

N° 111

SÉNAT

SESSION ORDINAIRE DE 2010-2011

Enregistré à la Présidence du Sénat le 18 novembre 2010

RAPPORT GÉNÉRAL

FAIT

au nom de la commission des finances (1) sur le projet de loi de finances pour 2011, ADOPTÉ PAR L'ASSEMBLÉE NATIONALE,

Par M. Philippe MARINI,

Sénateur,

Rapporteur général.

TOME III

MOYENS DES POLITIQUES PUBLIQUES ET DISPOSITIONS SPÉCIALES

(Seconde partie de la loi de finances)

ANNEXE N° 17

MÉDIAS, LIVRE ET INDUSTRIES CULTURELLES

**COMPTE DE CONCOURS FINANCIERS :
AVANCES À L'AUDIOVISUEL PUBLIC**

Rapporteur spécial : M. Claude BELOT

(1) Cette commission est composée de : M. Jean Arthuis, *président* ; M. Yann Gaillard, Mme Nicole Bricq, MM. Jean-Jacques Jégou, Thierry Foucaud, Aymeri de Montesquiou, Joël Bourdin, François Marc, Serge Dassault, *vice-présidents* ; MM. Philippe Adnot, Jean-Claude Frécon, Mme Fabienne Keller, MM. Michel Sergent, François Trucy, *secrétaires* ; M. Philippe Marini, *rapporteur général* ; M. Jean-Paul Alduy, Mme Michèle André, MM. Bernard Angels, Bertrand Auban, Denis Badré, Mme Marie-France Beaufils, MM. Claude Belot, Pierre Bernard-Reymond, Auguste Cazalet, Yvon Collin, Philippe Dallier, Jean-Pierre Demerliat, Mme Marie-Hélène Des Esgaulx, MM. Éric Doligé, Philippe Dominati, André Ferrand, François Fortassin, Jean-Pierre Fourcade, Adrien Gouteyron, Charles Guené, Claude Haut, Edmond Hervé, Pierre Jarlier, Yves Krattinger, MM. Gérard Longuet, Roland du Luart, Jean-Pierre Masseret, Marc Massion, Gérard Miquel, Albéric de Montgolfier, François Rebsamen, Jean-Marc Todeschini, Bernard Vera.

Voir les numéros :

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

Sénat : 110 (2010-2011)

SOMMAIRE

	<u>Pages</u>
LES PRINCIPALES OBSERVATIONS DE VOTRE RAPPORTEUR SPÉCIAL	7
CHAPITRE I - PRÉSENTATION DES DEUX MISSIONS CONCOURANT À LA POLITIQUE PUBLIQUE DE COMMUNICATION.....	9
I. DES CRÉDITS RÉPARTIS ENTRE LE BUDGET GÉNÉRAL DE L'ÉTAT ET LE COMPTE D'AFFECTATION SPÉCIAL « AVANCES À L'AUDIOVISUEL PUBLIC »	9
A. MISSION « MÉDIAS » : UN PÉRIMÈTRE ÉLARGI AU « LIVRE » ET AUX « INDUSTRIES CULTURELLES ».....	9
B. COMPTE DE CONCOURS FINANCIERS « AVANCES À L'AUDIOVISUEL PUBLIC » : UN CHAMP CONSTANT CONFORME À LA NATURE PUBLIQUE DES ORGANISMES QU'IL FINANCE	10
II. UNE AUGMENTATION DES CRÉDITS DESTINÉS À LA POURSUITE DES RÉFORMES	11
A. LE MAINTIEN DU SOUTIEN AU SECTEUR AUDIOVISUEL	12
1. <i>Le premier budget de l' « entreprise unique » France Télévisions</i>	<i>12</i>
2. <i>Un renforcement des crédits de l'audiovisuel extérieur à hauteur de 5,16 %.....</i>	<i>13</i>
B. UN SECTEUR DE LA PRESSE, DU LIVRE ET DES INDUSTRIES CULTURELLES À LA RECHERCHE D'UN MODÈLE ÉCONOMIQUE	15
1. <i>La reconduite du « soutien massif » à la presse</i>	<i>15</i>
2. <i>Un nouveau volet de la politique de communication : « Le livre et les industries culturelles »</i>	<i>16</i>
CHAPITRE II - PROGRAMME 180 « PRESSE, LIVRE ET INDUSTRIES CULTURELLES » DE LA MISSION « MÉDIAS, LIVRE ET INDUSTRIES CULTURELLES »	17
I. UN PROGRAMME « PRESSE » ÉLARGI AU « LIVRE » ET AUX « INDUSTRIES CULTURELLES »	17
A. UN PROGRAMME VASTE.....	17
1. <i>La poursuite du soutien à la presse dans le cadre de la mise en œuvre des Etats généraux</i>	<i>17</i>
a) <i>Le maintien des aides à la diffusion</i>	<i>20</i>
b) <i>Une stabilité des aides au pluralisme</i>	<i>21</i>
c) <i>Une hausse de 5 % des aides à la modernisation</i>	<i>21</i>
2. <i>Agence France-Presse : un potentiel de croissance non encore atteint</i>	<i>23</i>
3. <i>Livre et culture : un développement de la lecture pluridirectionnel</i>	<i>23</i>
4. <i>Industries culturelles : l'an I de la lutte contre le piratage</i>	<i>24</i>
II. UN CADRE DE MESURE DE LA PERFORMANCE ENCORE PERFECTIBLE	26

CHAPITRE III - PROGRAMME 313 « CONTRIBUTION À L'AUDIOVISUEL ET À LA DIVERSITÉ RADIOPHONIQUE » DE LA MISSION « MÉDIAS, LIVRE ET INDUSTRIES CULTURELLES »	29
I. UN SOUTIEN CONTRASTÉ DU BUDGET GÉNÉRAL	29
A. UNE RÉDUCTION DE LA DOTATION COMPENSATRICE POUR LES PERTES DE RECETTES PUBLICITAIRES	29
B. 2011, UN EFFORT PARTICULIER EN FAVEUR DE LA TNT « DANS LA DERNIÈRE LIGNE DROITE »	31
1. <i>Des crédits en progression de 227 % dans le projet initial de loi de finances</i>	31
2. <i>La poursuite de la « révolution numérique »</i>	33
C. LE MAINTIEN DU DISPOSITIF DE SOUTIEN AUX RADIOS LOCALES ASSOCIATIVES	35
II. UNE PERFORMANCE GLOBALEMENT SATISFAISANTE	35
CHAPITRE IV - L'ACTION AUDIOVISUELLE EXTÉRIEURE DE LA FRANCE : PROGRAMME 115 « ACTION AUDIOVISUELLE EXTÉRIEURE » DE LA MISSION « MÉDIAS, LIVRE ET INDUSTRIES CULTURELLES » PROGRAMME 844 « CONTRIBUTION AU FINANCEMENT DE L'ACTION AUDIOVISUELLE EXTÉRIEURE » DU COMPTE DE CONCOURS FINANCIERS « AVANCES À L'AUDIOVISUEL PUBLIC »	39
I. UNE DOTATION SUBSTANTIELLE POUR 2011 EN ATTENDANT LE « RETOUR SUR INVESTISSEMENT »	39
II. DES OBJECTIFS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE EN PROGRÈS	41
CHAPITRE V - COMPTE DE CONCOURS FINANCIERS « AVANCES À L'AUDIOVISUEL PUBLIC »	45
I. DES CRÉDITS GARANTIS EN PROGRESSION	45
A. UNE HAUSSE DE 3,17 % EN 2009 DE LA RESSOURCE PUBLIQUE ISSUE DE LA CONTRIBUTION À L'AUDIOVISUEL PUBLIC	45
1. <i>Un mécanisme de double garantie du financement des organismes de l'audiovisuel public</i>	45
2. <i>Une prise en charge du remboursement par l'Etat « réajustée »</i>	47
B. PROGRAMME 841 « FRANCE TÉLÉVISIONS » : UNE RÉFORME EN COURS	48
C. PROGRAMME 842 « ARTE FRANCE » : UNE GESTION À FLUX TENDUS EN RAISON DE SURCOÛTS DE DIFFUSION	49
D. PROGRAMME 843 « RADIO FRANCE » : UNE TRAJECTOIRE DE CHARGES RESPECTÉE	50
E. PROGRAMME 845 « INSTITUT NATIONAL DE L'AUDIOVISUEL » : EN PERPÉTUELLE CROISSANCE	50
II. LA STRATÉGIE DE L'AUDIOVISUEL PUBLIC : DES « COM » GLOBALEMENT RESPECTÉS	51

EXAMEN DE L'ARTICLE RATTACHÉ	53
• <i>ARTICLE 76 (art. 53 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication)</i> Report de l'échéance de suppression de la publicité sur les antennes de France Télévisions	53
AMENDEMENT PROPOSÉ PAR VOTRE COMMISSION DES FINANCES	59
LES MODIFICATIONS APPORTÉES PAR L'ASSEMBLÉE NATIONALE	61
TRAVAUX DE LA COMMISSION	63
• Liste des personnes auditionnées par le rapporteur spécial	63
• Auditions par la commission des finances de Rémy Pflimlin, président-directeur général de France Télévisions et de Jean-Luc Hees, président-directeur général de radio France, le 6 octobre 2010	65
• Examen en commission le 10 novembre 2010	79

L'article 49 de la loi organique du 1^{er} août 2001 relative aux lois de finances (LOLF) fixe une date butoir, pour le retour des réponses aux questionnaires budgétaires.

A la date du 10 octobre 2010, **78 % seulement des réponses** étaient parvenues à votre rapporteur spécial.

LES PRINCIPALES OBSERVATIONS DE VOTRE RAPPORTEUR SPÉCIAL

1. Votre rapporteur spécial considère comme **cohérent le rattachement des crédits des actions « livre et culture »** et **« industries culturelles »** au programme 180 de la mission « médias ». Il craint un **manque de lisibilité** de l'ensemble de la mission en raison de la multiplicité des bénéficiaires et de la transversalité des secteurs (presse, audiovisuel, livre, cinéma...).

2. S'agissant de la rationalisation de l'audiovisuel extérieur, il appelle de ses vœux un renforcement **des synergies, qu'il juge insuffisantes, entre les différentes filiales de la société « audiovisuel extérieur de la France » (AEF).**

En l'absence de clé de répartition des crédits de l'audiovisuel extérieur entre France 24, TV5 Monde et RFI, **des règles d'équité de traitement** des différentes sociétés par AEF **doivent être préalablement définies pour que le regroupement des crédits ne s'opère pas au détriment de l'une ou de l'autre de ces sociétés.** Il souhaite que le COM soit conclu au plus tôt.

3. Il juge légitime la montée en puissance des crédits de paiement alloués au **groupement d'intérêt public « France Télé Numérique »**. Le passage à la TNT programmé au 30 novembre 2011 s'effectue selon le calendrier fixé.

4. S'agissant de **France Télévisions**, l'ensemble des crédits pour l'année 2011 s'élève à 2 536,36 millions d'euros TTC, soit une diminution de 0,5 % par rapport à la loi de finances initiale pour 2010. Cette dotation est inférieure de 76 millions d'euros au montant prévu dans le cadre du plan d'affaires car elle prend en compte les synergies mises en œuvre dans le cadre de la réforme des chaînes en entreprise unique ainsi que les excédents de recettes publicitaires attendus en 2011.

C'est pourquoi, à l'heure de la nouvelle présidence du groupe qui doit relever le défi de l'achèvement de l'entreprise unique, de la rénovation du réseau régional et du développement du média global, votre rapporteur spécial propose **d'étendre d'une année la période du moratoire** de la suppression totale de la publicité sur les services nationaux et RFO, par rapport au report proposé par l'article 76 du projet de loi de finances. **La date de suppression serait ainsi fixée au 1^{er} janvier 2015 au lieu du 6 janvier 2014.**

5. Votre rapporteur spécial relève que **ARTE France a poursuivi une gestion rigoureuse** tout en respectant ses obligations alors que pendant l'ensemble de la durée du contrat d'objectifs et de moyens (COM) couvrant la période de 2007 à 2011, les coûts de diffusion auront progressé de 46 %. **Le surcoût de diffusion** par rapport au contrat devrait atteindre, en cumulé, 22 millions d'euros sur la période. Pour 2012, il est évalué à près de 6 millions d'euros, ce qui devra être pris en considération lors de l'établissement de la dotation budgétaire l'an prochain.

6. S'agissant des **aides directes à la presse**, elles sont maintenues alors qu'elles ont progressé de près de 81,5 % entre 2009 et 2010. Cette augmentation s'est traduite par le doublement du montant des aides directement versées aux éditeurs, principalement au fonds d'aide aux services de presse en ligne (plus de 20 millions d'euros) et pour l'aide au portage de presse (70 millions d'euros). Il serait souhaitable, quant à cette dernière, de la réformer afin d'en renforcer le caractère incitatif.

Comme le souligne le rapport d'Aldo Cardoso sur « La gouvernance des aides publiques à la presse » du 8 septembre 2010, « *la France est sans doute le pays du monde où la presse est la plus massivement aidée* » dans un cadre complexe et peu piloté. « ***Chacun de ces dispositifs répond à une logique propre et à des objectifs pensés indépendamment de la nécessité d'en garantir la cohérence d'ensemble.*** »

Conformément à ses préconisations passées, votre rapporteur spécial estime donc nécessaire de s'assurer que les crédits dédiés à la presse écrite soient **ciblés, pilotés et affectés prioritairement à l'appui des efforts engagés** par le secteur **pour moderniser ses structures** et ses modes de fonctionnement.

7. Votre rapporteur spécial constate la dégradation des prévisions relatives au chiffre d'affaires de **l'Agence France Presse (AFP)**. Celles-ci ont été respectivement revues à la baisse de 14 % s'agissant des parts de marché et de 6 % pour le chiffre d'affaires.

8. S'il convient de la nécessité de soutenir les différents acteurs des **industries culturelles**, notamment en matière de lutte contre le piratage, il souhaite disposer d'éléments permettant d'évaluer le pilotage des aides accordées en termes d'efficacité et de cohérence d'ensemble.

CHAPITRE I

PRÉSENTATION DES DEUX MISSIONS CONCOURANT À LA POLITIQUE PUBLIQUE DE COMMUNICATION

I. DES CRÉDITS RÉPARTIS ENTRE LE BUDGET GÉNÉRAL DE L'ÉTAT ET LE COMPTE D'AFFECTATION SPÉCIAL « AVANCES À L'AUDIOVISUEL PUBLIC »

Les crédits de la politique publique de communication de l'Etat sont regroupés dans la mission – « Médias, livre et industries culturelles », (1,45 milliard d'euros) et le compte spécial « Avances à l'audiovisuel public » (3,22 milliards d'euros) – soit au total **4,67 milliards d'euros** dans le cadre du projet de loi de finances pour 2011.

A. MISSION « MÉDIAS » : UN PÉRIMÈTRE ÉLARGI AU « LIVRE » ET AUX « INDUSTRIES CULTURELLES »

Au sein du budget général de l'Etat, **la mission « Médias » ne regroupe** qu'une partie des moyens consacrés à la politique de communication à hauteur de **1,45 milliard d'euros**, en autorisations d'engagements (AE) et en crédits de paiement (CP). Bien que **ne comprenant que trois programmes au lieu de quatre, la mission voit son périmètre élargi** :

- en effet, le **programme 180**, regroupant les abonnements de l'Etat à l'Agence France-Presse (AFP) (action n° 1) ainsi que les aides à la presse (action n° 2), s'enrichit cette année d'un volet sur la politique dans le domaine du livre et de la lecture (action n° 3) et d'un autre sur le soutien aux industries culturelles (action n° 4). Il s'intitule désormais « **Presse, livre et industries culturelles** » ;

- **le programme 313**, intitulé dans le cadre du projet de loi de finances pour 2010 « Contribution au financement de l'audiovisuel », est non seulement destiné à financer les pertes de ressources publicitaires de France Télévisions (action n° 1) et le passage à la télévision numérique terrestre (TNT) (action n° 2) mais également les radios locales associatives de l'ancien programme 312 « Soutien à l'expression radiophonique locale » (action n° 3). Il est en conséquence renommé « **contribution à l'audiovisuel et à la diversité radiophonique** » ;

- enfin, le **programme 115 « Action audiovisuelle extérieure »** regroupe les crédits, d'une part, de la holding Audiovisuel extérieur de la France (AEF), ainsi que ceux de ses filiales France 24, Radio France Internationale (RFI) et de son partenaire TV5 Monde, et d'autre part, la dotation destinée au soutien de la radio franco-marocaine Médi 1. **Ce programme complète** la politique de l'audiovisuel extérieur de la France

dans le cadre du programme 844 du compte spécial « Avances à l'audiovisuel public ».

B. COMPTE DE CONCOURS FINANCIERS « AVANCES À L'AUDIOVISUEL PUBLIC » : UN CHAMP CONSTANT CONFORME À LA NATURE PUBLIQUE DES ORGANISMES QU'IL FINANCE

Hors budget général de l'Etat, les ressources publiques destinées aux organismes de l'audiovisuel public financées par la contribution à l'audiovisuel public (CAP)¹, anciennement dénommée « redevance audiovisuelle », s'élèvent à **3,22 milliards d'euros**.

Elles sont affectées aux organismes de l'audiovisuel public par le biais du compte d'avances qui constitue la **mission « Avances à l'audiovisuel public »**.

Après avoir accueilli, dans le cadre du projet de loi de finances pour 2009, le programme relatif au passage à la télévision numérique² qui a été réintégré dans le budget général en 2010, le compte spécial ne comprend que cinq programmes conformément à la nature publique des organismes qu'il tend à financer. Il s'agit de :

- « France Télévisions » (programme 841) ;
- « ARTE France » (programme 842) ;
- « Radio France » (programme 843) ;
- « Contribution au financement de l'action audiovisuelle extérieure » (programme 844), en complément de la dotation du budget général retracé dans le programme 115 et
- « Institut National de l'Audiovisuel » (INA) (programme 845).

¹ Cf. article 29 de la loi n° 2009-258 du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public.

² Programme 846 « Passage à la télévision tout numérique ».

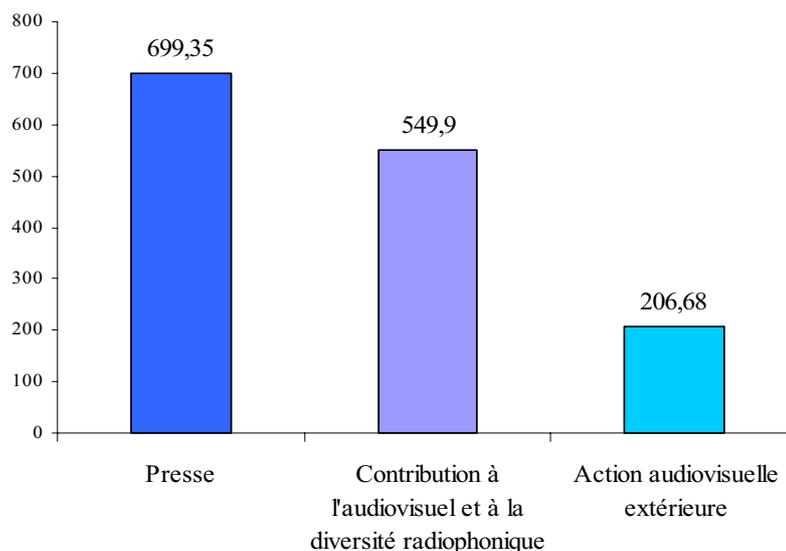
II. UNE AUGMENTATION DES CRÉDITS DESTINÉS À LA POURSUITE DES RÉFORMES

A périmètre constant, les crédits de la mission « Médias » sont en hausse de 3 %. Cette progression se justifie par la nécessité de poursuivre les réformes mises en œuvre dans le cadre notamment des Etats généraux de la presse, du déploiement de la TNT, de la transformation de France Télévisions en entreprise unique et du développement de l'audiovisuel extérieur de la France.

En revanche, les crédits de la mission n'augmentent que de 1,95 % dans leur ensemble, si l'on tient compte de la nouvelle maquette intégrant le livre et les industries culturelles. En effet, la dotation de ces deux actions diminue en 2011 de 2,22 %.

Répartition des crédits de la mission « Médias, livre et industries culturelles » dans le projet de loi de finances pour 2011

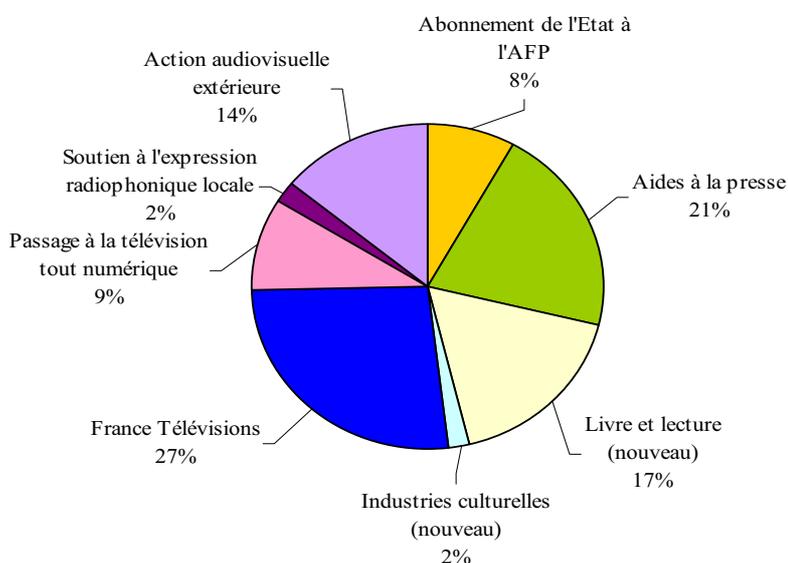
(en millions d'euros)



Source : Projet annuel de performance, annexé au projet de loi de finances pour 2011

La dotation budgétaire ainsi que les aides directes à la presse consomment près de la moitié des crédits affectés à la mission, ainsi que l'illustre le graphique ci-après.

Répartition des crédits entre les différentes actions du compte de concours financier



Source : d'après les données du projet annuel de performance, annexé au projet de loi de finances pour 2011

A. LE MAINTIEN DU SOUTIEN AU SECTEUR AUDIOVISUEL

En dépit d'une contrainte forte pesant sur le budget de l'Etat, **les crédits consacrés à l'ensemble de l'audiovisuel progressent de 3,4 %** en s'établissant au total à 3,97 milliards d'euros (Mission « Médias, livre et industries culturelles » et Compte d'affectation spéciale « Avances à l'audiovisuel public »), en raison notamment du dynamisme du rendement de la contribution audiovisuelle publique.

1. Le premier budget de l'« entreprise unique » France Télévisions

Votre rapporteur spécial relève que les ressources du groupe France Télévisions ont bénéficié d'un financement plus solide que jamais grâce notamment au dynamisme du rendement de la contribution à l'audiovisuel public et à celui de sa régie de publicité.

L'excédent de recettes publicitaires, de 144,9 millions d'euros, constaté en 2009 et en partie conservé par le groupe¹ a permis un retour à l'équilibre en anticipation du plan d'affaires, avec un résultat net avant impôt de 23,6 millions d'euros en 2009, au lieu d'un déficit prévu de 135,3 millions d'euros. Quant à 2010, le déficit budgété avant impôt, de 44,3 millions

¹ La dotation publique n'a été réduite que de 35 millions d'euros.

d'euros, devrait être en grande partie résorbé. En 2011, le résultat net avant impôt pourrait s'établir à 7,4 millions d'euros.

Si le contrôle budgétaire mené par votre rapporteur spécial, conjointement avec notre collègue Catherine Morin-Desailly¹, a permis de constater le succès du virage éditorial entrepris dès 2005, il a, en revanche, mis l'accent sur une insuffisance d'ambition quant au développement du média global et de la réorganisation de l'antenne France 3 dans le sens d'une plus grande identité. Ces deux objectifs demeurent certainement les chantiers les plus importants et les plus complexes que le groupe aura à mener en 2011.

S'agissant du développement de France Télévisions sur de nouveaux supports technologiques, votre rapporteur spécial a pu apprécier, le 6 octobre 2010, lors de l'audition devant la commission des finances de Rémy Pflimlin, président-directeur général de France Télévisions depuis le 22 août 2010, la volonté de la direction de mettre en œuvre une stratégie visible et ambitieuse, en termes de multimédias. En revanche, il émet des réserves quant au « virage éditorial » de France 3.

2. Un renforcement des crédits de l'audiovisuel extérieur à hauteur de 5,16 %

L'Action audiovisuelle extérieure de la France est financée d'une part, **par le budget général**², dans le cadre du programme 115 « Action audiovisuelle extérieure » à hauteur de 206,6 millions d'euros en 2011 en CP et en AE, soit une hausse de 4,35 %, et, d'autre part, **par le compte de concours financiers**³, au titre du programme 844 « Contribution au financement de l'action audiovisuelle extérieure » pour un montant de 125,1 millions d'euros en CP et en AE, en progression de 6,53 %.

Au total, la dotation globale allouée à l'audiovisuel extérieur s'établit à 331,7 millions d'euros en CP et en AE pour 2011, soit une progression de **5,16 % par rapport aux crédits ouverts en loi de finances initiale pour 2010**.

Votre rapporteur spécial tient à rappeler son souhait formulé lors de l'examen du projet de loi de finances pour 2008 de voir regroupés en un seul programme les crédits de l'audiovisuel extérieur, répartis entre les deux programmes 115 « Audiovisuel extérieur » et 116 « Chaîne française d'information spéciale ». Il entendait permettre ainsi la mise en œuvre de synergies. Or, s'il constate que certains postes de dépenses ont été mutualisés ; l'effort doit être poursuivi.

¹ *Rapport d'information n° 597 (2009-2010) du 30 juin 2010 fait au nom de la commission des finances et de la commission de la culture, de l'éducation et de la communication, intitulé « Les comptes de France Télévisions, quelle ambition pour la télévision publique ? ».*

² *Mission « Médias, livre et industries culturelles ».*

³ *« Avances à l'audiovisuel public ».*

Il souhaite **que de réelles synergies se mettent en place entre les différents acteurs de l'audiovisuel extérieur français**, dans la continuité des observations qu'il avait formulées à l'issue de sa mission de contrôle budgétaire sur France 24. Comme il l'a indiqué devant votre commission des finances, le 16 juillet 2008, lors de la présentation des conclusions de cette mission¹, il insiste sur la nécessaire rationalisation de l'audiovisuel extérieur tout en respectant l'identité de chacun de ses acteurs.

Récapitulatif de l'évolution des ressources publiques allouées à l'audiovisuel

en millions d'euros TTC

	PLF 2011	Evolution LFI 2010/PLF 2011
INA	91,9	5,4 %
ARTE France	251,8	4,1 %
Radio France	606,6	3,9 %
Dont compte de concours financiers (CCF)	606,6	3,9 %
Dont budget général	0,0	0,0
France Télévisions	2 536,4	-0,5 %
Dont compte de concours financiers (CCF)	2 146,5	2,6 %
Dont budget général	389,9	- 14,8 %
Audiovisuel extérieur de la France	330,3	5,3 %
Dont compte de concours financiers (CCF)	125,2	6,5 %
Dont budget général	205,1	4,6 %
Compagnie internationale de radio et télévision (CIRT) ² (Budget général)	1,6	2,5 %
Passage à la télévision tout numérique (Budget général)	131,0	227,0 %
Fonds de soutien à l'expression radiophonique locale (Budget général)	29,0	0,0 %
Total compte de concours financiers pour l'ensemble de l'audiovisuel	3 222,0	3,2 %
Total budget général pour l'ensemble de l'audiovisuel	756,6	4,4 %
Total audiovisuel	3 978,6	3,4 %

Source : Ministère de la culture et de la communication

¹ Voir le compte-rendu de la communication de votre rapporteur spécial, publié au bulletin des commissions du Sénat (semaine du 15 juillet 2008), disponible à l'adresse suivante : <http://www.senat.fr/bulletin/20080715/finc.html#toc5>.

² La mission « Médias » réunit les crédits attribués à la société Audiovisuel Extérieur de la France (AEF) ainsi que la participation de la France à la rédaction francophone de la radio franco-marocaine Médi 1 via la compagnie internationale de radio et télévision (CIRT). Cette radio est détenue à 49 % par la France par l'intermédiaire de la CIRT.

B. UN SECTEUR DE LA PRESSE, DU LIVRE ET DES INDUSTRIES CULTURELLES À LA RECHERCHE D'UN MODÈLE ÉCONOMIQUE

1. La reconduite du « soutien massif » à la presse

L'Etat consacre, en 2011, 305,1 millions d'euros d'aides à la presse, soit une augmentation de 0,7 %. **Votre rapporteur spécial tient cependant à rappeler que le présent projet de loi reconduit le soutien « massif »** qui a été voté l'an dernier, et avait conduit à une augmentation de l'ensemble des aides à la presse de 81,5 % en 2010 par rapport à 2009.

L'année 2011 doit permettre la poursuite de la mise en œuvre du programme de modernisation engagé par l'Etat en 2009, à l'issue des Etats généraux de la presse. Un plan massif d'aides au développement du portage ainsi qu'un soutien particulier aux nouveaux services de presse en ligne a alors été décidé et mis en œuvre.

Tout en se félicitant de la prise en compte de la crise que traverse le secteur de la presse, **votre rapporteur spécial a, l'an passé, souhaité que ce soutien soit accompagné, d'une part, de mesures de restructuration et de modernisation du secteur et d'autre part d'un ciblage des aides.** Il constate que le **rapport** d'Aldo Cardoso, remis le 8 septembre 2010 au ministre du budget, des comptes publics et de la réforme de l'État, et intitulé « *La gouvernance des aides publiques à la presse* », parvient aux mêmes conclusions.

Ce rapport dénonce l'absence de pilotage des aides ainsi qu'un soutien parfois indu au fonctionnement des titres, au détriment des investissements. En effet, il fait le constat d'une aide massive en faveur d'une **multiplicité de bénéficiaires** dans le cadre d'un **dispositif fragmenté** qui **manque de cohérence.**

Les propositions du rapport sont articulées autour de quatre axes :

1. Un changement de posture de l'Etat ainsi qu'une clarification des objectifs de son intervention.
2. L'intensification des actions en faveur du lectorat.
3. Le renforcement de la régulation d'ensemble des marchés de la diffusion et de la distribution.
4. La refondation des structures de pilotage de l'ensemble des aides.

Votre rapporteur spécial approuve les observations et préconisations du rapport « Cardoso » et appelle de ses vœux une refonte des aides et de leur gouvernance afin de permettre à la presse de se moderniser dans un cadre concurrentiel toujours plus âpre.

2. Un nouveau volet de la politique de communication : « Le livre et les industries culturelles »

La nouvelle maquette du projet de loi de finances pour 2011 accueille deux nouvelles actions au sein du programme 180 : « le livre et la culture » et « les industries culturelles ».

Sont transférés du programme 175 « **Patrimoines** » de la mission « Culture » au programme 180, les crédits des actions « **Patrimoine écrit** » et « **Patrimoine cinématographique** ».

Les crédits de l'action « **Livre et lecture** » et la majeure partie de ceux de l'action « **Industries culturelles** » du **programme 131 « Création** » de la mission « Culture » viennent également compléter le programme 180.

Cette nouvelle maquette doit permettre de rassembler les moyens consacrés à la **politique du livre** par l'ancienne direction du livre et de la lecture, alors qu'ils étaient l'an dernier disséminés dans le cadre de la mission « Culture ».

S'agissant du volet relatif à la lecture publique, il convient de souligner que cette dernière relève d'abord de la compétence des collectivités territoriales. Le rattachement à la mission peut se justifier par l'appui du ministère en matière de développement de l'offre de lecture et de diversification des supports. Le volet consacré à la lecture s'articule autour de trois axes :

- adapter les structures aux nouveaux usages de lecture,
- soutenir les projets innovants et,
- mettre à disposition des outils d'évaluation.

Quelques crédits du **programme 124 « Transmission des savoirs** » relatifs au soutien des établissements d'enseignements supérieur, de l'éducation artistique et des actions en faveur des publics, sont également transférés vers le programme 180.

Notre rapporteur spécial note le changement de présentation apporté au programme 180 par l'Assemblée nationale. Celle-ci, sur l'initiative de notre collègue député Patrice Martin-Lalande, rapporteur spécial, a adopté un amendement visant à scinder le programme 180 « Presse, Livre et industries culturelles » en trois programmes distincts. Il s'interroge cependant sur les conséquences d'une telle modification sur la mise en œuvre du système d'information financière de l'Etat CHORUS, dont l'architecture prend en compte un seul programme « Presse, Livre et industries culturelles » au lieu de trois.

CHAPITRE II

PROGRAMME 180 « PRESSE, LIVRE ET INDUSTRIES CULTURELLES »

DE LA MISSION « MÉDIAS, LIVRE ET INDUSTRIES CULTURELLES »

I. UN PROGRAMME « PRESSE » ÉLARGI AU « LIVRE » ET AUX « INDUSTRIES CULTURELLES »

A. UN PROGRAMME VASTE

1. La poursuite du soutien à la presse dans le cadre de la mise en œuvre des États généraux

Les crédits de la mission en faveur de la presse (aides directes et abonnements à l'AFP) s'élèvent en 2011 à 420,5 millions d'euros en CP et 422 millions d'euros en AE. Ils **progressent ainsi de 1,4 % en AE et de 0,7 % en CP**. Ces moyens sont destinés à financer les mesures mises en place à l'issue des États généraux de la presse écrite (EGPE) ainsi qu'à garantir l'ensemble des engagements contractuels avec le secteur.

Bilan des aides à la presse décidées à la suite des États généraux

Les États généraux de la presse écrite, qui se sont tenus à l'automne 2008, ont permis à cent cinquante professionnels du secteur de la presse de débattre des mesures à mettre en œuvre.

Le livre Vert issu de ces débats rassemble plus de quatre-vingt dix recommandations. Lors de son discours du 23 janvier 2009, le Président de la République a proposé la mise en œuvre d'un plan triennal.

Les mesures issues des États généraux regroupent :

I. - Les réponses d'urgence visant à soutenir la presse écrite dans la période de crise :

A. Le report des accords Presse-Poste

Le **moratoire d'un an** a été confirmé le 19 février 2009 et a été appliqué jusqu'au 31 décembre 2009. Les augmentations tarifaires postales prévues en 2009 ont été reportées sur la période 2010-2015. Le manque à gagner pour la Poste résultant de la mise en œuvre du moratoire est intégralement compensé par l'État. A ce titre, 25,4 millions d'euros supplémentaires ont été votés en loi n° 2009-431 du 20 avril 2009 de finances rectificative pour 2009 et 28 millions d'euros ont été prévus par la loi de finance initiale 2010.

B. L'orientation des investissements publicitaires institutionnels de l'État en faveur de la presse.

Le Président de la République a souhaité que l'État et l'ensemble des organismes publics réorientent dès 2009 leurs dépenses de communication institutionnelle vers la presse écrite en les doublant. L'objectif a été atteint à la mi-2009.

C. Le soutien exceptionnel aux diffuseurs spécialistes et indépendants avec une aide directe correspondant à un allègement de 30 % de leurs cotisations sociales

Une aide exceptionnelle aux diffuseurs de presse spécialistes et indépendants, dans l'attente d'une meilleure répartition de la valeur dans la chaîne de distribution, a été créée par le décret n° 2009-856 du 8 juillet 2009. Elle consiste en un versement unique de 4 000 euros, montant qui correspond, en moyenne, à une exonération de 30 % des cotisations sociales personnelles des diffuseurs de presse.

Pour financer cette mesure, une ouverture de crédits de 27,6 millions d'euros a été prévue en loi de finances rectificative pour 2009. Elle a été complétée par une dotation complémentaire de 25 millions d'euros en AE, par le décret d'avance du 9 novembre 2009, ainsi que par une ouverture supplémentaire de 4,6 millions d'euros en CP par la loi n° 2009-1674 du 30 décembre 2009 de finances rectificative pour 2009.

D. Le doublement des crédits inscrits au Fonds d'aide aux Quotidiens à Faibles Ressources Publicitaires (QFRP)

L'aide dotée initialement de 7 millions d'euros a été abondée de 5,9 millions d'euros par décision ministérielle en février 2009, pour tenir compte de la situation très fragilisée des publications bénéficiaires, portant le montant total de crédits pour le fonds d'aide aux quotidiens nationaux d'information politique et générale à faibles ressources publicitaires à 13 millions d'euros.

E. S'agissant du soutien massif au portage de la presse, le fonds d'aide au portage, doté en 2008 de 8 millions d'euros, a bénéficié, à compter de 2009, conformément aux conclusions des Etats généraux de la presse écrite, d'une dotation de 70 millions d'euros. Le fonds a été abondé de 61,8 millions d'euros supplémentaires par la loi de finances rectificative du 20 avril 2009, le portant à 70 millions d'euros. Ce même montant a été inscrit en loi de finances initiale 2010.

II. - Le soutien à la presse en faveur de la modernisation des régimes juridiques

A. La définition d'un nouveau régime juridique pour les services de presse en ligne.

La loi n° 2009-669 du 12 juin 2009 favorisant la diffusion et la protection de la création sur Internet, qui complète l'article 1^{er} de la loi n° 86-897 du 1^{er} août 1986 portant réforme du régime juridique de la presse, institue un statut d'éditeur de presse en ligne.

Les principaux éléments de définition de la presse en ligne retenus par les Etats généraux sont repris : une maîtrise éditoriale par la personne éditrice ; la production et la mise à disposition du public d'un contenu original, renouvelé régulièrement ; le traitement journalistique des informations et leur lien avec l'actualité, l'exclusion des sites promotionnels ou commerciaux.

Le décret n° 2009-1340 du 29 octobre 2009 pris pour application de l'article 1^{er} de la loi de 1986 précitée précise les conditions à remplir pour être reconnu en tant que service de presse en ligne.

Il a été mis en place un fonds d'aide au développement des services de presse (SPEL) en ligne créé par le décret n° 2009-1379 du 11 novembre 2009. Il remplace le fonds d'aide au développement des services en ligne des entreprises de presse. Il a été doté de 20,2 millions d'euros en 2009. Pour 2010, un budget de 19,5 millions d'euros en AE et 20,2 millions d'euros en CP a été prévu par la loi de finances initiale. La première commission de suivi du fonds SPEL s'est réunie à la mi-novembre 2009.

Cette définition des services de presse en ligne a été accompagnée de dispositifs fiscaux.

L'article 27 de la loi n° 2009-669 du 12 juin 2009 modifie l'article 1438 du Code général des impôts (CGI) pour exonérer de contribution économique territoriale les services de presse en ligne reconnus.

L'article 28 a modifié l'article 39 *bis* A du CGI pour étendre le bénéfice de la provision pour investissement aux entreprises exploitant un service de presse en ligne reconnu et consacré pour une large part à l'information politique et générale, pour les acquisitions strictement nécessaires à l'exploitation desdits services.

B. La question des droits d'auteurs des journalistes (portabilité sur les différents supports)

Il a été décidé d'introduire de nouvelles dispositions, tant dans le code de la propriété intellectuelle que dans le code du travail, afin de mieux encadrer juridiquement les droits d'auteur des journalistes pour l'exploitation de leurs œuvres.

L'article 20 de la loi du 12 juin 2009 relative à la protection de la création sur Internet prévoit ainsi une première exploitation sur tous supports des œuvres des journalistes, durant une période qui sera déterminée par accord collectif. Cette exploitation est rémunérée par le versement du seul salaire. A l'issue de cette période, toute nouvelle exploitation fait l'objet soit d'une majoration salariale, soit du versement de droits d'auteur aux journalistes.

C. Outre la rénovation du cadre juridique, les aides visent à la dynamisation et modernisation du secteur

A cet effet, une **réforme du Conseil supérieur des messageries de presse (CSMP)** est actuellement envisagée. Elle vise à remplacer l'actuel Conseil supérieur des messageries de presse, sans statut juridique clairement défini et sans réel pouvoir de décision, par une instance professionnelle dotée de la personnalité morale dont les missions générales sont redéfinies et les compétences renforcées.

La réforme instaurerait une procédure de conciliation obligatoire des litiges devant le Conseil supérieur, préalablement à une action contentieuse. Elle créerait une deuxième instance dénommée « Autorité de régulation de la distribution de la presse », indépendante de l'instance professionnelle, et dont le pouvoir couvrirait aussi bien le règlement des différends que la validation des normes de portée générale édictées par le Conseil supérieur.

S'agissant de l'aide à la modernisation des diffuseurs de presse, instituée par l'article 134 de la loi de finances rectificative pour 2004, destinée à soutenir les projets d'informatisation et de modernisation du mobilier des points de vente de la presse, elle a été renforcée. Des moyens complémentaires ont été adoptés en loi de finances rectificative du 30 décembre 2009, portant cette aide à 13,03 millions d'euros. 11,8 millions d'euros ont été inscrits en loi de finances initiale pour 2010.

Source : Ministère de la culture et de la communication

a) Le maintien des aides à la diffusion

S'agissant de 2011, votre rapporteur spécial relève que l'Etat poursuit son **soutien à la diffusion de la presse. Les crédits qui y sont consacrés s'élèvent à 199,8 millions d'euros en 2011. S'ils sont en recul de 1%, il convient de souligner que la dotation a progressé en 2010 par rapport à 2009 de 100,5 %.**

En effet, un plan très ambitieux d'aide au développement du portage a été mis en place à partir de 2009 pour une durée de trois ans, afin de favoriser la diffusion de la presse d'information politique et générale par voie d'abonnement plutôt que par la vente au numéro. Des crédits à hauteur de **67,9 millions d'euros** seront consacrés en 2011 à cette aide¹.

Votre rapporteur spécial a examiné avec attention les préconisations du rapport Cardoso sur la réforme de l'aide au portage. En effet, ce dernier a mis en lumière, à la suite des observations de l'inspection générale des finances², un effet d'aubaine et de captation de cette aide par un certain nombre de titres de la presse quotidienne régionale (PQR). Il a également constaté **« les faiblesses de son calibrage et le caractère relativement peu incitatif de celui-ci »**.

C'est pourquoi le rapport préconise de *« lisser la décroissance de l'intervention de l'Etat dans le temps et de réformer sans attendre le dispositif en tenant compte des priorités suivantes :*

- *diminuer progressivement l'aide au flux ;*
- *prolonger l'aide au stock jusqu'au terme des accords Schwartz ;*
- *moduler l'aide en vue de favoriser le portage multtitres afin d'inciter la PQR à proposer une offre raisonnable à la presse quotidienne nationale.*

S'agissant de l'aide au transport postal de la presse, elle permettra d'honorer les engagements pris dans le cadre de l'accord du 23 juillet 2008 entre l'État, la presse et La Poste, qui prévoient pour 2011 une contribution de 242 millions d'euros. Votre rapporteur spécial rappelle que cette aide est répartie entre le programme « Presse » et le programme « Développement des entreprises et de l'emploi » de la mission « Économie ». Il déplore par ailleurs ce démembrement de la dotation. Le montant des crédits inscrits au programme « Presse » en 2011 s'élève à **109,4 millions d'euros**³.

¹ En complément de cette aide, le soutien massif au développement du portage s'est traduit dès 2009 par l'adoption d'un dispositif d'exonération des charges patronales pour les vendeurs-colporteurs et porteurs de presse. Une enveloppe de 14 millions d'euros y sera consacrée en 2011.

² Analyse de l'efficacité des aides à la presse, décembre 2009.

³ Soit 83 millions d'euros auxquels s'ajoute la compensation du manque à gagner pour La Poste du report d'un an de la mise en œuvre des accords État-Presse-La Poste pour un montant de 26,4 millions d'euros en 2011 sur le programme 180.

b) Une stabilité des aides au pluralisme

Votre rapporteur spécial relève que l'engagement traditionnel de l'État en faveur du pluralisme est maintenu. Les dotations destinées à l'aide aux quotidiens nationaux d'information politique et générale à faibles ressources publicitaires, à l'aide aux quotidiens régionaux départementaux et locaux d'information politique et générale à faibles ressources de petites annonces et à l'aide à la presse hebdomadaire régionale, sont consolidées, pour un total de **près de 12 millions d'euros**.

c) Une hausse de 5 % des aides à la modernisation

L'État maintient son effort pour accompagner les mutations du secteur de la presse en faveur des initiatives structurantes ou innovantes à hauteur de **94,28 millions d'euros**, soit une hausse de 5 % par rapport à 2010.

L'aide au **développement des services de presse en ligne**, renouvelée à l'issue des Etats généraux de la presse, s'élèvera à **18 millions d'euros**. Les crédits du **fonds d'aide à la modernisation de la presse quotidienne et assimilée d'information politique et générale** seront mobilisés à hauteur de **20 millions d'euros**.

Votre rapporteur spécial constate que près de cinq millions de crédits supplémentaires sont consacrés à l'accompagnement de la **modernisation sociale de la fabrication de la presse quotidienne**, qu'elle soit nationale, régionale ou départementale pour un montant total de **27,6 millions d'euros**.

Le tableau ci-après présente l'évolution de l'ensemble des crédits dédiés à la presse dans le programme 180 depuis 2007.

Evolution de la répartition et évolution des aides directes à la presse

(en euros)

Dispositifs	LFI 2007	LFI 2008	LFI 2009	LF 2009	LFI 2010	PLF 2011
Sous-action 1 : aides à la diffusion						
Aide au transport postal de la presse d'information politique et générale	76 000 000	83 000 000	83 000 000	25 400 000	111 000 000	109 489 818
Réduction du tarif SNCF pour le transport de presse	7 300 000	5 800 000	5 500 000		5 800 000	5 500 000
Aide à l'impression décentralisée des quotidiens	200 000	0				
Aide à la distribution et à la promotion de la presse française à l'étranger	2 800 000	1 950 000	1 950 000		1 950 000	1 950 000
Aide à la presse hebdomadaire régionale	1 420 000	1 420 000	1 400 000			
Aide au portage de la presse	8 250 000	8 250 000	8 250 000	61 750 000	70 000 000	67 900 000
Exonération des charges patronales pour les porteurs					12 000 000	14 000 000
Sous-Total	95 970 000	100 420 000	100 100 000		200 750 000	198 839 818
Augmentation des crédits en 2011 par rapport à LFI de 2010					+ 100,5 %	- 1 %
Sous-action 2 : aides au pluralisme						
Aide aux quotidiens nationaux d'information politique et générale à faibles ressources publicitaires	7 155 000	7 155 000	7 055 000		9 155 000	9 155 000
Aides aux quotidiens régionaux, départementaux et locaux d'information politique et générale à faibles ressources de petites annonces	1 400 000	1 400 000	1 300 000		1 400 000	1 400 000
Aide à la presse hebdomadaire régionale			1 320 000		1 420 000	1 420 000
Sous-Total	8 555 000	8 555 000	9 675 000		11 975 000	11 975 000
Augmentation des crédits en 2011 par rapport à la LFI de 2010					+ 24 %	+ 0 %
Sous-action 3 : encourager la modernisation						
Aide à la modernisation sociale de la presse quotidienne d'information politique et générale	20 774 805	26 673 421	24 703 989		22 699 107	27 616 357
Aide à la modernisation et à la distribution de la presse quotidienne nationale	8 000 000	12 000 000	11 000 000		12 000 000	18 000 000
Aide à la modernisation de la diffusion	2 000 000	2 000 000	1 730 014	11 300 000	11 800 000	10 670 000
Aide au développement des services en ligne des entreprises de presse	500 000	500 000	500 000	19 700 000	20 200 000	18 000 000
Aide à la modernisation de la presse quotidienne et assimilée d'information politique et générale	27 000 000	20 000 000	20 000 000	5 000 000	25 000 000	20 000 000
Aide exceptionnelle aux diffuseurs				27 600 000		
Sous-total	58 274 805	61 173 421	57 934 003	63 600 000	91 699 107	94 286 357
Augmentation des crédits en 2011 par rapport à la LFI de 2010					+ 60,87 %	+ 5 %
Total action	162 799 805	170 148 421	166 309 003	150 750 000	304 424 107	305 101 175
Augmentation des crédits en 2011 par rapport à la LFI de 2010					+ 81,5 %	+ 0,2 %

Source : Ministère de la culture et de la communication

2. Agence France-Presse : un potentiel de croissance non encore atteint

La dotation prévue pour les abonnements de l'État à l'Agence France-Presse s'élève à 115,4 millions d'euros en CP et en AE, soit une augmentation de 1,8 % par rapport à 2010.

Votre rapporteur spécial rappelle que le soutien apporté par l'Etat à l'AFP vise à accompagner son redressement et sa modernisation selon des modalités définies dans le contrat d'objectifs et de moyens, conclu le 18 décembre 2008 entre l'État et l'AFP pour la période 2009-2013.

Il souligne que la **prévision du chiffre d'affaires pour 2010 ait été revue à la baisse**, de 289 millions d'euros à 271,3 millions d'euros, alors que le chiffre réalisé en 2009 s'élève à 272,2 millions d'euros. En conséquence, le résultat net devrait s'établir selon la prévision actualisée à un million d'euros au lieu de 8,9 millions d'euros en 2009. Il souhaite disposer d'éléments justifiant cette révision à la baisse.

3. Livre et culture : un développement de la lecture pluridirectionnel

Les crédits « livre et lecture », d'un montant de **252,8 millions d'euros en CP et 247,8 millions d'euros en AE** en 2011, soit une baisse de 0,87 %, sont désormais regroupés sur l'action 3 du programme 180 selon quatre axes :

- Bibliothèque nationale de France (sous-action 1) : 206,2 millions d'euros en AE et CP ;
- Quadrilatère Richelieu (sous-action 2) : 5 millions d'euros en CP ;
- Développement de la lecture et des collections (sous-action 3) : 19,2 millions d'euros en AE et CP ;
- Edition, librairie et professions du livre (sous-actions 4) : 22,3 millions d'euros.

Votre rapporteur spécial observe que **la politique de l'Etat en matière de livre et de lecture concerne une diversité d'acteurs** intervenant tant dans la création artistique et éditoriale que dans la diffusion des pratiques de lecture et du savoir. Il apparaît que leurs intérêts ne sont pas toujours convergents.

S'agissant **du patrimoine écrit**, l'objectif du programme vise à moderniser les conditions de conservation et de valorisation des collections dont l'Etat a la charge. Une partie de ce patrimoine est conservé dans plus de 500 bibliothèques (plus de 30 millions de documents) relevant des

collectivités territoriales. Un plan d'action pour le patrimoine écrit a été ainsi conçu en 2004.

La plus grande partie de ce patrimoine (35 millions de documents) est conservée à la Bibliothèque nationale de France. Son **budget** doit être recentré sur ses missions stratégiques et notamment la **mise en place d'une bibliothèque numérique de référence**.

Quant à la rationalisation de son patrimoine immobilier, **la rénovation du quadrilatère Richelieu**, site historique constitue le second volet de la modernisation de la Bibliothèque. Il s'inscrit comme une des priorités des grands projets immobiliers du ministère de la Culture et de la Communication.

En matière de lecture publique, le ministère soutient tant l'action des collectivités territoriales à travers les bibliothèques municipales et départementales que l'action des organismes associatifs.

A cela s'ajoute une **démarche plus économique du ministère en faveur du secteur du livre**, visant à **améliorer la situation de l'édition** et de la distribution indépendantes. Elle porte sur des interventions directes de soutien aux structures. Elle est par exemple orientée vers le maintien d'un réseau de librairies indépendantes. Ces aides sont assurées notamment par le centre national du livre (CNL), par les éditions régionales des affaires culturelles (DRAC), par l'association pour le développement de la librairie de création (ADELC), le fonds d'intervention pour les services, le commerce et l'artisanat (FISAC) et l'institut pour le financement du cinéma et des industries culturelles (IFCIC).

Les mesures en faveur des différents acteurs de la chaîne du livre portent également sur des études intéressant le secteur. Elles tendent à renforcer sa modernisation notamment par une aide à la numérisation des catalogues. Enfin, en ce qui concerne le droit d'auteur, une dotation de 11 millions d'euros doit permettre de verser aux auteurs des droits au titre de « prêt en bibliothèque » de leurs œuvres.

4. Industries culturelles : l'an I de la lutte contre le piratage

Les crédits consacrés à l'action « industries culturelles » s'élèvent à 26 millions d'euros en CP et en AE en 2011 dans le projet de loi de finances avant modification de l'Assemblée nationale, soit une réduction de 14 % par rapport à 2010.

Les principales industries culturelles (livre, presse, musique, cinéma et audiovisuel) sont l'objet, au sein du programme 180, d'un ensemble de politiques transversales en faveur du renouvellement de la création. Cette nouvelle action regroupe trois sous-actions :

- « Soutien dans le domaine de la musique enregistrée » : 0,68 million d'euros en AE et CP ;

- « Soutien dans le domaine du cinéma et protection du patrimoine cinématographique » : 13,3 millions d'euros en AE et CP ;

- « Haute autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur Internet » : 12 millions d'euros en AE et CP.

Votre rapporteur spécial convient que **l'ensemble de ces industries nécessite un soutien particulier des pouvoirs publics**. En effet, elles sont confrontées au double défi de la numérisation et de la lutte contre le piratage. Si la première représente une opportunité en termes de diffusion, elle peut conduire à la seconde qui déprécie les contenus culturels, en particulier sur Internet. A titre d'illustration, dans le domaine de la musique enregistrée, ce secteur a perdu 60 % de sa valeur entre 2003 et 2010.

La lutte contre le piratage des œuvres culturelles en ligne a été confiée à la Haute autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur Internet (HADOPI) créée par la loi n° 2009-669 du 12 juin 2009 favorisant la diffusion et la protection sur Internet. Cette haute autorité a commencé sa mission, particulièrement difficile, au second semestre 2010. L'année 2011 constitue donc la première année pleine d'exercice.

Son budget, d'un montant de 12 millions d'euros, vise à permettre de financer le dispositif de réponse graduée d'avertissement aux internautes, de mise en place de labellisation des offres légales et de moyen de sécurisation ainsi que l'observation des usages illicites.

De surcroît, l'Assemblée nationale a adopté un amendement du Gouvernement visant à abonder les crédits du programme 180 de 25 millions d'euros afin de mettre en œuvre le nouveau dispositif dit de la « carte musique »¹.

Celle-ci constitue la première des vingt-deux propositions du rapport « Création et Internet » qui a été remis au ministre de la culture et de la communication, le 6 janvier 2010, par Patrick Zelnik, Guillaume Cerutti et Jacques Toubon. Elle vise à lutter contre le téléchargement illégal, en augmentant le pouvoir d'achat des jeunes internautes. Une fois inscrit sur un site dédié², le bénéficiaire choisit le montant qu'il veut investir dans son premier « ticket » (5 euros, 10 euros ou 25 euros). Chaque mise est automatiquement doublée par la subvention. La somme des tickets ne peut dépasser 25 euros. La carte musique s'adresse à un nombre de bénéficiaires potentiels maximum de un million par an parmi la population des 12-25 ans.

Le montant unitaire d'aide de 25 euros maximum par jeune, a été établi compte tenu du pouvoir d'achat de la tranche d'âge visée et de l'effet d'incitation escompté. En effet, les deux tiers des internautes qui téléchargent illégalement se disent prêts à utiliser les services légaux s'ils étaient moins chers. Le prix envisageable est souvent situé autour de 5 à 7 euros par mois

¹ En contrepartie, les crédits du programme « Contribution à l'audiovisuel et à la diversité radiophonique » ont été minorés du même montant.

² www.carte-musique.gouv.fr.

pour une formule d'abonnement mensuel avec possibilité de téléchargement d'un nombre illimité de titres.

En conséquence, le nouveau dispositif vise à favoriser le développement d'habitudes de consommation légale de musique en ligne par une action positive, en complément de la démarche pédagogique et dissuasive mise en œuvre par l'HADOPI.

Il tend également à dynamiser le marché de la musique en ligne. L'imaturité de ce marché freine le développement de modèles économiques viables, faute d'un nombre suffisant de consommateurs. Votre rapporteur spécial rappelle que le marché de la musique en ligne représentait en 2009 74 millions d'euros.

En outre, il convient de souligner que le dispositif prévoit un plafond fixé par décret à 5 millions d'euros. En conséquence, aucune plateforme ne pourra percevoir plus de 20 % du montant total de l'aide.

Enfin, des mesures de soutien spécifique sont prévues en faveur du secteur de la musique et du cinéma. Il s'agit notamment du fonds pour la création musicale, en faveur de la création et de la formation des artistes, et du soutien aux cinémathèques dans les régions dans le domaine du cinéma.

II. UN CADRE DE MESURE DE LA PERFORMANCE ENCORE PERFECTIBLE

Si votre rapporteur spécial approuve l'objectif de créer ou de conforter, sur le long terme, les conditions du développement de la presse écrite et de son indépendance économique, il demeure perplexe quant à la diversité des bénéficiaires que cette action cherche à atteindre.

Ainsi que le constate le rapport Cardoso, « *la nature de l'aide à la modernisation de la distribution de la presse quotidienne d'information politique et générale n'est pas apparue clairement à la mission. Si la subvention doit être comprise comme un effort de l'Etat dans l'accompagnement de la restructuration des messageries, il est singulier que l'essentiel des crédits mobilisés par la puissance publique dans ce domaine se situent hors de l'enveloppe considérée. Si elle vise à couvrir le surcoût lié au traitement des « flux chauds », la mission relève qu'aucune justification des montants alloués ne permet d'en apprécier la mesure* ».

Il semble **indispensable de disposer d'une vision d'ensemble** de la totalité des dispositifs en vigueur afin de pouvoir en évaluer l'impact. Or votre rapporteur spécial relève que sur les sept objectifs dédiés au programme 180, trois sont consacrés à la presse : « contribuer au développement de la diffusion de la presse », « veiller au maintien du pluralisme de la presse » et « Améliorer le ciblage et l'efficacité des dispositifs d'aide ».

Il déplore que les efforts de restructuration et de modernisation ne soient évalués qu'à l'aune de trois indicateurs qui mesurent le rapport entre le montant total des projets soutenus et le montant des aides attribuées pour soutenir ces projets. Ceux-ci mesurent l'effet de levier de l'aide à la modernisation de la presse quotidienne d'information politique et générale, de celle au développement de la presse en ligne et de l'aide à la modernisation des diffuseurs de presse **sans permettre de dresser un bilan qualitatif des aides.**

S'agissant de l'action « Livre et lecture », deux objectifs ont été fixés : « Diffuser le patrimoine écrit auprès du public » et « Soutenir la création et la diffusion du livre ». Votre rapporteur spécial relève que la fréquentation des bibliothèques tend à légèrement diminuer. En revanche, il se félicite des nombreuses créations de bibliothèques notamment en zone rurale ou périurbaine qui représentent jusqu'à 20 % du nombre total d'ouvertures.

Enfin, **en matière d'industries culturelles**, votre rapporteur spécial déplore qu'il n'ait été fixé qu'un seul objectif, eu égard à la multiplicité des intervenants ainsi que la transversalité des aides. Il s'agit de « soutenir la création dans le domaine des industries culturelles et le développement des industries propres de la cinémathèque française ». Votre rapporteur spécial constate que l'indicateur « Evolution du nombre de nouvelles productions soutenues par rapport au nombre global de nouvelles productions commercialisées » ne concerne en fait que les productions aidées par le fonds pour la création musicale (FCM). Quant à celui relatif au « taux de ressources propres de la cinémathèque française », sa prévision initiale entre 18 % et 20 % a été réactualisée à la baisse entre 14 % et 16 %.

**Les principales observations de votre rapporteur spécial
sur le programme 180 « Presse »**

Votre rapporteur spécial réitère la nécessité d'accompagner le soutien massif en faveur du secteur de la presse d'un ciblage des aides sur les actions de modernisation plutôt que l'exploitation dans un cadre cohérent et articulé des différents dispositifs.

Il souligne la nécessité pour l'AFP de relancer sa dynamique commerciale.

Il souhaite que soient améliorés les indicateurs de qualité de l'action « Livre et culture ».

CHAPITRE III

PROGRAMME 313 « CONTRIBUTION À L'AUDIOVISUEL ET À LA DIVERSITÉ RADIOPHONIQUE »

DE LA MISSION « MÉDIAS, LIVRE ET INDUSTRIES CULTURELLES »

I. UN SOUTIEN CONTRASTÉ DU BUDGET GÉNÉRAL

Le programme 313 « Contribution à l'audiovisuel et à la diversité radiophonique », issu de la fusion des précédents programmes 312 et 313 de la loi de finances initiale (LFI) pour 2010, comprend dans le projet de loi de finances (PLF) pour 2011 trois actions :

- l'action « **France Télévisions** », dans laquelle sont retracés les crédits accordés au groupe en complément de la dotation versée *via* le programme 841 de la mission « Avances à l'audiovisuel public » du compte de concours financiers ;

- l'action « **Passage à la Télévision tout numérique** » qui vise à financer les opérations relatives à l'extinction de la télévision analogique ;

- et l'action « **Soutien à l'expression radiophonique locale** », qui faisait auparavant l'objet du programme 312.

A. UNE RÉDUCTION DE LA DOTATION COMPENSATRICE POUR LES PERTES DE RECETTES PUBLICITAIRES

La dotation publique de 389,9 millions d'euros en CP et 457,8 millions d'euros en AE, allouée au programme 313 pour 2011, a pour objet de compenser la perte de ressources publicitaires de France Télévisions dans le cadre de la mise en œuvre de la réforme de l'audiovisuel public¹.

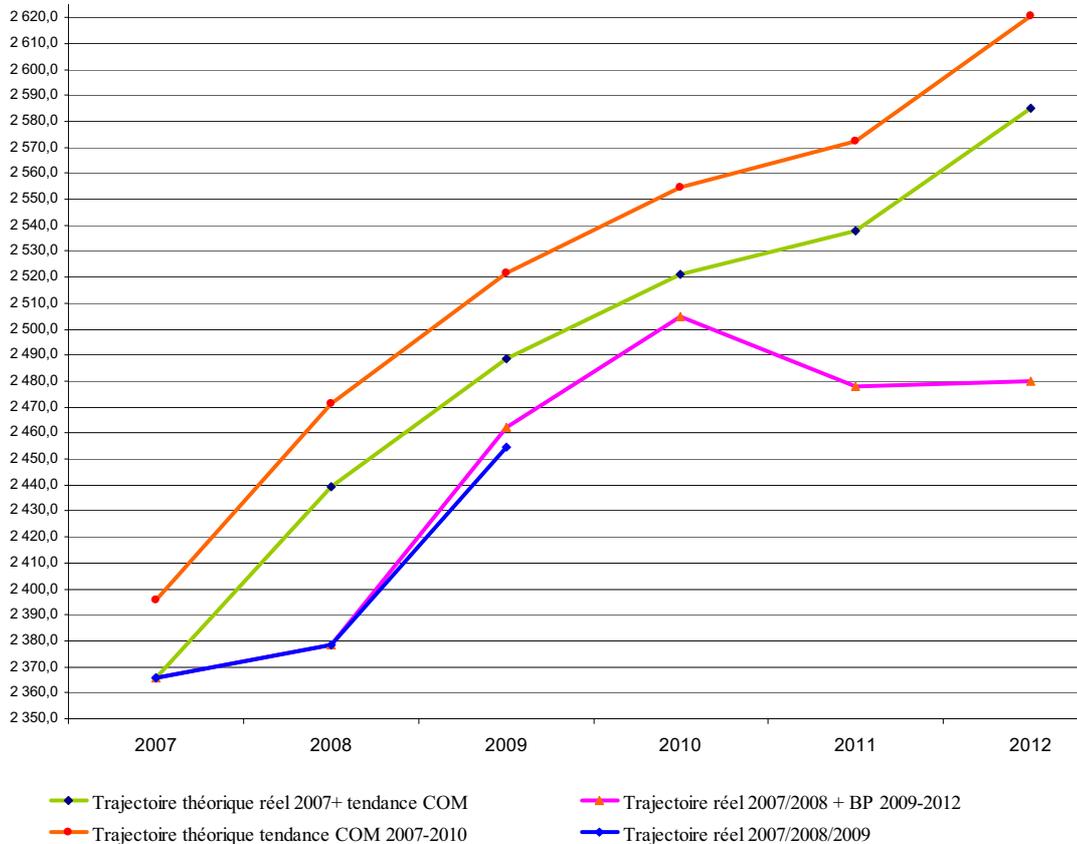
Ce montant est inférieur de 76 millions d'euros² à la dotation publique prévue pour 2011 au plan d'affaires de l'avenant au COM de France Télévisions pour 2009-2012³. Cet écart prend en compte l'amélioration des trajectoires financières par rapport aux prévisions du plan d'affaires.

¹ Cf. loi n° 2009-258 du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public.

² Si l'excédent de recettes publicitaires et la mise en œuvre de synergies a permis de générer 87 millions d'euros de ressources supplémentaires, il convient de souligner qu'un montant de 11 millions d'euros doit en être soustrait afin de prendre en compte l'assujettissement de l'entreprise au versement de la taxe sur les salaires, ce qui donne au total un surplus net de 76 millions d'euros, lequel a été déduit du montant total de la dotation.

³ Cet avenant a été signé en juin 2010.

Prévisions et évolution des charges opérationnelles « diffuseurs » entre 2007 et 2012



Source : France Télévisions

Votre rapporteur spécial se félicite d'avoir constaté dans le cadre du contrôle budgétaire mené conjointement avec la commission de la culture et de la communication que la stratégie commerciale de la régie de publicité associée à celle des annonceurs ont conduit à la **réalisation d'un excédent de recettes publicitaires** par rapport aux prévisions du plan d'affaires à hauteur de **144,9 millions d'euros en 2009**.

Les dernières estimations établies **en juin 2010** tendent à indiquer que l'objectif prévu dans **le plan serait à nouveau dépassé de 142,6 millions d'euros** afin d'atteindre 372 millions d'euros de recettes de publicité¹ et de parrainage en 2010.

¹ Les recettes portent sur la publicité en journée, la publicité régionale, la publicité en outre-mer, la publicité internet, la publicité pour les biens et services présentés sous leur appellation générique ainsi que le parrainage.

Evolution des ressources propres de France Télévisions

(en millions d'euros)

	2007	2008	2009	Budget 2010	Réalisé 1 ^{er} semestre 2010	PLF 2011
Ressources propres	823,1	691,3	413,5	345,1	236,9	384,9
Dont ressources de publicité et parrainage	181,8	182,5	404,9	339,0	232,4	372,0
Dont autres recettes commerciales	1 004,8	873,8	8,6	6,1	4,5	12,9

Source : Programme annuel de performances pour 2011 de France Télévisions

Ce surplus de recettes, en partie conservé par le groupe, a permis un retour à l'équilibre en anticipation du plan d'affaires, avec un résultat net avant impôt de 23,6 millions d'euros en 2009, au lieu d'un déficit de 135,3 millions d'euros.

Quant à 2010, le déficit budgété avant impôt de 44,3 millions d'euros devrait être également en grande partie résorbé.

Alors que la réforme visant à supprimer la publicité entre 20 heures et 6 heures sur les services nationaux a déjà produit ses effets en termes de virage éditorial du groupe France Télévisions, votre rapporteur spécial juge que les recettes publicitaires en journée constituent un complément de financement nécessaire en période de restrictions budgétaires.

C'est pourquoi, étant particulièrement attaché à la pérennité et à l'indépendance du financement de France Télévisions, il vous propose un amendement à l'article 76 du projet de loi de finances afin de reporter la date de mise en œuvre de la suppression totale de la publicité au 1^{er} janvier 2015, au lieu du 6 janvier 2014.

Le programme 313, qui complète les dotations versées par le biais de la mission « Avances à l'audiovisuel » du compte de concours financiers, permet de porter **l'ensemble du financement de France Télévisions à 2 536,3 millions d'euros.**

B. 2011, UN EFFORT PARTICULIER EN FAVEUR DE LA TNT « DANS LA DERNIÈRE LIGNE DROITE »

1. Des crédits en progression de 227 % dans le projet initial de loi de finances

Les crédits du programme 313 visent également à financer le passage à la télévision tout numérique, à hauteur de 131 millions d'euros en AE et CP, dans le projet de loi de finances avant modification de l'Assemblée nationale. Ils ont pour objet de prendre en charge les actions permettant le passage à la TNT de plus de deux tiers de la population métropolitaine pour la seule année 2011.

Votre rapporteur spécial note que **ce montant est supérieur à celui du projet de loi de finances pour 2010 de 91 millions d'euros, soit une augmentation de 227 % dans le projet de loi initial. Cette progression est justifiée afin d'achever le déploiement de la TNT et de prendre en compte notamment les dispositifs d'aides et d'accompagnement.**

Il convient toutefois de relever qu'après examen par l'Assemblée nationale les crédits de l'action « Passage à la télévision tout numérique » ont été minorés de 25 millions d'euros afin de permettre, à coût constant, de mettre en œuvre le nouveau dispositif de la « carte musique » décrit ci-dessus ce qui porte l'augmentation des crédits de l'action « Passage à la télévision tout numérique » après examen par l'Assemblée nationale à 165 % par rapport à la loi de finances pour 2010.

Sans remettre en cause le bien fondé d'une telle dotation supplémentaire, il regrette que l'ensemble des autorisations d'engagement n'ait pas été inscrit dans ce programme.

S'agissant de l'affectation des 66 millions d'euros supplémentaires, il apparaît que le GIP gère le **dispositif d'aide** s'articulant autour des axes suivants :

- un fonds d'aide à destination des foyers résidant dans des zones qui ne seront pas couvertes par la TNT¹ ;

- un dispositif d'assistance technique au bénéfice des foyers âgés ou handicapés, qui permet notamment d'aider ces foyers à brancher leur équipement numérique de télévision et à effectuer le réglage des chaînes ;

- une aide financière à l'équipement des foyers dans les zones couvertes par la TNT destinée aux foyers à faibles ressources dégrevés de contribution à l'audiovisuel public.

La dotation vise également à financer le dispositif d'aide et d'accompagnement dans les départements et collectivités d'outre-mer.

Enfin, les crédits du programme tendent à financer les campagnes de communication liées au déploiement de la TNT. Ces dernières consistent essentiellement en une campagne nationale d'information, la distribution d'un guide à l'ensemble des foyers, la mise en place d'un représentant dans chaque région et d'un centre d'appel téléphonique ainsi que d'un site Internet.

Votre rapporteur spécial s'est interrogé sur **les modalités de prise en charge des frais de fonctionnement du GIP**. Ces derniers sont répartis pour moitié à la charge de l'État et pour l'autre moitié par les chaînes membres du GIP au prorata de leurs voix : France Télévisions (15 %), ARTE France (5 %) et TF1, Canal+, M6 (10 % chacun).

¹ Ce fonds d'aide est ouvert à tous les foyers se trouvant dans ces zones sans condition de ressources.

2. La poursuite de la « révolution numérique »

Lancée en mars 2005, la TNT couvrait, mi 2010, 89 % de la population métropolitaine¹. 95 % de la population métropolitaine devrait être couverte d'ici à la fin de l'année 2011.

La loi n° 2007-309 du 5 mars 2007 relative à la modernisation de la diffusion audiovisuelle et à la télévision du futur organise le passage à la télévision numérique terrestre. Elle fixe le terme de **l'extinction de la diffusion hertzienne terrestre de la télévision analogique au plus tard au 30 novembre 2011.**

L'offre de TNT nationale comprend dix-neuf chaînes gratuites, dont huit de service public et onze de services privés (TF1, M6, TMC, W9, Direct 8, NT1, NRJ12, BFM TV, Virgin 17, i>Télé, Gulli et France Ô).

En complément de l'offre gratuite, la TNT propose neuf chaînes payantes : Canal+, Eurosport, LCI, Paris Première, TF6 et TPS Star, Canal+ Cinéma, Canal+ Sport et Planète.

Outre l'offre de chaînes nationales, un ensemble de chaînes à vocation locale et régionale complète le paysage audiovisuel métropolitain.

Votre rapporteur spécial constate que **l'audience des nouvelles chaînes de la TNT a fortement progressé** (passant de 11,1 % à 15,2 % de part d'audience) sur un an, confirmant ainsi le succès grandissant de la TNT. Deux chaînes apparaissent clairement en tête sur ce marché, TF1 et France 2, bien que perdant, l'une et l'autre, des parts de marché.

Résultats d'audience exclusive TNT en août 2009²

Chaînes	TF1	France 2	France 3	Canal +	France 5	M6	Arte	Direct 8	W9
Pourcentage	26,1	16,7	11,80	3,10	3,1	10,8	1,7	1,4	2,5
Evolution	-1,1	-0,8	-1,5	-0,2	+0,1	-0,2	stable	+0,7	+0,7

Chaînes	TMC	NT1	NRJ 12	France 4	BFM TV	I>Télé	Virgin 17	Gulli
Pourcentage	2,6	1,4	1,5	1,1	0,7	0,5	0,7	1,8
Evolution	+0,5	+0,4	+0,5	+0,2	+0,2	+0,2	+0,7	+0,2

Source : Médiamétrie

S'agissant du calendrier d'extinction, la loi du 5 mars 2007 a fixé au 30 novembre 2011 au plus tard le terme de l'extinction de la diffusion hertzienne terrestre de la télévision analogique. Le schéma national d'arrêt de la diffusion analogique et de basculement vers le numérique en métropole a été arrêté le 22 décembre 2008. Il a ensuite été actualisé en juillet 2009. Il sera complété par un volet concernant l'outre-mer.

¹ Source : CSA.

² Les taux d'audience de la Chaîne parlementaire et de Public Sénat ne sont pas disponibles.

Votre rapporteur spécial observe que la chaîne Canal+, dont l'autorisation de diffusion en mode analogique terrestre arrive à échéance en décembre 2010, doit juridiquement, de ce fait, procéder à des extinctions anticipées par rapport aux autres chaînes historiques sur la moitié des régions environ.

Calendrier de déploiement de la TNT

Le calendrier du passage à la TNT pour l'ensemble des chaînes historiques est le suivant :

- Coulommiers (Seine-et-Marne) : 4 février 2009 ;
- Kaysersberg (Haut Rhin) : 27 mai 2009 ;
- Nord-Cotentin : 18 novembre 2009 ;
- Alsace : 2 février 2010 ;
- Basse-Normandie : 9 mars 2010 ;
- Pays-de-la-Loire : 18 mai 2010 ;
- Bretagne : 8 juin 2010 ;
- Champagne-Ardenne : 28 septembre 2010 ;
- Lorraine : 29 septembre 2010 ;
- Centre : 19 octobre 2010 ;
- Poitou-Charentes : 19 octobre 2010 ;
- Bourgogne : 16 novembre 2010 ;
- Franche-Comté : 16 novembre 2010 ;
- Nord - Pas de Calais : début février 2011 ;
- Haute-Normandie : 1er février 2011 ;
- Picardie : 1er février 2011 ;
- Île-de-France : 8 mars 2011 ;
- Aquitaine : 29 mars 2011 ;
- Limousin : 29 mars 2011 ;
- Auvergne : 10 mai 2011 ;
- Côte-d'Azur : 24 mai 2011 ;
- Corse : 24 mai 2011 ;
- Rhône-Alpes : 14 juin 2011 ;
- Provence-Alpes : 5 juillet 2011 ;
- Alpes : 20 septembre 2011 ;
- Midi-Pyrénées : 8 novembre 2011 ;
- Languedoc-Roussillon : 29 novembre 2011.

Pour la chaîne Canal + :

- Coulommiers (Seine-et-Marne) : 4 février 2009 ;
- Kaysersberg (Haut Rhin) : 27 mai 2009 ;
- Nord-Cotentin : 18 novembre 2009 ;
- Côte-d'Azur : 25 novembre 2009 ;
- Provence : 25 novembre 2009 ;
- Alsace : 2 février 2010 ;
- Basse-Normandie : 9 mars 2010 ;
- Haute-Normandie : 9 mars 2010 ;
- Nord : 14 avril 2010 ;
- Picardie : 14 avril 2010 ;
- Aquitaine : 6 mai 2010 ;

- Corse : 6 mai 2010 ;
- Pays-de-la-Loire : 18 mai 2010 ;
- Limousin : 2 juin 2010 ;
- Auvergne : 2 juin 2010 ;
- Bretagne : 8 juin 2010 ;
- Rhône : 22 septembre 2010 ;
- Alpes : 22 septembre 2010 ;
- Champagne-Ardenne : 28 septembre 2010 ;
- Lorraine : 29 septembre 2010 ;
- Midi-Pyrénées : 13 octobre 2010 ;
- Languedoc-Roussillon : 13 octobre 2010 ;
- Poitou-Charentes : 19 octobre 2010 ;
- Centre : 19 octobre 2010 ;
- Bourgogne : 16 novembre 2010 ;
- Franche-Comté : 16 novembre 2010 ;
- Île-de-France : 24 novembre 2010.

Source : ministère de la culture et de la communication

Enfin, s'agissant de la TNT outre-mer, l'Assemblée nationale a voté un amendement du Gouvernement visant à majorer les crédits de 500 000 euros du programme 123 « Conditions de vie outre-mer » en minorant les crédits du programme 313 du même montant.

C. LE MAINTIEN DU DISPOSITIF DE SOUTIEN AUX RADIOS LOCALES ASSOCIATIVES

Enfin, les crédits du programme 313 visent à financer les actions du Fonds de soutien à l'expression radiophonique locale qui relevaient auparavant, dans le budget précédent, du programme 312.

Si votre rapporteur spécial observe que cette dotation est reconduite en 2011, en s'établissant à 29 millions d'euros en CP et en AE, il tient à souligner que dans la mesure où l'an dernier la dotation comprenait deux millions d'euros destinés au déploiement de la radio numérique terrestre (RNT) qui n'a pas encore été lancée, à enveloppe constante, les radios associatives en FM bénéficient de 2 millions d'euros supplémentaires puisque le lancement de la RNT n'est pas prévu en 2011.

II. UNE PERFORMANCE GLOBALEMENT SATISFAISANTE

L'action « France Télévisions » ne comporte pas d'indicateurs de performance. En effet, la performance du groupe France Télévisions est évaluée au sein du programme 841 du compte de concours financiers « Avances à l'audiovisuel public ».

S'agissant de l'action « Passage à la télévision tout numérique », votre rapporteur spécial relève que son succès dépend fortement de l'adhésion des téléspectateurs au projet.

Le premier indicateur « respect du calendrier fixé par les pouvoirs publics » a été rempli. Quant à l'information de la population, le sous-indicateur « Notoriété du processus de passage à la télévision tout numérique » s'établit à 95 %. En revanche, votre rapporteur spécial constate que **celui relatif à la « connaissance de la date de passage au tout numérique de sa région » n'ait pas été renseigné.**

Des modifications ont été apportées **aux indicateurs du programme 312 « Soutien à l'expression radiophonique locale »,** intégrés au programme 313. Le nombre d'indicateurs de l'objectif « Soutenir les efforts des radios associatives dans leurs missions sociales de proximité » est ainsi passé de 2 à 1 (« Contribution des subventions sélectives à l'expression radiophonique locale »). Les renseignements ont cependant été conservés, sous forme de sous-indicateurs (« part des radios bénéficiant d'une subvention sélective » et « part des subventions sélectives au sein du Fonds de soutien à l'expression radiophonique »). **Ces modifications ne constituent donc pas un changement de stratégie.**

La performance du programme s'articule donc toujours autour de deux objectifs : « Soutenir les efforts des radios associatives dans leurs missions sociales de proximité » et « Diversifier les ressources des radios locales associatives ». Ces objectifs tendent à inciter les radios associatives d'une part, à amplifier leurs efforts dans des domaines sensibles, particulièrement essentiels au maintien de la cohésion nationale, et, d'autre part, à développer leurs ressources propres qui viennent en complément des subventions publiques attribuées par le FSER.

Sur ces points, votre rapporteur spécial réitère ses interrogations sur la question de la performance des crédits dans le domaine du maintien de la cohésion sociale. Dans quelle mesure les aides ont-elles permis de réaliser effectivement cet objectif ?

Si la budgétisation des crédits du FSER est de nature à garantir la pérennité du financement des radios locales associatives, il semble **nécessaire de les encourager à développer des ressources propres** destinées à leur fonctionnement.

**Les principales observations de votre rapporteur spécial
sur le programme 313 « Contribution à l'audiovisuel et à la diversité radiophonique locale »**

- Votre rapporteur note le réajustement à la baisse de la dotation budgétaire de France Télévisions prenant en compte les performances financières du Groupe en raison du surplus de recettes publicitaires, allégeant ainsi la charge de l'Etat dans un contexte de restrictions budgétaires.

- La mesure de l'efficacité de la dotation des radios associatives dans le domaine du maintien de la cohésion sociale est complexe et ne permet pas une évaluation réelle de l'objectif.

- Il est nécessaire que les radios associatives développent des ressources propres destinés à leur fonctionnement.

CHAPITRE IV

L'ACTION AUDIOVISUELLE EXTÉRIEURE DE LA FRANCE :

PROGRAMME 115 « ACTION AUDIOVISUELLE EXTÉRIEURE »

DE LA MISSION « MÉDIAS, LIVRE ET INDUSTRIES CULTURELLES »

PROGRAMME 844 « CONTRIBUTION AU FINANCEMENT DE L'ACTION AUDIOVISUELLE EXTÉRIEURE »

DU COMPTE DE CONCOURS FINANCIERS « AVANCES À L'AUDIOVISUEL PUBLIC »

I. UNE DOTATION SUBSTANTIELLE POUR 2011 EN ATTENDANT LE « RETOUR SUR INVESTISSEMENT »

La holding Audiovisuel extérieur de la France (AEF) a été créée, le 4 avril 2008 afin de mettre en œuvre la réforme de l'audiovisuel extérieur de la France. Elle regroupe les participations de l'Etat français dans différentes sociétés de l'audiovisuel extérieur français : Radio France Internationale, France 24 et TV5 Monde. Elle a pour objectif notamment de mieux coordonner l'action de ces médias ainsi que de créer des synergies.

La répartition des crédits de l'audiovisuel extérieur public entre dotation du budget général de l'Etat (programme 115) et l'affectation d'une partie des encaissements de la contribution à l'audiovisuel public (programme 844) est retracée dans le tableau ci-dessous.

Evolution des ressources publiques de l'audiovisuel extérieur de 2007 à 2011

(en millions d'euros HT)

	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 à l'audiovisuel extérieur	266,1	293	309,8	311,1	326

Source : ministère de la culture et de la communication

La dotation globale de 331,9 millions d'euros (TTC) devrait permettre à AEF de mettre en œuvre les priorités stratégiques suivantes :

- **l'extension mondiale de la couverture satellitaire de France 24.** En 2011, la distribution de la chaîne sera développée en Asie, en Amérique latine et en Amérique du Nord afin de renforcer la construction de la notoriété et de la crédibilité mondiales du groupe. De plus, la diffusion de la chaîne sur la TNT en Outre-mer y sera effective ;

- **le passage de 10 h à 24 h de diffusion de France 24 en langue arabe.** Cette extension tend à accroître l'audience au Maghreb face à la concurrence de *BBC Arabic* qui diffuse 24 heures de programmes en langue arabe et *d'Al Jazeera* notamment ;

- **le développement de la diffusion de RFI en FM** ainsi que sur les nouveaux supports numériques (web radios, téléphonie mobile) ;

- **le développement de nouvelles langues sur RFI** (haoussa et kiswahili), le renforcement des langues existantes jugées prioritaires (anglais, portugais, russe, chinois...) ainsi que son développement sur le multimédia (référencement du site Internet de la radio, extension de la diffusion sur le web...).

Si votre rapporteur spécial convient que la réforme de l'audiovisuel extérieur de la France nécessite de forts investissements initiaux, avant une phase de « retour sur investissements » pour l'Etat, il **appelle de ses vœux une meilleure coordination** entre les sociétés ainsi que le développement de leurs ressources propres. Il se félicite que France 24 et RFI mutualisent certaines de leurs directions techniques. Il souhaite que cet effort soit poursuivi.

S'agissant de la dotation allouée à la Compagnie internationale de radiotélévision (CIRT) et à destination de la radio franco-marocaine Médi1, qui s'élève à 1,61 million d'euro en 2011, la progression de 2,5 % par rapport à 2010 vise à couvrir les glissements des dépenses de la CIRT, qui sont constituées uniquement de charges salariales, (principalement le financement des salaires des personnels français mis à disposition de Médi 1).

Par ailleurs, votre rapporteur spécial tient à souligner qu'à l'exception du financement de Médi 1, les dotations publiques destinées aux filiales de AEF ne sont plus attribuées depuis 2009 société par société. L'enveloppe globale prévue fait l'objet d'une répartition par AEF, entre les différentes entreprises : France 24, RFI et TV5 Monde. **Il déplore de ne pas disposer du détail de cette ventilation.**

Enfin votre rapporteur spécial s'est particulièrement intéressé à l'état d'avancement du plan de modernisation de RFI.

En effet, RFI a connu des résultats négatifs lors de six exercices consécutifs entre 2001 et 2008, cumulés à hauteur de 31, 9 millions d'euros. En 2009, face au constat de la nécessité de redresser la situation financière critique de RFI, des mesures ont été mises en œuvre par la société pour mettre fin à l'effet de ciseau entre ses charges d'exploitation et ses ressources.

Afin de permettre à la société de retrouver un équilibre budgétaire, le plan global de modernisation a conduit à réorganiser les différentes directions. Il prévoit également la généralisation de l'évolution des métiers de techniciens et chargés de réalisation vers une profession unique de technicien chargé de réalisation (TCR). Il organise également la suppression de 206 postes. A cette fin, il est accompagné d'un plan de sauvegarde de l'emploi comprenant des mesures d'accompagnement : reclassements, départs volontaires, mise à la retraite et licenciements.

Le plan comprend aussi un volet d'adaptation aux évolutions géopolitiques et technologiques. Il redéfinit les langues de diffusion ainsi que l'organisation des rédactions en langues étrangères. Il prévoit la mise en place de deux rédactions, l'une consacrée spécifiquement à l'Afrique et la seconde regroupant l'ensemble des autres langues. La dimension de média global doit être amplifiée en intégrant les rédactions Internet aux rédactions classiques.

II. DES OBJECTIFS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE EN PROGRÈS

Votre rapporteur spécial observe que les objectifs de performance du programme 115 ont été redéfinis afin de distinguer plus nettement, **d'une part les caractéristiques de l'offre audiovisuelle** des sociétés par l'ajout d'un objectif (« *proposer une offre reflet de la culture et des valeurs françaises et francophones dans un univers de média global* ») et, **d'autre part, l'impact de cette offre auprès du public** (« *développer la présence française et francophone dans le paysage audiovisuel mondial* »).

Evolution de la mesure de la performance

Dans le projet de loi de finances pour 2010

I. Développer la présence française et francophone dans le paysage audiovisuel mondial

1.1. Audience réelle

1.2. Nombre de visiteurs uniques du ou des sites Internet

II. Assurer la maîtrise de l'emploi et de la masse salariale et optimiser la gestion

2.1. Part des ressources propres dans les ressources totales

2.2. Part de la masse salariale dans les charges d'exploitation

2.3. Part des dépenses de programmes dans les dépenses totales

2.4. Frais généraux rapportés aux dépenses totales

Dans le projet de loi de finances pour 2011

I. Proposer une offre reflet de la culture et des valeurs françaises et francophones dans un univers de média global (nouveau)

1.1. Part des dépenses de programmes dans les dépenses totales

1.2. Part de l'offre proposée en délinéarisé (nouveau)

II. Développer la présence française et francophone dans le paysage audiovisuel mondial

2.1. Audience réelle

2.2. Nombre de visiteurs uniques du ou des sites Internet

III. Assurer la maîtrise de l'emploi et de la masse salariale et optimiser la gestion

3.1. Part des ressources propres dans les ressources totales

3.2. Part de la masse salariale dans les charges d'exploitation

3.3. Frais généraux rapportés aux dépenses totales

Source : ministère de la culture et de la communication

Par ailleurs, la dimension numérique de l'activité des sociétés de l'audiovisuel extérieur est désormais davantage prise en compte par des indicateurs spécifiques, tels que la part de l'offre proposée en délinéarisée.

Enfin, la méthodologie des mesures d'audiences (antennes et multimédia) a évolué dans le sens **d'une homogénéisation** entre les diverses sociétés de l'audiovisuel extérieur. Ainsi, pour l'Afrique, les trois sociétés souscrivent désormais à l'étude en syndication TNS-Sofres– Africascope, qui couvrent une population plus large et diverse¹ que les précédentes enquêtes d'opinion conduites pour France 24.

Après l'adoption commune du baromètre EMS–Synovate se concentrant sur les 20 % des foyers européens les plus riches par TV5 Monde et France 24, l'étape suivante de convergence des indicateurs d'audience consiste à souscrire aux mêmes opérateurs pour le monde arabophone. Des

¹ C'est-à-dire les personnes de quinze ans et plus vivant dans les grandes villes de l'Afrique francophone.

mesures spécifiques à l'Asie sont à l'étude ; elles ne figurent pas encore dans les indicateurs pour 2011.

Votre rapporteur se félicite des changements de mesure de la performance ainsi proposés.

**Les principales observations de votre rapporteur spécial
sur le programme 115 « Audiovisuel extérieur de la France »**

- **L'augmentation conséquente des crédits d'AEF de 4,35 %** au titre du programme 844 de la mission « Médias, livre et industries culturelles » et de 6,53 % au titre du programme 844 du compte « Avances à l'audiovisuel public » doit être accompagnée en retour de réelles mises en œuvre de synergies.

- En l'absence de clé de répartition des crédits de l'audiovisuel extérieur entre la SAEF, France 24, TV5 Monde, RFI et Medi 1, **des règles d'équité de traitement** des différentes sociétés par la SAEF **doivent être préalablement définies** pour que le regroupement des crédits ne s'opère pas au détriment de l'une ou de l'autre de ces sociétés.

- La refonte des objectifs et indicateurs de performance qui favorise **une plus grande lisibilité** et une harmonisation entre les différentes sociétés, répond aux observations de votre rapporteur spécial.

CHAPITRE V

COMPTE DE CONCOURS FINANCIERS « AVANCES À L'AUDIOVISUEL PUBLIC »

I. DES CRÉDITS GARANTIS EN PROGRESSION

A. UNE HAUSSE DE 3,17 % EN 2009 DE LA RESSOURCE PUBLIQUE ISSUE DE LA CONTRIBUTION À L'AUDIOVISUEL PUBLIC

Les crédits de la mission « Avances à l'audiovisuel public » s'élèvent à près de **3,22 milliards d'euros** en CP et en AE, soit une hausse de 3,17 % en 2009.

Hors ressources propres et subventions de l'Etat, **les organismes de l'audiovisuel public sont financés par les avances accordées par le biais de compte de concours financiers** « Avances à l'audiovisuel public ».

Ces organismes sont définis à l'article 1605 du code général des impôts. Il s'agit de **France Télévisions, Radio France, ARTE-France** et de l'Institut national de l'audiovisuel (INA), ainsi que de la nouvelle société « **Audiovisuel Extérieur de la France** » (AEF).

1. Un mécanisme de double garantie du financement des organismes de l'audiovisuel public

Le compte retrace en dépenses le montant des avances accordées aux bénéficiaires de ce programme.

S'agissant des recettes, les ressources de la mission proviennent de deux sources. La première est constituée des **encaissements de contribution à l'audiovisuel public** nets des frais de trésorerie et de recouvrement. La seconde est une **dotation** correspondant au **montant des exonérations de contribution**, pris en charge par le budget général.

Le montant estimé des encaissements nets de la contribution s'élève à 2 652,2 millions d'euros en 2011.

Evolution des ressources du compte d'avances aux organismes de l'audiovisuel public sur 2010 et 2011

(en millions d'euros)

	LFI 2010	PLF 2011
Encaissements nets de la contribution à l'audiovisuel public de l'année (TTC)	2 561,0	2 652,2
Frais d'assiette, de recouvrement et de trésorerie	47,0	43,6
Crédits budgétaires au titre du remboursement des exonérations	561,8	569,8
Total disponible pour répartition (TTC)	3 122,8	3 222,0
Taux de croissance des ressources garanties	+ 4,2 %	+ 3,17 %

* Les recettes publiques des entreprises audiovisuelles sont soumises à la TVA au taux de 2,1 %.

Source : Ministère de la culture et de la communication

Votre rapporteur spécial se félicite de la progression des crédits fondée sur un rendement dynamique de la contribution à l'audiovisuel public. Il regrette que ses propositions répétées et constantes ces dernières années d'indexation et de relèvement de la base de la « redevance audiovisuelle » n'ait été que si tardivement suivie.

En effet, le principe d'indexation du montant de la « redevance audiovisuelle » n'a été adopté qu'en 2008 lors de l'examen de la loi de finances rectificative pour 2008¹. Le montant de la redevance a été ainsi fixé en 2009 à 118 euros en métropole au lieu de 116 euros en 2008 et à 75 euros dans les départements d'outre-mer au lieu de 74 euros.

Puis, la loi relative à la communication audiovisuelle² de 2009 a prévu une **augmentation de deux euros** du montant de la redevance devenue « contribution à l'audiovisuel public » afin de l'établir, hors indexation, à 120 euros pour la France métropolitaine et à 77 euros pour les départements d'outre-mer. Ainsi, le montant de la contribution après indexation³ s'élève, en 2010, à 121 euros en métropole et à 78 euros dans les départements d'outre-mer. **En 2011**, il est fixé, après indexation⁴, à **123 euros** en métropole et 79 euros en outre-mer.

¹ Cf. Article 97 de la loi n° 2008-1443 du 30 décembre 2008 de finances rectificative pour 2008. Il s'agit du taux d'inflation tel qu'il est prévu dans le rapport économique, social et financier annexé au projet de loi de finances pour l'année considérée.

² Cf. Article 31 de la loi n° 2009-258 du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision.

³ Indexation à partir du taux d'inflation de 1,2 % comme indiqué dans le rapport économique, social et financier et retenu pour la construction du budget 2010.

⁴ Indexation du montant de la contribution sur la prévision d'inflation de 1,5 % retenue dans le projet de loi de finances pour 2011.

Evolution du montant de la redevance/contribution à l'audiovisuel public

Année	2008	2009	2010	2011
Montant Métropole (euros)	116	118	121	123
Montant Outre-Mer (euros)	74	75	78	79

Source : Direction du budget

2. Une prise en charge du remboursement par l'Etat « réajustée »

Outre, le montant de 2,65 milliards d'euros correspondant aux encaissements nets garantis de contribution à l'audiovisuel public, les ressources du compte de concours financiers comprennent également la **prise en charge du remboursement par l'Etat des exonérations de redevance audiovisuelle**.

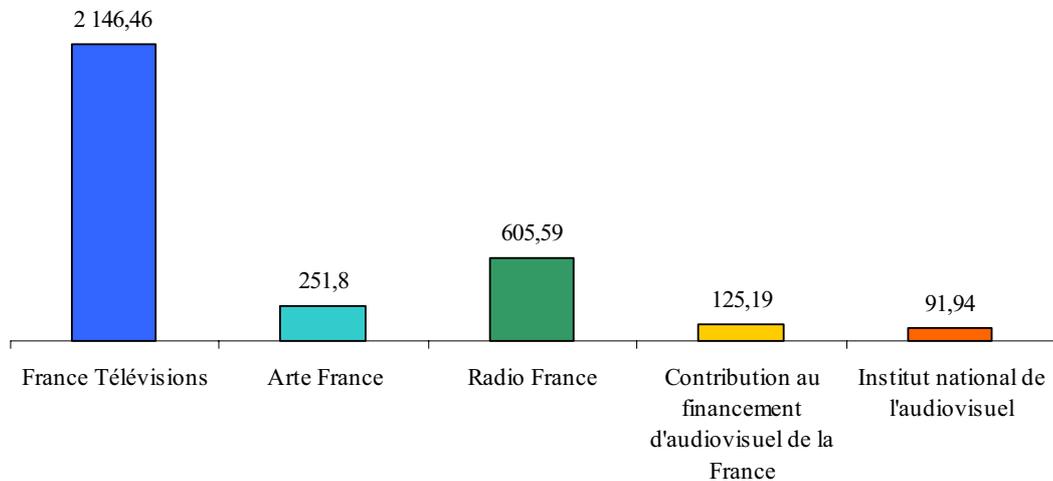
Votre rapporteur spécial observe que ce montant augmente de **8 millions d'euros**, passant de 561,8 millions à 569,8 millions d'euros en 2011. Il s'ajoute au 2 652,2 millions d'encaissement nets. **Le montant total garanti aux organismes de l'audiovisuel public est donc porté à 3 222 millions d'euros** dans le projet de loi de finances pour 2011, soit **une augmentation de 3,17 %**.

Ces ressources sont affectées aux programmes de la mission, « France Télévisions » (841), « ARTE France » (842) « Radio France » (843), l'Institut national de l'audiovisuel (845) ainsi que le programme consolidé de la « Contribution au financement de l'action audiovisuelle extérieure » (844).

Elles doivent **permettre, d'une part, de respecter l'engagement de l'Etat au titre des contrats d'objectifs et de moyens (COM) des sociétés de l'audiovisuel public** et, d'autre part, **d'accompagner les différentes réformes en cours** : notamment celle de France Télévisions en média global et celle de l'audiovisuel extérieur de la France (AEF).

Répartition des crédits de paiement par programme en 2011

(en millions d'euros)



Source : Ministère de la culture et de la communication

B. PROGRAMME 841 « FRANCE TÉLÉVISIONS » : UNE RÉFORME EN COURS

Les crédits de paiement et les autorisations d'engagement du programme 841 « France Télévisions » pour 2011 s'élèvent à **2 146,4 millions d'euros TTC**. Ils visent à financer le groupe audiovisuel France Télévisions ainsi que ses chaînes France 2, France 3, France 4, France 5 et réseau France Outre-Mer (RFO).

Votre rapporteur spécial observe que France Télévisions bénéficie d'une progression de ses ressources publiques issues de la redevance audiovisuelle à hauteur de **2,59 %**.

Cependant, si l'on ajoute le montant de la dotation du programme 313 de la mission « Médias, livre et industries culturelles » du budget général fixée à 389,9 millions d'euros, **la dotation publique globale pour l'année 2011 diminue de 0,5 % par rapport à la loi de finances initiale pour 2010**. En effet, elle est inférieure de 76 millions d'euros au montant prévu dans le cadre du plan d'affaires. (Cf. analyse du programme 313 ci-dessus)

Ce constat, à l'heure de la nouvelle présidence qui doit relever le défi de l'achèvement de l'entreprise unique, de la rénovation du réseau régional et du développement du média global, conduit votre rapporteur spécial à proposer d'allonger d'une année la période du moratoire de la suppression totale de la publicité par rapport au report proposé par l'article 76 du projet de loi de finances.

En effet, votre rapporteur spécial souhaite consolider le financement de France Télévisions en maintenant en journée des recettes publicitaires de préférence à une dotation budgétaire plus fragile en raison des contraintes pesant sur les finances publiques. Il vous propose à cet effet d'amender l'article 76.

S'agissant des principaux objectifs fixés dans le COM, ils doivent conduire France Télévisions à accentuer son effort en faveur du média global en investissant 19,5 millions d'euros supplémentaires en 2011 par rapport à 2008. Le sous-titrage et l'audio-description bonifieront également en 2011 de 15,1 millions d'euros supplémentaires par rapport à 2008.

France Télévisions doit poursuivre la réduction de ses coûts. Il est ainsi prévu une sensible diminution des coûts de diffusion attendue de l'extinction totale de l'analogique en novembre 2011 de l'ordre de 20,5 % dans le plan d'affaires entre 2010 et 2011, soit 41,9 millions d'euros.

Votre rapporteur spécial note que la mise en œuvre des synergies s'opère très progressivement puisque en 2011 les « autres charges du diffuseur », hors coûts de transition liés au passage à l'entreprise commune, doivent être maîtrisées avec une légère diminution (- 0,9 %).

C. PROGRAMME 842 « ARTE FRANCE » : UNE GESTION À FLUX TENDUS EN RAISON DE SURCOÛTS DE DIFFUSION

Les crédits du programme 842 « ARTE France » progressent de 4,08 %. Ils s'élèvent à 51,8 millions d'euros en AE et en CP. Ils sont **supérieurs au montant prévu dans le plan** de financement du COM, **de 7,1 millions d'euros**, en raison de coûts de diffusion supplémentaires non prévus au COM¹. Ces derniers s'élèvent par rapport au COM en 2011 à 13,6 millions d'euros².

Sur la durée du COM allant de 2007 à 2011, les coûts de diffusion auront progressé de 46 %. Le surcoût de diffusion par rapport au COM devrait atteindre 22 millions d'euros en cumulé sur la période.

C'est pourquoi votre rapporteur spécial se déclare favorable à l'initiative du Gouvernement d'accorder à ARTE France non seulement l'augmentation de ses ressources prévue à hauteur de 2,8 %, mais également un complément de 7 millions d'euros.

¹ Ces surcoûts de diffusion sont apparus dès 2009. ARTE France a enregistré en 2010 un surcoût de diffusion de 9 millions d'euros en raison du financement du GIP (dans lequel ARTE a 5%), par la préemption par l'Etat d'un plein canal HD et d'un canal TMP et par l'obligation de diffuser ARTE outre-mer. De 2007 à 2011, les dépenses de diffusion sont passées de 20,1 millions d'euros à 29,3 millions d'euros.

² Ce surcoût se décompose de la façon suivante : 9 millions d'euros de coût de diffusion HD, 3 millions d'euros pour le GIP, 2,6 millions d'euros au titre de la diffusion en Outre mer, 1 million d'euros de TMP auxquels doivent être retranchés un montant de 0,3 million d'euros au titre de la diffusion TNT SD, et 1,7 millions d'euros lors de l'extinction de la diffusion analogique.

Il relève que le Gouvernement sera certainement amené à réajuster la dotation d'ARTE en 2012 car cet alourdissement des coûts de diffusion devrait se poursuivre pour un montant de 21 millions d'euros¹ au lieu de l'estimation de 15,1 millions d'euros prévue dans le COM.

Votre rapporteur spécial se félicite qu'en dépit de cette surcharge, ARTE ait réalisé ces dernières années des économies de gestion importantes qui ont permis aux dépenses hors programmes d'être stables entre 2001 et 2009. En 2010, des efforts supplémentaires ont été accomplis sur les frais de structure de l'entreprise. Sur la période du COM 2007 – 2011, ces derniers seront inférieurs de 6,6 % aux prévisions, soit un gain de 2,8 millions d'euros. Les frais de personnel se maintiennent à un niveau inférieur aux prévisions : les effectifs s'établissent à 232 postes et sont stables depuis 2007.

D. PROGRAMME 843 « RADIO FRANCE » : UNE TRAJECTOIRE DE CHARGES RESPECTÉE

La dotation publique proposée pour Radio France, dans le cadre du compte d'affectation spéciale, est en progression de 3,9 % par rapport à l'année dernière. Elle s'élève à 606,5 millions d'euros en AE et en CP et progresse de 4,1 %. Elle est conforme à la trajectoire du COM, signée le 29 juillet 2010 couvrant la période 2010-2014.

Votre rapporteur spécial approuve l'orientation stratégique de centrer l'activité de la société sur le renforcement de l'identité de chacune des antennes ainsi que son président-directeur général, Jean Luc Hees, l'a présentée en audition devant la commission des finances et la commission de la culture et de la communication, le 6 octobre dernier.

S'agissant du chantier de réhabilitation lancé en juillet 2009, les coûts sont aujourd'hui maîtrisés. L'année 2011 constituera une année importante avec la livraison du parking.

E. PROGRAMME 845 « INSTITUT NATIONAL DE L'AUDIOVISUEL » : EN PERPÉTUELLE CROISSANCE

Quant à l'**Institut National de l'Audiovisuel (INA)**, il bénéficie en 2011 d'une dotation en progression de 5,4 %, d'un montant de 91,9 millions d'euros en AE et en CP.

Cette hausse vise à lui permettre non seulement de poursuivre le plan de numérisation des archives mais également de mettre en œuvre le dépôt légal du Web. L'INA devrait aussi entreprendre le lancement d'études pour la construction de la future Université du numérique et des médias.

¹ ARTE continuera à payer les diffusions SD numérique (7 millions d'euros), HD numérique (13 millions d'euros), TMP (1 million d'euros - somme provisionnée dans l'attente d'un accord éditeurs-distributeurs).

II. LA STRATÉGIE DE L'AUDIOVISUEL PUBLIC : DES « COM » GLOBALEMENT RESPECTÉS

France Télévisions et l'État ont signé en avril 2007 un contrat d'objectifs et de moyens (COM) pour la période 2007-2010. Un **avenant au COM, pour la période 2009-2012, a été conclu le 28 juin 2010**, afin de l'adapter aux nouvelles exigences de la loi relative à la communication audiovisuelle et du nouveau plan d'affaires pluriannuel pour 2009-2012.

Le contrôle budgétaire, que votre rapporteur spécial a mené au semestre dernier, a révélé une certaine difficulté à apprécier la réalisation des objectifs, en l'absence de communication des hypothèses sous-jacentes qui ont présidé à l'élaboration du plan. Il est néanmoins apparu que si le COM est globalement respecté, la stratégie de média globale devrait être considérablement renforcée.

Quant à ARTE France, le bilan du COM s'avère positif. ARTE remplit depuis trois années consécutives la quasi-totalité de ses objectifs (près de 80 % des indicateurs ont été atteints en 2009 et 2010). L'ensemble des indicateurs de gestion/finances ont également été respectés. Grâce à sa gestion à flux tendus et aux économies importantes qu'ARTE a réalisées, les objectifs en matière de production et de soutien à la création ont été atteints.

S'agissant de Radio-France, un second contrat a été signé le 29 juillet 2010 couvrant la période de 2010 à 2014. Il vise à renforcer le cœur de métier de Radio France tout en développant son offre dans un environnement multimédia. Parallèlement à ces axes stratégiques, le groupe doit conduire deux chantiers structurants : la négociation d'un nouvel accord collectif et la réhabilitation de la maison de Radio France.

En ce qui concerne l'INA, le deuxième contrat d'objectifs et de moyens 2005-2009 étant arrivé à échéance, un nouveau COM pour la période 2010-2014 a été conclu.

Le rapport d'exécution du COM pour 2009 confirme le respect du COM par l'INA. Votre rapporteur spécial relève que sur dix-neuf indicateurs, seuls quatre d'entre eux ne sont pas atteints. Il s'agit de :

- la « part des supports physiques conservés en environnement contrôlé » qui stagne depuis 2008 à 60 % alors que l'objectif de 2009 était fixé à 71 % en raison de l'abandon du projet immobilier des Essarts le Roi ;

- du taux d'occupation du centre de documentation de l'Inathèque à la BNF qui reste également au même niveau depuis 2006 (50 %) ;

- du chiffre d'affaires de cessions de droits (12,4 millions d'euros) en baisse par rapport à 2008 (15,5 millions d'euros) qui est inférieur à l'objectif fixé de 13,3 millions d'euros malgré une surperformance de 2005 à 2008 .

Enfin, votre rapporteur spécial déplore que le COM d'AEF n'ait toujours pas été conclu. Il rappelle que la loi n° 2009-258 du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision a fait de AEF une société nationale de programme soumise aux dispositions de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, en particulier son article 53 qui prévoit la conclusion d'un COM entre l'État et la société.

**Les principales observations de votre rapporteur spécial
sur le compte de concours financiers « Avances à l'audiovisuel public »**

Votre rapporteur spécial émet des réserves sur la capacité d'ARTE France à respecter ses engagements en 2012, en l'absence d'une revalorisation de sa dotation, en raison de surcoûts de diffusion non prévus dans le COM.

Il déplore que le COM concernant AEF n'ait toujours pas été conclu.

EXAMEN DE L'ARTICLE RATTACHÉ

ARTICLE 76

(art. 53 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication)

Report de l'échéance de suppression de la publicité sur les antennes de France Télévisions

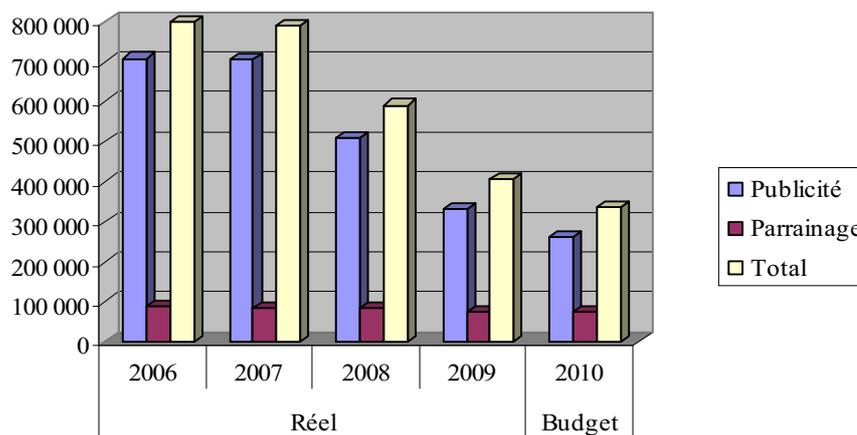
Commentaire : Le présent article a pour objet de reporter l'entrée en vigueur de la suppression totale de la publicité sur les services nationaux de France Télévisions, au 6 janvier 2014.

I. LE DROIT EXISTANT

L'article 28 de la loi n° 2009-258 du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de France Télévisions a supprimé à compter du 5 janvier 2009 la publicité entre 20 heures et 6 heures du matin sur les services nationaux de France Télévisions. Cette suppression a conduit à une perte de recettes moyenne estimée entre 380 et 450 millions d'euros.

Recettes publicitaire de France Télévision depuis 2006

(en milliers d'euros)



Source : Rapport d'information n° 597 (2009-2010) « Les comptes de France Télévisions : quelle ambition pour la télévision publique ? »

En outre, l'article 53 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, modifié par l'article 28 précité, prévoit la suppression totale de la publicité à compter de l'extension de la diffusion par voie hertzienne, terrestre en mode analogique des services de télévision. **Cette date est fixée au 30 novembre 2011.**

La suppression graduelle de la publicité entre 20 heures et 6 heures, à compter du 5 janvier 2009, puis en totalité à compter du 1^{er} décembre 2011, a un champ d'application strictement délimité.

En effet, l'interdiction de diffuser des messages publicitaires¹ ne concerne que les **services nationaux** de télévision du secteur public et non **leurs programmes locaux ou régionaux**.

En outre, elle vise **uniquement la publicité commerciale**. En conséquence, la publicité pour des biens et services de type générique demeure autorisée. De surcroît, les campagnes d'intérêt général ne seront pas interdites.

Réglementation relative aux écrans publicitaires

« L'interdiction fixée par le VI de l'article 53 de la loi du 30 septembre 1986 de diffuser des messages publicitaires entre 20 heures et 6 heures du matin suit les règles suivantes :

- elle ne concerne que les seuls services « de télévision mentionnés au I de l'article 44 » : autrement dit, la publicité est autorisée sur les autres services de communication audiovisuelle édités par France Télévisions, notamment les services de communication audiovisuelle à la demande (télévision de rattrapage et vidéo à la demande) ainsi que sur leurs sites Internet. Ces ressources représentent aujourd'hui environ 4 millions d'euros ;

- elle ne s'applique qu'aux services nationaux de télévision de France Télévisions, à l'exception de ses « programmes locaux » ; la publicité est donc autorisée sur l'ensemble des décrochages de France 3, régionaux et locaux. Ces ressources représentent aujourd'hui environ une trentaine de millions d'euros ;

- elle ne s'applique qu'aux « messages publicitaires », le parrainage restant autorisé sur les chaînes du service public (83,7 millions d'euros en 2007) ;

- et ne s'applique qu'aux « messages publicitaires autres que ceux pour des biens ou services présentés sous leur appellation générique ». Restent donc possibles les publicités en faveur des produits laitiers ou du sucre. »

Source : Rapport d'information n° 597 (2009-2010) « Les comptes de France Télévisions : quelle ambition pour la télévision publique ? »

S'agissant de RFO, il convient de souligner que la suppression totale de la publicité est prévue à compter de l'extinction de la diffusion par mode analogique.

¹ Les services nationaux de télévision mentionnés au I de l'article 44 de la loi de 2006 précitée.

II. LE DISPOSITIF PROPOSÉ

Le présent article vise à reporter au 6 janvier 2014 la suppression de la publicité entre 6 heures et 20 heures sur les services nationaux de France Télévisions.

A cet effet, il modifie la deuxième phrase du premier alinéa du VI de l'article 53 de la loi du 30 septembre 1986 précitée.

III. LES MODIFICATIONS APPORTÉES PAR L'ASSEMBLÉE NATIONALE

L'Assemblée nationale, sur l'initiative de nos collègues députés, Martine Martinel, rapporteure pour avis, Michèle Tabarot, Michel Herbillon, Christian Kert, Franck Riester, Patrick Bloche, Michel Françaix et Marcel Rogemont, a voté **trois amendements identiques à l'article 76** ayant pour objet le **maintien définitif de la publicité en journée** sur les services nationaux de France Télévisions.

IV. LA POSITION DE VOTRE RAPPORTEUR SPÉCIAL

Votre rapporteur spécial approuve la démarche du Gouvernement de reporter la date d'entrée en vigueur de la suppression totale des écrans publicitaires sur les services nationaux de France Télévisions, et non de maintenir définitivement la publicité en journée.

Il estime cependant, en tant que cosignataire avec notre collègue Catherine Morin-Desailly d'une proposition de loi¹ visant à assurer un financement pérenne à France Télévisions, que ce moratoire devrait être fixé au 1^{er} janvier 2015, au lieu du 6 janvier 2014.

En effet, **il juge préférable de prévoir un report de cinq années au lieu de quatre, afin de donner une réelle visibilité à la nouvelle direction du groupe**. Cette dernière doit faire face à de lourds défis (la finalisation du nouveau schéma organisationnel, la négociation de la convention collective, le développement du média global et la rénovation des antennes régionales) en une période où le financement par le budget général apparaît comme fragilisé par les déficits publics.

¹ Proposition de loi n° 702 (2009-2010) visant à assurer un financement pérenne à France Télévisions.

Votre rapporteur spécial juge que le chiffre d'affaires publicitaire constitue une ressource propre essentielle à l'équilibre financier du groupe. Il tient à rappeler que si, entre 2008 et 2009, les recettes nettes du marché publicitaire ont baissé pour l'ensemble des médias de 12,5 %, et plus particulièrement de 11 % pour le secteur télévisuel, **l'année 2010 annonce un sursaut du marché**. Il constate que les investissements publicitaires sur l'ensemble des médias ont progressé en moyenne de 7,8 % entre les premiers semestres 2009 et 2010 et de 18,2 % en ce qui concerne uniquement la télévision.

En outre, votre rapporteur spécial souligne le **dynamisme des recettes publicitaires encaissées par France Télévisions**. En effet, le groupe réalise la **meilleure performance entre 6 heures et 20 heures** comme en témoigne le tableau ci-dessous.

Evolution des investissements publicitaires bruts avant et après 20 heures
Janvier - juin 2009 – Janvier - juin 2010

	TF1	France 2	France 3	Canal +	M 6
Investissements entre 6 h et 20 h	+ 9,8 %	+ 46,5 %	+ 7,7 %	+ 18,9 %	+ 5,6 %
Investissements entre 20 h et 6 h	+ 18,6 %	- 41,8 %	+ 16,4 %	- 8,9 %	+ 8,4 %

Source: direction des études, des statistiques et de la prospective du Centre national de la cinématographie (CNC)

En dépit d'une baisse du montant des recettes publicitaires du groupe à partir de 2009, en raison de la suppression de la publicité en soirée dès janvier 2009, **France Télévisions a néanmoins réalisé un chiffre d'affaires supérieur aux prévisions**.

Ainsi que l'a constaté votre rapporteur spécial dans le cadre de son contrôle budgétaire conjoint avec la commission de la culture et de la communication sur les comptes de France Télévisions¹, le groupe a réalisé un **surplus de chiffres d'affaires publicitaire de 144,9 millions d'euros en 2009** par rapport aux prévisions du plan d'affaires. En juin 2010, le chiffre d'affaires **devrait atteindre 372 millions d'euros**, soit un excédent de 142,6 millions d'euros par rapport au plan.

Evolution des ressources propres de France Télévisions

(en millions d'euros)

	Réalisé 2009	Budget 2010	Réalisé 1^{er} semestre 2010	PLF 2011
Ressources propres	413,5	345,1	236,9	384,9
Dont ressources de publicité et parrainage	404,9	339,0	232,4	372,0
Dont autres recettes commerciales	8,6	6,1	4,5	12,9

Source des données : Programme annuel de performances pour 2011 de France Télévisions

¹ Cf. Rapport d'information n° 597 (2009-2010) de Claude Belot et Catherine Morin-Desailly, fait au nom de la commission de la culture et de la commission des finances, le 30 juin 2010.

Ces améliorations permettent raisonnablement d'espérer que les recettes de publicité et de parrainage, en 2011, dépasseront le plan d'affaires et se maintiendront à un niveau au moins égal à celui attendu pour 2010, soit 372 millions d'euros. Si tel est le cas, France Télévisions devrait voir ses ressources propres augmenter de 171,2 millions d'euros de plus que prévu par le plan d'affaires pour 2011.

Cette tendance devrait se confirmer en 2012 et 2013 car force est de constater que le report escompté du chiffre d'affaires publicitaire vers les chaînes privées n'a pas eu lieu. La stratégie commerciale de la régie publicitaire associée à celle des annonceurs a permis à France Télévisions de dépasser les objectifs prévus.

En conséquence, **il apparaît légitime, pertinent et impérieux au regard de la situation des finances publiques de prévoir un moratoire** à la date de suppression totale des écrans publicitaires afin de **renforcer le financement de France Télévisions par une ressource dont on sait qu'elle sera garantie**. Votre rapporteur spécial rappelle par ailleurs que dans sa décision n° 2009-577 DC du 3 mars 2009, le Conseil constitutionnel a considéré que la suppression de la publicité sur France Télévisions « *doit être regardée comme affectant la garantie de ses ressources, qui constituent un élément de son indépendance* ».

En effet, dans la mesure où le financement du groupe ne peut aujourd'hui reposer exclusivement sur des encaissements de la contribution audiovisuelle publique, le maintien des écrans publicitaires en journée constitue une ressource complémentaire non négligeable.

Quant à la « compensation » par une dotation budgétaire, votre rapporteur spécial tient à préciser que le Parlement a instauré deux taxes dont le produit cumulé est supposé atteindre le montant de celle-ci soit 450 millions d'euros.

Il s'agit, d'une part, de la taxe sur la publicité à la télévision prévue à l'article 32 de la loi du 5 mars 2009 et codifiée à l'article 302 *bis* K G du code général des impôts et, d'autre part, de la taxe sur les opérateurs de télécommunications¹ créée à l'article 33 de la loi du 5 mars 2009, codifiée à l'article 302 KH du CGI. Or, cette dernière a fait l'objet d'un avis motivé de la Commission européenne qui en conteste la conformité au droit communautaire.

Enfin, **votre rapporteur spécial juge que ce moratoire ne porte pas atteinte aux objectifs éditoriaux et culturels du Groupe**. Si l'intention du législateur en mars 2009 a été de libérer France Télévisions de la « *tyrannie de l'audimat* » en supprimant totalement la publicité des chaînes publiques, il apparaît que cet objectif a été en très large partie réalisé grâce à la suppression

¹ Il s'agit des opérateurs de téléphonie (SFR, Bouygues Télécom, Orange) et des fournisseurs d'accès à Internet (Free, France Télécom, Neuf Cegetel) qui fournissent des offres dites « triple play » (services de téléphonie, accès à Internet et services de télévision).

en soirée des écrans publicitaires. En effet, force est de constater que le virage éditorial imprimé par la présidence précédente de France Télévisions est un succès.

C'est pourquoi votre rapporteur spécial propose d'amender le présent article afin de fixer la date de la suppression de la publicité sur les services nationaux de France Télévisions au 1^{er} janvier 2015 ainsi que pour RFO.

Votre commission des finances vous propose d'adopter cet article ainsi modifié.

**AMENDEMENT PROPOSÉ
PAR VOTRE COMMISSION DES FINANCES**



PROJET DE LOI DE FINANCES POUR 2011
DEUXIÈME PARTIE

MISSION MÉDIAS, LIVRE ET INDUSTRIES
CULTURELLES

N°	1
----	---

SERVICE DE LA
SÉANCE

(n° 110, rapport 111, 114, 112)

23 NOVEMBRE 2010

A M E N D E M E N T

C	
G	

présenté par
M. BELOT
au nom de la commission des finances

ARTICLE 76

Rédiger comme suit cet article :

Le premier alinéa du VI de l'article 53 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication est ainsi modifié :

1° A la deuxième phrase, les mots : « de l'extinction de la diffusion par voie hertzienne terrestre en mode analogique des services de télévision mentionnés au même I sur l'ensemble du territoire métropolitain » sont remplacés par les mots : « du 1^{er} janvier 2015 » ;

2° Au début de la dernière phrase, les mots : « A l'extinction de la diffusion par voie hertzienne terrestre en mode analogique des services de télévision sur le territoire d'un département d'outre-mer, d'une collectivité d'outre-mer ou de Nouvelle-Calédonie, et au plus tard le 30 novembre 2011, les programmes de télévision de la société mentionnée au même I diffusés sur le territoire de la collectivité en cause » sont remplacés par les mots : « A compter du 1^{er} janvier 2015, les programmes de télévision de la société mentionnée au même I diffusés sur le territoire d'un département d'outre-mer, d'une collectivité d'outre-mer ou de la Nouvelle-Calédonie ».

OBJET

Le présent amendement a pour objet de reporter au 1^{er} janvier 2015, au lieu du 6 janvier 2014, tel que prévu par le présent article, la mise en œuvre de la suppression totale de la publicité sur les services nationaux des chaînes de France Télévisions ainsi que sur RFO.

Il est identique à l'une des dispositions de la proposition de loi de Claude Belot et Catherine Morin-Desailly, relative au financement de France Télévisions, déposée à la suite du rapport d'information n° 597 (2009-2010), établi au nom de la commission de la culture et de la commission des finances, en date du 30 juin dernier, et intitulé : « Les comptes de France Télévisions : Quelle ambition pour la télévision publique ? ».

Le contrôle budgétaire mené conjointement par la commission des finances et la commission de la culture et de la communication a notamment mis en lumière la nécessité d'assurer un financement équilibré et pérenne pour France Télévisions, dans un contexte des finances publiques fortement dégradé.

Le montant de 450 millions d'euros correspondant à la suppression de la publicité en soirée est financé aujourd'hui par une dotation budgétaire, elle-même compensée par la création de deux taxes sur la publicité des chaînes privées et sur le chiffre d'affaires des opérateurs de télécommunication, au produit limité et aléatoire, et dont la seconde vient de faire l'objet d'un avis motivé de la commission qui en conteste la conformité.

En tout état de cause, ces taxes ne pourraient pas permettre de compenser une dotation budgétaire complémentaire qui s'élèverait à 400 millions d'euros au moment de la suppression totale de la publicité. Le volet financier de la réforme ne présente donc pas toutes les garanties suffisantes au développement et à l'indépendance de France Télévisions.

En revanche, le groupe, grâce à une stratégie commerciale performante de sa régie publicitaire, est parvenu à dépasser les prévisions de recettes publicitaires en 2009 et 2010.

C'est pourquoi, il est proposé de repousser au 1^{er} janvier 2015 l'entrée en vigueur de la suppression totale de la publicité sur les services nationaux de France Télévisions ainsi que sur RFO.

LES MODIFICATIONS APPORTÉES PAR L'ASSEMBLÉE NATIONALE

I. MODIFICATIONS DES CRÉDITS DE LA MISSION « MÉDIAS, LIVRE ET INDUSTRIES CULTURELLES »

A. À TITRE RECONDUCTIBLE

1. En première délibération

En première délibération, l'Assemblée nationale, sur l'initiative de notre collègue député Patrice Martin-Lalande, rapporteur spécial, a adopté un amendement visant à **clarifier l'architecture budgétaire de la mission, sans modification de crédits.**

Dans le cadre de la nouvelle maquette pour 2011, les crédits du programme « Presse » ont été complétés par ceux dédiés au livre et à la lecture, ainsi que par ceux bénéficiant aux industries culturelles.

L'amendement voté tend à rétablir l'ancien programme « Presse ». Puis **il crée deux programmes distincts propres** aux nouveaux rattachements à la mission, soit un programme dédié au livre et à la lecture d'une part, et un autre spécifique aux industries culturelles, d'autre part.

Puis l'Assemblée nationale a adopté **un amendement du Gouvernement tendant à assurer**, pour un montant de 25 millions d'euros, **le besoin de financement** de la mise en œuvre de la « **Carte Musique** » en 2011. Il réduit à même hauteur, en contrepartie, les crédits de l'action « Passage à la télévision tout numérique » du programme « Contribution à l'audiovisuel et à la diversité radiophonique ». Il apparaît que la dotation de cette action, dont le montant a été augmenté de 227 % en 2011, ne devrait pas être entièrement consommée.

Ensuite, l'Assemblée nationale a voté **un amendement du Gouvernement** visant à majorer de 500 000 euros les crédits du programme 123 « Conditions de vie outre-mer » en faveur du **financement des coûts de diffusion de la TNT dans les départements et collectivités d'outre-mer ainsi qu'en Nouvelle Calédonie.** A cette fin, cet amendement minore du même montant les crédits du programme 313 « Contribution à l'audiovisuel et à la diversité radiophonique ».

2. En seconde délibération

En seconde délibération, l'Assemblée nationale a voté une minoration de crédits de la mission à hauteur de 1 172 945 euros en autorisations d'engagement et de 1 284 109 euros en crédits de paiement destinée à gager

les ouvertures de crédits opérées lors de la discussion de la seconde partie du projet de loi de finances.

Cette minoration est répartie de la façon suivante :

- 444 082 euros en AE et 485 001 euros en CP sur le programme « Contribution à l'audiovisuel et à la diversité radiophonique » ;

- 166 914 euros en AE et 182 293 euros en CP sur le programme « Action audiovisuelle extérieure » ;

- 561 949 euros en AE et 616 815 euros en CP sur le programme « Presse ».

B. À TITRE NON RECONDUCTIBLE

En seconde délibération, l'Assemblée nationale a adopté un amendement majorant de 55 000 euros les crédits de la mission « Médias, livre et industries culturelles ». Cette augmentation s'impute de la façon suivante :

- 10 000 euros sur l'action « Aides à la presse » du programme « Presse » ;

- 45 000 euros sur l'action 03 « Soutien à l'expression radiophonique locale » du programme « Contribution à l'audiovisuel et à la diversité radiophonique ».

C. SOLDE DE CES MODIFICATIONS DES CRÉDITS

Le solde de ces modifications aboutit à réduire, globalement, les crédits de la mission « Médias, livre et industries culturelles » de 1 117 945 euros en AE et de 1 229 109 euros en CP.

II. ARTICLE RATTACHÉ MODIFIÉ PAR L'ASSEMBLÉE NATIONALE

Enfin, l'Assemblée nationale, sur l'initiative de nos collègues députés, Martine Martinel, rapporteure pour avis, Michèle Tabarot, Michel Herbillon, Christian Kert, Franck Riester, Patrick Bloche, Michel Françaix, et Marcel Rogemont, a voté **trois amendements identiques à l'article 76** ayant pour objet le **maintien définitif de la publicité en journée** sur les services nationaux de France Télévisions (*cf.* commentaire de l'article 76 plus haut).

TRAVAUX DE LA COMMISSION

Liste des personnes auditionnées par le rapporteur spécial

- **M. Rémy PFLIMLIN**, président directeur général de France Télévisions ;

- **M. Jean ROZAT**, directeur général d'Arte France ;

- **M. Bertrand MÉHEUT**, président du directoire du groupe Canal+ ;

- **M. Alain WEIL**, président directeur général de NextRadioTV.

**Auditions par la commission des finances de Rémy Pflimlin, président-directeur général de France Télévisions
et de Jean-Luc Hees, président-directeur général de radio France,
le 6 octobre 2010**

I. AUDITION DE RÉMY PFLIMLIN, PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL DE FRANCE TÉLÉVISIONS

La commission des finances a procédé, le 6 octobre 2010, conjointement avec la commission de la culture et de la communication, à l'audition de M. Rémy Pflimlin, président-directeur général de France Télévisions, sur l'exécution du contrat d'objectifs et de moyens de France Télévisions.

M. Jean Arthuis, président de la commission des finances. – Il est de tradition qu'avant le débat budgétaire, nous recevions le président du groupe audiovisuel public pour faire le point sur l'exécution du contrat d'objectifs et de moyens, en l'occurrence celui de la période 2007-2010, amendé en 2009 pour prendre en compte la loi n° 2009-258 du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision.

L'année 2010 marque un tournant : nouvelle organisation, entreprise commune, rapport sur les comptes du groupe établi par M. Belot et Mme Morin-Desailly, publié en juin dernier et qui esquissait un bilan. Tournons-nous à présent vers l'avenir. Le rapport a souligné la modestie des moyens, en particulier ceux affectés au média global. Comptez-vous changer l'orientation prise par votre prédécesseur ? Le maintien d'une double rédaction fait perdre des occasions de synergies. Où en est la mutualisation des moyens ? Comptez-vous vous démarquer de votre prédécesseur par un traitement des chaînes régionales qui renforce leur identité ? Je souhaiterais aussi que nous fassions le point sur les recettes de publicité en 2010. Faut-il maintenir la publicité dans la journée ? M. Belot et Mme Morin-Desailly ont rédigé une proposition de loi tendant à repousser à 2015 la suppression totale de la publicité. Enfin, quel est l'état d'avancement des négociations sur la nouvelle convention collective ?

M. Jacques Legendre, président de la commission de la culture, de l'éducation et de la communication. – Nos deux commissions sont très intéressées par le sujet. Hélas, vous arrivez en un moment difficile, où le Sénat est plongé dans l'examen du projet de loi sur les retraites et bon nombre de nos collègues sont retenus en séance publique... Nous vous auditionnons sur l'exécution d'un COM signé par votre prédécesseur, et mesurons la difficulté

pour vous d'en dresser le bilan. A cet égard, la commission de la culture estime que l'arrivée d'un nouveau dirigeant à la tête du groupe devrait donner lieu à un nouveau contrat d'objectifs et de moyens.

M. Rémy Pflimlin, président-directeur général de France Télévisions. – Je suis très heureux de cette occasion de faire le bilan du contrat en cours ; je vous dirai aussi comment j'envisage la gestion de l'entreprise en ce début de mon mandat. L'année 2009 a encore été une année de profondes mutations : nouvelle loi, nouveau cahier des charges, avenant au contrat d'objectifs existant. Quant au projet de nouvelle organisation, le projet d'entreprise commune, il a été mis en œuvre à partir de janvier 2010. Nous sommes à présent au milieu du gué.

Les objectifs correspondent à la spécificité de la télévision publique. En 2009, ils ont été dépassés : 740 programmes culturels diffusés en première partie de soirée contre 365 inscrits dans le contrat ; 383 millions d'euros consacrés à la création audiovisuelle, plus que les 375 requis. Quant aux programmes sportifs, les téléspectateurs ont pu découvrir plus de 89 disciplines à l'écran. J'ai relancé le comité permanent de la diversité, qui répond à un souci majeur pour moi, car il me semble essentiel que la télévision publique soit le fidèle reflet de notre pays et réunisse le plus grand nombre de nos concitoyens. Je nommerai dans chaque chaîne un responsable de la diversité. Nous recherchons les créateurs et les comédiens qui nous permettent de progresser.

J'en viens au projet stratégique. Notre entreprise publique a un rôle essentiel à assumer en matière d'information et de création – française en particulier. Nous devons rassembler nos concitoyens autour de thèmes qui confortent l'unité du pays. Il convient aussi de renforcer l'identité et la personnalité de chaque chaîne, puis de parvenir à l'objectif qui aura été fixé globalement. Le projet doit également nous conduire à intégrer le numérique – le média global n'est pas périphérique, il est au centre de nos actions. Lorsqu'un programme est édité, il est décliné sur les divers supports, dans une forme adaptée à chacun. C'est la mission que j'ai confiée à Bruno Patino. Il faut nous transformer de diffuseur en éditeur pour atteindre le public sur tous les supports. Enfin, il faudra nous appuyer sur de nouveaux métiers et de nouvelles compétences : la gestion prévisionnelle de l'emploi et des compétences comporte un plan de formation précis. Nous finaliserons le plan stratégique d'ici le début de l'année prochaine : missions, positionnement, ambitions. Et ce plan s'inscrira dans le nouveau contrat d'objectifs et de moyens des cinq ans à venir, qui comportera aussi les recettes à venir – y compris publicitaires.

Si notre mission d'intérêt général est importante, le groupe doit bénéficier des ressources correspondantes, à la fois prévisibles, pérennes, dynamiques. Or, dans les difficultés que traversent les finances publiques, le maintien de la publicité, pour deux années ou plus, est une solution qui correspond à nos besoins. La régie publicitaire devrait alors être maintenue. Le débat a été lancé sur la privatisation de la régie et les négociations exclusives

entamées avec deux acquéreurs possibles. Mais il est important pour le groupe de contrôler sa régie et je me réjouis d'avoir pu trouver un accord avec les deux candidats : ce sont eux qui ont retiré leur offre.

Le développement du numérique ne représente que 0,8 % de nos ressources... contre 8 % à la BBC, par exemple, qui est très en avance. Il est indispensable de disposer de marges de manœuvre pour investir dans ce domaine.

Le résultat de l'exercice 2010 sera supérieur aux prévisions, 70 millions d'euros à ce jour. Dans son budget, avoir des ressources publiques mais aussi un chiffre d'affaires de publicité est une force. Mais il est crucial, une fois la répartition décidée, de s'en tenir à cette base et de ne pas exiger un reversement des crédits en cas de recettes publicitaires supérieures, car alors les marges d'investissement sont siphonnées. Les modifications intempestives sont l'ennemi de la bonne gestion.

Quant aux programmes, nous travaillons sur l'identité de chaque chaîne, qui détermine le choix des programmes. Actuellement, les unités de programmes sont transversales et la personnalité des chaînes en est un peu dissoute, l'image de chaque chaîne est moins forte que dans le passé. Nous allons travailler en particulier sur l'identité de France 3 et sur le rôle des programmes régionaux. Il nous faut mettre en place des programmes suffisamment distincts pour atteindre les différents objectifs. Dès le début de 2011, nous serons en mesure de proposer des innovations dans les grilles de programmes. Les contrats de grilles qui nous lient aux fournisseurs étant annuels, on n'en verra la traduction à l'écran qu'à partir de septembre 2011.

Dans nos engagements figure le conseil consultatif des téléspectateurs. J'ai voulu le réunir à nouveau, afin qu'il réalise un travail utile. Grâce à internet, l'interactivité est désormais facile. La télévision publique doit être perçue comme la télévision des Français. Cette entreprise est la leur.

J'ai nommé les directeurs de rédaction. Thierry Thuillier, auparavant à i-Télé, nous a rejoints pour travailler à une conception de l'information propre à notre groupe. Nous devons développer au maximum toutes les synergies afin de bénéficier d'un effet de masse. Même si les rédactions ont des normes technologiquement différentes, les systèmes d'information, et tout ce qui en amont sert à la préparation des journaux, peuvent être mis en commun. Quant aux journaux télévisés eux-mêmes, ils sont suffisamment typés pour ne pas être redondants. Soir 3 est ainsi plus international, plus européen, que les autres. Les moyens doivent être rapprochés mais les lignes éditoriales restent spécifiques. J'ai demandé à Thierry Thuillier de progresser rapidement dans l'établissement de la charte de déontologie de l'information.

La confiance est un élément capital du rapport entre le groupe et nos concitoyens. Et il n'y a pas d'indépendance sans professionnalisme ni rigueur. Notre objectif est donc de délivrer une information de référence. L'information que l'on trouve dans l'univers internet est un modèle

performant. Nous pouvons être, quant à nous, au meilleur niveau de l'information, nationale mais aussi étrangère, grâce à un solide réseau.

Les indicateurs de gestion ne sont pas tout. Il y a aussi, dans un groupe, la vie sociale. Notre difficulté actuelle est une certaine désorganisation. Nombre de collaborateurs manquent de repères. Il est temps d'avoir à nouveau des objectifs clairs. Accord d'entreprise, convention collective : les négociations ont commencé en juin 2009. L'actuelle convention des journalistes a été prolongée jusqu'au 9 février 2011. Les conventions des autres salariés sont aussi en négociation mais nous avons plus de temps...

S'agissant des recettes, nous pourrions, par une organisation différente, rendre nos recettes de diversification plus dynamiques. Je veux parler de la question des droits. Aucun n'est perçu sur les produits que nous diffusons. Une négociation avec les producteurs pourrait être ouverte... Auquel cas nous reviendrions vers vous.

M. Jean Arthuis, président de la commission des finances. – Les droits dérivés sont l'objet d'un décret, ils relèvent donc du pouvoir réglementaire. Comment avez-vous négocié l'affaire de la régie ?

M. Rémy Pflimlin. – Les patrons de Publicis et de Love, que j'ai rencontrés dès mon arrivée, ont accepté de retirer leurs offres. Cela n'a donné lieu à aucune transaction.

M. Claude Belot, rapporteur spécial des crédits des missions « Médias » et « Avances à l'audiovisuel public ». – France Télévisions était à une époque comme un bateau ivre, le contrat a remis de l'ordre et vos prédécesseurs, MM. Tessier et de Carolis, ont fait ce qu'ils pouvaient pour maintenir les productions. Et cela a marché, le groupe a résisté à la baisse des recettes, en mettant le plus possible les moyens en commun et en conservant l'identité de chacun. Sur la question des droits, comment sortir de la situation actuelle, absurde ? Il y a là des possibilités de profit, il faut en tirer avantage.

Autre interrogation : jusqu'où êtes-vous prêts à aller en matière de coopération ? Je pense par exemple à France 24 et TV 5. Est-il conforme à l'intérêt général de maintenir plusieurs équipes françaises aux quatre coins du monde ?

Je soutiens votre démarche d'un plan d'affaires de cinq ans et d'un nouveau contrat d'objectifs et de moyens. On ne peut conduire une entreprise à courte vue. L'Etat doit s'engager, afin que le groupe se fonde sur un produit escompté de redevance – si le volume n'est pas maîtrisable, le prix l'est.

Au sein de votre grand groupe, quelle est la place de la télévision de proximité ? France 3 éprouve quelque difficulté à s'affirmer comme telle. Or en ce moment apparaissent des chaînes locales sur internet. Il importe d'être présent sur ce créneau.

Un mot sur le budget de France Télénumérique. Nous avons reçu vos confrères d'Arte, ils nous ont indiqué que la contribution de leur chaîne, pour le passage à la TNT, était de 3 millions d'euros pour un exercice : combien vous demandera-t-on à vous ? J'appartiens à un territoire sur lequel le passage est en train de se faire...

M. Martin Ajdari, directeur général délégué à la gestion, aux finances et aux moyens. – La contribution de France Télévisions est de 15 millions d'euros.

M. Claude Belot, rapporteur spécial des crédits des missions « Médias » et « Avances à l'audiovisuel public ». – Il ne s'agit pas de dépenses techniques, uniquement pédagogiques...

M. Martin Ajdari. – Plus de 100 millions d'euros seront consacrés en 2011 à l'accompagnement, subventions pour l'achat des terminaux, aides aux collectivités locales, etc.

Mme Catherine Morin-Desailly, rapporteur pour avis des crédits des missions « Médias » et « Avances à l'audiovisuel public ». – Vous avez expliqué pourquoi vous souhaitiez un avenant au contrat. Il faut une concomitance entre la durée du mandat de président et celle du contrat d'objectifs et de moyens et j'ai déposé, avec Claude Belot, une proposition de loi en ce sens.

Les comptes consolidés 2009 faisaient apparaître, en avril 2010, un retour à l'équilibre grâce aux bons résultats de la publicité en journée. Quel impact sur vos comptes et sur votre organisation aurait une suppression de la publicité dès 2012 ?

Les résultats de France 3 sont inquiétants : quel bilan en tirez-vous ? Vous avez souhaité renforcer le média global : Web TV Pluzz est-elle vraiment la solution la plus adaptée ? Le taux de sous-titrage des programmes atteint 90 % : quand atteindra-t-on les 100 % : en 2011 ? J'insiste sur la nécessité du sous-titrage des films étrangers, obligation introduite par le Sénat lors de l'examen du projet de loi relatif à l'audiovisuel public ! Je vous félicite d'avoir mis en fonction le conseil des téléspectateurs. La Haute Assemblée avait beaucoup insisté en ce sens...

M. Rémy Pflimlin. – S'agissant des droits, je reprends actuellement les discussions en m'appuyant sur l'exploitation du média global. La diffusion de l'œuvre passant désormais par d'autres supports que la télévision : il faut tenir compte des évolutions.

Oui, nous pourrions mieux rayonner à l'international, mais il y a tout de même une difficulté : France 24 est totalement disjointe de France Télévisions ! TV 5 est également une entreprise distincte, même si nous y jouons notre rôle d'actionnaire. Nous devons prêter grande attention au rayonnement de France Télévisions à l'étranger, car c'est l'image de l'entreprise et l'image de la France qui sont en jeu. Il s'agit d'optimiser nos moyens dans des coproductions et des mises en commun de moyens.

M. François Guilbeau, directeur général de France 3. – L’audience de France 3 a plus baissé que celle de France 2. Il faut dire que France 3 a récupéré des programmes de France 2 qui étaient peu adaptés à son public ; on a aussi observé un vieillissement des structures de la grille et des marques-phare. Il faut instiller un nouvel attrait et des innovations... Les programmes régionaux sont aussi victimes de problèmes d’organisation. Le bilan des quatre pôles a montré que l’organisation distinguait réseau et équipes d’une part, contenu éditorial d’autre part, les premiers et le second dépendant de deux hiérarchies différentes. La gestion n’était pas au service de l’éditorial.

Nous mettons les moyens au service de l’éditorial, et d’abord en région, parce que c’est bien là que réside la spécificité de France 3. Cette identité régionale peut prendre plusieurs formes : des programmes locaux ou encore des programmes interrégionaux, et l’on attend aussi des « plaques » régionales qu’elles contribuent aux programmes nationaux.

M. Jacques Legendre, président de la commission de la culture, de l’éducation et de la communication. – Je voudrais vous faire part d’une remarque de professionnels du spectacle vivant que notre commission a auditionnés, qui nous ont indiqué que France 3 leur paraissait informer insuffisamment le public local sur le spectacle vivant en région. Nous allons étudier plus globalement la question de la télévision publique locale, mais nous souhaitons qu’il soit tenu compte de cette observation sans délai.

M. Jean Arthuis, président de la commission des finances. – Le sentiment qui prévaut, c’est que France 3, en région, c’est France 3 de la métropole régionale et qu’au-delà, c’est le désert... régional.

M. Ivan Renar. – La question pour France 3 est essentiellement celle de l’autonomie, celle de ses marges d’action, en particulier dans les plages de temps somme toute importante dont disposent les antennes régionales. La République est décentralisée, c’est désormais dans la Constitution, et nous sommes tous, en fait, des Jacobins de proximité. A cette aune, ce qui manque à France 3, c’est davantage de dialogue avec les collectivités territoriales.

M. Rémy Pflimlin. – Nous travaillons à donner plus de liberté d’action et de programmation aux « plaques » régionales, à ce qu’elles puissent développer leur rapport au territoire le quel, bien sûr, ne coïncide pas toujours avec les délimitations administratives mais comprend des éléments de grande proximité, ayant trait à la vie quotidienne. La TNT facilite cette programmation territoriale et c’est ce lien avec les territoires qui singularise notre mission de service public, étant entendu que le privé n’ira pas partout, mais d’abord là où c’est rentable.

Mme Catherine Morin-Desailly. – Et sur les aspects financiers ?

M. Martin Ajdari. – La publicité en journée représente 300 millions d’euros sur une année.

M. Jacques Legendre, président de la commission de la culture, de l’éducation et de la communication. – Notre commission s’est également

inquiétée de voir la publicité revenir, sous couvert de parrainage : que pensez-vous de cette dérive ?

M. Rémy Pfmilin. – Nous allons proposer une charte du parrainage, pour limiter les programmes courts qui sont parrainés par des entreprises et pour veiller à ce que les programmes du soir démarrent bien à 20 h 35. Les montants financiers du parrainage décroissent et sont passés d'environ 28 millions d'euros en 2008 à 22 millions actuellement. Nous évaluons à dix millions le coût des mesures de limitation que nous envisageons.

S'agissant du numérique, je note la rapidité avec laquelle nos compatriotes s'équipent : dans les secteurs où nous mettons en place la TNT, quasiment tous les téléspectateurs s'équipent, c'est un phénomène social très important.

Quant à Pluzz.fr, le service de télévision en différé de France Télévisions que nous avons lancé en juillet dernier, nous en sommes à 3,5 millions de visites par mois et 5,7 millions de vidéos vues, ce n'est pas mal du tout. Cependant, ce service est une initiative encore insuffisamment intégrée à la stratégie numérique d'ensemble, et nous nous interrogeons sur sa dénomination, qui n'évoque pas directement France Télévisions.

Enfin, nous en sommes à 100 % pour le sous-titrage en français.

M. François Guilbeau. – Pour le sous-titrage en langues étrangères, nous manquons de place sur le réseau, car nous ne disposons encore que de six canaux sur le satellite, dont un que nous consacrons à l'audio-description des programmes.

Mme Marie-Christine Blandin. – J'avais craint que la suppression de la publicité après 20 heures en accentue la fréquence plus tôt dans la journée, au moment où les enfants regardent plus la télévision, ce qui me fait vous poser cette question : combien coûterait la suppression totale de la publicité à France Télévisions ?

Vous nous avez décrit la stratégie nouvelle de France 3, qui est d'assurer un continuum de la proximité à l'international, mais les dégâts sont déjà faits : en Nord-Pas-de-Calais, les crédits régionaux de soutien aux programmes télévisés sont allés à des chaînes privées, par désespoir de voir France 3 insuffler un peu d'âme locale à ses programmes : nous avons tout fait pour rappeler la chaîne publique à ses missions, mais nous nous sommes heurtés à un véritable mur. Vous soulignez votre ambition de donner une identité propre à chaque chaîne : nous avons proposé en 2009 d'inscrire dans la loi l'existence même de France 2 et de France 3, mais nos amendements ont été repoussés par le Gouvernement et la majorité.

Vous travaillez dans un environnement rendu plus difficile par la réforme, par le changement de métiers dont vous nous parlez. Et si vous nous demandez plus de stabilité pour vos crédits, nous avons été informés par les organisations syndicales et par le Comité d'hygiène, de sécurité et des conditions de travail (CHSCT) de l'entreprise de tentatives de suicides parmi

les salariés, après le drame du suicide du médecin du travail. Ces événements, nous a-t-on dit, sont intervenus après des signalements. Je comprends que vous souhaitiez éviter une médiatisation de ces sujets sensibles et complexes et que la responsabilité en soit collective, je crois aussi que nous y avons notre part. Mais, à force de dire une chose et son contraire aux salariés, ne les placez-vous pas dans ce que les psychologues appellent un *double bind*, une injonction contradictoire ? Quelles mesures d'accompagnement humain envisagez-vous pour la réforme ? J'espère que vous n'allez pas nous annoncer des entretiens individuels, méthode choisie à France Télécom qui, sous prétexte de galvaniser les troupes, s'est traduite par plus de stress et d'angoisse...

M. Patrice Papet, directeur des ressources humaines. – L'entreprise subit toujours un véritable choc en apprenant que l'un de ses salariés tente de mettre fin à ses jours. En prenant ses fonctions, la nouvelle direction a reçu les organisations syndicales pour leur dire qu'elle mesurait combien la nouvelle organisation avait pu désorienter certains collaborateurs, et qu'elle souhaitait parvenir à un calendrier clair pour sortir des incertitudes. Le comité central d'entreprise a ensuite voté à l'unanimité un aménagement du calendrier dans ce sens.

La mise en place de la nouvelle organisation s'accompagne d'une forme de perte de repères, du fait même des délais entre les annonces et la mise en place effective des réformes qui nourrissent des inquiétudes. Or, une inquiétude cela ne se conteste pas, cela se constate. C'est pourquoi nous avons communiqué immédiatement sur des aménagements. Le comité central d'entreprise du 19 octobre prochain devrait entériner une pause dans les relocalisations, pour que chacun sache précisément s'il sera concerné et où, en quelque sorte, il habitera. Ceci est particulièrement vrai pour des secteurs comme l'informatique, où l'activité est particulièrement tendue avec les demandes urgentes de convergence des systèmes d'information. Nous proposerons également au comité central d'entreprise de créer une direction de la prévention des risques, qui manque cruellement dans une entreprise de la taille de France Télévisions. Enfin, des dispositifs de veille existent sur les risques psychosociaux, leur bon fonctionnement est l'une de nos principales priorités.

M. Adrien Gouteyron. – J'entends bien votre souhait de disposer de ressources stables et j'apprends en vous écoutant que les ressources du parrainage décroissent : je les croyais plus élevées et en augmentation. Je m'associe au souhait d'encadrer mieux le parrainage, pour répondre aux critiques dont il fait l'objet.

Vous voulez redonner sa personnalité à chacune des chaînes, quelles seront les conséquences pratiques ? Chaque chaîne va-t-elle devoir acheter seule ses films et ses jeux ? N'y aura-t-il plus de relations entre les programmes ?

Vous avez déclaré votre intention de signer une charte de déontologie, en particulier sur la diffusion de l'information : où en êtes-vous ? Rencontrez-vous une coopération satisfaisante des journalistes, qui ont souvent vite fait de regarder ce type de démarche comme un « contrôle » de l'information ?

M. Ivan Renar. – La Commission européenne a donné deux mois à la France pour supprimer la taxe sur les opérateurs de téléphonie mobile, qui compense la suppression de la publicité sur les chaînes publiques après 20 heures. En ces temps où le rabet est à la mode, et alors que Bercy serait réticent à l'idée de compenser cette perte, comment voyez-vous les choses ?

M. Jean-Pierre Leleux. – La durée de la convention d'objectifs et de moyens coïncidant avec celle de votre mandat, préférez-vous, dans ce délai, le statu quo sur la publicité, ou bien vous attaquer à la suppression de la publicité dans la journée ?

S'agissant du soutien à la création, France Télévisions fait certes des efforts, mais le débat demeure entre les producteurs et les diffuseurs : quelle est votre analyse ?

Les œuvres, ensuite, ne circulent pas assez. Le ministre de la culture a annoncé l'installation d'un Médiateur de l'audiovisuel, sur le modèle du Médiateur du cinéma : qu'en attendez-vous ?

Vous allez donner plus d'indépendance aux chaînes : quelle sera l'articulation entre la direction de France Télévisions et les directions des programmes ?

Stéphane Taponier et Hervé Ghesquière sont retenus comme otages en Afghanistan depuis le 30 décembre 2009. S'il est très important que France Télévisions soit présente auprès de leurs familles, ne craignez-vous pas qu'en rappelant chaque jour qu'ils sont retenus en otage, on rende plus difficile la négociation avec leurs ravisseurs qui attendent que leur victimes prennent plus de valeur dans l'opinion publique ?

M. Rémy Pflimlin. – Je vais répondre dans l'ordre. Nous ne reviendrons pas sur la mise en commun des services supports, comme l'informatique, les finances ou les ressources humaines, qui concernent l'ensemble des chaînes. Le regroupement, cependant, n'est pas achevé : il y a encore quatre systèmes différents pour la paie, par exemple.

Nous débattons en interne de l'articulation entre les programmes et les chaînes, nous allons trancher rapidement. Nous voulons redonner leur identité aux chaînes, qu'elles décident de leurs programmes, mais il faut aussi une forme de coordination, pour éviter les redondances, et il va de soi également que l'innovation et la recherche doivent être centralisées. Nous devons donc trouver des règles simples pour cette articulation : nous nous réunissons sur le sujet en fin de semaine dans le cadre d'un séminaire, je compte que nous aboutissions rapidement.

Sur la déontologie, nous démarrons. Je souhaite que la rédaction de la charte soit intégrée à la négociation collective sur le contrat d'entreprise avec les journalistes.

La taxe sur les opérateurs de téléphonie mobile, vous le savez, n'est pas affectée. Si elle est supprimée, la conséquence directe ne sera donc pas pour le budget de France Télévisions, mais pour le budget de l'Etat. La question rejoint celle de la suppression de la publicité en journée. Nous énonçons des objectifs clairs, et c'est pour les atteindre que nous demandons des moyens stables : ensuite, l'outil utilisé par l'Etat pour mobiliser ces moyens n'est pas de notre ressort. C'est pourquoi nous nous tournons vers vous : c'est au législateur de dire si le financement de la télévision publique passe plutôt par les finances publiques, ou par la publicité. Et si vous anticipez plus de difficultés encore pour les finances publiques dans les années à venir, je m'en remets à votre sagesse.

Nos deux journalistes Stéphane Taponier et Hervé Ghesquière sont retenus en otages en Afghanistan, l'entreprise en est secouée. Je crois cependant qu'au point où nous en sommes, la citation quotidienne de leurs noms ne change rien aux négociations avec les ravisseurs, alors qu'elle rappelle la mobilisation de l'entreprise. Je suis frappé par la mobilisation des municipalités à travers la France, qui font un geste, accrochent la photo de nos deux journalistes dans leurs locaux. Les services de l'Etat font un travail exemplaire pour obtenir la libération et pour soutenir les familles. Je crois que cette mobilisation est très importante pour les otages : Florence Aubenas a témoigné du bienfait apporté par des messages qu'elle a entendus lorsqu'elle était otage. Mais cette mobilisation ne dicte pas le rythme de la libération.

M. Jacques Legendre, président de la commission de la culture, de l'éducation et de la communication. – Le Parlement exprime toute sa solidarité aux otages, à leurs familles et à l'entreprise. Je vous remercie, Monsieur le Président, d'avoir répondu à nos questions nombreuses, qui témoignent de l'intérêt que nous portons à France Télévisions.

II. AUDITION DE JEAN-LUC HEES, PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL DE RADIO FRANCE

La commission des finances a procédé le 6 octobre 2010, conjointement avec la commission de la culture et de la communication, à l'audition de M. Jean-Luc Hees, président-directeur général de Radio France, sur le contrat d'objectifs et de moyens.

M. Jean Arthuis, président de la commission des finances. - Nous voici réunis, conjointement avec nos collègues de la commission de la culture, de l'éducation et de la communication, pour entendre M. Jean-Luc Hees, président-directeur général de Radio France, à l'occasion de l'exercice annuel consistant à dresser le bilan du contrat d'objectifs et de moyens (COM). Le contrat précédent couvrait la période de 2006 à 2009. Un nouveau COM pour la période allant de 2010 à 2014 a été présenté en conseil des ministres, le 16 juin dernier, et a fait l'objet d'un avis de la commission de la culture.

Votre audition nous permettra, Monsieur le Président, d'apprécier, après une année de présidence, votre vision stratégique pour Radio France, ainsi que les moyens déployés afin de renforcer l'identité des antennes, d'une part, et l'innovation des formats radiophoniques, d'autre part.

Vous aviez déclaré l'an dernier « *vouloir faire entrer le multimédia en résonance* » avec l'offre de Radio France et non dupliquer ce qui est déjà diffusé. Où en êtes-vous ? Pourriez-vous par ailleurs nous indiquer comment sera mise en oeuvre la radio numérique terrestre (RNT), grand absent de votre contrat d'objectifs et de moyens ? La rénovation de la Maison de la Radio, qui a démarré en juin 2009 devrait s'achever en 2016. Le calendrier et les coûts sont-ils maîtrisés ? Où en est la négociation du nouvel accord collectif d'entreprise ? Enfin, la maîtrise de la masse salariale figure dans les objectifs du plan. Quelles sont vos marges de manœuvre face à l'ensemble des défis auxquels Radio France doit faire face ?

M. Jacques Legendre, président de la commission de la culture, de l'éducation et de la communication. - Une délégation de la commission de la culture et de la communication, que j'ai l'honneur de présider, s'est rendue la semaine dernière sur le site de la Maison de la radio et a pu constater l'ampleur du chantier et ses enjeux pour le groupe. Mais pouvez-vous donner davantage de précisions sur l'exécution de votre contrat d'objectifs et de moyens en 2009 ?

M. Jean-Luc Hees, président-directeur général de Radio France. - L'ensemble des objectifs inscrits dans le COM a été respecté. L'axe de travail est le renforcement du coeur de métier avec la rénovation de toutes les grilles de programmes, qui a conduit à la consolidation des audiences du groupe :

- les grilles de France Inter (2006) et de France Info (2007 et 2009) ont été profondément renouvelées et les audiences cumulées respectives ont

été de 10,2 % et 8,8 % en 2009, pour des cibles fixées en 2006 à 9,2 % et 8,9 % ;

- France Bleu poursuit sa stratégie de renforcement de son ancrage local. L'audience a été de 6,8 % en 2009, pour une cible de 6,1 % ;

- pour France Culture, priorité a été donnée à la lisibilité de la grille et l'audience cumulée, à hauteur de 8,1 % sur trois semaines en 2009, a été satisfaisante ; la cible avait été fixée à 7,8 % ;

- s'agissant de France Musique, l'audience cumulée est correcte mais une modernisation de la chaîne est envisagée ;

- enfin Le Mouv' n'a pour l'instant pas vraiment trouvé son public, alors que son rôle de point d'entrée des jeunes dans le service public radiophonique est important. Sa grille a donc été remaniée avec un axe de radio généraliste à vocation musicale.

Mme Catherine Morin-Desailly, rapporteur pour avis des crédits des missions « Médias » et « Avances à l'audiovisuel public ». - Je m'interroge sur les points suivants. Quelle a été la stratégie de développement de France Bleu en 2009 et 2010 ? Le nombre de concerts enregistrés et diffusés sur France Musique a fortement baissé de 2008 à 2009. Quelles sont les raisons de cette diminution ? Quels moyens sont consacrés au média global et quelles sont vos perspectives dans ce domaine ? Enfin, vous affirmez dans le rapport sur l'exécution du COM que Radio France est la première entreprise culturelle de France, pouvez-vous donner les raisons de l'emploi de cette expression ?

M. Claude Belot, rapporteur spécial des crédits des missions « Médias » et « Avances à l'audiovisuel public ». - Les incertitudes sur le Mouv' et l'érosion de l'audience radiophonique sont globalement inquiétantes. Par ailleurs, des difficultés techniques rendent difficile l'écoute de France Info, notamment lors de longs déplacements en voiture. Enfin la diminution des recettes publicitaires de Radio France est une inquiétude supplémentaire. Ne vous paraîtrait-il pas opportun d'augmenter la publicité sur vos ondes, pour bénéficier d'une ressource supplémentaire ? Par ailleurs, je souhaiterais savoir si les délais et les budgets du chantier de la Maison de la Radio seront tenus.

M. Jean-Luc Hees. - Il est compliqué de redéployer les effectifs de France Bleu, mais un rééquilibrage est mené, lorsqu'une personne part à la retraite dans l'une des stations. S'agissant de France Musique, plus de 1 000 concerts sont diffusés par an, ce qui constitue une performance unique au monde.

La publicité représente quant à elle environ 8 % des ressources du groupe Radio France, ce faible taux étant principalement lié aux contraintes réglementaires importantes fixées par le cahier des charges de Radio France et à la situation générale de la ressource publicitaire dans les médias.

Je soutiens fortement la radio numérique terrestre (RNT) qui constitue un atout majeur pour les radios publiques et les auditeurs, en termes d'indépendance, de neutralité, de gratuité et d'anonymat. Le multiplex susceptible de diffuser les chaînes de Radio France en RNT a, au demeurant, déjà été mis en place.

Enfin, le chantier de la Maison de la radio a pris deux mois de retard sur les sous-sols et sur la verrière de l'agora, et un mois sur la pose des façades, mais les délais relatifs au démarrage des prochaines phases du chantier seront respectés.

M. Claude Belot, rapporteur spécial des crédits des missions « Médias » et « Avances à l'audiovisuel public ». - Quelles sont les synergies logiques entre Radio France et France 24 ?

M. Jean-Luc Hees. - La proximité industrielle de Radio France et de Radio France Internationale (RFI) est évidente mais je ne peux contester la pertinence du choix politique à l'origine du rapprochement de RFI et des chaînes de l'audiovisuel extérieur.

Mme Catherine Dumas. - Comment remédier à la désaffection des jeunes vis-à-vis du média radio ? À cet égard, la mise en place de plateformes multimédias n'est-elle pas une solution majeure ?

M. Jean-Luc Hees. - L'âge médian de l'auditeur de Radio France n'est pas satisfaisant mais correspond à celui constaté pour les grandes radios nationales privées. S'il n'y a plus de radio prescriptrice pour les jeunes, une radio comme Skyrock a cependant mis en place une stratégie multimédia efficace, dont il faut s'inspirer. À ce titre je considère que le site Internet de Radio France doit être refondu et des redéploiements importants ont été décidés à cette fin en interne.

M. Ivan Renar. - Radio France continue à se distinguer par son impertinence et je soutiens fermement l'absence quasi totale de publicité sur ses antennes, qui constitue un atout en faveur de la qualité des programmes et facilite fortement le confort de l'audition. Je considère toutefois que l'intérêt présenté par le fait de disposer de deux orchestres à Radio France devrait être davantage exploité et mis en valeur, notamment au vu du nombre de personnes que touche la diffusion radiophonique des concerts.

M. René-Pierre Signé. - En ma qualité de médecin, je visite souvent des maisons de retraite dans ma circonscription et je tiens à souligner l'importance du média radio pour les personnes âgées. À cet égard la défense de la chanson populaire, très appréciée par ce public, devrait être l'un des axes du service public radiophonique.

M. Yannick Bodin. - Les auditeurs de France Info sont fidèles à leur radio mais il est clair que les problèmes de réception nuisent à son image. Je suis par ailleurs sceptique sur la modification de la grille de France Inter, notamment le matin, le bon « ton » n'ayant, à mon sens, pas encore été trouvé.

Enfin je déplore la suspicion qui pèse sur l'ensemble des choix auxquels vous procédez, qui est lié à votre mode de désignation illégitime.

M. David Assouline. - Radio France doit garder une identité spécifique tout en s'adressant davantage au public jeune, non seulement à travers le Mouv', mais aussi sur l'ensemble de ses chaînes. Ainsi la nouvelle ligne du Mouv' est bonne, mais les autres radios doivent aussi s'adapter afin que l'âge moyen de l'auditeur du service public baisse.

Sur le sujet de la publicité, les aspects déontologiques sont en outre importants et le *statu quo* est, à mes yeux, pertinent. On ne peut pas défendre la suppression de la publicité sur la télévision publique et préconiser son augmentation sur la radio.

Enfin je peux comprendre que Radio France ne soit pas le lieu d'une impertinence outrancière, mais le problème de votre groupe est que sa programmation constitue un débat à caractère politique en raison de votre mode de nomination. J'aurais préféré à cet égard une désignation basée sur un large consensus parlementaire.

M. Alain Dufaut. - On a souvent l'impression qu'une forte contrainte budgétaire s'exerce sur les stations locales de France Bleu, et que les enveloppes consacrées aux pigistes sont en baisse. Cela correspond-il à une réalité ?

M. Jacques Legendre, président de la commission de la culture, de l'éducation et de la communication. - Une remarque seulement. Je tiens à souligner que la position de M. Claude Belot concernant l'augmentation des ressources publicitaires n'engage que lui-même et n'est pas celle du Sénat.

M. Jean-Luc Hees. - Je ne commente pas le mode de désignation des présidents de l'audiovisuel public mais vous assure que je suis viscéralement indépendant et extrêmement attaché à la liberté de Radio France. Je tiens au demeurant à souligner que je n'ai jamais subi de pression ou été sollicité par la présidence de la République, un ministre, ou les pouvoirs publics.

Les orchestres de Radio France ont en effet un public très important, qui s'établit en général entre 700 000 et 800 000 personnes grâce aux diffusions radiophoniques de ses concerts.

France Bleu quant à elle représente un tiers de l'effectif et un tiers du budget de Radio France et constitue une priorité du groupe au moment où le secteur privé abandonne ses antennes locales. Des moyens financiers conséquents sont donc engagés annuellement pour le développement de la chaîne.

Enfin la matinale de France Inter n'a effectivement pas encore pleinement trouvé son rythme de croisière, mais j'ai pleine confiance en Patrick Cohen, rédacteur en chef, pour réussir la mission que je lui ai confiée.

Examen en commission le 10 novembre 2010

Réunie le mercredi 10 novembre 2010, sous la présidence de M. Jean Arthuis, président, la commission a procédé à l'examen du rapport de M. Claude Belot, rapporteur spécial, sur la mission « Médias, livre et industries culturelles », le compte de concours financier « Avances à l'audiovisuel public » et l'article 76 du projet de loi de finances pour 2011.

M. Jean Arthuis, président. – L'ordre du jour est particulièrement chargé. Je me réjouis d'entendre Claude Belot et je salue la présence de Catherine Morin-Desailly, rapporteur pour avis de la commission de la culture et de la communication.

M. Claude Belot, rapporteur spécial. – Je salue à mon tour la présence de Catherine Morin-Desailly car nous avons l'obligation de travailler ensemble et y arrivons fort bien – contrairement à ce qu'on dit parfois, il n'y a pas incompatibilité de logiciels entre culture et finance.

L'année, budgétairement parlant, est sereine pour cette mission. Depuis douze ans que je présente ce rapport, il y a toujours un état de crise ou un frémissement, mais l'an dernier a été sagement décidé ce que je réclamais depuis longtemps : on a augmenté la contribution à l'audiovisuel public anciennement dénommée « redevance audiovisuelle ». On y voit plus clair cette année, une règle du jeu a été établie. On a concilié orthodoxie financière et augmentation des ressources. En des temps plus fastes, l'idée était de chasser la publicité des chaînes publiques mais, la crise venue, on a réalisé qu'il faudrait compenser la suppression partielle de la publicité sur les services nationaux de France Télévisions à hauteur de 450 millions d'euros. Or le groupe a maintenu son audience et a accru ses recettes publicitaires. Après une investigation approfondie, on a conclu qu'il n'était pas urgent de changer la situation. C'est pourquoi je présente un amendement afin de prolonger le moratoire sur la publicité en journée jusqu'en 2015.

M. Jean Arthuis, président. – C'est-à-dire, pour la durée du contrat d'objectifs et de moyens ?

M. Claude Belot, rapporteur spécial. – Tout à fait. L'équilibre financier est aujourd'hui au rendez-vous. L'objet du moratoire est de le préserver.

S'agissant de la présentation globale de la mission, son périmètre est élargi au livre et aux industries culturelles. Compte tenu de la très grande transversalité du secteur, il est intelligent d'avoir retenu cette organisation. Cet élargissement de la maquette s'accompagne d'une progression des crédits. Celle du groupe d'intérêt public France Télé Numérique ne peut échapper à

personne. Son budget explose parce que la TNT est une opération « coup de poing », mais qui sera terminée fin 2011.

L'état de l'audiovisuel public extérieur me soucie davantage. J'avais souhaité la création de France 24 ; nous la réclamions pour dégager une bonne synergie entre tous ceux qui travaillent pour l'audiovisuel extérieur français. Cela se met en place difficilement. Les rivalités entre dirigeants et la « guerre des chefs » sont trop souvent évoquées. Lorsque nous avons été avec Louis de Broissia à France 24, nous n'avons pu malheureusement être reçus par les dirigeants en dépit du fait que nous avons porté l'institution sur les fonts baptismaux. Je souhaite pouvoir les rencontrer un jour, à l'instar des autres dirigeants des sociétés audiovisuelles.

M. Jean Arthuis, président. – Il faut déposer un amendement réduisant les crédits...

M. Claude Belot, rapporteur spécial. – ... ou en parler au ministre.

Le président d'Arte France a bien rempli son mandat, les comptes sont tenus et le contrat d'objectifs et de moyens respecté au centime près – le contraste est curieux.

S'agissant de l'éternel problème des aides à la presse, on a toujours dit que notre presse, quoique la plus aidée d'Europe, était celle qui était dans l'état le plus critique. On sait pourquoi. Elle vit « sous perfusion ». Après les états généraux de la presse réunis par le président de la République, les aides ont progressé de 81 %. Un rapport a été demandé à Aldo Cardoso. Remis le 8 septembre 2010, il reprend ce que nous affirmions depuis des années. Il y a certes le développement d'Internet, le portage, la diffusion auprès des jeunes, mais il serait grand temps qu'une rationalisation des aides à la presse, dans un cadre cohérent et piloté, se mette en place. La prise de conscience existe, mais les remèdes sont difficiles à administrer. L'enjeu financier est de taille : plus de 300 millions d'euros en 2011.

L'évolution de l'AFP m'inquiète un peu. Cette superbe entreprise faisait notre fierté. J'ai mené un contrôle sur pièce et sur place jusqu'à Hong-Kong, il y a quelques années. Or, depuis deux ou trois ans, sa situation est menacée alors qu'elle se classait au troisième rang mondial pour le chiffre d'affaires. Je ne m'explique pas les raisons de ce manque de dynamisme. Il faudrait que nous sachions pourquoi et comment y remédier.

Je ne dispose pas de toutes les précisions nécessaires quant à la capacité de la Haute Autorité pour la diffusion des oeuvres et la protection des droits sur internet (Hadopi) à résoudre le problème du piratage. Ce point mérite d'être approfondi. On a également évoqué une « carte musique » pré-payée de 25 euros pour permettre aux jeunes d'acheter de la musique en ligne sur des plateformes légales.

M. Jean Arthuis, président. – ...et c'est le Luxembourg qui perçoit la TVA !

M. Claude Belot, rapporteur spécial. – Au total, la situation est satisfaisante malgré des sujets d'interrogation. Je vous propose d'adopter les crédits des missions, dont ceux de France Télévisions, qui apparaissent en légère baisse, afin de tenir compte de l'amélioration des recettes publicitaires.

Quant à l'amendement que je vous propose à l'article 76, il est cohérent avec les délais des contrats d'objectifs. La règle du jeu sera ainsi fixée pour tout le mandat du président de France Télévisions.

M. Jean Arthuis, président. – La commission a adopté ce matin un amendement étendant aux résidences secondaires la contribution à l'audiovisuel public sur les récepteurs télévisuels ainsi que sur les terminaux Internet, selon le principe « d'une taxe d'habitation, une contribution à l'audiovisuel public », quel que soit le nombre de récepteurs.

M. Claude Belot, rapporteur spécial. – Cela rétablit une situation qui avait existé avant 2005.

Mme Catherine Morin-Desailly, rapporteur pour avis de la commission de la culture et de la communication. – Je vous remercie de m'accueillir. S'agissant de la publicité, le moratoire proposé par le Gouvernement s'applique jusqu'en 2014. La mission de contrôle nous ayant fourni des chiffres plus fiables, nous proposons donc d'aller jusqu'au 1^{er} janvier 2015.

S'agissant de France 24, je n'ai pas eu la même expérience que Claude Belot. J'ai rencontré Alain de Pouzilhac. Il semble reprendre en main cette maison : l'audience augmente, des économies ont été réalisées. Les nouvelles de cette stabilisation sont plutôt rassurantes.

M. Claude Belot, rapporteur spécial. – Louis de Broissia et moi avons été choqués par l'accueil qui nous avait été réservé.

M. Jean Arthuis, président. – Le « parrainage » ressemble beaucoup à de la publicité. Cette hypocrisie doit cesser. Ce n'est pas ce que nous avons voté. Il faudra être très ferme.

Si l'on ne revoit pas le taux de TVA sur le livre numérique, qui est à 19,6 %, on risque des fuites vers le Luxembourg. Le rapporteur général a dû renoncer à son amendement ce matin. Peut-être pourra-t-on proposer un taux intermédiaire la semaine prochaine que l'on pourrait appliquer au livre numérique ?

M. Yann Gaillard. – N'avons-nous pas voté une proposition de loi de la commission de la culture ?

M. Jean Arthuis, président. – Ces questions se règlent dans la loi de finances.

M. Yann Gaillard. – Le périmètre de la mission a évolué.

M. Jean Arthuis, président. – Le bureau et la commission l'ont validé.

M. Philippe Dominati. – On avait dit, lors du vote de la loi sur l’audiovisuel, que les sociétés privées seraient avantagées par le gain de nouvelles parts de marché. Or les recettes publicitaires des chaînes publiques s’accroissent, grâce au bon travail de la régie.

M. Claude Belot, rapporteur spécial. – L’audience est bonne.

M. Philippe Dominati. – Il devait y avoir compensation par des fonds publics ainsi que par une taxe sur les chaînes privées. Le Gouvernement n’affecte-t-il pas le produit au budget général et ne serait-il pas juste de prendre une mesure équivalente pour les chaînes privées ?

M. Jean Arthuis, président. – Le taux de la taxe a été réduit.

M. Claude Belot, rapporteur spécial. – 0,5 % au lieu de 3 %.

A l’issue de ce débat, la commission a adopté l’amendement présenté par le rapporteur spécial à l’article 76 du projet de loi de finances pour 2011.

Puis, elle a décidé de proposer au Sénat l’adoption, sans modification, des crédits de la mission « Médias, livre et industries culturelles » et du compte de concours financiers « Avances à l’audiovisuel public » ainsi que l’adoption de l’article 76 ainsi modifié.

*

* *

Réunie à nouveau le jeudi 18 novembre 2010, sous la présidence de M. Jean Arthuis, président, la commission des finances a confirmé sa décision de proposer au Sénat l’adoption des crédits de la mission et du compte de concours financiers, après avoir pris acte des modifications apportées par l’Assemblée nationale. Puis elle a confirmé sa décision de proposer au Sénat l’adoption de l’article 76 tel que modifié lors de sa réunion du 10 novembre.