

N° 112

SÉNAT

SESSION ORDINAIRE DE 2010-2011

Enregistré à la Présidence du Sénat le 18 novembre 2010

AVIS

PRÉSENTÉ

au nom de la commission des affaires étrangères, de la défense et des forces armées (1) sur le projet de loi de finances pour 2011, ADOPTÉ PAR L'ASSEMBLÉE NATIONALE,

TOME VIII

**MÉDIAS, LIVRE ET INDUSTRIES CULTURELLES
AUDIOVISUEL EXTÉRIEUR**

Par M. Joseph KERGUERIS,

Sénateur.

(1) Cette commission est composée de : M. Josselin de Rohan, *président* ; MM. Jacques Blanc, Didier Boulaud, Jean-Louis Carrère, Jean-Pierre Chevènement, Robert del Picchia, Jean François-Poncet, Robert Hue, Joseph Kergueris, *vice-présidents* ; Mmes Monique Cerisier-ben Guiga, Joëlle Garriaud-Maylam, MM. André Trillard, André Vantomme, Mme Dominique Voynet, *secrétaires* ; MM. Jean-Etienne Antoinette, Robert Badinter, Jean-Michel Baylet, Jean-Pierre Bel, René Beaumont, Jacques Berthou, Jean Besson, Michel Billout, Didier Borotra, Michel Boutant, Christian Cambon, Marcel-Pierre Cléach, Raymond Couderc, Mme Michelle Demessine, M. André Dulait, Mmes Bernadette Dupont, Josette Durrieu, MM. Jean Faure, Jean-Paul Fournier, Mme Gisèle Gautier, M. Jacques Gautier, Mme Nathalie Goulet, MM. Jean-Noël Guérini, Michel Guerry, Robert Laufoaulu, Simon Loueckhote, Philippe Madrelle, Pierre Mauroy, Rachel Mazuir, Louis Mermaz, Mme Lucette Michaux-Chevry, MM. Jean Milhau, Charles Pasqua, Philippe Paul, Xavier Pintat, Bernard Piras, Christian Poncelet, Yves Pozzo di Borgo, Jean-Pierre Raffarin, Daniel Reiner, Roger Romani, Mme Catherine Tasca.

Voir les numéros :

Assemblée nationale (13^{ème} législ.) : 2824, 2857, 2859 à 2865 et T.A. 555

Sénat : 110 et 111 (annexe n° 17) (2010-2011)

SOMMAIRE

	<u>Pages</u>
INTRODUCTION	5
I. UNE NETTE AMÉLIORATION DE LA SITUATION DES DIFFÉRENTS OPÉRATEURS DE L'AUDIOVISUEL EXTÉRIEUR.....	7
A. LE DÉMÉNAGEMENT A PROXIMITÉ DE FRANCE 24 : PROCHAINE ÉTAPE DE LA RÉFORME DE RADIO FRANCE INTERNATIONALE.....	7
B. FRANCE 24 : APRÈS LE SUCCÈS DU PASSAGE À 24 HEURES SUR 24 EN ARABE, PRIORITÉ À LA DISTRIBUTION.....	14
C. TV5 MONDE : LA POURSUITE DU PLAN STRATÉGIQUE ET DE LA TRANSITION VERS LE « MÉDIA GLOBAL »	20
II. LE DÉVELOPPEMENT DES SYNERGIES ET DES MUTUALISATIONS ENTRE LES DIFFÉRENTS OPÉRATEURS DEVRAIT CONSTITUER UN AXE IMPORTANT DU FUTUR CONTRAT D'OBJECTIFS ET DE MOYENS.....	26
A. LE DÉVELOPPEMENT DES MUTUALISATIONS ET DES SYNERGIES ENTRE LES OPÉRATEURS	26
1. <i>Les mutualisations en matière d'organisation, de gouvernance et des fonctions supports</i>	26
2. <i>Les synergies en matière de contenus</i>	27
3. <i>Les mutualisations en matière de distribution</i>	28
B. LE FUTUR CONTRAT D'OBJECTIFS ET DE MOYENS.....	28
III. L'ÉVOLUTION DES CRÉDITS CONSACRÉS À L'AUDIOVISUEL EXTÉRIEUR : UNE LÉGÈRE PROGRESSION EN 2011 MAIS UNE FORTE DIMINUTION ATTENDUE EN 2012 ET EN 2013.....	30
A. UNE LÉGÈRE PROGRESSION DES CRÉDITS DE L'AUDIOVISUEL EXTERIEUR EN 2011	30
1. <i>Une augmentation moins forte qu'en apparence</i>	30
2. <i>Une hausse de la dotation qui reste en deçà des demandes formulées par la holding et les différentes sociétés</i>	31
3. <i>La répartition des dotations entre les différentes sociétés par la holding reste encore inconnue</i>	31
B. UNE FORTE DIMINUTION DES CRÉDITS DE L'AUDIOVISUEL EXTÉRIEUR EN 2012 ET EN 2013 QUI DEVRAIT ÊTRE COMPENSÉE PAR UNE AUGMENTATION DES RESSOURCES PROPRES.....	32
1. <i>Une forte baisse des dotations attendue en 2012 et en 2013</i>	32
2. <i>L'augmentation des ressources propres : la principale inconnue pour les prochaines années</i>	33
CONCLUSION.....	37
EXAMEN EN COMMISSION.....	38

ANNEXE I : LISTE DES PERSONNALITÉS AUDITIONNÉES PAR LE RAPPORTEUR POUR AVIS	43
ANNEXE II : COMPTE-RENDU DE L’AUDITION DE M^{ME} LAURENCE FRANCESCHINI, DIRECTRICE GÉNÉRALE DES MÉDIAS ET DES INDUSTRIES CULTURELLES AU MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION.....	44
AMENDEMENT ADOPTÉ PAR LA COMMISSION.....	56

Mesdames, Messieurs,

Dans son avis budgétaire de l'an dernier, votre rapporteur pour avis avait tiré un premier bilan encourageant de la réforme de l'audiovisuel extérieur de la France, engagée par le Président de la République en 2007, et qui s'est notamment traduite par la création, en avril 2008, de la société holding Audiovisuel extérieur de la France.

Cette année votre rapporteur pour avis a souhaité s'intéresser plus particulièrement à la situation des deux filiales de la holding, Radio France Internationale (RFI) et France 24, et celle de la chaîne partenaire TV5 Monde.

Votre rapporteur pour avis s'est ainsi rendu sur les sites de RFI, France 24 et TV5 Monde, a visité leurs installations, et a discuté avec les différentes équipes aussi bien éditoriales, que celles chargées de la distribution, des finances ou des nouvelles technologies.

Il s'est également entretenu avec M. Alain de Pouzilhac, président directeur général, et Mme Christine Ockrent, directrice générale déléguée de la holding, Mme Marie-Christine Saragosse, directrice générale de TV5 Monde, M. Jean-Christophe Fleury, sous-directeur de l'audiovisuel extérieur au ministère des affaires étrangères et européennes et M. Roland Husson, sous-directeur de l'audiovisuel au ministère de la culture et de la communication¹.

En outre, votre commission a auditionné Mme Laurence Franceschini, directrice générale des médias et des industries culturelles au ministère de la culture et de la communication, qui assure désormais la tutelle sur l'ensemble de l'audiovisuel extérieur².

A la lumière de ces visites et différents entretiens, votre rapporteur pour avis estime que la nette amélioration de la situation des différents opérateurs, tant en termes d'audience qu'en matière financière, représente un signe encourageant et tend à illustrer la pertinence **de la réforme de l'audiovisuel extérieur.**

¹ La liste des personnes entendues figure en annexe au présent rapport pour avis.

² Le compte rendu de cette audition figure à l'annexe 2

L'augmentation, même moins forte qu'en apparence, des crédits destinés à l'audiovisuel extérieur dans le cadre du projet de loi de finances pour 2011, constitue **un autre motif de satisfaction**, même si la perspective d'une forte baisse des dotations en 2011 et en 2012 est une source de préoccupation, compte tenu des fortes incertitudes qui demeurent sur l'augmentation attendue des ressources propres sur les prochaines années.

A cet égard, le futur **contrat d'objectifs et de moyens**, actuellement en cours de négociation entre l'Etat et la holding et qui sera transmis pour avis au Parlement, devrait permettre de clarifier les objectifs stratégiques et de préciser les financements sur les prochaines années.

I. UNE NETTE AMÉLIORATION DE LA SITUATION DES DIFFÉRENTS OPÉRATEURS DE L'AUDIOVISUEL EXTÉRIEUR

A. LE DÉMÉNAGEMENT A PROXIMITÉ DE FRANCE 24 : PROCHAINE ÉTAPE DE LA RÉFORME DE RADIO FRANCE INTERNATIONALE

L'année 2010 a été marquée par la profonde réforme de Radio France Internationale (RFI).

Cette réforme était attendue de longue date et **vo**tre rapporteur pour avis tient à saluer la détermination des dirigeants de la société Audiovisuel extérieur de la France qui ont su mener à bien ce projet.

Dans un contexte de déficits récurrents et d'effritement des parts d'audiences de RFI¹, il était, en effet, indispensable de passer d'un modèle de radio né de la guerre froide à une radio moderne, présente sur tous les supports, tout en préservant ses atouts, qui tiennent en particulier à la très grande qualité des personnels et des programmes.

Un **plan global de modernisation** a été présenté en janvier 2009, qui vise à assurer le maintien et le développement de RFI dans le paysage radiophonique mondial et de permettre le retour à l'équilibre financier.

Ce plan global de modernisation s'est notamment traduit par la réorganisation des rédactions en langues étrangères avec l'abandon des langues dont la pertinence n'était plus prouvée du point de vue géopolitique et dont les audiences étaient très faibles. Les antennes en allemand, polonais, albanais, serbo-croate, turc et lao ont ainsi été arrêtées à la fin de l'année 2009, arrêt suivi, au cours du 1^{er} trimestre 2010, par la fermeture des sites Internet afférents.

A contrario, certaines langues jugées prioritaires ont été renforcées. C'est notamment le cas de l'anglais, du portugais, de l'arabe, du russe, du persan ou du vietnamien. Par ailleurs, le succès de la diffusion en haoussa depuis Lagos a encouragé la réflexion sur la création d'une diffusion en kiswahili sur le même modèle.

Dans un souci de rationalisation, deux nouvelles rédactions, l'une consacrée spécifiquement à l'Afrique, l'autre regroupant l'ensemble des autres langues, ont été mises en place, en intégrant les rédactions Internet aux rédactions classiques, afin d'accroître la dimension « média global » de la radio. L'accent a également été mis sur le développement des nouveaux modes de diffusion, tels que le multimédia et les supports « mobilité » type 3G.

Le plan global de modernisation s'est accompagné d'un **plan de sauvegarde de l'emploi**, prévoyant 206 suppressions de postes et 34 créations, avec des mesures d'accompagnement, comme des reclassements,

¹ Selon une enquête réalisée par l'Institut GEDA fin 2008, l'audience de RFI serait passée de 44 millions d'auditeurs réguliers en 2004 à 35,6 millions en 2008, soit une baisse de 8 millions d'auditeurs en 4 ans

des départs volontaires, des mises à la retraite ou des licenciements (sur un nombre total d'un millier de personnels, dont 460 journalistes).

A l'issue d'une longue procédure, interrompue et ponctuée à plusieurs reprises par des mouvements sociaux et des actions judiciaires, le plan global de modernisation et le plan de sauvegarde de l'emploi ont pu être mis en œuvre à la fin de l'année 2009.

Selon les informations recueillies par votre rapporteur, entre janvier 2009 et décembre 2009, pas moins de 23 préavis de grève ont été déposés par les syndicats de RFI demandant le retrait du plan de sauvegarde de l'emploi. Cinq journées de grève ont été organisées entre le 22 janvier et le 7 avril 2009 ainsi qu'une grève illimitée du 12 mai au 12 juillet, réactivée entre le 1^{er} septembre et le 2 octobre. D'après la direction de RFI, le pourcentage de grévistes, qui se situait autour de 55 % en janvier 2009, est tombé à 27,8 % en avril 2009, avant de chuter en dessous de 5 % à partir de mai et en dessous de 2 % à compter de septembre.

La période d'incitation aux départs volontaires a été ouverte le 28 octobre 2009 et s'est achevée le 28 novembre 2009. A l'issue de la période de rétractation de dix jours octroyée aux salariés, 275 personnes s'étaient portées candidates pour des départs volontaires.

Le plan de sauvegarde de l'emploi s'est donc traduit par **206 départs volontaires, sans aucun licenciement.**

Le coût du plan de sauvegarde de l'emploi est évalué à 41 millions d'euros et l'Etat s'est engagé à en assurer l'intégralité du financement.

Un premier versement a eu lieu en loi de finances rectificative de 2009, à hauteur de 9,9 millions d'euros et le solde devrait être versé lors de la loi de finances rectificative de 2010.

La part de la masse salariale de RFI est passée de 73,1 millions d'euros en 2009 à 65,5 millions d'euros en 2011.

En 2011, la direction de RFI devra mener à bien **la renégociation des conventions collectives** applicables aux journalistes, d'une part, et aux personnels techniques et administratifs, d'autre part.

Cette stratégie a déjà commencé à porter ses fruits, puisque l'on constate une nette progression de l'audience de RFI et des consultations de son site Internet en 2009.

Ainsi, RFI a progressé de 2 points à Bamako (avec 25 % d'audience veille et 10 % de part de marché et remonte ainsi du 4^{ème} au 3^{ème} rang), à Dakar (avec 16 % d'audience veille et une progression en termes de part de marché, qui passe de 7 à 9 %) et à Yaoundé (avec 30 % d'audience veille, à la 2^{ème} place en termes d'audience mais au 1^{er} rang en termes de part de marché avec 21 %).

À Abidjan, RFI a progressé de 8 points et se situe au 1^{er} rang des radios en termes de notoriété spontanée (58 %), d'audience (28 %) et aussi de part de marché (15 %).

RFI a progressé également de 8 points à Nouakchott. Avec 62 % de notoriété spontanée, elle est la deuxième radio la plus connue après la Radio nationale mauritanienne, et conserve sa 2^{ème} place en termes d'audience avec 253 000 auditeurs quotidiens. Elle s'adjuge près du tiers du marché, en faisant jeu égal avec la Radio nationale.

Enfin, à Libreville, RFI progresse de 13 points par rapport à 2008, avec une audience veille de 55 %, ce qui la situe au 1^{er} rang des radios. RFI obtient le tiers du marché radio, devant Africa n°1.

Sur l'ensemble des villes sondées au cours de l'année 2009, toutes montrent une évolution favorable des audiences par rapport à 2008, à l'exception de deux d'entre-elles :

- à Cotonou, RFI a perdu 3 points d'audience par rapport à 2008, avec un niveau d'audience de veille de 16 % et passe à la 5^{ème} place, tout en se situant néanmoins au 1^{er} rang concernant l'auditoire des cadres et dirigeants. RFI se situe également à la 5^{ème} place en termes de parts de marché avec 8 %.

- à Kinshasa, RFI enregistre une perte de 6 points d'audience (qui passe à 21 %), même si la radio se situe toujours au 1^{er} rang avec une notoriété spontanée de 48 %, nettement supérieure à celle des autres radios internationales et une 2^{ème} place en termes de parts de marché (16 %) au coude à coude avec celle de la FM privée Jo Dacosta FM (15 %).

La fréquentation du **site Internet de RFI** s'est fortement développée au cours de l'année 2009. Alors qu'en janvier 2009, elle s'établissait autour de 3 millions de visites, la fréquentation n'a cessé de progresser au cours de l'année pour s'établir à près de 5 millions de visites en janvier 2010 avec une moyenne de 3,7 millions sur les douze derniers mois.

Par ailleurs, RFI conforte **sa présence sur les réseaux de téléphonie mobile**, aussi bien en Afrique (Côte d'Ivoire, Cameroun, projets au Niger et en Centrafrique), qu'en Amérique du Nord, où elle a établi un partenariat avec le réseau téléphonique Audionow.

RFI a également décidé en 2009 la fermeture de **plusieurs de ses filiales, notamment en Europe centrale et orientale**. En revanche, après une période d'hésitation, les dirigeants de la holding ont fait le choix stratégique de **relancer la filiale arabophone de RFI, Monte Carlo Doualiya**.

Ainsi, au cours de l'année 2009, deux filiales (RFI Bulgarie et Aerial) ont été cédées et une autre (la société franco-marocaine de distribution) dissoute en novembre 2009. Deux autres filiales (RFI Beta et Europa Lisboa) devraient être cédées au cours de l'année 2010 et une autre filiale (RFI Deutschland) devrait être dissoute au 31 décembre 2010.

Ainsi, sur les 8 filiales que comptait RFI au début de l'année 2009, seules deux filiales (RFI Romania et Monte Carlo Doualiya) devraient être encore en activité l'année prochaine.

Les filiales de RFI

1°) La société franco-marocaine de radio-diffusion (Maroc)

A la suite de la décision de la Haute autorité de la communication audiovisuelle du Maroc de ne pas octroyer à la société franco-marocaine de radio-diffusion les licences de diffusion dans le cadre de l'appel à candidature lancé en 2008, RFI, en accord avec ses partenaires marocains, a décidé de dissoudre la société le 25 novembre 2009. RFI n'a pas versé de subvention à cette filiale en 2009.

2°) AERIEL (Hongrie)

Société à responsabilité de droit hongrois, Aerial a été créée en 1999 à parts égale entre RFI et la BBC en vue de l'attribution d'une fréquence à Budapest. La licence a été délivrée pour une durée de 7 ans à compter de novembre 2002. Elle a donc pris fin en 2009 et RFI et BBC ont décidé d'un commun accord de ne pas solliciter le renouvellement de cette licence, l'audience veuille se situant à moins de 1 %.

Un accord définitif de cession de parts à la société hongroise Target Radio Invest pour un montant de 4 275 euros est intervenu le 31 mars 2009, faisant suite au pré-accord conclu le 17 décembre 2008. Cette cession permet par ailleurs à RFI d'économiser les coûts de fonctionnement d'Aerial sur presque toute l'année 2009 (soit une économie de l'ordre de 25 à 30 000 euros) et les coûts de dissolution de la société, dont la durée peut s'étendre sur une durée comprise entre six mois et trois ans.

3°) RFI Bulgarie

Dans le cadre de son plan global de modernisation, RFI avait décidé de mettre un terme à sa présence en Bulgarie, soit en cédant la filiale à un tiers, soit en procédant à sa dissolution si une cession ne pouvait pas être réalisée. En juin 2009, un repreneur a fait connaître son intérêt pour reprendre les parts de RFI. Il convient de préciser que RFI Bulgarie était alors en période de renouvellement de sa licence de diffusion et que celle-ci était contraignante, obligeant la radio à diffuser une vaste gamme de produits à contenu culturel.

La transition définitive a été conclue le 19 novembre 2009, les formalités de transferts des parts de RFI étant pleinement achevées le 8 décembre 2009. Les termes de l'accord conclu avec le repreneur ont permis à RFI de ne verser en 2009 à RFI Bulgarie qu'une très faible part de la subvention initialement prévue (10 900 euros pour un budget initialement prévu de 306 000 euros).

4°) RFI Deutschland

La BBC, associée à RFI pour la diffusion de leur programme sur 4 fréquences communes, n'a pas souhaité poursuivre sa diffusion en Saxe. RFI ne pouvant supporter seule les coûts de diffusion et de production sur les deux fréquences restantes, il a été décidé de procéder à la liquidation de la filiale. Le processus a donc été entamé en 2009 et prendra officiellement fin le 31 décembre 2010, date à laquelle la société sera légalement dissoute. Dès 2009, RFI a pu cesser de verser une subvention à sa filiale.

5°) RFI Beta (Serbie)

Après avoir, dès le mois de novembre 2008, informé Beta Press de son projet de se retirer de RFI Beta, RFI a confirmé à son partenaire au mois de mai 2009, sa décision définitive de retrait. Celui-ci est devenu effectif à la fin du premier trimestre 2010, la cession des parts de RFI dans le capital de RFI Beta nécessitant l'accord préalable des autorités serbes de régulation.

Dès 2009, le budget de RFI Beta a été réduit, permettant une diminution de la subvention versée par RFI.

6°) Europa Lisboa (Portugal)

La licence de la radio a été renouvelée en 2008 pour une période de 10 ans. Durant l'année qui suit le renouvellement de sa licence de diffusion, soit 2009, toute modification de l'actionnariat étant interdite au regard de la législation portugaise, c'est donc seulement à partir de 2010 que pourra intervenir la cession d'Europa Lisboa, prévue par le plan global de modernisation de RFI. A ce jour, deux groupes audiovisuels portugais se sont déclarés intéressés.

La cession devrait être finalisée au cours de l'année 2011 après l'accord de l'autorité de régulation portugaise.

7°) RFI Romania (Roumanie)

RFI Roumanie a mis à profit l'année 2009 pour se renouveler. Ainsi, la société a modifié sa ligne musicale pour mieux cibler la tranche d'âge 35-49 ans, qui concentre 43 % de l'auditoire de la station. Les tranches d'information se sont enrichies et différents partenariats ont été noués, notamment avec un site spécialisé (hotnews.ro) pour des journaux économiques et avec le plus grand quotidien bucarestois Adevarul pour une rubrique thématique. De nouvelles émissions sur l'économie et l'environnement ont été introduites. Le site Internet a été totalement remanié, son contenu enrichi et illustré de vidéos, ses programmes sont désormais téléchargeables. Il en a résulté une augmentation notable de la fréquentation du site (augmentation de plus de 58 % du nombre de visites et multiplication par 3,6 du nombre de pages visitées entre octobre 2008 et novembre 2009). Par ailleurs, le site de RFI Romania et la radio sont désormais accessibles sur les téléphones portables. Un sondage de novembre 2009 situe l'audience de RFI Romania à 1,6 % en semaine.

Source : Rapport de gestion de RFI et ses filiales de 2009

La situation de la radio **Monte Carlo Doualiya (MCD), filiale arabophone de RFI**, mérite un examen particulier.

En effet, Monte Carlo Doualiya était confrontée depuis 2004 à une chute de son audience, le nombre d'auditeurs hebdomadaires ayant été divisé par deux depuis 2004 (5 millions en 2009 contre 10,5 millions en 2004) et à une situation financière préoccupante.

Face à cette situation, les dirigeants d'AEF ont, semble-t-il, envisagé à un moment de fermer purement et simplement cette radio, avant d'évoluer dans leur position et de faire le choix stratégique d'une relance de Monte Carlo Doualiya, qui s'est concrétisée en 2009 et poursuivie en 2010.

Durant l'année 2009, des travaux ont donc été menés sur l'éditorial, la diffusion, les relations sociales et les méthodes de travail.

Sur **le plan éditorial**, une nouvelle grille a été mise en place le 19 janvier 2010, plus riche, plus dynamique et plus interactive. La fusion du site Internet de la radio avec le site de France 24 en arabe a été réalisée au premier trimestre 2010.

Concernant **la diffusion**, l'objectif de la radio est de passer de 14 émetteurs FM à la fin de l'année 2009 à 20 relais FM en 2010, afin d'augmenter le nombre d'auditeurs au Moyen Orient, notamment au Liban, au Caire et aux Emirats Arabes Unis.

En ce qui concerne **les relations sociales**, des négociations se sont déroulées à la fin de l'année 2009 pour moderniser les méthodes de travail. Au total, 26 personnes ont quitté MCD et 11 postes ont été remplacés ou créés, soit un solde net de 15 suppressions de postes.

Enfin, **les synergies avec le pôle arabophone de France 24** ont été renforcées.

A la fin de l'année 2009, l'exercice de Monte Carlo Doualiya était en équilibre et conforme au budget présenté en début d'année. Cela a été possible grâce à une subvention exceptionnelle de 2,2 millions d'euros versée par RFI destinée à couvrir le montant des restructurations.

Là encore, cette stratégie a fait ses preuves puisque, depuis cette réforme, Monte Carlo Doualiya a vu ses audiences augmenter de plus de 50 %.

Le tableau ci-dessous indique, pour l'exercice 2009, le montant des subventions versées par RFI à ses filiales :

Filiales	Subvention versée par RFI en 2009 (en milliers d'euros)
RFI Deutschland	0
SFMRD (Soframar)	0
EUROPA LISBOA	281
SOMERA (Monte Carlo Doualiya)	10 625 ⁴
Radio Delta (Roumanie)	665
RFI BETA	80
RFI BULGARIE	5

Source : Rapport de gestion de RFI et ses filiales de 2009

⁴ y compris subvention exceptionnelle destinée à financer le coût des restructurations

RFI avait bénéficié d'une dotation de l'Etat à hauteur de 130 millions d'euros en 2008. En 2009, la radio a bénéficié d'une dotation de la holding de 132 millions d'euros et d'une dotation de **132,4 millions d'euros en 2010, en augmentation de 0,3 %**.

Par ailleurs, le budget de la radio ayant été fortement déficitaire en 2006 (-11,5 millions d'euros), en 2007 (-1,1 million d'euros) et en 2008 (-8,7 millions d'euros), l'Etat a apporté, en février 2009, **16,9 millions d'euros** à RFI pour reconstituer les fonds propres de l'entreprise.

EVOLUTION DES DOTATIONS PUBLIQUES DE RFI DEPUIS 2005

En millions d'euros	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Redevance audiovisuelle	53,7	55,9	56,5	57,5	-	-
Subventions⁵	76,3	73,8	72,4	73,5	-	-
Dotation publique via AEF⁶	-	-	-	-	132	132,4
Apport exceptionnel d'AEF⁷					9,7	
Recapitalisation par l'Etat	-	-	-	-	16,9	-
Total des dotations publiques	130	129,7	128,9	130,9	158,6	132,4

Sources : direction générale des médias et des industries culturelles

D'après le projet annuel de performance annexé au projet de loi de finances, **les principales priorités stratégiques de Radio France Internationale** pour 2011 sont les suivantes :

- poursuivre le redressement des audiences en développant la diffusion de la radio en FM mais aussi en profitant des opportunités de la révolution technologique pour développer la diffusion sur les nouveaux médias (développement de web radios, téléphonie mobile, etc.) ;

⁵ La subvention du ministère des affaires étrangères jusqu'en 2008 a été retraitée pour inclure la subvention autrefois versée directement à Monte Carlo Doualiya (MCD). En 2008, la subvention du MAE incluait la subvention à MCD

⁶ A compter de 2009, la répartition de l'enveloppe globale comprenant l'ensemble des crédits destinés à l'audiovisuel extérieur a été effectuée entre les différentes sociétés par la holding AEF. Les chiffres inscrits dans le tableau sont ceux décidés par le conseil d'administration d'AEF dans le cadre du vote du budget

⁷ Cet apport, visant à financer le plan global de modernisation de RFI est attribué par l'Etat à la société holding qui le reverse ensuite à RFI. Le montant 2010 n'est pas encore déterminé.

- adapter la politique des langues aux évolutions géopolitiques du monde, en développant notamment les langues prioritaires (anglais, espagnol, chinois, vietnamien, persan, russe et langues africaines, comme le haoussa et le kiswahili) ;

- développer le multimédia ;

- mettre en œuvre des synergies avec TV5 Monde et France 24, tant sur le plan des fonctions supports que des contenus ;

- poursuivre le redressement de Monte Carlo Doualiya.

La prochaine étape de la réforme de Radio France Internationale devrait être son déménagement de la Maison de la Radio et son installation dans de nouveaux locaux à proximité immédiate de France 24, à Issy-les-Moulineaux. Ce déménagement pourrait intervenir au dernier semestre de l'année 2011 et s'achever au début de l'année 2012.

Aux yeux de votre rapporteur pour avis, ce déménagement paraît particulièrement opportun, car il permettra à la fois de moderniser les équipements de la radio et de développer et de renforcer les mutualisations et les synergies avec France 24.

Le coût de ce déménagement est relativement élevé puisqu'il est estimé à **21,5 millions d'euros**. Cela s'explique cependant à la fois par les modalités techniques nécessaires pour assurer la transition sans risque d'interruption des émissions, mais aussi par les investissements qui seront réalisés au niveau des équipements.

Son financement n'est pas intégré au projet de loi de finances pour 2011, mais il devrait être pris en charge, sinon en totalité, du moins en grande partie, par l'Etat.

Comme l'a indiquée Mme Laurence Franceschini, directeur général des médias et des industries culturelles au ministère de la culture et de la communication, lors de son audition devant la commission, *« une partie des crédits nécessaires, au moins pour lancer les études, devrait être intégrée lors de la loi de finances rectificative pour 2010. Concernant l'année 2011, nous allons étudier attentivement les possibilités de redéploiement de crédits. Nous allons également discuter avec les dirigeants de la holding sur leur participation éventuelle à ce financement grâce aux mutualisations et aux synergies réalisées »*.

B. FRANCE 24 : APRÈS LE SUCCÈS DU PASSAGE À 24 HEURES SUR 24 EN ARABE, PRIORITÉ À LA DISTRIBUTION

L'année 2010 a été également marquée par le lancement réussi, le 12 octobre dernier, de **la diffusion 24 heures sur 24 de France 24 en arabe**.

Lancée en décembre 2006, la chaîne française d'information internationale France 24, parfois qualifiée de « CNN à la française », a pour

objectif d'offrir un point de vue français sur l'actualité du monde à destination d'un public international et de contribuer ainsi au rayonnement international de la France. Elle cible les leaders d'opinion, c'est-à-dire les décideurs politiques et économiques, les professionnels des médias et, plus généralement, les téléspectateurs réguliers des chaînes d'information nationales et internationales.

Au terme de quatre années de diffusion, **le bilan de France 24 est encourageant.**

D'après les indications transmises à votre rapporteur pour avis, **l'audience de France 24 serait estimée à 20 millions de téléspectateurs hebdomadaires** sur la zone Europe, Moyen-Orient, Afrique francophone, Maghreb.

En 2009, **France 24 a progressé sur l'ensemble de ses zones de diffusion :**

En **Afrique francophone**, l'audience quotidienne de la chaîne a progressé de 71 % en moyenne, faisant de France 24 la chaîne d'information internationale leader sur cette zone géographique. Chaque jour, France 24 est regardée en moyenne par 11,5 % des 15 ans et plus vivant en milieu urbain, alors que sa principale concurrente sur la zone, Euronews, se situe autour de 10 %. L'ensemble des autres chaînes concurrentes (Africa 24, Al Jazeera, CNN International et BBC World News) réalisent moins de 5 %.

Au **Maghreb**, France 24 a enregistré une progression de 14 % de son audience hebdomadaire entre 2008 et 2009. Avec 58 % de téléspectateurs en moyenne sur la zone Algérie, Maroc et Tunisie, elle confirme sa place de challenger de la chaîne qatarie Al Jazeera (79 %) sur la zone, devançant largement les chaînes anglophones CNN International et BBC World News (qui fédèrent moins de 40 % de téléspectateurs hebdomadaires).

Au **Proche et au Moyen Orient**, France 24 continue sa croissance en étendant sa diffusion en arabe. Après son passage à 10 heures en arabe, France 24 touchait chaque semaine 17 % de leaders d'opinion sur la zone. Le passage à la diffusion 24h/24 en arabe devrait permettre d'améliorer encore cette performance.

Enfin, **en Europe**, dans un univers très concurrentiel, France 24 enregistre des progressions de notoriété et d'audience significatives, avec une hausse de la notoriété de 10 % et de l'audience hebdomadaire de 21 %. Toutefois, avec une notoriété encore inférieure à 25 % et une audience hebdomadaire qui ne dépasse pas 3 %, la chaîne reste encore loin de ses principales concurrentes (CNN International, Euronews, BBC World News, dont la notoriété dépasse les 60 % et qui réalisent plus de 12 % d'audience hebdomadaire). Les derniers résultats montrent néanmoins que France 24 parvient à concurrencer les audiences d'Al Jazeera en anglais, bien que la chaîne qatarie bénéficie d'une notoriété deux fois supérieure.

France 24 diffuse **trois programmes** principaux :

- un **programme en français**, reçu par 96 millions de foyers et diffusé prioritairement en Europe, dans les pays du Maghreb et en Afrique ;
- un **programme en anglais**, reçu par 105 millions de foyers et diffusé prioritairement en Europe, en Afrique et aux Proche et Moyen-Orient ;
- depuis le 12 octobre dernier, France 24 diffuse également 24 heures sur 24 un **programme en arabe**, essentiellement en Afrique du Nord et au Moyen Orient, permettant d'atteindre 67 millions de foyers.

La couverture cumulée de France 24 est évaluée à **125 millions de foyers dans 180 pays**⁸. Ces foyers se répartissent entre l'Europe (82,5 millions de foyers), le Maghreb et le Proche Orient (35 millions de foyers), l'Afrique subsaharienne (4 millions de foyers) et les Etats-Unis (Etat de Washington avec 2,5 millions de foyers). France 24 prévoit de toucher 135 millions de foyers d'ici la fin 2010. La couverture de France 24 était de 101 millions de foyers en 2009, dans 160 pays, et 90 millions en décembre 2008.

Elle est également proposée dans 865 000 chambres d'hôtels sur la zone de diffusion « Europe, Moyen Orient et Afrique francophone » et dans 80 400 chambres d'hôtel en Asie. France 24 est disponible sur le territoire français par le câble et le satellite ainsi que par Internet.

S'agissant des **grilles de programmes**, celles-ci sont fondées sur le concept d'information en continu. Elles sont constituées, d'une part, d'images d'actualité et, d'autre part, de programmes « hors actualité » (magazines, débats, chroniques, programmes courts, etc.). France 24 diffuse ses programmes 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7, avec une moyenne annuelle de 36 journaux diffusés par jour.

La chaîne dispose d'environ **400 collaborateurs permanents**, dont 246 journalistes, 65 techniciens et 53 personnes dans la distribution et les directions fonctionnelles. L'équipe est multinationale et jeune.

La **première priorité** de France 24 est de renforcer sa distribution, notamment en Europe, en Asie, en Amérique latine et en Amérique du Nord et d'atteindre **une couverture mondiale**.

Depuis son lancement en 2006, France 24 a augmenté sa couverture technique (c'est-à-dire le nombre de foyers pouvant accéder à la chaîne dans une de ses versions) de plus de 45 millions de foyers, soit une progression de couverture de + **56 %**.

Grâce au dynamisme de l'équipe chargée de la distribution, que votre rapporteur pour avis a rencontré lors de sa visite à France 24, la couverture mondiale de France 24 s'est étendue en 2010 grâce à la conclusion de nouveaux accords sur les cinq continents.

⁸ Un foyer peut, en effet, recevoir plusieurs versions de France 24

Ainsi, la chaîne a accentué le développement de sa diffusion notamment sur **le continent américain** :

– aux **Etats-Unis**, France 24 couvre l'ensemble de l'Amérique du Nord en clair via le satellite GALAXY 23 (qui diffuse la version anglophone de la chaîne), et est distribuée en version française sur la plateforme Dish World, au sein du même bouquet francophone que TV5MONDE depuis le 14 juillet 2010.

– en **Amérique Latine**, France 24 est disponible en clair sur le satellite Intelsat 9 (qui fournit la version française de la chaîne), ce qui lui permet d'accéder techniquement à quasiment 100 % du marché câblé dans la région.

En **Turquie**, France 24 est distribuée depuis juillet 2010 sur le premier bouquet satellite du pays, DIGITURK qui compte 2,5 millions de foyers abonnés.

En **Scandinavie** (Danemark, Finlande, Norvège et Suède) et en Russie et Ukraine, France 24 s'est également implantée sur les deux bouquets satellitaires leaders de ces deux régions, respectivement CANAL DIGITAL (850 000 foyers abonnés) et NTV+ (550 000 foyers abonnés).

En **Asie**, France 24 est diffusée au Vietnam sur le bouquet satellite de VTC depuis le 1er juillet 2010 (offres satellite via le satellite Asiasat 5 et IPTV). La chaîne sera disponible sur la TNT (400 000 abonnés) en décembre 2010. La chaîne est également diffusée à Hong-Kong, en Thaïlande, aux Philippines, en Indonésie et à Macao.

France 24 mène aussi une politique très dynamique en direction des **grands groupes hôteliers** afin d'être présente dans les chambres d'hôtels. Elle a ainsi conclu des accords de partenariats avec plusieurs grands groupes hôteliers. Elle a également conclu un accord avec **Air France** pour la diffusion de la chaîne au sein des espaces Business de la compagnie aérienne ainsi qu'à bord des avions long courrier. France 24 porte aussi une attention particulière aux **grandes institutions internationales**. La chaîne est ainsi diffusée au siège de l'ONU à New York et dans la plupart des organisations internationales (Banque Mondiale, Fonds monétaire international, OCDE, etc.).

Les dépenses de distribution de France 24 s'élèvent à **19,3 millions d'euros pour 2010**, en progression de 6,7 millions d'euros par rapport à 2009, du fait notamment de l'extension de la distribution mondiale de la chaîne.

La **deuxième priorité** est de poursuivre **le développement dans le multimédia**, et notamment sur les nouveaux supports de diffusion (terminaux mobiles, tablettes numériques, sites Internet, réseaux sociaux, etc.)

Comme votre rapporteur a eu l'occasion de le constater lors de sa visite, France 24 a mis en place, dès sa création, **un modèle innovant d'organisation de sa rédaction** où l'ensemble des journalistes contribuent, à

différents moments et divers degrés, aux sites web trilingues (français, anglais, arabe) de la chaîne.

Au sein de la «newsroom», une équipe rédactionnelle plus particulièrement dédiée au multimédia est composée principalement de journalistes éditeurs qui hiérarchisent les informations, mettent en ligne les contributions de la rédaction de la télévision, animent et modèrent réactions et forums, rédigent des papiers d'analyse, etc. Cette équipe web est composée au total, pour les trois langues et l'ensemble des sites Internet (France 24, observers, mini-sites événementiels) d'une quarantaine de journalistes.

Aux équipes rédactionnelles et techniques, s'ajoute une équipe «webmarketing» composée d'environ cinq personnes réparties entre les études, le suivi et les analyses des audiences en ligne, la négociation et l'administration des partenariats, l'optimisation et la préconisation pour l'indexation des contenus en ligne par les moteurs de recherche, l'acquisition de trafic et la fidélisation de l'audience, le développement d'une politique de gestion de la relation client par des envois quotidiens grâce une base de données comptant environ un demi-million d'adresses e-mail.

En termes de **consultation**, les sites Internet de France 24 (www.france24.com et www.observers.france24.com, site participatif couvrant l'actualité internationale) ont obtenu, en moyenne sur les deux premiers trimestres 2010, une audience de **5,8 millions visiteurs uniques mensuels**, soit une augmentation de **25 %** par rapport à l'année précédente.

Le site Internet de France 24 se situe de manière régulière en **3ème position** parmi les sites web des chaînes de télévision d'information internationale, derrière ceux de CNN et de BBC World et, dans certains pays, comme l'Allemagne, l'Italie, l'Espagne ou la France, France24.com se positionne même en première position face à ses concurrentes directes, CNN et BBC. Sur les Etats-Unis et le Royaume-Uni, le site Web de France 24 passe en troisième position mais reste largement devant ses autres concurrents, Euronews, Al Jazeera ou Deutsche Welle.

Par ailleurs, France24.com demeure le site le plus international dans la ventilation de son audience puisque, en général, 70 à 80 % de son trafic provient de l'étranger (notamment des Etats-Unis qui représente un tiers de son trafic et constitue le premier pays d'origine des internautes consultant France 24).

Le nombre de pages vues mensuelles progresse lui aussi régulièrement. Il s'est établi pour le mois de juin 2010 à 20 millions (soit une croissance de 80 % par rapport à l'année précédente). Plus significatif encore est la durée moyenne de consultation, particulièrement élevée puisqu'elle s'élève à 20 minutes environ, du fait de la consommation importante de vidéos par les internautes (2 millions de vidéos sont visionnées chaque mois sur le site). La courbe d'audience du site montre une plage horaire de grande écoute quasi-étal entre 10 heures du matin et 23 heures du fait d'une audience très internationale et répartie entre de nombreux fuseaux horaires.

L'activité multimédia (Internet, mobile...) représente un budget annuel de **7 millions d'euros**, dont 50 % environ pour la rédaction et les contenus, 10 % pour le marketing et 40 % pour la technique/exploitation/distribution.

Conformément à la convention de subvention, signée le 29 novembre 2005, l'Etat avait versé à France 24 une subvention de 88,5 millions d'euros en 2008⁹. En 2009, France 24 a bénéficié d'une dotation de 91,8 millions d'euros versée par la holding AEF, soit une augmentation de 3,6 % et en 2010 une dotation de **102,5 millions d'euros**.

Évolution de la dotation de l'Etat accordée à France 24 (en millions d'euros)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Ressources publiques	15	65	69,5	88,5	91,8	102,5

Source : direction générale des médias et des industries culturelles

Selon les indications figurant dans le document annexé au projet de loi de finances, **les principales priorités stratégiques de France 24** pour 2011 seraient les suivantes :

- assurer une couverture mondiale de France 24 en développant sa distribution notamment en Asie et en Amérique du Nord et du Sud et en lançant la diffusion de la chaîne sur la TNT outre-mer ;
- développer la chaîne en arabe ;
- poursuivre le développement des audiences et de la notoriété de France 24 en français, en anglais et en arabe ;
- accentuer la présence et étendre la distribution des contenus de France 24 sur les nouveaux médias (réseaux sociaux, sites web partenaires, terminaux mobiles, nouvelles tablettes, etc.) ;
- augmenter les ressources propres de la chaîne par la vente de programmes et de produits dérivés ;
- développer les synergies de contenus et de moyens avec les autres filiales de l'Audiovisuel extérieur de la France.

⁹ Dont 18,5 millions d'euros en cours d'année par un redéploiement de crédits.

C. TV5 MONDE : LA POURSUITE DU PLAN STRATÉGIQUE ET DE LA TRANSITION VERS LE « MÉDIA GLOBAL »

En 2010, TV5 Monde a poursuivi la mise en œuvre de son plan stratégique et sa mutation vers le « média global ».

Créée en 1984, à l'initiative de la France et avec des partenaires francophones (Suisse, Communauté française de Belgique, Canada, Québec), TV5 Monde constitue aujourd'hui le deuxième réseau mondial de télévision internationale, devant CNN International, BBC World et derrière MTV.

Première chaîne de télévision mondiale en français, TV5 Monde est une chaîne généraliste qui propose une vision originale du monde à travers une programmation et une information soucieuses de faire connaître et partager la diversité des cultures et des points de vue. TV5 Monde a su adapter sa diffusion mondiale par la déclinaison de huit signaux spécifiques à chaque continent, des décalages horaires et des sensibilités des publics.

Elle peut être reçue par plus de 215 millions de foyers dans le monde, qui représentent (hors Chine où la présence des chaînes étrangères n'est pas autorisée) 20 % des foyers TV du monde entier et 59 % des foyers TV câble et satellite. Ses chaînes couvrent 200 pays et territoires, répartis sur cinq continents. 5 700 hôtels sont raccordés dans le monde pour une présence dans 3 millions de chambres à destination de plus de 50 millions de voyageurs.

Elle emploie environ 235 personnes en contrat à durée indéterminée et a recours à une centaine de collaborateurs sous contrat à durée déterminée, d'intermittents et pigistes.

Rappelons que le conseil d'administration de TV5 Monde et la Conférence des hauts fonctionnaires de Vancouver, en novembre 2008, ont adopté **le nouveau plan stratégique de TV5 Monde** pour la période 2009-2012.

Les principales priorités de ce plan stratégique sont les suivantes :

► ***Renforcer le réseau de distribution via notamment :***

- le dédoublement de certains signaux ;
- le renforcement et l'amélioration du sous-titrage ;
- le lancement de la diffusion en format 16/9^{ème}.

► ***Renforcer le développement multimédia en s'inscrivant dans une stratégie de « média global »***

► ***Réaffirmer la cohérence et la lisibilité de l'offre éditoriale en :***

- réaffirmant l'identité de la chaîne à travers le choix des programmes ;
- et en diversifiant les supports et les contenus ;

► **Renforcer la communication de la chaîne, revendiquer le sens et les valeurs de sa ligne éditoriale et renforcer son identité autour d'une marque globale déclinée localement.**

En 2010, deuxième année de mise en œuvre du plan stratégique, le bilan est positif.

1°) La distribution et l'audience de TV5 Monde

En matière de **distribution**, TV5 Monde est parvenue à accroître sa distribution de +14,57 % en deux ans et atteint, en juin 2010, 215,6 millions de foyers TV contre 188,2 millions de foyers en juillet 2008.

Ses **audiences** marquent également un redressement de l'ordre de +2,5 % sur l'année 2009, et l'audience cumulée hebdomadaire mondiale de la chaîne est estimée à plus de **50 millions de téléspectateurs**.

Ces performances ont été facilitées par la mise à l'antenne, depuis février 2009, du sous-titrage en anglais sur le signal destiné à l'Afrique anglophone, ainsi que par le lancement, début septembre 2009, du nouveau signal Asie/Pacifique plus particulièrement destiné aux pays à fort potentiel commercial, comme le Japon, l'Australie, la Nouvelle Zélande, la Corée, Hong Kong, Taïwan ou Singapour. Outre le sous-titrage en français et anglais, ce signal bénéficie de sous-titres en japonais depuis la fin de l'année 2009.

Au total, entre 2009 et 2010, le volume de sous-titrage produit dans les 10 langues existantes a progressé de 75 % en moyenne, et atteint une progression de 110 % pour les langues destinées à l'Amérique latine. Dans le même temps, les dépenses de sous-titrage n'ont progressé que de 30 %, grâce aux renégociations avec les prestataires et à la délocalisation de la fabrication des sous-titres.

TV5 Monde a aussi basculé en 16/9ème plusieurs de ses signaux dont ceux destinés à l'Europe francophone (France, Belgique, Suisse) et au Maghreb-Orient, à l'instar du nouveau signal Pacifique.

Tout au long du premier semestre 2010, la chaîne a préparé et accompagné la transition vers le tout numérique afin de préserver sa distribution sur les réseaux câblés encore majoritairement analogiques en Europe (65 % des foyers, la crise ayant ralenti la transition vers le numérique).

Le 26 juillet 2010, TV5 Monde a cessé sa diffusion par satellite analogique en Europe.

2°) La transition vers le « média global »

La chaîne a poursuivi en 2010 le développement du « média global », avec l'enrichissement de son site Internet (lancement de nouveaux sites d'émissions, refonte d'un nouvel espace d'information en liaison avec les sites de ses chaînes partenaires et grâce aux contributions de sa rédaction multimédia, sites participatifs, etc.), la présence sur les plates-formes sociales

(You Tube, Facebook, Twitter), la télévision de rattrapage, la vidéo à la demande.

Ainsi, le site Internet www.TV5MONDE.com propose, depuis juin 2009, un nouvel espace d'information qui favorise le croisement des points de vue en valorisant les contenus d'actualité de tous ses partenaires, et notamment de France 24 et RFI.

Parmi les principales nouveautés figurent les fils d'information des sites des chaînes partenaires, des dossiers multimédia, des retransmissions d'événements en direct, des revues de presse internationales, des blogs événementiels.

TV5 Monde a également développé depuis déjà plusieurs années une offre Internet d'appui à l'enseignement du français, langue étrangère ou langue seconde, baptisée « apprendre et enseigner avec TV5MONDE » afin d'élargir son audience, en s'appuyant sur le public particulièrement prescripteur des enseignants (800 000 à travers le monde) et d'optimiser les contenus de l'antenne et ceux mis en ligne pour le public des apprenants, en répondant ainsi à la demande du réseau, de la Fédération internationale des professeurs de français, de la communauté des enseignants, à la recherche de moyens leur permettant de rendre leurs cours les plus attractifs possibles face à la concurrence grandissante en matière d'apprentissage des langues étrangères.

En matière de **vidéo à la demande**, après la « VODéothèque » lancée en 2009, qui propose à la vente ou à la location plus de 1 500 documentaires dans 50 thématiques pour le monde entier, deux nouvelles offres ont été lancées en 2009 et 2010 :

- une offre « Théâtre » (plus de 140 pièces accessibles) en partenariat avec la coopérative de production audiovisuelle théâtrale (COPAT) (lancée en juillet 2009) ;

- une offre « Cinéma » (près de 200 œuvres numérisées) consacrée aux cinématographies francophones en partenariat avec UniversCiné, opérateur du service et principal distributeur de vidéo à la demande en France (lancement réalisé le 17 mai 2010).

Les résultats en termes de fréquentation du **site Internet** sont positifs : la mesure, obtenue à partir des chiffres certifiés Nedstat, établit le total des visites des sites de la chaîne à **50,5 millions** au cours du premier semestre 2010, enregistrant ainsi une progression de **72%** par rapport à la même période en 2009.

La chaîne a également lancé en juin 2009, en s'adossant à ses chaînes partenaires, une WebTV destinée aux enfants (Tivi5MONDE PLUS), ainsi qu'une WebTV Afrique en 2010.

La chaîne poursuit également l'élargissement de sa distribution hors foyers (enrichissement, notamment, de l'offre délinéarisée sur les réseaux

aériens) et sur les supports mobiles. Ainsi, depuis mars 2009, un site Web mobile avec des services « voyageurs » et « langue française », ainsi que l'actualité mondiale en vidéo sont accessibles sur l'ensemble des terminaux.

TV5 Monde a ainsi développé en exclusivité un «guide de conversation parlant» sur téléphone mobile, permettant à un public non-francophone voyageant dans un pays francophone, d'apprendre à prononcer les phrases essentielles pour faciliter leur voyage et le dialogue avec leurs interlocuteurs francophones.

Lors d'une visite à TV5 Monde, votre rapporteur pour avis a pu assister à une démonstration très instructive des différentes applications de la chaîne sur son site Internet ou sur téléphone mobile.

Les coûts liés à la stratégie «média global» de la chaîne exposée dans le plan stratégique sont estimés à 1,1 million d'euros en 2009, 2,1 millions d'euros en 2010, 3,1 millions d'euros en 2011 et 3,7 millions d'euros en 2012.

3°) Les contenus : diversité et cohérence éditoriale

Conformément au plan stratégique et à l'entente inter-gouvernementale, les programmes provenant de la francophonie hors France ont augmenté régulièrement pour passer de 22 % en 2008 à 25 % en moyenne en 2009 et à près de 29 % sur les premiers mois de 2010.

Les grilles reflètent les projets éditoriaux inscrits dans le plan stratégique avec notamment le lancement de nouvelles émissions porteuses des valeurs de la chaîne, comme par exemple l'émission « Internationales », en partenariat avec RFI et Le Monde, donnant la parole à une personnalité au cœur de l'actualité internationale ou «L'invité», interview quotidienne de personnalités francophones du monde entier.

4°) La communication de la marque TV5 Monde, du local au global

Pour conquérir davantage d'audience, la lisibilité des grilles a été améliorée, les premières parties de soirée ont été repensées, le sous-titrage renforcé, l'habillage et le marketing antenne rénovés. En 2010, TV5 Monde inaugure en outre le procédé d'« habillage dynamique » sur ses antennes. La mise à l'antenne effective de la première phase a été lancée en octobre 2010.

Comme votre rapporteur a pu le constater lors de sa visite à TV5 Monde, le « plateau », où se déroulent l'ensemble des journaux télévisés et des émissions françaises, a été entièrement modernisé.

Par ailleurs, la chaîne a consolidé ses relations avec les réseaux institutionnels (Fondation de l'Alliance Française, Culturesfrance, Agence pour l'Enseignement Français à l'Etranger, ministère des Affaires étrangères et européennes...).

A cet égard, **vo**tre rapporteur pour avis, qui fut le rapporteur au fond du projet de loi relatif à l'action extérieure de l'Etat au Sénat, **estime souhaitable que TV5 Monde et l'Institut français nouent une étroite**

coopération, compte tenu de l'importance de l'audiovisuel extérieur dans le rayonnement de notre culture et de notre langue.

En 2008, TV5 Monde avait bénéficié d'une subvention de 69,7 millions d'euros du ministère des affaires étrangères et européennes. En 2009, la dotation de la holding à TV5 Monde s'est élevée à 70,58 millions d'euros et en 2010 à **72,5 millions d'euros en 2010**.

Les subventions issues des partenaires francophones se sont, quant à elles, élevées à 18,5 millions d'euros en 2009 et 20,2 millions d'euros en 2010.

Évolution de la dotation de l'Etat accordée à TV5 Monde (en millions d'euros)

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Ressources publiques	65,9	66,63	67,60	66,20	68,42	69,72	70,58	72,5
dont MAE	61,11	62,64	63,61	62,11	64,22	65,7		
Budget total	82,23	86,25	88,64	90,47	91,89	92,65	98,23	102

Source : direction générale des médias et des industries culturelles

Alors que la contribution française représentait plus de 75 % des contributions des pays ou collectivités partenaires, soit 67,7 % du budget de TV5 Monde, l'entente conclue en avril 2008 avec les partenaires francophones prévoit un rééquilibrage de la contribution des partenaires francophones, avec en contrepartie une présence plus forte des programmes francophones.

Ce rééquilibrage, prévu sur la durée du plan stratégique 2009-2012, a été respecté selon le calendrier prévu en 2010 pour les parties belge et suisse, les Canadiens et Québécois ayant, quant à eux, procédé par anticipation au rééquilibrage intégral de leurs contributions dès 2009. Entre 2008 et 2010, le total des contributions publiques à TV5 Monde a augmenté de 10 %, avec une augmentation de 4 % pour la contribution française et de 40,95 % en moyenne pour les partenaires francophones.

Compte tenu des ressources propres, la contribution de la France aux « frais communs »¹⁰ totaux est passée de 66,32 % en 2008 à 59,12 % en 2010.

¹⁰ Le budget de TV5 Monde est divisé entre deux types de frais :

- les « frais communs » correspondent à l'ensemble des dépenses courantes de la société. Ces frais communs sont en théorie répartis selon « la règle des neuvièmes » (6/9^e pour la France, 1/9^e pour la Suisse, 1/9^e pour la Communauté française de Belgique et 1/9^e partagé entre les gouvernements du Québec et du Canada ;

- les « frais spécifiques » correspondent aux coûts de libération des droits et de fourniture de programmes en provenance des radiodiffuseurs partenaires nationaux. Dans le cas de la France, ces frais financent également 50 % des « frais de siège » de l'entreprise, du fait de sa localisation sur le territoire français.

Si l'on ne prend en compte que la portion des frais communs financés sur contributions publiques, la part de la participation française décroît de 75,51 % en 2008 à 68,81 % en 2010. L'objectif d'une répartition du financement de l'ensemble des « frais communs » de la chaîne à hauteur de 66,67 % pour la France et de 33,33 % pour les partenaires francophones devrait être atteint en 2012.

Évolution des financements accordés par les différents contributeurs à TV5 Monde

RESSOURCES	2007 exécuté	2008 exécuté	2009 exécuté	2010 budget	2010 re-prévision	%évolution 2008-2010
CONTRIBUTIONS PUBLIQUES ANNUELLES						
Contribution française PLF (MAEE+FTV en 2008/AEF en 2009)	69 466	70 023	70 583	72 533	72 533	3,58 %
Gel maintenu et taxations ministérielles	-1 786	-307				
TOTAL FRANCE	67 680	69 716	70 583	72 533	72 533	4,04 %
C.F. de Belgique	4 461	4 684	5 687	6 464	6 464	37,99 %
Suisse	4 461	4 573	5 687	6 407	6 407	40,12 %
Canada	2 977	3 044	4 279	4 436	4 436	45,76 %
Québec	1 984	2 029	2 852	2 891	2 891	42,47 %
TOTAL PARTENAIRES NON FRANÇAIS	13 883	14 330	18 505	20 198	20 198	40,95 %
TOTAL CONTRIBUTIONS PUBLIQUES ANNUELLES	81 563	84 046	89 088	92 731	92 731	10,33 %

Source : Direction générale des médias et des industries culturelles

Le rééquilibrage des contributions des différents partenaires au budget de TV5 Monde

FRAIS COMMUNS (EN K€)	2008		réalisé 2009		budget 2010		re-prév. 2010	
Frais communs	49 945		62 344		70 022		70 914	
Montants à rééquilibrer	16 885		9 053		4 467		4 467	
TOTAL FRAIS COMMUNS « RÉELS »	66 829		71 396		74 489		75 381	
FINANCEMENTS								
France	44 321	66,32%	43 729	61,25%	44 568	59,83%	44 568	59,12%
Partenaires	14 371	21,50%	18 505	25,92%	20 198	27,12%	20 198	26,79%
Autres ressources	8 138	12,18%	9 162	12,83%	9 722	13,05%	10 615	14,08%
TOTAL	66 829	100,00%	71 396	100,00%	74 489	100,00%	75 381	100,00%
RÉPARTITION FRANCE / AUTRE PARTENAIRES								
France	44 321	75,51%	43 729	70,27%	44 568	68,81%	44 568	68,81%
Partenaires	14 371	24,49%	18 505	29,73%	20 198	31,19%	20 198	31,19%
TOTAL FINANCEMENTS PUBLICS	58 692	100,00%	62 234	100,00%	64 766	100,00%	64 766	100,00%

Source : Direction générale des médias et des industries culturelles

II. LE DÉVELOPPEMENT DES SYNERGIES ET DES MUTUALISATIONS ENTRE LES DIFFÉRENTS OPÉRATEURS DEVRAIT CONSTITUER UN AXE IMPORTANT DU FUTUR CONTRAT D'OBJECTIFS ET DE MOYENS

A. LE DÉVELOPPEMENT DES MUTUALISATIONS ET DES SYNERGIES ENTRE LES OPÉRATEURS

Le développement des mutualisations et des synergies entre les différents opérateurs constitue l'une des priorités de la réforme de l'audiovisuel extérieur.

Ces synergies doivent permettre d'améliorer la cohérence et l'efficacité de l'action audiovisuelle extérieure et de dégager des économies.

Ces synergies et mutualisations doivent cependant prendre en compte le statut particulier de TV5 Monde, partenaire et non filiale de la holding. En effet, l'entente intergouvernementale d'avril 2008, signée entre les ministres des gouvernements bailleurs de TV5 Monde et dont un des principaux fondements était de préserver le caractère multilatéral de la chaîne, énonce précisément les modalités d'éventuelles mutualisations de service entre TV5 Monde et la holding ou ses filiales. Ces éventuelles mutualisations doivent s'appuyer sur des « études de coûts et de bénéfices » réalisées conjointement par TV5 Monde et AEF et soumises à leur conseil d'administration respectif.

Les décisions qui pourront être prises sur la base de ces études devront être approuvées par les conseils d'administration des deux sociétés et soumises aux représentants des gouvernements partenaires de TV5 Monde, qui pourront, le cas échéant, alerter la conférence des ministres.

1. Les mutualisations en matière d'organisation, de gouvernance et des fonctions supports

Il s'agit de développer la collaboration et la coordination entre les équipes des différentes sociétés afin d'améliorer l'efficacité opérationnelle, de maîtriser la masse salariale et de renforcer la cohérence des politiques stratégiques, financières, juridiques, de ressources humaines ou de communications des différentes sociétés.

Ainsi, d'ores et déjà, il existe de nombreuses synergies au niveau des **équipes de direction** de RFI et France 24, avec par exemple des directeurs qui ont une « double casquette » (à l'image du directeur technique et des systèmes d'information de France 24 qui occupe les mêmes fonctions à RFI).

De nombreuses synergies ont également été réalisées dans le **domaine des études d'audience**. On peut citer, à cet égard, l'étude Africascope, qui réunit notamment TV5 Monde et RFI, et qui réalise des études d'audience dans plusieurs pays africains.

Dans les domaines **juridique et financier**, on peut mentionner le lancement d'appels d'offres groupés entre les différentes sociétés du groupe, y compris la chaîne partenaire TV5 Monde, par exemple concernant les assurances, les billets d'avion ou les logiciels. L'objectif visé est de réduire les coûts par le biais de négociations communes, de mises en concurrence communes et d'appels d'offres groupés. Après les études d'audience, différents domaines sont à l'étude, comme les agences de presse et d'image, les moyens de diffusion par satellites, etc. Certains appels d'offres groupés permettent de réaliser des économies de l'ordre de 30 à 40 %.

2. Les synergies en matière de contenus

Le **pôle arabophone** constitue le premier exemple de synergies en matière éditoriale. Il réunit les contributions de la radio Monte Carlo Doualiya, filiale arabophone de RFI, et la rédaction arabophone de France 24, pour le traitement d'événements, ainsi que leurs correspondants à l'étranger.

La **météo** représente aussi un bon exemple de mutualisation. Afin d'éviter que chaque opérateur constitue son propre service de météo internationale, il a été jugé plus judicieux de fédérer les démarches autour des investissements déjà réalisés depuis plusieurs années par TV5 Monde et de consacrer les moyens de France 24 et de RFI aux nouveaux développements.

Plusieurs synergies sur **Internet** se sont également mises en place, avec par exemple un concours commun entre les sites Internet de TV5 Monde, France 24 et TV5 Monde, lors de la Coupe du monde de football en 2010. Les sites Internet des différents opérateurs renvoient d'ailleurs les uns aux autres et permettent directement aux internautes d'accéder aux dossiers multimédias.

TV5 Monde et RFI collaborent également sur des projets communs en matière **d'outils pédagogiques d'apprentissage de la langue française**. Un projet visant à la réalisation d'une application d'apprentissage du français pour téléphones mobiles et notamment pour I-Phones est ainsi étudié en commun par TV5 Monde, RFI et France 24.

Certaines **émissions sont communes** à la radio et à la télévision, comme « Internationales » diffusée chaque dimanche en direct sur TV5 Monde et RFI, ou encore « Ici l'Europe/Talking Europe » diffusée un samedi sur deux sur France 24 et RFI.

Des synergies se sont également concrétisées lors de l'organisation en commun pour la couverture de grands événements politiques ou culturels, comme la célébration du cinquantenaire des indépendances africaines ou la couverture du festival de Cannes.

TV5 Monde fait également appel régulièrement au vaste réseau des correspondants de RFI dans le monde et procède à des échanges d'images avec France 24. Il est aussi arrivé, comme par exemple lors des élections au Gabon,

que TV5 Monde assure la couverture de l'évènement pour France 24, cette dernière n'ayant pas reçu d'accréditation pour ses envoyés spéciaux.

3. Les mutualisations en matière de distribution

La diffusion et la distribution offrent des perspectives intéressantes de mutualisations et de synergies entre les différentes sociétés, notamment en matière de renégociation de contrats sur les satellites, les bouquets et la diffusion sur Internet.

En matière de distribution, des synergies ont d'ores et déjà été engagées entre France 24 et TV5 Monde.

Ainsi, France 24 a confié à TV5 Monde, via sa succursale de Hong Kong, sa commercialisation en Asie, dans le cadre d'un contrat exclusif de prospection, de promotion et de distribution de France 24.

Un projet similaire est à l'étude en Amérique latine, où France 24 s'est lancée en 2010 et où TV5 Monde dispose d'une filiale à Buenos Aires, ainsi qu'un autre aux Etats-Unis.

Les deux directions pourraient être amenées à présenter des offres communes et complémentaires sur les marchés existants ou en développement, comme celui des hôtels, des contenus embarqués (aérien, ferroviaire) ou celui de la téléphonie mobile.

Le **déménagement de RFI** et son installation dans de nouveaux locaux à proximité immédiate de France 24 devraient permettre de renforcer encore les synergies et les mutualisations entre les deux opérateurs.

B. LE FUTUR CONTRAT D'OBJECTIFS ET DE MOYENS

La conclusion d'un contrat d'objectifs et de moyens (COM) entre l'Etat et la holding AEF est prévue par l'article 53 de la loi du 30 septembre 1986, dans sa rédaction issue de la loi du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision.

La loi prévoit en outre la transmission du COM pour avis aux commissions chargées de la culture et des affaires étrangères de l'Assemblée nationale et du Sénat.

Le COM devrait définir les grandes orientations stratégiques de chaque opérateur de l'audiovisuel extérieur. Il devrait également comprendre des objectifs en termes de zones géographiques, de langues, de public, de développement du média global et de gestion.

Surtout, il devrait être assorti d'un **plan de financement pluriannuel**, qui précisera le montant des ressources publiques allouées chaque année ainsi que la trajectoire des ressources propres. Il devrait comprendre également des indicateurs accompagnés d'objectifs annuels.

Ce contrat d'objectifs et de moyens aurait du être transmis aux assemblées à la fin de l'année 2009.

Toutefois, à ce jour, le COM fait toujours l'objet de négociations et n'a donc pas encore été transmis au Parlement.

Interrogée sur les raisons de ce retard par votre rapporteur pour avis, lors de son audition devant la commission, Mme Laurence Franceschini, directeur général des médias et des industries culturelles au ministère de la culture et de la communication, a avancé **quatre raisons** qui expliquent la longueur des discussions et le décalage du COM.

La première raison tient à la situation de la filiale arobophone de RFI, Monte Carlo Doualiya et à l'évolution de la position des dirigeants de la holding sur l'avenir de cette radio.

La deuxième raison tient à la difficulté de finaliser le volet financier et en particulier à la trajectoire des ressources propres, qui a été revue à la baisse, compte tenu notamment de la crise économique et de ses effets sur le marché publicitaire.

La troisième raison tient au plan de modernisation et au plan de sauvegarde de l'emploi de RFI.

Enfin, la dernière explication repose sur les incertitudes qui ont entouré le calendrier, les modalités et le coût du déménagement de RFI.

Même s'il comprend les raisons qui ont conduit à retarder la conclusion du contrat d'objectifs et de moyens entre l'Etat et la holding, votre rapporteur pour avis regrette toutefois que le gouvernement n'ait pas encore été en mesure de transmettre le COM au Parlement.

Etant donné que le COM devrait fixer les priorités stratégiques, mais aussi la trajectoire des financements et des ressources propres sur les prochaines années, il aurait été en effet logique que les assemblées puissent en prendre connaissance lors de l'examen des crédits de l'audiovisuel extérieur dans le projet de loi de finances pour 2011.

III. L'ÉVOLUTION DES CRÉDITS CONSACRÉS À L'AUDIOVISUEL EXTÉRIEUR : UNE LÉGÈRE PROGRESSION EN 2011 MAIS UNE FORTE DIMINUTION ATTENDUE EN 2012 ET EN 2013

A. UNE LÉGÈRE PROGRESSION DES CRÉDITS DE L'AUDIOVISUEL EXTÉRIEUR EN 2011

1. Une augmentation moins forte qu'en apparence

Comme les années précédentes, les crédits destinés à l'audiovisuel extérieur proviennent de deux sources différentes :

- le programme 115 « Action audiovisuelle extérieure » de la mission « Médias » réunit les dotations de l'Etat attribuées à la société Audiovisuel extérieur de la France et la participation de la France à la radio franco-marocaine Médi 1 ;

- le programme 844 « Contribution au financement de l'action audiovisuelle extérieure » du compte de concours financier « Avances à l'audiovisuel public » vient compléter le montant des ressources allouées à l'audiovisuel extérieur par le versement d'une partie du produit de la redevance audiovisuelle, désignée désormais par l'expression « contribution à l'audiovisuel public », dont bénéficie également France Télévisions, ARTE France et Radio France.

La dotation globale allouée à l'audiovisuel extérieur s'établit à **329,3 millions d'euros**.

Cette enveloppe comprend une dotation budgétaire de **1,6 million d'euros** pour la CIRT destinée à la radio franco-marocaine Médi 1, soit un montant identique à celui de 2010.

Sur cette dotation globale, **327,7 millions d'euros hors taxes (330,3 millions TTC)** sont donc destinés à la holding Audiovisuel extérieur de la France, et à travers elle aux sociétés RFI, France 24 et TV5 Monde.

Cela représente en apparence une augmentation de **16,7 millions d'euros** soit **5,3 %** par rapport à la loi de finances initiale de 2010.

Toutefois, **il faut tenir compte du fait que la société en charge de l'audiovisuel extérieur et ses filiales seront assujetties à la taxe sur les salaires à partir de 2011, à hauteur de 7,5 millions d'euros**.

Ainsi, en dehors de l'effet dû à l'acquittement par la société AEF et ses filiales de la taxe sur les salaires, **la progression de la dotation est bien moindre, puisqu'elle n'est que de 9,1 millions d'euros, soit une hausse de 2,9 % par rapport à la loi de finances initiale de 2010**.

Dans un contexte budgétaire contraint, votre rapporteur pour avis tient néanmoins à saluer cette augmentation de la dotation consacrée à l'audiovisuel extérieur.

Il observe toutefois, qu'en comparaison, la subvention destinée à l'Institut national de l'audiovisuel (INA) augmente de + 5,4 %, la dotation d'Arte de + 4,1 % et celle de Radio France de + 3,9 % en 2011.

Évolution des ressources publiques de l'audiovisuel extérieur de 2007 à 2011
(en millions d'euros hors taxes)

	2007	2008	2009	LFI 2010	PLF 2011
Dotation du budget général	209,6	235,5	245,9	196	204
Dotation du compte de concours financier	56,5	57,5	63,9	115,1	122
Dotation globale de l'audiovisuel extérieur	266,1	293	309,8	311,1	326

Source : ministère de la culture et de la communication

2. Une hausse de la dotation qui reste en deçà des demandes formulées par la holding et les différentes sociétés

L'augmentation de la dotation publique prévue par le projet de loi de finances pour 2011 reste toutefois en deçà des demandes formulées par la holding et les différentes sociétés.

Les dirigeants d'AEF considèrent que cette augmentation ne prend pas en compte ni la diffusion de France 24 sur la TNT outre-mer, dont le coût est évalué à environ 2,5 millions d'euros, ni la dotation à Monte Carlo Doualiya.

Pour sa part, TV5 Monde met en avant le fait que sa dotation devrait augmenter de 2,7 millions d'euros (contre 1 million prévu actuellement) en 2011, ce qui correspond au maintien en euros constants de la subvention française conformément à son plan stratégique, pour permettre à la chaîne de maintenir le niveau de sa programmation d'œuvres françaises et répondre aux obligations légales contrôlées par le CSA en matière d'investissement en œuvres audiovisuelles.

3. La répartition des dotations entre les différentes sociétés par la holding reste encore inconnue

Tirant les conséquences de la réforme de l'audiovisuel extérieur et de la création de la holding « Audiovisuel extérieur de la France », **les dotations publiques ne sont plus attribuées société par société comme auparavant mais font l'objet d'une enveloppe globale confiée à la holding, à charge pour elle de répartir ces subventions entre les différents opérateurs.** La

holding « Audiovisuel extérieur de la France » dispose ainsi d'un puissant levier d'action sur les différents opérateurs de l'audiovisuel extérieur.

Cette répartition est décidée par le conseil d'administration de la société holding en fonction des projets de développement choisis pour chaque entreprise, des économies et des synergies qu'elle peut dégager et de sa capacité à développer des ressources propres.

Répartition par la holding AEF des dotations à TV5 Monde, Radio France Internationale et France 24 entre 2008 et 2010

	Dotations publiques	AEF	France 24	RFI	TV5 Monde
2008	293	3,7	88,5	130,8	69,5
2009	309,8	5,6	91,8	132	70,6
2010	311,1	5,4	102,3	132,4	72,6

A la lecture du tableau ci-dessus, **on peut constater que l'augmentation des dotations destinées à l'audiovisuel extérieur ces dernières années a surtout profité à France 24, ce qui est assez logique puisqu'il a fallu accompagner le développement de cette nouvelle chaîne, notamment son passage à 24 heures sur 24 en arabe et l'extension de sa distribution.**

Pour 2011, la répartition des dotations entre les différentes sociétés n'a pas encore été décidée, ce qui n'est pas sans conséquences sur notre capacité d'appréciation.

B. UNE FORTE DIMINUTION DES CRÉDITS DE L'AUDIOVISUEL EXTÉRIEUR EN 2012 ET EN 2013 QUI DEVRAIT ÊTRE COMPENSÉE PAR UNE AUGMENTATION DES RESSOURCES PROPRES

1. Une forte baisse des dotations attendue en 2012 et en 2013

La loi de programmation triennale des finances publiques sur la période 2011-2013 prévoit **une forte diminution des crédits** destinés à l'audiovisuel extérieur de la France sur la période 2011-2013.

En effet, selon les informations recueillies par votre rapporteur, les financements de l'Etat devraient passer de **327,7 millions d'euros en 2011 à 305 millions d'euros en 2012** (soit une diminution de 22,7 millions d'euros ce qui représente une baisse de - 7 %) et à **294 millions d'euros en 2013** (soit une baisse de 33,7 millions d'euros par rapport à 2010 ce qui représente une diminution de - 10,3 %).

Selon le Projet annuel de performance, la forte baisse des crédits publics à destination de l'Audiovisuel extérieur de la France en 2012 et 2013 s'expliquerait par le « retour sur investissement », après les hausses importantes de la dotation en 2009, 2010 et 2011, et devrait être compensée par les synergies entre les trois sociétés et le développement de leurs ressources propres (publicitaires notamment).

Le futur contrat d'objectifs et de moyens (COM) entre l'Etat et la holding devrait être assorti d'un **plan de financement pluriannuel**, couvrant la période **2011-2013**, qui précisera le montant des ressources publiques allouées chaque année ainsi que la trajectoire des ressources propres.

D'où l'importance pour le Parlement de disposer de ce COM dans les meilleurs délais.

2. L'augmentation des ressources propres : la principale inconnue pour les prochaines années

Face à la perspective d'une diminution des subventions publiques dans les prochaines années, l'augmentation des ressources propres fait figure de priorité.

Les ressources propres sont constituées de recettes publicitaires et de parrainage, de produits de la vente de contenus multimédias, d'images, de sons, produits dérivés, etc.

En 2009, le montant cumulé des ressources propres a été de **14 millions d'euros** sur un montant global des produits d'exploitation de 350 millions d'euros pour l'ensemble des sociétés de l'audiovisuel extérieur.

L'an dernier, l'objectif des dirigeants de la holding était de passer, pour l'exercice 2010, à un montant total de ressources propres de 18,4 millions d'euros, soit une augmentation de 26 % par rapport à 2009, sur un montant global des produits d'exploitation de 363 millions d'euros, soit 5 %.

Or, le montant total des ressources propres devrait plutôt être de 14,5 millions d'euros en 2010, en raison de la crise économique et de ses effets sur le marché publicitaire.

S'agissant de **RFI**, le montant des ressources propres s'élevait à 1,6 million d'euros en 2008, dont 1,2 pour les recettes de publicité et de parrainage. En 2009, la part des ressources propres est en augmentation, avec **2,6 millions d'euros**, dont 0,9 million d'euros pour les recettes de publicité et de parrainage, sur un budget de 140 millions d'euros dont 132 millions d'euros de recettes publiques. En 2009, la part des ressources propres représente **3,5 %** des ressources de la radio. En 2010, elle devrait atteindre **3,7 %**.

Concernant **France 24**, les ressources propres s'élevaient à 2,2 millions d'euros, dont 2,1 millions d'euros de recettes publicitaires en

2008, soit environ **2,3 %** des ressources. Le montant des ressources propres a cependant fortement diminué en 2009, avec **1,5 millions d'euros**, en raison de la baisse des recettes publicitaires (1,3 million d'euros). En 2009, la part des ressources propres ne représentait plus que **1,2 %** des ressources de la chaîne.

Enfin, en ce qui concerne **TV5 Monde**, partenaire de la holding, les ressources propres représentent environ **8,6 %** des ressources, avec un montant de 9,1 millions d'euros en 2009, dont 3,3 millions d'euros de recettes publicitaires et 5 millions d'euros de produits d'abonnements, sur un montant total de ressources de 98 millions d'euros. En 2010, la part des ressources propres devrait augmenter à 9,7 millions d'euros dont 4,2 millions d'euros de recettes publicitaires et atteindre 10 % des ressources de la chaîne.

Le tableau ci-dessous indique le montant et la part des ressources propres dans les ressources totales réalisées en 2009 et prévues en 2010, pour chacune des sociétés :

En millions d'euros	AEF		France 24		RFI		TV5 Monde	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
Ressources publiques	5,6	5,4	91,8	102,3	132	132,4	70,6	72,6
Ressources propres	0	0	2,2	1,5	2,7	3,3	9,1	9,7
Part des ressources propres dans les ressources totales en %	0	0	2,3 %	1,2 %	3,5 %	3,7 %	8,6 %	10 %

Source : Direction générale des médias et des industries culturelles

Évolution des recettes publicitaires de l'audiovisuel extérieur de la France entre 2007 et 2010 (en millions d'euros)

	France 24	RFI	TV5 Monde	Total AEF
2007	0,5	1,1	3,6	5,2
2008	1,9	1,3	2,9	6,1
2009	2,1	0,9	3,3	6,3
2010	1,3	1,2	4,2	6,7

Source : direction générale des médias et des industries culturelles

Dans ce contexte, on peut se demander si la forte diminution des dotations publiques de l'audiovisuel extérieur telle qu'elle est prévue sur les prochaines années pourra réellement être compensée par une augmentation des ressources propres des différents opérateurs.

Interrogée sur ce point par votre rapporteur pour avis, lors de son audition devant la commission, Mme Laurence Franceschini, directrice générale des médias et des industries culturelles au ministère de la culture et de la communication, s'est toutefois voulue rassurante à ce sujet.

Elle a notamment indiqué que *« la nouvelle trajectoire des ressources propres (nous) paraît beaucoup plus réaliste que la précédente, qui prévoyait un montant de près du double de ressources propres. Il est vrai qu'elle reste ambitieuse mais la base de départ est très modeste, puisqu'elle est aujourd'hui proche de zéro. (...) Je comprends votre scepticisme mais je pense qu'il est encore trop tôt pour se prononcer. Des négociations sont en cours actuellement sur ce sujet, notamment avec la régie publicitaire de France Télévision, qui permettraient de garantir un niveau minimal de ressources propres à la holding »*.

Et, elle a ajouté plus loin :

« S'agissant des ressources propres de l'audiovisuel extérieur, il est vrai qu'il faut prendre en compte la situation économique et l'état du marché publicitaire. Il existe toutefois des mécanismes, comme des minimums garantis et des clauses de révision, qui permettent de prendre en compte l'évolution du marché publicitaire pour préserver un certain seuil de ressources propres. Par ailleurs, les trajectoires concernant les ressources propres restent des objectifs et si les résultats ne sont pas au rendez-vous, l'Etat pourra toujours prendre ses responsabilités »

CONCLUSION

Votre rapporteur pour avis a déposé **un amendement** visant à abonder les crédits destinés à l'audiovisuel extérieur pour 2011 de **5 millions d'euros**.

Cet abondement de crédits permettrait à la société en charge de l'audiovisuel extérieur de la France de financer notamment le surcoût que représente la diffusion de France 24 sur la TNT outre-mer, ainsi que la diffusion de TV5 Monde sur la TNT en Île-de-France, ce qui peut être considéré comme une priorité.

Il s'agirait d'un prélèvement assez modique sur le financement de l'action n°2 « *Passage à la télévision tout numérique* » du programme 313 « *Contribution à l'audiovisuel et à la diversité radiophonique* », dont la dotation est de 131 millions d'euros en 2011, contre 40 millions d'euros en 2010, et qui a précisément pour objet d'**accompagner le basculement vers le numérique**.

La diffusion des chaînes de l'audiovisuel extérieur sur le territoire national permettrait de donner une meilleure visibilité à leurs programmes, de promouvoir la francophonie et la diversité culturelle et de consolider leurs ressources propres.

EXAMEN EN COMMISSION

La commission a examiné le présent rapport pour avis lors de sa réunion du 17 novembre 2009.

M. Joseph Kergueris, rapporteur pour avis. - Pour mon avis, je me suis entretenu avec M. Alain de Pouzilhac, président directeur général, et avec Mme Christine Ockrent, directrice générale déléguée de la société Audiovisuel extérieur de la France, ainsi qu'avec Mme Marie-Christine Saragosse, directrice générale de TV5 Monde. J'ai visité les installations de France 24, Radio France Internationale et TV5 Monde, dont j'ai rencontré les principaux responsables. Je me suis entretenu avec le sous-directeur chargé de l'audiovisuel extérieur au Quai d'Orsay. Enfin, la commission a auditionné Mme Laurence Franceschini, directrice générale des médias au ministère de la culture et de la communication, qui assure la tutelle sur l'audiovisuel public.

J'évoquerai successivement la réforme de l'audiovisuel extérieur, la situation des opérateurs, les crédits inscrits dans le projet de budget et les perspectives de la loi de programmation triennale.

Lancée par le Président de la République à l'été 2007, la réforme de l'audiovisuel extérieur français devait renforcer la cohérence, l'efficacité et les synergies entre opérateurs - Radio France Internationale (RFI), TV5 Monde et France 24, mais aussi remédier à la faiblesse du pilotage stratégique de l'Etat en supprimant la multiplicité des tutelles et des sources de financement.

D'où la création, en avril 2008, de la société holding dénommée Audiovisuel Extérieur de la France (AEF), entièrement détenue par l'Etat et qui regroupe l'ensemble des participations publiques. La loi du 5 mars 2009 a transformé cette holding en société nationale de programme, chargée de contribuer à la diffusion et à la promotion de la langue française, des cultures française et francophone, ainsi qu'au rayonnement international de la France. La constitution de ce groupe est achevée : AEF détient 100 % du capital de RFI et de France 24. Elle possède également 49 % de TV5 Monde, chaîne partenaire et non filiale, ce qui a permis d'apaiser les craintes de nos partenaires francophones.

À mes yeux, le bilan de la réforme est globalement positif, mais je regrette que le Gouvernement n'ait pas encore pu transmettre au Parlement le contrat d'objectifs et de moyens entre l'Etat et AEF, car ce document doit définir les priorités stratégiques et les perspectives financières de l'audiovisuel extérieur. Des discussions semblent achopper sur les dotations pour 2012 et 2013.

J'en viens à la situation des opérateurs.

Le plan stratégique 2009-2012 de la chaîne francophone et multilatérale TV5 Monde a été adopté en novembre 2008 par la conférence ministérielle de Vancouver, entre la France et ses partenaires francophones - le

Canada, le Québec, la Suisse et la Belgique. Ce plan tend à faire de TV5 Monde un média global présent notamment sur Internet et la téléphonie mobile.

J'ai constaté sur place que la chaîne avait enrichi son site Internet, développé sa présence sur les plates-formes sociales comme « You Tube » ou « Twitter », mais aussi sur la télévision de rattrapage et la vidéo à la demande. La chaîne a lancé en 2009 une WebTV destinée aux enfants, puis une WebTV Afrique en 2010.

Le basculement de l'analogique au numérique représente un défi. En juillet 2010, TV5 Monde a cessé sa diffusion par satellite analogique en Europe. Sa reprise par la télévision numérique terrestre en France coûterait environ 2 millions d'euros.

Au terme de quatre années de diffusion, le bilan de la chaîne d'information France 24 est encourageant. J'ai rencontré une rédaction jeune et dynamique, dont les programmes sont diffusés en français, en anglais et, depuis le 12 octobre, en arabe, grâce aux synergies avec la radio Monte Carlo Doualiya, filiale arabophone de RFI. Son audience progresse, notamment au Maghreb et en Afrique, où elle concurrence des autres chaînes comme la BBC, CNN et Al Jazeera.

La priorité reste la distribution de France 24, peu accessible en Asie et dans les Amériques.

Enfin, la situation de Radio France Internationale s'est stabilisée, malgré une réforme inachevée.

L'enjeu est de mettre un terme à l'érosion de l'audience, notamment en Europe, mais aussi de conforter ses positions en Afrique francophone et de les développer en Afrique anglophone et lusophone. Il fallait donc redéfinir les priorités géographiques et réorganiser les rédactions en langues étrangères, dont certaines sont supprimées, comme le serbo-croate ou l'albanais. La stratégie mise en œuvre devait aussi redresser la situation financière de la radio et à améliorer sa gestion, puisque RFI avait accumulé entre 2001 et 2008 des résultats négatifs atteignant 31,9 millions d'euros.

Attendue depuis une dizaine d'années, cette réforme s'est traduite par un plan global de modernisation, accompagné d'un plan joliment appelé «de sauvegarde de l'emploi» prévoyant 206 suppressions de postes. D'où le conflit social de l'an dernier. Toutefois, 275 demandes de départs volontaires ont été adressées à la direction pour... 206 suppressions de postes prévues ! Le coût total du plan social est évalué à 41 millions d'euros, financés par l'Etat.

La prochaine étape de la réforme sera le déménagement de RFI, actuellement située dans le bâtiment de Radio France, pour se rapprocher de France 24. Le coût de cette opération est évalué à 21 millions d'euros, en raison des considérables investissements programmés. Aucun financement n'est inscrit dans le projet de loi de finances pour 2011, mais l'Etat devrait prendre en charge ce déménagement.

Les crédits consacrés à l'audiovisuel extérieur passeront de 313,5 millions d'euros en 2010 à 330 millions d'euros en 2011, soit une augmentation de 5,3 %. Cette enveloppe comporte une subvention de 1,6 million d'euros pour la radio franco-marocaine Medi 1 et une dotation de 327,7 millions d'euros pour AEF. Toutefois, comme AEF sera désormais assujettie à la taxe sur les salaires pour 7,5 millions d'euros, l'augmentation n'est que de 2,9 % à périmètre constant. À titre de comparaison, la dotation de l'Institut national de l'audiovisuel augmente de 5,4 %, celle de Radio France de 3,9 %, la subvention d'Arte de 4,1 %. Comme l'audiovisuel extérieur ne bénéficiera pas de compensation pour la diffusion de France 24 en TNT outre-mer, malgré un surcoût compris entre 2,5 et 3 millions d'euros, l'augmentation des crédits de l'audiovisuel extérieur avoisine 1,6 %.

Le plus préoccupant à mes yeux tient à la forte diminution prévue des crédits en 2012 et en 2013, puisqu'il devrait baisser de 8,5 % et de 4 % : ne risque-t-on pas de compromettre la réforme en cours ? Le ministère de la culture invoque l'augmentation des ressources propres, qui ne représentent que 1,3 % des recettes de France 24 et 3,7 % pour RFI, soit environ 3,5 millions d'euros au total. Dans un contexte de réductions des recettes publicitaires, est-il réaliste de prévoir le double en 2011 et le quadruple en 2012 ?

En conclusion, je propose d'adopter les crédits, sous réserve d'un amendement qui abonderait l'audiovisuel extérieur de 5 millions d'euros, prélevés sur le groupement d'intérêt public « Passage à la télévision tout numérique », doté de 131 millions d'euros en 2011, contre 40 en 2010, pour financer le basculement de l'analogique au numérique. Cela permettrait de financer la diffusion de France 24 sur la TNT outre-mer et la présence de TV5 Monde sur la TNT en Île-de-France.

Mme Catherine Tasca - L'exécutif n'exerce pas suffisamment sa tutelle sur l'audiovisuel public extérieur.

Il faut sans doute faire plaisir aux dirigeants - c'est ainsi que M. Aillagon avait déménagé TV5 Monde il y a quelques années vers le parc Monceau- mais déboursier 21 millions d'euros pour un déménagement est inacceptable dans un contexte de rigueur budgétaire !

Monsieur le rapporteur, quelle est la rémunération des dirigeants de France 24 ? D'après la presse, elle s'élève à 300 000 euros par an... L'exécutif ne peut pas demander, d'un côté, aux Français de se serrer la ceinture et, de l'autre, laisser filer les rémunérations dans le secteur public de l'audiovisuel. Pour moi, ce sont des dérives absolues.

Mme Monique Cerisier-ben Guiga - C'est juste ! Pourquoi laisser faire n'importe quoi au sein de l'audiovisuel extérieur quand l'on tient la bride si courte à l'AEFE et à l'Institut Français ?

M. Charles Pasqua - Une explication qui ne justifie rien : l'audiovisuel extérieur a recruté des personnes qui avaient autrefois des

rémunérations de ce niveau dans le secteur privé. Il serait intéressant de savoir dans quelles conditions il a procédé à ces recrutements...

M. Joseph Kergueris, rapporteur pour avis. - Réponse de bon soldat, monsieur Pasqua, « les nominations font partie de notre dotation »...

Madame Tasca, je dispose des mêmes informations que celles données par la presse. L'Audiovisuel extérieur de la France étant devenu une société de programmes depuis la dernière réforme, son conseil d'administration décide les rémunérations de ses dirigeants. Celles-ci tiennent compte du parcours antérieur de leurs actuels dirigeants : Mme Ockrent, directrice générale, a eu la carrière que l'on sait ; le PDG de la holding, M. de Pouzilhac, est l'ancien PDG de Havas. L'Etat peut faire entendre sa voix au conseil d'administration. La représentation parlementaire y est symbolique : nous disposons d'une seule voix, celle de M. Duvernois.

M. Robert del Picchia - Une rémunération de 300 000 euros divisée par 14 mois, comme il est d'usage dans les médias, équivaut à un salaire mensuel de 21 000 euros. Cela correspond au tarif d'un rédacteur en chef de journal, y compris de province.

Mme Catherine Tasca - Je le sais ! Ne vous en déplaise, le secteur public a ses spécificités, ses missions propres, sa grille de salaires. Ensuite, que les personnes se portent candidates en connaissance de cause ! Il est exclu qu'on y négocie son salaire comme dans le privé. C'est un mauvais usage des deniers publics.

M. Josselin de Rohan, président. - Les salaires pratiqués dans les radios privées sont plus importants. Si nous voulons recruter des personnes de qualité, nous devons tenir compte du marché.

Mme Catherine Tasca - La concurrence ne justifie pas tout !

M. Joseph Kergueris, rapporteur pour avis. - Cette évolution est conforme à la tendance observée dans toutes les entreprises publiques...

Le coût du déménagement a également retenu notre attention. Pour l'heure, France 24 a ses bureaux à Issy-les-Moulineaux tandis que RFI, qui acquitte un loyer, est installée dans des locaux inadaptés de Radio France, dans la maison ronde et un immeuble adjacent. Les équipements de RFI datent, on pense à l'époque : « Les Français parlent aux Français » ! Le plan stratégique prévoit une mutualisation de leurs moyens : leurs rédactions arabes se soutiennent désormais. Compte tenu de la technologie actuelle de création des programmes, le rapprochement géographique des entités dans deux immeubles contigus, que l'on pourrait rejoindre par une passerelle, accroîtrait les mutualisations et renforcerait l'esprit maison. TV5 Monde a une histoire plus ancienne ; son plan stratégique est bien établi ; la présence des autres partenaires francophones y crée une saine émulation. France 24, d'après ce que j'ai constaté lors de mes missions de contrôle, travaille plutôt bien. En revanche, se posera bientôt le problème du vieillissement des équipes, sauf à la section web constituée de jeunes, comme partout bien ailleurs, bien

encadrée. A RFI, l'ambiance a changé : la méfiance mutuelle entre cadres et journalistes, très palpable l'an dernier, est moins sensible. Atterrés par le chiffre de 21 millions, nous avons demandé une présentation comptable sous forme de contributions à des investissements car il s'agit d'un investissement pour accueillir RFI dans des conditions contemporaines.

M. Robert del Picchia - La transformation d'une radio suppose l'achat de matériels modernes. Sans cela, le déménagement ne servira à rien ! En outre, pour améliorer les synergies, France 24 doit recourir aux correspondants étrangers de RFI, ce qui suppose une formation des journalistes radio aux techniques de l'image, du montage.

M. Joseph Kergueris, rapporteur pour avis. - Je vous propose d'émettre un avis favorable sous réserve d'un amendement visant à abonder de 5 millions d'euros les crédits de l'audiovisuel extérieur. Ce transfert de crédits pourrait provenir d'un groupement d'intérêt public « Passage à la télévision tout numérique », qui est doté d'une enveloppe de 131 millions d'euros, contre 40 millions d'euros en 2010, et qui est destiné à financer les opérations relatives au basculement de l'analogique au numérique. Il permettrait de financer le surcoût de la diffusion de France 24 sur la TNT outre-mer et la diffusion sur la TNT en Ile-de-France de TV5 Monde.

L'amendement est adopté.

La commission décide de proposer au Sénat l'adoption des crédits de la mission Médias, amendé.

ANNEXE I :
LISTE DES PERSONNALITÉS
AUDITIONNÉES PAR LE RAPPORTEUR POUR AVIS

Mardi 6 octobre 2010

Entretien avec **M. Jean-Christophe Fleury**, sous-directeur de l'audiovisuel extérieur et des technologies de communication au ministère des affaires et européennes

Entretien avec **M. Roland Husson**, sous-directeur de l'audiovisuel à la direction générale des médias et des industries culturelles au ministère de la culture et de la communication

Mercredi 13 octobre 2010

Visite de France 24 et entretiens avec **M. Jean Lesieur**, directeur de la rédaction, **M. Thierry Delphin**, directeur financier de la société « Audiovisuel extérieur de la France »

Visite de Radio France Internationale et entretien avec **Mme Geneviève Goetzinger**, Directrice déléguée de RFI

Mercredi 3 novembre 2010

Entretien avec **M. Alain de Pouzilhac**, Président directeur général de la société « Audiovisuel Extérieur de la France » et **Mme Christine Ockrent**, Directrice générale déléguée de la société « Audiovisuel Extérieur de la France »

Mardi 9 novembre 2010

Visite des locaux de TV5 Monde et entretien avec **Mme Marie-Christine Saragosse**, Directrice générale de TV5 Monde, **Mme Liliane Delassaussé**, Directrice financière de TV5 Monde

Mardi 16 novembre 2010

Audition de **Mme Laurence Franceschini**, Directrice générale des médias et des industries culturelles au ministère de la culture et de la communication

ANNEXE II :
COMPTE-RENDU DE L'AUDITION
DE MME LAURENCE FRANCESCHINI, DIRECTRICE
GÉNÉRALE DES MÉDIAS ET DES INDUSTRIES
CULTURELLES AU MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DE LA
COMMUNICATION

La commission a procédé, lors de sa réunion du mardi 16 novembre, à l'audition de Mme Laurence Franceschini, directrice générale des médias et des industries culturelles au ministère de la culture et de la communication, sur les crédits du programme « Action audiovisuelle extérieure » de la mission « Médias » dans le cadre du projet de loi de finances pour 2011.

M. Josselin de Rohan, président - Je suis heureux, Madame le directeur général, de vous accueillir à nouveau devant notre commission pour cette audition consacrée aux crédits destinés à l'audiovisuel extérieur dans le cadre du projet de loi de finances pour 2011.

Comme vous le savez, notre commission, et son rapporteur, notre collègue Joseph Kergueris en particulier, suivent avec un grand intérêt la mise en œuvre de la réforme de l'audiovisuel extérieur.

Nous souhaiterions donc vous entendre sur la mise en œuvre de la réforme de l'audiovisuel extérieur et les financements qui lui sont consacrés dans les prochaines années.

Quel bilan dressez-vous de la création de la holding en charge de l'audiovisuel extérieur de la France ? Comment expliquez-vous que le contrat d'objectifs et de moyens entre l'Etat et la société en charge de l'audiovisuel extérieur de la France n'ait toujours pas été transmis au Parlement ?

La création de la holding s'est-elle traduite par des mutualisations et des synergies entre les différents opérateurs ? A-t-on assisté à des résultats significatifs en termes d'audience ? Quel a été le coût de la crise sociale au sein de Radio France Internationale et où en sommes-nous dans la mise en œuvre du plan social ?

Enfin, les financements destinés à l'audiovisuel extérieur dans le cadre du projet de loi de finances pour 2011 et sur le prochain triennum vous paraissent-ils suffisants ? En particulier, la diminution des financements de 8,5 % en 2012 et de 4 % en 2013 pourra-t-elle être réellement compensée par l'augmentation des ressources propres ?

Voilà une série d'interrogations, mais le rapporteur, Joseph Kergueris, et les autres membres de la commission, auront certainement d'autres questions à vous poser.

Mme Laurence Franceschini, directeur général des médias et des industries culturelles au ministère de la culture et de la communication -

Je suis particulièrement sensible à votre invitation pour vous parler du projet de loi de finances 2011 concernant l'audiovisuel extérieur, un dossier passionnant et très particulier.

Comme vous le savez, la décision de réformer notre audiovisuel extérieur a été prise par le Président de la République, sur la base du constat selon lequel notre politique audiovisuelle extérieure manquait de cohérence et d'efficacité. C'est à cette fin qu'a été créée en 2008 la société holding Audiovisuel extérieur de la France (AEF), devenue société nationale de programme inscrite dans la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication par la loi du 5 mars 2009.

Cette société détient à présent 100% de Radio France Internationale (RFI) et de France 24 et 49 % de TV5MONDE et a pour mission de définir la stratégie de ces sociétés ou d'y contribuer pour ce qui est de TV5MONDE dont la gouvernance est particulière.

C'est à cette tâche que se sont attelés les dirigeants de AEF depuis deux ans et, en peu de temps, ces derniers obtiennent des résultats convaincants en mettant en œuvre de véritables synergies entre les opérateurs, en proposant une stratégie à moyen terme pour le groupe et en réussissant, non sans difficulté, une réforme depuis longtemps nécessaire de RFI. Au sujet de la réforme des langues de RFI, il faut rappeler que cette question se pose depuis la fin des années 1990 et que tous les présidents successifs faisaient la même analyse. Il est heureux qu'elle soit enfin aboutie.

La stratégie de l'audiovisuel extérieur consiste à investir massivement sur les premières années de la période considérée pour réformer RFI, constituer le groupe et amener France 24 à maturité avec une distribution mondiale et trois canaux linguistiques de 24 heures (français, anglais, arabe). Un « retour sur investissements » est ensuite attendu pour l'État grâce à la mise en œuvre d'économies et de synergies et au développement important des ressources propres.

C'est le sens du projet de budget qui vous est présenté. En 2008, les crédits destinés au fonctionnement des sociétés qui composent aujourd'hui AEF s'élevaient à un total de 293,5 millions d'euros hors taxes y compris l'apport de France Télévisions à TV5MONDE. En 2009, ils s'élevaient à 300 millions d'euros hors taxes et en 2010 à 312,6 millions d'euros hors taxes. Pour 2011, nous vous proposons de porter ces crédits à 327,7 millions d'euros hors taxes. En plus de ces augmentations de la dotation destinée à l'activité classique des sociétés de l'audiovisuel extérieur, il faut rappeler que l'Etat a recapitalisé RFI en 2009 à hauteur de 17 millions d'euros, financé le plan de sauvegarde de l'emploi de 206 départs volontaires à hauteur de 41,2 millions d'euros et qu'il accompagnera le projet de déménagement de RFI de la même manière.

Ces augmentations très sensibles des crédits de l'audiovisuel extérieur depuis trois ans témoignent du soutien du gouvernement à la stratégie proposée par les dirigeants d'AEF de « retour sur investissement » dans le cadre de la négociation en cours de son contrat d'objectifs et de moyens.

Dans le détail pour chacune des sociétés du groupe, l'année 2011 doit permettre les développements suivants :

Pour RFI, la relance de ses audiences est prioritaire en développant notamment la diffusion FM mais également les nouveaux modes de diffusion et le multimédia. Il conviendra également de poursuivre l'adaptation de la politique des langues aux évolutions géopolitiques du monde, en développant notamment les langues prioritaires.

France 24 quant à elle, chaîne d'information née en 2006, doit poursuivre son développement en étendant sa distribution et en diffusant au plus vite 24h sur 24h en arabe.

TV5MONDE s'engage dans la troisième année de mise en œuvre de son plan stratégique 2009-2012, axé sur la constitution d'un « média global » et sur la fidélisation des audiences.

A moyen terme, ces investissements majeurs permettront à l'Etat de bénéficier d'une politique audiovisuelle extérieure plus cohérente, d'opérateurs plus efficaces et d'orientations stratégiques lisibles, à même d'assurer le meilleur rayonnement des valeurs de la France et de sa culture à travers le monde.

Sur le plan financier, le « retour sur investissement » prévu devrait intervenir dès 2012 et se poursuivre en 2013. Ainsi, la dotation publique proposée dans le budget triennal pour AEF est en diminution à partir de 2012, comme vous l'avez souligné Monsieur le Président. Cette trajectoire est crédible et à la hauteur des investissements consentis au départ par l'Etat.

Pour conclure mon intervention, je souhaiterais répondre à votre question concernant la négociation du contrat d'objectifs et de moyens (COM) entre l'Etat et AEF. En raison des importantes mutations en cours dans le groupe, il ne nous a pas été possible de stabiliser ce COM. Certains paramètres structurants n'étaient pas suffisamment définis. Je pense au plan de départ difficile mis en œuvre à RFI mais aussi à la question de l'entreprise unique ou des implantations immobilières. Sur ce point par exemple, AEF a présenté différents scénarii qui n'avaient pas les mêmes implications financières suivant que France 24 changeait d'implantation ou qu'on se limitait à déplacer RFI. Je pense que vous aborderez ces sujets dans vos questions. J'y reviendrai donc en détail à cette occasion. Mais pour ce qui est du COM, ces éléments étant aujourd'hui précisés, notre objectif est de pouvoir vous soumettre un projet complet à la fin de l'année.

M. Joseph Kergueris, rapporteur pour avis - Je souhaiterais, Madame le Directeur général, vous poser trois questions.

Ma première question porte sur le contrat d'objectifs et de moyens entre l'Etat et la société Audiovisuel extérieur de la France.

Lors de votre précédente audition devant notre commission, il y a tout juste un an, vous nous aviez indiqué que la rédaction du COM était quasiment achevée et qu'il serait transmis aux assemblées avant la fin de l'année 2010.

Nous sommes à la fin de 2011 et nous n'avons toujours pas reçu ce contrat d'objectifs et de moyens, qui doit pourtant définir les priorités stratégiques de l'audiovisuel extérieur sur les prochaines années et les moyens financiers de l'Etat.

Vous avez évoqué dans votre intervention des difficultés qui expliquent ce retard mais je souhaiterais avoir des précisions sur ces difficultés.

Ma deuxième question concerne la situation de Radio France Internationale, que j'ai trouvé beaucoup plus apaisée lors de ma visite, même si la réforme n'est pas achevée.

A cet égard, le déménagement de RFI dans de nouveaux locaux à proximité immédiate de France 24 et la modernisation de ses équipements devrait jouer un rôle positif.

Je m'interroge toutefois sur le financement du déménagement de RFI, dont le coût est estimé autour de 21 millions d'euros et qui devrait commencer dès le dernier trimestre de l'année prochaine.

En effet, aucun financement n'est prévu dans le projet de loi de finances qui nous est soumis. Comment ce déménagement, qui participe à la modernisation de la radio et qui permettra de renforcer les synergies entre RFI et France 24, sera-t-il financé ?

Ma dernière question porte sur les crédits consacrés à la société holding Audiovisuel extérieur de la France dans le projet de loi de finances pour 2011 et sur la période 2011-2013

La dotation de la holding pour 2011 est de 327,7 millions d'euros hors taxes, ce qui représente une augmentation importante par rapport à 2010.

Toutefois, il faut tenir compte du fait que la société Audiovisuel extérieur de la France sera à l'avenir assujettie à la taxe sur les salaires à la hauteur de 7,5 millions d'euros.

L'augmentation de la dotation n'est donc que de 9,1 millions d'euros, soit 2,9 % par rapport à 2010.

Or, dans le même temps AEF doit financer la diffusion de France 24 en TNT outre-mer, ce qui représente un coût supplémentaire évalué entre 2,5 et 3 millions d'euros.

En outre, la société AEF devra également financer sur sa dotation une subvention de 2,5 millions d'euros pour Monte Carlo Doualiya, filiale arabophone de RFI.

Au total, l'augmentation des crédits destinés à l'audiovisuel extérieur dans le projet de loi de finances pour 2011, qui est plutôt de l'ordre de 1,6 %, me semble devoir être relativisée.

Mais le plus préoccupant à mes yeux tient à la forte diminution des crédits destinés à l'audiovisuel extérieur en 2012 et en 2013, avec des baisses respectives de 8,5 % et de 4 %.

Cette diminution importante des dotations publiques ne risque-t-elle pas de freiner la réforme de l'audiovisuel extérieur et de mettre en péril les efforts entrepris jusqu'ici ?

On évoque la nécessité d'augmenter les ressources propres pour compenser la diminution des dotations de l'Etat.

Toutefois, je voudrais rappeler que les ressources propres ne représentent aujourd'hui que 1,2 % des ressources totales de France 24 et 3,7 % de RFI, soit environ 3,5 millions d'euros au total pour ces deux opérateurs.

Est-il réellement réaliste de prévoir le double en 2011, avec 6,9 millions d'euros et le quadruple en 2012 avec 13 millions d'euros ?

Mme Laurence Franceschini - Concernant votre première question, plusieurs difficultés sont apparues qui expliquent la longueur des discussions et le décalage du COM.

La première raison tient à la situation de la filiale arabophone de RFI, Monte Carlo Doualiya. En effet, la position des dirigeants d'AEF sur l'avenir de Monte Carlo Doualiya a évolué. Alors qu'au départ l'hypothèse d'une fermeture de cette filiale était envisagée, les dirigeants d'AEF ont finalement souhaité une relance de Monte Carlo Doualiya. Naturellement, ce changement n'est pas neutre, compte tenu de l'importance du monde arabophone dans la stratégie de l'audiovisuel extérieur et il a fallu en tenir compte dans les discussions sur le COM.

La deuxième raison tient à la difficulté de finaliser le volet financier, c'est-à-dire le plan d'affaires qui doit accompagner le COM et fixer le montant des dotations de l'Etat sur les prochaines années. La trajectoire des ressources propres était au départ extrêmement ambitieuse, pour ne pas dire irréaliste, compte tenu notamment de la crise économique et de ses effets sur le marché publicitaire. Les dirigeants d'AEF ont proposé une nouvelle trajectoire des ressources propres plus réaliste.

La troisième raison tient au plan de modernisation et au plan de sauvegarde de l'emploi de RFI. La mise en oeuvre de ce plan social, qui s'est traduit par 206 départs volontaires mais aussi 32 recrutements, a considérablement pacifié les relations au sein de la radio. Au total, cela

représente un coût de 41,2 millions d'euros, que l'Etat s'est engagé à financer en totalité. D'ores et déjà, 9,9 millions d'euros ont été versés par l'Etat à AEF lors de la loi de finances rectificative de 2009 et le solde devrait être versé en 2010, avec un abondement de crédits à hauteur de 12,8 millions d'euros à AEF par la loi de finances rectificative pour 2010 et par une augmentation de capital de 18,5 millions d'euros.

Enfin, la dernière explication repose sur les incertitudes qui ont entouré le calendrier, les modalités et le coût du déménagement de RFI. A un moment, les dirigeants d'AEF envisageaient non seulement un déménagement de RFI mais également un déménagement de France 24, alors même que cette chaîne a été créée il y a seulement quatre ans et qu'elle dispose de locaux et d'équipements modernes. On pouvait donc légitimement s'interroger sur la pertinence d'un tel déménagement de France 24, qui aurait eu un coût élevé pour l'Etat et donc pour le contribuable. Finalement, nous avons eu l'heureuse surprise d'apprendre que des locaux étaient disponibles à proximité immédiate de France 24 et qu'ils pourraient accueillir RFI. Le déménagement de RFI dans ces locaux devrait intervenir au dernier semestre de l'année 2011 et s'achever au début de l'année 2012. Ce déménagement est très important car il permettra de renforcer les synergies et les mutualisations entre France 24 et RFI.

Le coût du déménagement de RFI est estimé à 21,5 millions d'euros, mais nous sommes en train de l'évaluer précisément avec le ministère du budget et la société. En principe, une partie des crédits nécessaires, au moins pour lancer les études, devrait être intégrée lors de la loi de finances rectificative pour 2010. Concernant l'année 2011, nous allons étudier attentivement les possibilités de redéploiement de crédits. Nous allons également discuter avec les dirigeants de la holding sur leur participation éventuelle à ce financement grâce aux mutualisations et aux synergies réalisées.

Enfin, la nouvelle trajectoire des ressources propres nous paraît beaucoup plus réaliste que la précédente, qui prévoyait un montant de près du double de ressources propres. Il est vrai qu'elle reste ambitieuse mais la base de départ est très modeste, puisqu'elle est aujourd'hui proche de zéro.

Je comprends votre scepticisme mais je pense qu'il est encore trop tôt pour se prononcer.

Des négociations sont en cours actuellement sur ce sujet, notamment avec la régie publicitaire de France Télévision, qui permettraient de garantir un niveau minimal de ressources propres à la holding.

AEF sera certes assujettie à la taxe sur les salaires, ce qui aboutit à une progression moindre de ses crédits qu'en affichage. Mais il ne faut pas oublier que la progression des subventions de l'Etat a été très importante ces dernières années et que l'Etat prendra en charge le coût du plan de sauvegarde de l'emploi ou du déménagement de RFI.

Il est donc légitime d'attendre un « retour sur investissement » des efforts engagés, d'autant plus que ces mesures, ainsi que les synergies et les mutualisations, permettront de réaliser des économies. Ainsi, les 206 départs volontaires au sein de RFI, dont le coût est entièrement pris en charge par l'Etat, devraient générer des économies estimées à 12,4 millions d'euros par an, ce qui n'est pas négligeable.

Enfin, il n'y a pas de passage de l'analogique au numérique pour France 24 qui dès le début était numérique. En revanche, a bien été pris en compte dans le budget et la trajectoire du financement de l'audiovisuel extérieur la diffusion de France 24 sur la TNT outre-mer, qui devrait avoir un coût évalué à 2,5 millions d'euros.

Mme Joëlle Garriaud-Maylam - En ma qualité de Sénateur représentant les Français établis hors de France, je suis préoccupée par le recul de la place et de l'usage de notre langue dans le monde et la diminution des financements consacrés à notre rayonnement linguistique. Or, la télévision peut être un formidable outil pour favoriser l'apprentissage d'une langue étrangère.

Ainsi, je regrette le recul de la diffusion de TV5MONDE en Amérique latine. Je souhaiterais donc vous interroger sur la place du français et la diffusion des médias en langue française dans l'audiovisuel extérieur de la France. TV5MONDE a réalisé des efforts importants pour favoriser l'apprentissage du français, notamment sur son site Internet. Ne pourrait-on pas attendre la même chose de France 24 ? La diffusion de programmes en anglais ou en arabe est certes une bonne chose. Mais cela ne favorise pas l'apprentissage du français. Ne pourrait-on pas s'inspirer d'Al Jazeera, qui propose des cours d'apprentissage de l'anglais dans ses programmes ?

Mme Laurence Franceschini - Il s'agit d'un débat que nous avons eu au moment du lancement de France 24. La création de France 24 reposait sur l'idée que la France devait disposer d'une chaîne d'information internationale proposant une vision française de l'actualité internationale, lui permettant de mieux faire comprendre au monde les positions françaises sur des sujets tels que les conflits au Proche et au Moyen Orient. Afin de toucher un large public, il était indispensable de proposer des programmes non seulement en français, mais aussi en anglais et en arabe.

Votre suggestion me paraît toutefois intéressante et pourrait faire l'objet d'une coopération entre France 24 et TV5MONDE, qui dispose d'une longue expérience dans ce domaine, et qui propose notamment des programmes d'apprentissage et d'enseignement de la langue française sur ses sites Internet.

TV5MONDE, chaîne francophone, est confrontée à des difficultés en matière de distribution, notamment en Amérique Latine. Nous suivons avec une grande attention la situation de TV5MONDE, car la mise en place de la réforme de l'audiovisuel extérieur avait fait naître certaines craintes chez les partenaires francophones. Aujourd'hui, la situation est clarifiée, notamment en

matière de participation de l'AEF dans le capital, puisque TV5MONDE est un partenaire et non une filiale de la holding. Les dotations à TV5MONDE ont été préservées dans le cadre de la réforme de l'audiovisuel extérieur. Ainsi, la dotation de l'AEF à TV5MONDE devrait augmenter d'un million d'euros en 2011, même si on peut toujours estimer que cette augmentation est insuffisante.

Depuis 2010, la France exerce la présidence de TV5MONDE et la première réunion des hauts fonctionnaires dans ce cadre aura lieu en décembre prochain. Nous préparons cette échéance, avec le ministère des affaires étrangères et européennes et les partenaires francophones de la chaîne. Nous espérons obtenir de nos partenaires francophones la confirmation de leur engagement concernant une augmentation de leur participation financière à TV5MONDE.

M. Robert del Picchia - Lorsque l'on examine rétrospectivement les réformes successives de l'audiovisuel extérieur, on peut avoir l'impression d'une série d'occasions manquées. Nous semblons avoir toujours un train de retard sur les progrès technologiques et les attentes du public.

Ayant exercé le métier de journaliste et de correspondant à l'étranger, je me souviens que la France avait investi des crédits importants pour lancer un satellite doté des technologies les plus modernes pour favoriser la diffusion des chaînes françaises à l'étranger, avec des résultats qui se sont avérés très décevants.

La principale difficulté de France 24 tient à sa distribution, puisque la chaîne est loin d'avoir une couverture mondiale. La diffusion de TV5MONDE est également fragilisée en raison du basculement de l'analogique au numérique. Quant à RFI, elle est confrontée à une forte concurrence des autres radios, notamment des radios locales.

Plus généralement, on peut se demander si la frontière entre l'audiovisuel national et l'audiovisuel extérieur est toujours pertinente aujourd'hui.

Les nouvelles technologies, comme Internet, permettent de recevoir et d'écouter, partout dans le monde, toutes les chaînes ou les radios françaises.

Lorsque je me trouve à l'étranger, ce n'est pas RFI que j'écoute à la radio ou TV5MONDE que je regarde à la télévision. J'écoute les radios et je regarde les programmes nationaux grâce à Internet !

Je suis donc plutôt sceptique sur l'augmentation des recettes publicitaires.

Enfin, peut-on véritablement apprendre une langue simplement en regardant la télévision ou en écoutant la radio ? Pour ma part, je ne le pense pas. Cela peut être un complément utile à des cours de français, mais cela ne les remplace pas. L'important est donc d'encourager la coopération avec les centres et instituts culturels ou les Alliances françaises.

Mme Laurence Franceschini - Je pense que vous faites référence aux satellites de télécommunication TDF 1 et TDF 2, qui n'ont effectivement pas donné les résultats escomptés.

Parler d'« occasions manquées » à propos de l'audiovisuel extérieur me fait penser au « vertige des occasions manquées » décrit par Paul Nizan à propos de la jeunesse dans *La Conspiration*. Je crois que la réforme de l'audiovisuel extérieur nous donne l'occasion au contraire de construire un système plus efficace, plus cohérent et plus adapté au monde d'aujourd'hui.

S'agissant des ressources propres de l'audiovisuel extérieur, il est vrai qu'il faut prendre en compte la situation économique et l'état du marché publicitaire.

Il existe toutefois des mécanismes, comme des minimums garantis et des clauses de révision, qui permettent de prendre en compte l'évolution du marché publicitaire pour préserver un certain seuil de ressources propres.

Par ailleurs, les trajectoires concernant les ressources propres restent des objectifs et si les résultats ne sont pas au rendez-vous, l'Etat pourra toujours prendre ses responsabilités.

Mme Monique Cerisier-ben Guiga - Je voudrais faire deux observations et vous poser deux questions.

Tout d'abord, je reste persuadée que l'abandon du pilotage de l'audiovisuel extérieur par le ministère des affaires étrangères a été catastrophique.

Ensuite, connaissant bien le monde arabe et pour y avoir longtemps vécu, je suis sceptique sur l'intérêt d'une diffusion en arabe de France 24. Lorsque les élites de ces pays, qui sont les plus polyglottes au monde, et comprennent généralement l'anglais ou le français, veulent connaître le point de vue français sur l'actualité internationale, elles regardent les médias diffusant des programmes en français ou en anglais, voire les chaînes nationales de ces pays. La diffusion en arabe permet certes de toucher les catégories sociales les plus défavorisées, mais celles-ci refusent souvent toute source occidentale d'information. Le plus souvent, ce qu'elles recherchent, ce n'est pas un point de vue occidental mais des points de vue différents sur l'actualité internationale, sur le conflit en Irak ou au Proche Orient. C'est ce qui explique le succès de chaînes d'information comme Al Jazeera ou Al Arabiya.

Ma première question porte sur les synergies et les mutualisations. Pourriez-vous citer des exemples concrets depuis la mise en place de l'audiovisuel extérieur ?

Ma deuxième question concerne le plan social de RFI. Ne pensez-vous pas que le nombre plus important que prévu de départs volontaires témoigne d'un profond malaise au sein du personnel de cette radio ?

Mme Laurence Franceschini - La réforme de l'audiovisuel extérieur et la création d'AEF ont permis la réalisation de nombreuses synergies et mutualisations.

Ainsi, des synergies ont été mises en place au niveau des directions de RFI et de France 24 pour limiter la masse salariale, avec des directeurs ou des services communs, au niveau éditorial, par exemple entre la filiale arabophone de RFI, Monte Carlo Doualiya et le pôle arabophone de France 24, dans le domaine financier et juridique, avec des appels d'offre communs, en matière d'études d'audience, de distribution, de communication ou d'Internet. Le déménagement de RFI et son rapprochement avec France 24 devrait d'ailleurs permettre d'aller plus loin dans ce domaine.

Vous comprendrez que je ne puisse pas me prononcer sur tel ou tel cas individuel, mais je rappelle que tous les départs de RFI ont été des départs volontaires.

M. Jean Besson - Le principal problème de l'audiovisuel extérieur français me semble être la diffusion. Lorsque l'on voyage à l'étranger et que l'on séjourne dans les hôtels on a parfois beaucoup de mal à recevoir les chaînes françaises, comme TV5MONDE ou France 24. La clientèle des hôtels représente des centaines de millions de voyageurs. Or, j'ai l'impression que la distribution de TV5MONDE et de France 24 dans les hôtels est plutôt en recul. Il faudrait s'assurer que les chaînes françaises sont bien présentes dans les bouquets satellitaires et numériques et qu'elles soient reprises par les distributeurs. Qu'en est-il exactement ?

Mme Laurence Franceschini - Lorsque l'on voyage à l'étranger, le premier réflexe est souvent de chercher la chaîne de télévision française.

La distribution est effectivement un enjeu crucial.

Il faut pour cela conclure des contrats avec les opérateurs et les principaux distributeurs. A cet égard, il existe des synergies entre France 24 et TV5MONDE qui donnent des résultats probants en Asie.

Les négociations avec les distributeurs en Amérique latine sont extrêmement difficiles aujourd'hui et notamment avec l'opérateur satellitaire américain DirecTV. Sur le modèle du bureau en Asie, France 24 et TV5MONDE vont coopérer pour peser plus fort en Amérique Latine face à des distributeurs peu soucieux de considérations liées à la diversité.

Mme Joëlle Garriaud-Maylam - Sur ce point, il faut se montrer davantage patriote. Je me souviens qu'à l'occasion d'un séjour à Édimbourg, j'avais fait part de mon étonnement au responsable d'un hôtel en lui faisant remarquer qu'aucune chaîne française ou francophone n'était diffusée dans son hôtel. Il m'avait alors répondu que des clients américains avaient souhaité pouvoir regarder non seulement CNN mais aussi Fox News et qu'il avait donc privilégié cette chaîne au détriment de TV5MONDE.

La télévision ne remplace certes pas des cours de langue mais peut s'avérer un formidable outil pour l'apprentissage de notre langue. Plutôt qu'une diffusion de 24 heures sur 24 en arabe, France 24 ne ferait-elle pas mieux de diffuser des programmes en français, éventuellement sous-titrés en arabe ?

M. Jean Besson - Le sous-titrage est très développé sur TV5MONDE.

M. Michel Guerry - Je m'interroge sur l'audience réelle de France 24, TV5MONDE et RFI. Pourriez-vous nous apporter des précisions sur ce sujet ?

Pour ma part, lorsque je me trouve à l'étranger, j'écoute ou je regarde les médias nationaux grâce à Internet.

Mme Laurence Franceschini - Il est très difficile de mesurer l'audience réelle de l'audiovisuel extérieur, car il n'existe pas d'outils semblables à ce qui existe pour l'audiovisuel national avec médiamétrie. Les seuls éléments dont on dispose sont des objectifs de couverture, des enquêtes de notoriété ou des sondages d'opinion. Il est donc très difficile de mesurer leur audience véritable. Nous travaillons actuellement sur une amélioration de ces outils. Cela devrait d'ailleurs figurer dans le COM.

M. Jean-Louis Carrère - Je voudrais connaître votre sentiment à propos du conflit à la direction de l'AEF entre son président directeur général M. Alain de Pouzilhac et sa directrice générale déléguée Mme Christine Ockrent, dont la presse s'est fait largement l'écho.

Mme Laurence Franceschini - Vous comprendrez aisément qu'il ne m'appartient pas de me prononcer sur ce sujet. Je peux simplement vous dire que nous avons eu récemment une réunion du conseil d'administration de l'AEF qui s'est très bien déroulée.

M. Robert del Picchia - Je me souviens que la chaîne Euronews était à vendre il y a quelques années pour un montant assez modique et, lorsque je regarde son succès aujourd'hui, je crois que l'Etat a fait une erreur à l'époque en refusant de l'acheter.

Mme Laurence Franceschini - Euronews mène une politique très dynamique sous la houlette de son président qui a su nouer des relations privilégiées avec les distributeurs. Même si elle est une chaîne privée, n'oublions pas qu'elle reste une chaîne dont le premier actionnaire est français et ayant son siège à Lyon.

M. Joseph Kergueris, rapporteur pour avis - Les enquêtes figurant dans le projet annuel de performance, annexé au projet de loi de finances, relatif à votre programme font état d'une augmentation de l'audience par rapport à l'année dernière.

J'ai pu constater lors de ma visite à TV5MONDE le travail remarquable réalisé par la chaîne en matière d'apprentissage du français, à la télévision, sur Internet et sur la téléphonie mobile.

Je partage le sentiment de nos collègues que l'avenir se jouera sur Internet et qu'il faut donc aller vers un média global.

Je pense aussi qu'il faut renforcer les mutualisations et les synergies tout en conservant les spécificités propres à chaque opérateur. TV5MONDE est la chaîne généraliste et francophone, tandis que France 24 est une chaîne française d'information internationale, diffusant en français, en anglais et en arabe. Il ne serait pas souhaitable à mes yeux de dupliquer les programmes entre les deux.

Le grand enjeu me semble également être la distribution. Lors de mes visites à France 24 et à TV5MONDE j'ai pu constater le dynamisme des équipes chargées de la distribution de ces deux chaînes. L'augmentation de la couverture nécessite toutefois des financements, notamment dans la perspective du basculement de l'analogique au numérique.

M. Josselin de Rohan, président - Existe-t-il des accords entre les chaînes de l'audiovisuel extérieur français et les grands groupes hôteliers, comme Accor par exemple ?

Mme Laurence Franceschini - La distribution dans les hôtels est effectivement capitale pour France 24. Celle-ci a conclu des accords de partenariat de long terme avec de nombreux groupes hôteliers, comme Accor, Starwood, Marriott, Lucien Barrière, Partouche, Hyatt et des discussions sont en cours avec d'autres groupes internationaux.

Concernant TV5MONDE, je voudrais rappeler que la chaîne francophone dispose aujourd'hui du deuxième réseau mondial de télévision, devant CNN International, BBC World et derrière MTV.

Cela tient principalement au talent des dirigeants successifs de TV5MONDE, dont on ne manquera jamais assez de rappeler les qualités, et qui ont tous considéré que la distribution était un enjeu majeur pour la chaîne.

AMENDEMENT ADOPTÉ PAR LA COMMISSION

PROJET DE LOI DE FINANCES
MISSION MEDIAS
AMENDEMENT

présenté par M. Joseph Kergueris

ARTICLE 48
ÉTAT B

Modifier comme suit les crédits des programmes :

(en euros)

Programmes	Autorisations d'engagement		Crédits de paiement	
	+	-	+	-
Presse, livre et industries culturelles				
Contribution à l'audiovisuel et à la diversité radiophonique		5.000.000		5.000.000
Action audiovisuelle extérieure	5.000.000		5.000.00	
TOTAL	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000
SOLDE		0		0

OBJET

Cet amendement a pour objet de transférer des crédits à hauteur de 5 millions d'euros de l'action n°2 « Passage à la télévision tout numérique » du programme 313 « Contribution à l'audiovisuel et à la diversité radiophonique » au programme 115 « Action audiovisuelle extérieure ».

Il permettrait à la société en charge de l'audiovisuel extérieur de la France de financer notamment le surcoût que représente la diffusion de France 24 sur la TNT outre-mer, ainsi que la diffusion de TV5 Monde sur la TNT en Île-de-France.

Il s'agirait d'un prélèvement assez modique sur le financement de l'action n°2 « Passage à la télévision tout numérique », dont la dotation est de 131 millions d'euros en 2011, contre 40 millions d'euros en 2010, et qui a précisément pour objet d'accompagner le basculement vers le numérique.