

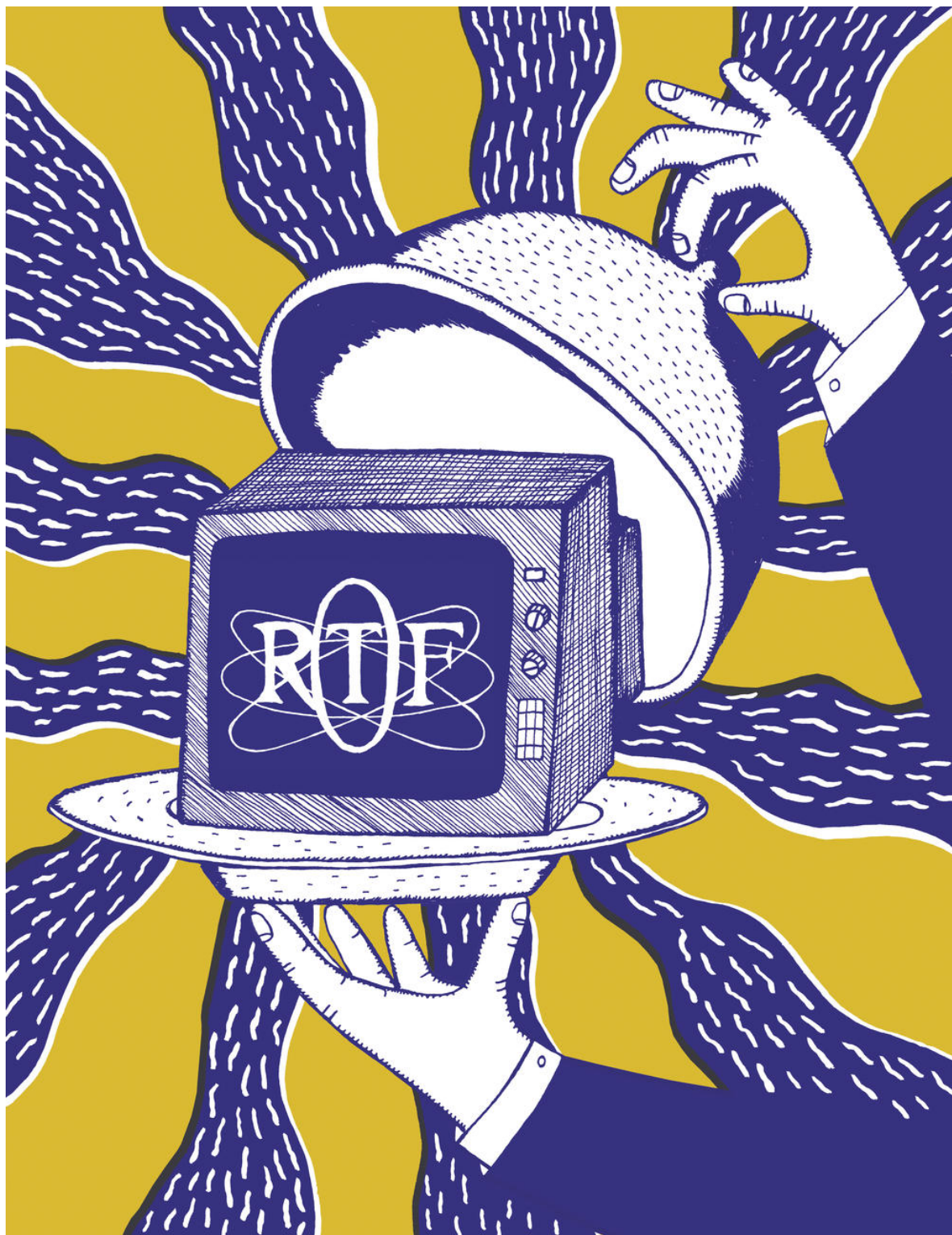
*Réforme à marche forcée*

# Pour l'audiovisuel public, l'avenir c'est l'ORTF ?

Aude Dassonville

Richard Sénéjoux

Publié le 22/10/2019.



Suppression de France Ô et France 4, regroupement de Radio France, France Télévisions et l'Ina par France Medias... La réforme de l'audiovisuel préfigure-t-elle une future "BBC à la française", comme l'annonce le gouvernement ? Ou un contrôle politique renforcé, assorti de mesures drastiques d'économies ? De toutes parts, les inquiétudes se font jour.

**La télé de la honte** », avait lancé Emmanuel Macron en début de mandat au sujet du service public. Avec la nouvelle loi sur l’audiovisuel, qui doit être présentée fin novembre au conseil des ministres et discutée au Parlement début 2020, ce sera la télé de quoi ? Le gouvernement y va franco. Une « société mère », baptisée France Médias, chapeautera l’ensemble du service public — France Télévisions, Radio France, France Médias Monde (France 24, RFI) et l’INA — dès 2022, avec un(e) superpatron(ne) qui décidera de tout, ou presque. Une BBC à la française, pour l’exécutif.

Plutôt « *une machine à faire des économies et à supprimer encore des postes* », selon les syndicats, qui pourrait se doubler d’une tentative de reprise en main politique : France Médias rappelle beaucoup l’ORTF, qui contrôlait l’information sur les chaînes et radios publiques dans les années 1960. Officiellement, il s’agit pourtant de donner à l’audiovisuel public une taille critique pour mieux affronter la concurrence des plateformes et l’adapter aux nouveaux usages liés au numérique. Le budget de la création sera préservé, promet la rue de Valois, et Netflix et consorts devront même y contribuer. Au passage, le gouvernement n’oublie pas de (bien) servir les chaînes privées, TF1 et M6 en tête. À France Télévisions et à Radio France, où d’importants plans d’économies sont déjà lancés, une nouvelle période de vaches maigres s’annonce. Alors, monsieur Macron, une télé de quoi ?

## À qui profite la pub ?

Les amateurs de pubs vont apprécier : une troisième coupure sera autorisée dans un même film, là où il y en avait déjà deux aujourd’hui. Et la durée d’au moins vingt minutes entre chaque écran disparaît. Les spots pourront faire la promotion d’une nouvelle enseigne près de chez soi ou d’un nouveau resto près du boulot — ça s’appelle la publicité adressée —, et aussi, grande première, des films de cinéma. Pendant les rencontres sportives, il y aura de la pub sur une partie de l’écran.



### *Projet*

Davantage de pub et de films à la télé : la réforme de l’audiovisuel par le menu

En libéralisant un peu plus le secteur, le gouvernement fait un beau cadeau aux chaînes privées, qui vivent de la réclame. Certaines dispositions seront prises par décret dès janvier prochain, pour une application en 2021 — une fois les difficultés techniques aplanies. Prière de ne pas faire la fine bouche : les durées autorisées de pub sur les chaînes privées (pas plus de neuf minutes par heure en moyenne sur une journée, et un maximum de douze minutes sur une heure donnée) restent les mêmes, rappelle-t-on au ministère. Sauf que ce sera plus intense aux heures de grande écoute.



# Des films le samedi soir

A priori, oui. Fini les jours interdits ! Partant du principe que les abonnés aux plateformes type Netflix ont accès à des films quels que soient le jour et l'heure, la règle en vigueur depuis 1990, rendue obsolète par les nouveaux usages, disparaît. Alors que les chaînes ne pouvaient diffuser « que » cent quatre-vingt-douze films par an, elles pourront en proposer deux cent quarante-quatre. Pas sûr, toutefois, qu'elles le fassent, les soirées cinéma ne sont pas forcément rentables.

## France 4 et France Ô, sacrifiées pour l'exemple

Pour faire des économies, bien sûr. Mais à quel prix ? En supprimant France 4, le ministre de la Culture [Franck Riester](#) ferme une chaîne qui avait (enfin) trouvé son identité et son public, et assurait en partie la bonne santé d'un secteur, l'animation, dont tout le monde s'accorde à reconnaître le dynamisme et la qualité des productions. Alors que Disney, notamment, s'apprête à lancer sa plateforme en France début 2020, on comprend mal la logique à l'œuvre, qui consiste à éparpiller à nouveau l'offre jeunesse sur France 2, France 3 et France 5, ainsi que sur une nouvelle plateforme, [Okoo](#), qui sera lancée le 9 décembre. Tant pis pour les petits Français qui ne disposent pas encore d'un haut débit satisfaisant... ou même d'un abonnement Internet. « *Il y a un consensus pour dire que c'est une connerie* », assure un professionnel. Franck Riester, pourtant, ne fléchit pas. « *S'il reculait sur France 4, seule France Ô serait condamnée, décrypte un observateur. Un trop mauvais signal à envoyer aux ultramarins...* »



# Davantage de fictions françaises ?

La loi vise d'abord à créer, autant que faire se peut, des groupes audiovisuels susceptibles de tenir la dragée haute aux mastodontes du marché. Les nouvelles obligations imposées aux plateformes devraient bénéficier à la création française. Netflix et Amazon, et bientôt Apple+ (le 1er novembre), Disney et Cie seront obligées de proposer aux téléspectateurs français au moins 30 % de fictions européennes — sur ce point, la loi ne fait que transposer une directive européenne. Mais elles devront aussi consacrer un pourcentage de leur chiffre d'affaires réalisé dans l'Hexagone au financement de séries et de films français.

C'est là que le sujet devient brûlant. En effet, le ministre a fixé un taux plancher de 16 %, ce qui ne convient ni aux chaînes, qui trouvent cette obligation faite à leurs concurrents trop indolore, ni aux producteurs indépendants, à qui la moitié de ces investissements devra pourtant revenir. Les professionnels ont plusieurs mois pour se mettre d'accord (on vous passe les subtilités des négociations relatives aux droits d'exploitation des œuvres), faute de quoi un décret s'imposera à eux. Et si ces nouveaux services sont pris en flagrant délit de non-respect de leurs contraintes respectives, des sanctions pouvant aller — en théorie — jusqu'à l'interruption de service s'appliqueront. Après avoir hurlé à la « *berlusconisation* » de l'audiovisuel français, Pascal Rogard, le patron de la Société des auteurs (SACD), a arraché des garanties : le droit d'auteur « à la française » sera respecté.

# Baisser la redevance pour quoi faire ?

En marge des discussions sur le projet de loi, Gérald Darmanin a annoncé à la dernière minute que la contribution à l'audiovisuel public allait passer de 139 à 138 euros dès 2020. Une bonne nouvelle ? Pas si vite. Car si le ministre de l'Action et des Comptes publics a pu se féliciter de rendre 1 euro de pouvoir d'achat aux Français, c'est parce que le gouvernement a entrepris de raboter le budget de l'audiovisuel public... ce qui a entraîné un trop-perçu de redevance. Résultat, pour le gain négligeable d'une baguette de pain par an et par foyer s'acquittant de la taxe d'habitation, ce sont environ 25 millions d'euros qui feront défaut au service public. À la mise en place de la société mère France Médias, en 2022, on approchera donc les 75 millions d'euros de manque à gagner. On parie que si l'argent vient à manquer, on demandera à l'audiovisuel public de serrer les dents plutôt qu'à l'État de desserrer les cordons de sa bourse.

# Quel argent pour l'audiovisuel public ?

Depuis déjà plusieurs mois, l'audiovisuel public est au régime sec, avec des plans d'économies ultra musclés : France Télévisions doit faire 400 millions d'euros d'économies d'ici à 2022 ; Radio France, 60 millions. Parmi les plus sévères qu'ait jamais connus le service public. La trajectoire budgétaire est assurée jusqu'en 2022, tente de rassurer Bercy. Et après ? C'est l'inconnu. La fin du recouvrement de la redevance via la taxe d'habitation pourrait rebattre les cartes. Gérald Darmanin rêve de la supprimer et d'intégrer le budget de l'audiovisuel public à celui de l'État. Bref, réduire ses ressources à une simple ligne budgétaire, modifiables à tout moment et au bon vouloir du pouvoir en place. Ce qui marquerait un réel recul démocratique.



# Une BBC à la française, un pari impossible ?

« Dès que Franck Riester a été nommé au ministère, on a su que cette affaire de holding était pliée », regrette un haut cadre de l'audiovisuel public. Jusque-là, les patrons de France Télévisions, de Radio France, de France Médias Monde et de l'INA avaient su faire front commun pour convaincre la tutelle de fonctionner en « mode projet », façon France Info la chaîne (dont les audiences, rappelons-le, restent bien en deçà de ses concurrentes), et demeurer maîtres chez eux. Las, le 1er janvier 2021, France Médias sera créée et regroupera tout le monde, à l'exception notable d'Arte et de TV5 Monde — la chaîne franco-allemande a fait valoir son statut particulier.



## *Achtung, baby !*

Réforme de l'audiovisuel : le président allemand d'Arte met en garde le gouvernement français

Sur le papier, il s'agit de rassembler les forces pour mieux affronter les géants anglo-saxons du streaming. « *Il faut bâtir des coopérations éditoriales fortes* », claironne Franck Riester. Espérons qu'elles seront plus originales que celle qui consiste à faire de la radio filmée en diffusant les matinales de France Bleu sur les antennes de France 3... Mais France Médias devrait aussi (surtout ?) servir à faire des économies, comme le redoutent les syndicats (lire ci-dessous). Il faut trouver « *des leviers d'optimisation des fonctions support* », a lancé le ministre. Traduction : réduire les coûts par exemple au sein des services informatique, de régie publicitaire, de formation et au sein du parc immobilier. Avec, à la clé, d'éventuels rapprochements, regroupements, voire fusions... « *Alors que l'on prône agilité et souplesse, on crée un machin qui va tout alourdir,* commente un haut cadre du service public. *Ce raisonnement économique est vraiment daté.* »

## Et les salariés dans tout ça ?

Ils essaient déjà de digérer les plans de suppression de postes annoncés il y a quelques mois : deux mille à France Télévisions, et entre deux cent soixante-dix et trois cent quatre-vingt-dix à Radio France, d'ici à 2022. Pour l'heure, on recense environ cinq cents candidats au départ, dont trois cents pour France 3 — fin 2019, près de soixante personnes auront déjà quitté la chaîne publique, souvent sous forme de retraite anticipée. La création de France Médias ? « *C'est quelque chose de mortifère,* estime Raoul Advocat, élu SNJ à France Télévisions. *Ça nous rappelle ce qui s'est passé ici au mitan des années 2000. Création d'une holding, ajout d'une strate administrative,*

*regroupement, création de l'entreprise unique en 2009, fusion d'entités... Et, au bout, une casse sociale, avec un bon millier d'emplois perdus en moins de dix ans ! »* Son collègue de la CGT, Marc Chauvelot, abonde dans ce sens. « *C'est un nouveau cycle de réorganisation de grande ampleur qui s'annonce. France Médias, c'est une gigantesque machine à faire des économies et à supprimer encore des postes. »*

## **Vers un retour de l'ORTF ?**

Ne dites pas à Franck Riester que la création de France Médias est calquée sur le calendrier de l'élection présidentielle, ça l'agace. « *Le nouveau mode de nomination des dirigeants par leur conseil d'administration, et non plus par le CSA, est une garantie d'indépendance* », jure-t-il. Qu'on en juge : sur les neuf membres qui éliront le (la) président(e) de France Médias en 2022, on trouvera trois représentants de l'État et six personnes qualifiées, dont deux nommées par... l'État, deux autres par le Parlement et les deux dernières par le conseil d'administration. Bref, cinq votants sont déjà acquis au pouvoir, un autre issu de l'Assemblée nationale, donc de la majorité.

Et hop ! Et ce(tte) superpatron(ne) aura le lourd pouvoir de répartir les 3,7 milliards d'euros de la redevance entre France Télévisions, Radio France, France Médias Monde et l'INA. Leurs pdg actuels deviendront de simples directeurs exécutifs, avec une marge de manœuvre réduite. D'autant qu'ils seront eux-mêmes nommés par... le (la) président(e) de France Médias (qui les proposera ensuite pour validation à leurs conseils d'administration respectifs) le 1er janvier 2023.

Et re-hop ! « *Le pdg de France Médias n'aura aucune responsabilité éditoriale sur les antennes* », tente de rassurer Franck Riester. « *Sauf qu'il aura l'argent et le pouvoir de nomination, donc il aura tout !* » rétorque un observateur. Une structure totalement pyramidale qui rappelle la funeste ORTF, symbole de la mainmise de l'État sur les télévisions et radios publiques des années 1960-1970. L'exécutif voudrait-il mettre France Médias « en marche » pour la présidentielle de 2022 ? En tout cas, il ne s'y prendrait pas autrement.