

INTERVENTION DU RAPPORTEUR DE LA MISSION D'INFORMATION

Merci Monsieur le Président.

Je tenais par ailleurs à vous remercier de l'éclairage que vous avez apporté aux réflexions que nous avons mené. Même si nous ne sommes pas parvenus à nous accorder sur l'ensemble des propositions, je crois que nous avons saisi tous les deux les enjeux primordiaux qui se posent désormais pour l'avenir de l'audiovisuel français.

Je souhaite avant tout, rappeler que le financement public de l'audiovisuel public représente 3,8 milliards d'euros en 2015. Depuis 2010, ce sont plus de 22 milliards d'euros qui ont été alloués à ce secteur. Nous sommes donc en présence d'enjeux financiers forts, auxquels s'ajoutent bien entendu des enjeux culturels tout aussi importants.

La mission d'information dont je suis le rapporteur a souhaité raisonner à l'échelle d'un modèle économique. Cela implique de considérer l'articulation entre les différentes natures de recettes, d'envisager les évolutions et les diversifications possibles, mais également de s'interroger sur les améliorations à apporter en matière de gouvernance, au sein de chaque entreprise ainsi qu'à l'échelle globale du secteur.

Cependant, concernant par exemple la problématique des recettes publicitaires, il s'est avéré indispensable de comprendre les mécanismes de marché et les interactions qui se nouent entre les acteurs privés et les acteurs publics.

De même, les évolutions en matière d'investissement dans la production audiovisuelle indépendante concernent à la fois les diffuseurs privés et les diffuseurs publics, ainsi que bien-sûr les entreprises de l'industrie de production audiovisuelle.

Il était donc nécessaire d'aborder les enjeux de l'audiovisuel public en prenant en compte tous les impacts sur leur environnement économique.

Trois constats ont guidé la réflexion de la mission d'information et ont constitué un fil conducteur qui a orienté l'ensemble de nos propositions.

Premier constat : l'économie française est encore fragile et l'effort de redressement des finances publiques est une exigence qui doit s'imposer à l'ensemble des opérateurs de l'Etat. Dans ce contexte, l'augmentation de la pression fiscale notamment pour les moins favorisés ne peut être une solution pérenne.

Deuxième constat : L'ensemble du secteur audiovisuel est en train de se métamorphoser depuis quelques années sous l'impulsion de ce qu'on a appelé la révolution numérique, qui impacte les pratiques de consommation audiovisuelle mais également les structures de marché.

Troisième constat : Dans le secteur de la télévision, le « choc d'offres » qu'à constitué l'émergence des chaînes gratuites de la TNT a modifié les paramètres économiques qui prédominaient chez les diffuseurs historiques.

Par ailleurs, une attention toute particulière a été accordée au cas de France Télévisions, car il s'agit du plus grand groupe public audiovisuel français mobilisant près 65 % des dotations publiques et réalisant plus de 50 % des investissements de l'ensemble des diffuseurs dans la production audiovisuelle. France TV constitue donc un élément majeur de l'équilibre- ou au contraire du déséquilibre- de l'ensemble du secteur. Il est également le groupe le plus concerné par la problématique des recettes publicitaires, au sein d'un marché télévisuel déstructuré et en concurrence direct avec l'audiovisuel privé.

La mission a également souhaité souligner les différences qui existent entre les différents opérateurs de l'audiovisuel public. Cette étude plus personnalisée est indispensable, car elle permet de nous prémunir contre toute généralisation et de saisir les contraintes particulières de chacune des sociétés : entre l'INA dont les ressources propres s'élèvent à 30 % de son budget, et Arte qui dépend à plus de 95 % du produit de la contribution à l'audiovisuel public, on comprend bien que les contraintes et le modèle économique ne sont pas les mêmes.

Le rapport d'information formule ainsi plusieurs propositions qui doivent amener à refonder le ou les modèles économiques de l'audiovisuel public, **dans une perspective associant des ressources publiques sécurisées et prévisibles, des sources de recettes propres pérennes et renouvelées et un pilotage efficace des dépenses dans un souci constant d'économie des coûts.**

1) **Le rapport aborde dans un premier temps, la question de la gouvernance et celle financement de l'audiovisuel public. Les deux étant intimement liées.**

Nous avons pu constater que dans le cadre des contrats d'objectifs et de moyens qui régissent la stratégie des opérateurs de l'audiovisuel public, les engagements financiers ne sont pas toujours respectés. Les objectifs imposés aux sociétés sont imparfaitement corrélés aux moyens attribués. Par ailleurs, les efforts de restructuration nécessaires dans un contexte de finances publiques contraintes ont tardé à se mettre en place et se confrontent aujourd'hui à d'importantes rigidités de gestion. Nous proposons donc :

- **Une gouvernance renforcée à l'échelle de l'ensemble de l'audiovisuel public**, par la mise en place rapide d'un comité regroupant l'ensemble des présidents de l'audiovisuel public, et un document contractuel commun à l'ensemble des sociétés. Cela se justifie d'autant plus que la CAP constitue une ressource commune et partagée entre l'ensemble des bénéficiaires. La mission se prononce également en faveur d'une disparition rapide des crédits budgétaires, incompatibles d'avec une ressource sécurisée car trop soumise à la régulation infra-annuelle ;
- **L'évolution de la CAP doit faire l'objet d'une clé de répartition prévisible sur la totalité de la période des différents COM. Cela permettra de retrouver les conditions nécessaires la mise en œuvre de stratégies de long terme, *a minima* à l'échelle d'une présidence;**
- **Cette ressource publique doit être étroitement conditionnée à la poursuite d'objectifs d'économies structurelles** et de maîtrise des dépenses. Cette discipline est indispensable quand il s'agit de deniers publics, et doit faire l'objet d'un contrôle renforcé.

2) **Sur la réforme de la CAP ensuite :**

L'évolution même du produit de la CAP est aujourd'hui remise en cause du fait de la révolution numérique et de la modification des usages en matière audiovisuel : **de manière irréversible, le téléviseur n'a plus le monopole de la télévision.** La réforme de l'assiette apparaît donc comme une nécessité pour sécuriser et pérenniser la ressource première de l'audiovisuel public.

Depuis le premier semestre 2013, le taux d'équipement en téléviseurs de la population française connaît une baisse tendancielle qui s'est

poursuivie en 2014, passant de 98,1 % au troisième trimestre 2013 à 96,2 % au troisième trimestre 2014. Ce mouvement semble irréversible, s'il n'est pas saisi par les pouvoirs publics, il entraînera inmanquablement la sortie d'un certain nombre de contribuables de l'assiette. L'érosion de l'assiette entraînera inéluctablement une hausse du taux afin de garantir le rendement de la CAP, ce qui n'est pas compatible avec l'objectif de stabilité fiscale.

Je propose donc **d'étendre l'assiette à tous les supports - ce qui aurait pour conséquence d'assujettir 720 000 foyers supplémentaires à la CAP** et, dans le même temps, je propose **d'instaurer un demi-tarif pour les jeunes de moins de 25 ans. Aujourd'hui, un million de jeunes, non rattachés au foyer fiscal de leurs parents,** payent la CAP à taux plein. Cette mesure représente donc pour eux une économie de 68 euros par an.

L'effet combiné de ces deux mesures génèrerait un produit supplémentaire de 30 millions d'Euros (sur 3,6 Milliards) soit un rendement quasi constant mais durable.

3) La seconde partie du rapport traite de la principale ressource propre que constitue la recette publicitaire :

Cette problématique concerne en premier lieu France Télévisions, pour qui la publicité représente actuellement 11 % des ressources. Outre le débat, justifié par ailleurs, sur les conséquences en termes de programmation, il s'agit également d'une question économique forte. La dégradation du marché publicitaire de la télévision n'est pas seulement due à des raisons conjoncturelles mais elle est aussi la conséquence de modifications structurelles. Par exemple la montée en charge d'internet ou la multiplication des chaînes gratuites. **La recette publicitaire ne constitue donc plus une recette pérenne, prévisible et dynamique. Pour France Télévisions, ce constat est renforcé par l'interdiction de vendre des espaces publicitaires sur la tranche la plus rémunératrice qu'est le *Prime Time*.**

Cette instabilité impacte l'ensemble des opérateurs, puisqu'un choc de recettes sur France Télévisions amènera nécessairement une régulation en défaveur des autres acteurs.

Je ne propose pas aujourd'hui une solution, mais une alternative qui doit pousser les pouvoirs publics à assumer le modèle économique qu'ils choisissent :

- Soit une solution de court terme et risquée pour le marché publicitaire : le retour partiel de la publicité de 20h à 21h pour un gain d'environ 100 millions d'euros, permettant à France Télévisions de redevenir concurrentiel en assumant la recette publicitaire comme composante inhérente du financement de l'audiovisuel public ;
- Soit une solution durable impliquant un changement de modèle économique : la suppression progressive de la publicité, qui se traduirait par un manque à gagner d'environ 250 millions d'euros, comblé par :
 - * une réduction des coûts,
 - * l'affectation d'une partie de la taxe sur les opérateurs de communication électronique et en plafonnant cette affectation à hauteur de 160 millions (montant équivalent à la dotation budgétaire de France Télévisions dans le budget 2015)
 - * et enfin par la diversification des ressources propres.

Un tableau plus précis sur cette alternative est disponible à la fin du rapport.

Dans les deux cas, il s'agit d'affirmer un choix clair sur le modèle économique souhaité pour l'audiovisuel public, avec les impacts que l'on suppose sur la programmation qui demeure étroitement dépendante des exigences de son financement.

La situation actuelle est un entre-deux qui fragilise l'ensemble des acteurs de l'audiovisuel public.

4) La dernière partie du rapport porte donc sur la diversification des ressources propres et plus particulièrement sur la valorisation possible des investissements des diffuseurs en faveur de la production audiovisuelle indépendante.

Les textes législatifs et réglementaires qui encadrent les interactions entre les acteurs de l'audiovisuel ne sont plus adaptés aux évolutions technologiques, économiques et aux modes de consommation de l'audiovisuel.

La relation entre les producteurs et les diffuseurs, la valorisation économique de la production audiovisuelle, mais aussi son rayonnement à l'international doivent être repensé avec un logiciel du 21 ème siècle.

Par exemple : selon le système hérité des décrets Tasca, une anomalie économique perdure puisque les investissements en faveur de la production audiovisuelle - 400 millions d'Euros par an pour France TV - ne font l'objet d'aucun « retour sur investissement » ni d'aucun actif, et s'apparentent en réalité à une subvention.

La valorisation de la production audiovisuelle est un sujet très complexe, dans un secteur qui de surcroît est encore débutant dans l'exercice de la transparence- ce qui rend tout chiffrage difficile. Cette adaptation ne pourra se faire que dans la plus grande concertation et dans le dialogue entre tutelle, diffuseurs et producteurs.

La mission d'information souhaite dans son rapport formuler plusieurs axes d'évolutions qui ne sont pas nécessairement cumulatifs et qui nécessitent des études d'impact plus approfondies. Elles représentent néanmoins des opportunités de valorisation économique de l'ensemble de la filière et donc de ressources complémentaire pour l'audiovisuel public.

Trois axes sont privilégiés :

- **la réforme du décret du 27 avril 2015 afin de permettre les parts de co-production à partir d'un financement à hauteur de 50 %** ; et la mise en place un système de valorisation à hauteur de la moitié du financement et non un quart comme dans le système actuel ;

- **Le développement de la maîtrise des mandats de commercialisation** par les diffuseurs en favorisant la mise en concurrence entre diffuseur et producteur ;

- L'assouplissement des **obligations en faveur de la production indépendante**, notamment en abaissant le taux d'obligation d'investissement en faveur de la production indépendante de 95 % à 70 % pour France Télévisions. Pour les 30 % restants, la mission propose une obligation de 15 % dans la production dépendante et une « fenêtre de mise en concurrence » entre production dépendante et indépendante de 15 %, sur le modèle actuel de la BBC.

Il s'agit ainsi d'une réforme ambitieuse et globale, visant à remplacer un financement incertain, imprévisible et peu pérenne par des ressources sécurisées, à la trajectoire dynamique et pilotées de manière efficace- le tout en faveur d'un

service public audiovisuel rénové et capable de s'imposer sur la scène internationale.

En conclusion :

L'audiovisuel public est à la croisée des chemins. Les évolutions sont naissantes mais inéluctables.

- Sur l'assiette de la CAP, plus l'érosion de l'assiette sera forte, plus la réforme sera difficile.
- Par ailleurs, le choix fait sur la publicité sur France Télévisions doit s'inscrire dans une perspective d'avenir pour le service public, compatible avec son éthique et ses obligations.
- Enfin la valorisation et la répartition des recettes issues de l'évolution du modèle économique de l'audiovisuel est d'autant plus facile à réaliser que nous ne sommes qu'au début d'une nouvelle ère.

Sans urgence absolue, mais avec la volonté d'être au rendez-vous des transformations en cours. Nous devons, avec détermination et responsabilité, assurer stabilité et perspectives à l'audiovisuel public français, c'est en enjeu économique et culturel majeur.