppression de la publicité diurne, pour être cohérent avec la durée du mandat du président de France Télévisions et du nouveau contrat d'objectifs et de moyens qui sera mis en œuvre dans le cadre de ce mandat ?

Faut-il, enfin, aller au bout de la logique de suppression de la publicité après 20 heures en supprimant également le parrainage ou

considérez-vous que l'encadrement de cette pratique *via* une charte élaborée par France Télévisions sera suffisant ?

Je tiens également à vous poser quelques questions sur la presse.

Les pouvoirs publics ont tenu les engagements forts pris à l'issue des États généraux de la presse écrite. La réciproque est moins vraie de la part des professionnels du secteur.

Ne craignez-vous pas que l'effort exceptionnel de financement de l'État ait été absorbé pour assurer un simple sursis à plusieurs titres, sans permettre de préparer la mutation voulue par les États généraux ?

Pour permettre à la profession de rattraper ce retard, puis-je savoir quand fonctionnera l'Observatoire sur les nouvelles attentes du lectorat et sur l'innovation éditoriale, structure qui doit être l'outil de veille et de recherche dont la presse française a besoin ? Ne faudrait-il pas organiser de nouveaux États généraux axés sur le développement des services innovants, comme la presse en ligne ? En matière de gouvernance des aides, quelles suites entendez-vous donner au rapport Cardoso, selon quelles modalités et suivant quel calendrier ?

J'aurais également aimé pouvoir m'exprimer sur d'autres sujets importants tels que la renégociation des conventions collectives et des accords d'entreprise dans l'audiovisuel public, l'éventuel changement de stratégie et de statut de l'Agence France Presse, le rééquilibrage du financement de TV5 Monde, l'adaptation des règles de concentration dans le domaine des médias, l'asymétrie de régulation entre les services audiovisuels traditionnels et Internet, le défaut de participation des opérateurs d'Internet au financement de la production de contenus ou le rétablissement d'une architecture budgétaire propice à la lisibilité du budget et au suivi des crédits, tant il est illogique de mélanger « médias », « culture » et « livre ».

Enfin, monsieur le ministre, je suis désolé de ne pouvoir évoquer d'autres sujets tout aussi essentiels autrement qu'en langage SMS : « kan » un nouveau COM FTV ? « kan » un nouveau COM AEF ? « kan » une RNT ? « kan » une TMP ? Quelle réforme du CSMP ?

M. Frédéric Mitterrand, *ministre de la culture et de la communication*. Je répondrai tout d'abord à M. Martin-Lalande au

sujet du financement de France Télévisions et du partage des surplus de recettes.

La dotation publique allouée à France Télévisions pour 2011 est de 2,5 milliards d'euros. Ce chiffre tient compte des surplus de recettes commerciales, puisqu'il est inférieur de 76 millions d'euros au montant prévu par le plan d'affaires 2009-2012. Une telle réduction est cependant inférieure au surplus de recettes publicitaires lui-même, estimé à 171 millions d'euros pour 2011, et qui devrait permettre un retour plus rapide de la société à l'équilibre financier – ce dont nous ne pouvons que nous réjouir.

Par ailleurs, des charges supplémentaires de service public qui n'avaient pas été prévues vont devoir être financées : je pense notamment au renforcement des grilles des TV Pays en outre-mer et à la diffusion nationale de France Ô, qui implique une refonte de la grille et de plus grandes ambitions éditoriales. Enfin, des marges de manœuvre ont été laissées à France Télévisions afin de ne pas la mettre en situation de risque et de donner à ses dirigeants la possibilité d'engager de nouveaux projets – qui feront bien sûr l'objet de discussions avec l'État.

Je partage votre préoccupation de mieux encadrer l'affectation de ces recettes supplémentaires. Je vous propose, pour ma part, l'option consistant à ajouter dans la loi du 30 septembre 1986 la mention suivante : le contrat d'objectifs et de moyens précise le montant d'excédents de recettes de publicité et de parrainage au-delà duquel un avenant à ce même contrat prévoit qu'une part des ressources publiques affectées à France Télévisions correspondant à cet excédent est restituée au budget de l'État ou réaffectée à une activité particulière. Cet avenant pourrait faire l'objet d'une procédure de consultation accélérée – deux semaines pour l'avis des commissions parlementaires au lieu de six – et, sur la base de la nouvelle prévision de recettes de publicité et de parrainage présentée à l'automne par la société, être adopté dans le cadre de la loi de finances rectificative de fin d'année. Le cas échéant, la dotation publique serait réduite dans une mesure tenant compte non seulement des excédents de recettes propres, mais également des variations de charges affectant la période et de l'objectif d'équilibre financier.

J'en viens à l'extension du moratoire sur la suppression progressive de la publicité à France Télévisions, mesure importante de la réforme de l'audiovisuel public. Sur ce sujet, je ne porte pas la même

appréciation que vous, madame la rapporteure pour avis : de nombreux sondages successifs confirment que les trois quarts des Français sont satisfaits de cette suppression. Peut-être se réjouissent-ils de se coucher plus tôt, mais on peut aussi penser qu'ils apprécient de pouvoir accéder plus rapidement à leurs programmes.

Compte tenu du cadre très contraignant enserrant nos finances publiques, il a été décidé de reporter l'entrée en vigueur de la suppression de la publicité en journée. Le Gouvernement a proposé un moratoire de deux ans, c'est-à-dire jusqu'en janvier 2014, tandis que certains parlementaires plaident pour un délai plus long – correspondant à la durée du mandat du président Rémy Pflimlin –, voire pour le maintien définitif de la publicité. Pour ma part, tout en étant partisan de l'application de la réforme, j'ai toujours insisté sur la nécessité d'une clause de rendez-vous. La situation des finances publiques nous conduit aujourd'hui à reprendre la réflexion, mais dans ce domaine, ma position n'est nullement dogmatique. Je préfère donc laisser le débat parlementaire se dérouler dans la sérénité, et je m'en remettrai à la sagesse du Parlement.

La mise en place du contrat d'objectifs et de moyens de France Télévisions, qui sera signé au printemps prochain, constitue une étape importante, car ce contrat fixera le cap de la société pour les cinq ans à venir et déterminera les moyens dont elle disposera pour réaliser ses objectifs prioritaires.

Un de ces objectifs est la poursuite de l'investissement dans la création audiovisuelle et cinématographique. À cet égard, je suis très attentif aux concertations qui se déroulent avec les producteurs, les créateurs, les auteurs et les artistes. Je suis d'autant plus enclin à prendre bonne note de leurs demandes que je n'ai pas rompu, ni mentalement ni affectivement, avec ce qui fut trente ans de ma vie personnelle et professionnelle.

De même, un des enjeux importants de ce contrat d'objectifs et de moyens sera l'accélération de la prise en compte du tournant numérique. Dans ce domaine, je constate que le privé a pris une certaine avance sur France Télévisions.

Autre objectif : poursuivre la réforme de l'organisation de France Télévisions, notamment en précisant mieux la ligne éditoriale de chaque chaîne. À cet égard, j'ai bien noté les propos de Mme Martinel concernant l'identité de France 4. Même s'il est prévu depuis toujours que France 4 serait une chaîne d'innovation et de jeunesse, on n'a

pas toujours le sentiment que cette volonté proclamée est respectée – même si j’ai pu m’apercevoir, en regardant la chaîne dimanche dernier, que les programmes allaient bien dans cette direction.

De la même façon, une véritable réflexion reste à mener sur l’identité de France 3. Nous avons vu que l’audience de la chaîne subissait une érosion ; mais j’ai aussi pu constater que sa ligne de production locale, auparavant relativement importante, avait quasiment disparu, seule restant la tranche d’information. Le renforcement de l’identité de France 3 passe selon moi par un renforcement des identités régionales de chacune des stations qui la composent.

Enfin, le contrat d’objectifs et de moyens doit conduire à approfondir les initiatives qui sont prises en matière de représentation de la diversité de la société française, dans les programmes comme au sein de l’entreprise. Dans ce domaine, je m’appuie beaucoup sur les conclusions de l’excellent rapport rédigé par Hervé Bourges, lequel offre de nombreuses pistes de réflexion et de travail.

La suppression du parrainage constitue une vraie question. Ayant recours, comme cela m’arrive parfois, à une formule un peu rapide, j’ai pu déclarer que la publicité, « sortie par la porte », avait tendance à « revenir par la fenêtre ». Ce propos m’a valu des commentaires variés, mais je maintiens qu’il n’est pas tout à fait faux, et je vous remercie, monsieur Martin-Lalande, d’avoir confirmé qu’il reflétait un sentiment répandu.

Cependant, le problème est compliqué par la diversité des outils statistiques : les chaînes privées et France Télévisions avancent des chiffres et, comme on pouvait s’y attendre, ces derniers ne coïncident pas. Je ne pourrai clarifier la situation qu’avec le concours des nouveaux dirigeants de France Télévisions, et notamment de Remy Pflimlin, à qui j’ai demandé de me faire des propositions en ce sens. Une charte va encadrer le recours au parrainage sur France Télévisions, après en avoir défini le périmètre. Seront essentiellement concernés des programmes qui favorisent des thématiques d’intérêt général, d’accès à la culture, de développement durable, de diversité, de solidarité, d’emploi et de santé publique. Le parrainage devra être bien défini pour ne pas être un masque derrière lequel se cacherait la publicité. La charte prévoira également que les programmes courts ne seront plus diffusés sur France 2 et France 3 avant le début de la première partie de soirée – sauf les programmes de mission d’information de France Télévisions, c’est-à-dire la météo,

l'information routière et éventuellement le loto, qui pourront être parrainés. Par ailleurs, les autres chaînes du groupe devront se limiter à un seul programme court entre le début de la première partie de soirée et la deuxième partie de soirée. La charte préparée par Rémy Pflimlin et son équipe, dont les dispositions clés ont vocation à intégrer le cahier des charges de France Télévisions qui sera adopté parallèlement au contrat d'objectifs et de moyens, devrait donc permettre de résoudre la question du parrainage.

J'en viens à la renégociation des conventions collectives et des accords d'entreprise dans l'audiovisuel. À la suite de modifications intervenues pour des raisons d'ordre juridique, la date à laquelle les nouveaux accords devront être signés est portée à octobre 2012, sauf pour les journalistes, pour lesquels ils devront l'être en février 2011. Ce calendrier sera mis à profit par l'ensemble des parties pour négocier des accords en phase avec les évolutions de l'organisation du travail et la modernisation des relations sociales. Je suis conscient, madame la députée, pour avoir vécu en d'autres temps des épisodes similaires, que l'arrivée d'une nouvelle direction et les réorganisations auxquelles celle-ci a absolument le droit de procéder peuvent susciter une certaine inquiétude parmi les agents travaillant à France Télévisions. Cependant, la négociation des conventions collectives devrait être l'occasion de revenir sur certaines des difficultés que vous avez évoquées.

M. Mathus m'a interrogé sur le contrat d'objectifs et de moyens de la société AEF. Il est vrai que ce nom constitue à lui seul un problème – sauf à être nostalgique des cartes de géographie d'avant 1960, ce que je ne suis en aucun cas. La référence historique accroît d'ailleurs la nécessité de trouver une autre dénomination pour désigner l'audiovisuel extérieur de la France.

S'agissant du contrat d'objectifs et de moyens entre cette société et l'État, prévu par la loi du 5 mars 2009, les négociations sont en cours. Un arbitrage du cabinet du Premier ministre est intervenu sur la dotation publique pour la période 2011-2013, sur la base duquel le contrat pourra être finalisé rapidement puis transmis aux commissions parlementaires compétentes.

Vous avez souligné à bon droit, madame Martinel, que le virage éditorial de l'audiovisuel public avait été entamé avant la nomination du nouveau président et de ses équipes.

M. Marcel Rogemont. C'est en effet à porter au crédit de M. de Carolis.

M. Frédéric Mitterrand, *ministre de la culture et de la communication.* Et à celui de M. Duhamel. Ce virage éditorial a permis de différencier nettement le groupe France Télévisions de l'ensemble de la télévision. En tant que ministre de la communication, concerné par tous les problèmes de la télévision et par toutes les chaînes, et désireux de voir régner l'harmonie dans le paysage audiovisuel, je suis attentif à ce virage éditorial d'une maison à laquelle m'attachent de surcroît des relations anciennes.

La transformation du groupe effectuée sous la nouvelle direction a été l'occasion de renforcer son efficacité. Cependant, je constate depuis mon entrée au ministère la montée d'une inquiétude de la part des professions du cinéma et de la fiction télévisuelle, c'est-à-dire les producteurs, les créateurs et les artistes, sensibles aux risques liés au guichet unique. La décision du président Pflimlin et de ses équipes d'identifier plus fortement le portail d'accès dans chacune des chaînes, loin de compliquer le fonctionnement général de France Télévisions ou de rompre avec des habitudes anciennes, a donc au contraire permis un meilleur accueil des producteurs et des projets et, à l'arrivée, une plus grande transparence dans la prise de décision. Les producteurs, créateurs, réalisateurs et artistes sauront profiter comme il convient de ces nouvelles dispositions.

En ce qui concerne la nomination de tel ou tel, je n'ai pas de commentaires à faire : le président Pflimlin est maître chez lui – encore que cette qualification ne corresponde pas exactement à l'esprit de dialogue de ce dernier.

J'en viens à la presse – sachant que nous reviendrons certainement plus tard à différents points qui n'ont pas été abordés tels que Arte France, Radio France, l'Institut national de l'audiovisuel, les radios associatives ou encore le rapport Kessler sur la radio numérique terrestre.

J'ai écouté avec beaucoup d'attention l'intervention de M. Françaix. Je ne suis pas loin de partager nombre d'inquiétudes qui ont été exprimées et c'est d'ailleurs pourquoi j'aurai un suivi attentif du rapport Cardoso.

Peu après mon arrivée au ministère, j'ai en effet souhaité que me soit remis un rapport sur les aides publiques à la presse. Ce rapport, dont

j'ai rencontré à plusieurs reprises l'auteur au cours de son travail, nous permet d'avancer dans la bonne direction, en tenant compte des préoccupations légitimes dont vous vous faites l'écho, monsieur le rapporteur pour avis. Il souligne, en particulier, la nécessité d'une meilleure gouvernance de l'ensemble des aides apportées à la presse, sans toutefois remettre en cause le principe même de l'aide, et dénonce l'opacité voire la complexité des interventions ainsi que les disparités – sans pour entrer dans le jeu délétère de l'attribution de bons et de mauvais points – entre les entreprises bénéficiaires. Je ferai en sorte que ce diagnostic soit approfondi.

Lorsque j'ai rencontré les principaux acteurs de la filière, je me suis rendu compte que le rapport Cardoso avait été accueilli avec une certaine réticence et qu'il nécessitait des explications. Il est vrai qu'il porte sur des points névralgiques, sur lesquels la vérité est toujours plus blessante que l'illusion...

Le principe des aides à la presse doit être manié avec une très grande modestie et beaucoup de sagesse. En effet, lorsque nous aidons la presse, on nous soupçonne de vouloir la corrompre, mais si nous ne l'aidons pas, on nous soupçonne de l'abandonner et de la laisser mourir. L'effort que nous avons accompli montre que ces soupçons sont parfaitement injustifiés.

Nous pouvons toutefois progresser dans un certain nombre de domaines. Le rapport Cardoso nous ouvre de nombreuses pistes. Il propose notamment le regroupement des aides versées aux éditeurs au sein d'un fonds stratégique homogène, dont les objectifs seraient clairs et fondés sur des engagements contractuels entre l'État et chaque bénéficiaire, avec en contrepartie le maintien des aides à un niveau très élevé jusqu'en 2016. C'est sur cet accord contractuel que je souhaite m'engager, sachant que le pluralisme de la presse, contrairement à tout ce que l'on peut entendre, est aujourd'hui défendu, notamment par la mise en œuvre précisément d'un plan de soutien.

Parmi vos nombreuses observations, j'ai retenu un point auquel j'attache une particulière importance et sur lequel j'ai demandé à mes services de travailler : il s'agit de la presse citoyenne et des fanzines de quartier. Cette forme de presse – souvent virulente, notamment à l'égard de votre serviteur ! – est peu reconnue et mérite d'être soutenue, en prenant garde naturellement à ne pas entraver sa liberté. Créée par des jeunes, garçons et filles, elle contribue

fortement au lien social et joue un rôle considérable. J'en veux pour preuve le concert de 18 000 spectateurs que j'ai organisé au mois d'août et qui s'est terminé par une séance de deux heures au cours desquelles j'ai débattu avec de jeunes éditeurs de fanzines, échange qui m'a permis de prendre encore plus conscience, s'il en était besoin, de l'importance de la question.

Je n'aborderai pas la réforme de l'Agence France Presse, puisque le sujet n'a pas été abordé, mais nous y reviendrons certainement.

S'agissant du Conseil supérieur des messageries de presse (CSMP), cette instance de régulation du système coopératif de la distribution de presse ne semble pas très fiable ou du moins très transparente. Sa réforme a été annoncée par les états généraux de la presse. Dans la mesure où les services de mon administration et mon cabinet entretiennent des relations constantes avec les différents acteurs de la filière, il n'est pas indispensable de déclencher une nouvelle grand-messe qui ne ferait que répéter les mêmes choses, même si, dans un monde qui évolue très rapidement, les défis du numérique méritent de faire l'objet d'une discussion permanente avec les organes de presse.

La réforme du CSMP a pour objectif de moderniser et de transformer l'actuel conseil en association de presse, de le doter de la personnalité morale, de redéfinir ses missions, d'instaurer une procédure de conciliation obligatoire des litiges devant le Conseil supérieur avant toute action contentieuse et d'instituer une instance *ad hoc*, indépendante du collège professionnel, chargée du règlement des différends entre les acteurs de la distribution et de l'homologation normative des décisions du Conseil.

*

**