

CONCOURS INTERNE SPÉCIAL DE CONTRÔLEUR DE L'INSTITUT NATIONAL DE LA STATISTIQUE ET DES ÉTUDES ÉCONOMIQUES

ANNÉE 2024

**ÉPREUVE DE RÉPONSES A DES QUESTIONS
PORTANT SUR UN OU PLUSIEURS TEXTES A CARACTÈRE ADMINISTRATIF**

Novembre 2023
(Durée : 3 heures, coefficient: 1)
Le sujet comporte 41 pages (y compris celle-ci)

Textes à étudier :

1. Extrait de l'annexe II du rapport établi par l'Inspection Générale des Finances (IGF) et par l'Inspection Générale des Affaires Culturelles (IGAC) – juin 2022 (5 pages)
2. L'essentiel sur... La mission conjointe de contrôle du financement de l'audiovisuel public - 8 juin 2022 – (Extraits) (10 pages)
3. Proposition de loi visant à assurer la qualité et l'indépendance du service public de l'audiovisuel par un financement affecté, juste et pérenne – Sénat – N°784 - juillet 2022 (6 pages)
4. L'audiovisuel en débat, P. Porro, INA La revue des médias – Avril 2019 (7 pages)
5. Extraits de la loi n°2009-258 du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision - NOR : MCCX0821956L (10 pages)

Questions :

Vous pouvez répondre aux questions dans l'ordre que vous souhaitez en précisant à chaque fois le numéro de la question. Il sera tenu compte de la présentation, de la qualité de la rédaction et de l'orthographe.

Partie A (11 points sur 20)

Vous préciserez le numéro du document servant de référence à la rédaction de votre réponse et, chaque fois que nécessaire, le ou les article(s) des textes.

- Q1. Quelles sont les missions de France Télévisions ?
- Q2. Quels sont les contrôles successifs opérés par le Conseil Constitutionnel lorsqu'il est saisi du principe d'égalité devant l'impôt ?
- Q3. Combien de foyers devaient être concernés par le paiement de la contribution à l'audiovisuel public en 2022 ?
- Q4. Quelles ont été les conséquences sur l'audiovisuel public polonais, d'une loi entrée en vigueur en 2015, suite à l'arrivée au pouvoir du parti ultraconservateur ?
- Q5. Sur quoi est indexé le montant de la contribution à l'audiovisuel public ?
- Q6. Quelle serait la nouvelle dénomination de la taxe audiovisuelle, décrite dans la proposition de loi des parlementaires du sénat ?
- Q7. Que sont tenus de présenter, chaque année, les présidents de France Télévisions et de Radio France, devant les commissions chargées des affaires culturelles et des finances de l'Assemblée Nationale et du Sénat ?
- Q8. Avant 1980, la détention de quels appareils déclenchait le paiement de la contribution à l'audiovisuel public ?
- Q9. Quelle recommandation de la mission de contrôle sur le financement de l'audiovisuel public préconise la suppression des recettes de parrainage pour France Télévisions et Radio France ?
- Q10. En 2006, quel était le principal mode de financement des médias publics en Chine, et dans quelle proportion ?
- Q11. Comment est composé le conseil d'administration de France Télévisions ?
- Q12. D'après la proposition de loi, quel serait le revenu fiscal de référence minimum d'un foyer assujetti à la taxe audiovisuelle d'un montant de 220 € ?
- Q13. Sur quels principes reposerait le projet stratégique défini par les rapporteurs de la mission conjointe de contrôle sur le financement de l'audiovisuel public français ?
- Q14. En matière de financement de l'audiovisuel public, quel critère permet de distinguer une taxe d'une redevance ?
- Q15. Sur quelle plage horaire les messages publicitaires sont-ils autorisés sur le réseau national de France télévisions ?
- Q16. Que devrait permettre la création d'une entreprise unique regroupant France Télévisions, Radio France, France Médias Monde et l'INA ?
- Q17. Donner une définition des mots soulignés dans le texte « L'Essentiel sur la mission conjointe de contrôle sur le financement de l'audiovisuel public » : hégémonie, préconisations, mutualisations, impulser.

Partie B (9 points sur 20)

Selon vous, les médias de service public restent-ils indispensables ?

Vous rédigerez une réponse structurée en une trentaine de lignes maximum.

TEXTE 1

Réforme du financement de l'audiovisuel public

Extrait de l'annexe II du rapport établi par l'Inspection Générale des Finances (IGF) et par l'Inspection Générale des Affaires Culturelles (IGAC)

juin 2022

[...]

1.4. La CAP [contribution à l'audiovisuel public, NDLR] des particuliers est déconnectée des usages, inéquitable, fragile juridiquement et la dynamique de son rendement s'érode

1.4.1. Le lien entre le fait générateur de la CAP et le service public qu'elle finance n'a pas été adapté à l'évolution des usages

Alors que le paiement de la CAP est lié à la détention d'un poste de télévision, l'accès aux contenus proposés par les sociétés d'audiovisuel public ne repose pas exclusivement sur cet appareil. C'est ainsi que Radio France est le deuxième bénéficiaire du produit de la CAP, alors que la détention d'un poste de radio ne déclenche plus le paiement de celle-ci depuis 1980.

L'accès aux contenus audiovisuels est désormais multicanal, même si le poste de télévision reste le support privilégié pour regarder la télévision en direct (88 % de la population qui regarde des émissions TV en direct en 2019) et à la demande (55 % de la population qui regarde des émissions TV de rattrapage ou de la vidéo à la demande, téléchargement ou streaming)¹. Les données de l'étude Home Devices menée par Médiamétrie permettent d'établir qu'en 2021, **la part des ménages possédant au moins un écran permettant d'accéder à l'audiovisuel (téléviseur, ordinateur, smartphone, tablette) est de 99,5 % soit la quasi-totalité des foyers français**, alors que 90,9 % d'entre eux possèdent un téléviseur. Une part croissante des contribuables bénéficient des ressources du service public de l'audiovisuel sans contribuer à son financement car ils ne possèdent pas de téléviseur, mais un autre équipement.

En outre, la comparaison des données de taxation et des données d'audience de Médiamétrie permet d'établir **une divergence entre le profil socio-économique des foyers redevables de la CAP et des foyers qui regardent les chaînes publiques** (France 2, France 3, France 5, France 4 et Arte) **ou écoutent les radios de service public** (stations de Radio France, RFI). Ainsi, alors que 44,6 % des foyers payant la CAP ont moins de 49 ans, seulement 17 % des usagers des chaînes de télévision publique et 35,2 % des usagers des chaînes de radios publiques se situent dans cette tranche d'âge.

1.4.2. La CAP prend de facto peu en compte les facultés contributives et est inégalement répartie sur le territoire

La répartition du paiement de la CAP parmi les tranches de RFR est peu progressive. Ainsi, parmi les 23 millions de foyers payant la CAP en 2020, 4,1 % appartiennent au premier décile, 6,5 % au deuxième, 8,5 % au troisième, 10,2 % au quatrième, puis 11,3 % à chacun des déciles suivants. **La moitié la plus pauvre de la distribution paie 41,8 % du produit de la CAP et la moitié la plus riche 58,2 %**. Le paiement de la CAP est par ailleurs inégalement réparti sur le territoire, avec une forte concentration dans les départements du bassin parisien, à l'exception notable de Paris, en Vendée, dans le Haut-Rhin, dans l'Ain et en Haute-Savoie. En revanche, les

¹ Source : Baromètre du numérique 2019, étude CREDOC réalisée pour le compte de l'Arcep (Autorité de régulation des communications électroniques, des postes et de la distribution de la presse), du CGE (Conseil Général de l'Économie) et de l'Agence du numérique.

départements où la part des payants est inférieure à 74 % se situent majoritairement dans le centre et le sud de la France.

Les dégrèvements de CAP bénéficient en priorité aux foyers aux plus faibles revenus avec 78,6 % des foyers dégrévés appartenant aux trois premiers déciles de revenus fiscal de référence (RFR) par part. Il convient toutefois de souligner que ces dégrèvements ne sont pas répartis uniformément au sein des foyers à faibles revenus puisque l'âge moyen des déclarants 1 des foyers dégrévés est de 68 ans en 2020. Cela s'explique par la construction des critères de dégrèvements, la majorité d'entre eux comportant un critère d'âge. La répartition géographique des foyers dégrévés reflète plutôt l'importance de la part des retraités modestes dans un département. C'est ainsi que les départements ruraux du centre et du sud de la France sont sur représentés. En revanche, elle concorde peu avec celle de la population vivant sous le seuil de pauvreté comme le montre la sous-représentation du Nord-Pas-de-Calais.

Enfin, la part des foyers déclarant ne pas détenir de téléviseurs atteint 7 % en 2021. Ce chiffre varie beaucoup entre départements, de 3 % dans le Pas-de-Calais à 24 % à Paris. Il est particulièrement élevé dans les départements comprenant une forte population universitaire (Paris, Rhône, Haute-Garonne...) comme dans certaines zones rurales alternatives du sud de la France. Il est en revanche très faible dans les départements du Nord de la France.

Ce chiffre est globalement cohérent avec ceux reflétant le taux d'équipement des ménages qui est compris dans une fourchette allant de 92 à 95 %, ce qui montre que la fraude reste limitée. Toutefois, celle-ci pourrait expliquer une part des variations entre départements.

1.4.3. L'assiette de la CAP s'érode

Si le nombre de foyers censés détenir un téléviseur est passé de 24,9 millions en 2006 à 27,8 millions en 2019, il baisse depuis et est revenu à 27,6 millions en 2020. Celui des foyers dégrévés de CAP, après avoir fortement diminué entre 2006 et 2013 (-1,1 million de foyers), augmente depuis, pour atteindre 4,6 M en 2020. Le nombre de foyers déclarant à l'administration fiscale ne pas détenir de télévision a augmenté de 58,5 % entre 2014 et 2020, passant de 1,3 million à 2,0 millions, soit 7 % des foyers.

Les chiffres de l'observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) réalisé par Médiamétrie évoluent dans le même sens : ainsi, même si le téléviseur demeure l'écran le plus répandu dans les foyers avec 90,9 % de foyers équipés fin 2021, devant l'ordinateur (85,8 % des foyers), le smartphone (84,0 %) et enfin la tablette (46,3 %), ce taux a chuté de 4,8 points entre 2014 et 2021. C'est le seul équipement dont le taux de pénétration a diminué sur la période, puisque le taux d'équipement en téléphones mobiles a augmenté de 2,1 points, en ordinateurs de 4,5 points, en tablettes de 10,1 points (même s'il diminue depuis 2019) et en smartphones de 14,3 points (depuis 2016). Les données de l'INSEE, même si elles affichent des taux d'équipement légèrement différents de ceux de Médiamétrie, corroborent la tendance à la baisse s'agissant des téléviseurs et à la hausse pour les téléphones portables et les ordinateurs ainsi que les connexions internet.

Entre 2017 et 2020, le taux de croissance annuel moyen des foyers ayant une somme de CAP à payer s'est établi à -0,2 % et celui de l'équipement des foyers en téléviseurs, à -0,8 %². En appliquant le taux de croissance annuel moyen 2017-2020 du nombre de foyers payants (diminution liée à la baisse tendancielle d'équipement en téléviseur) et du nombre de foyers exonérés (tendance à l'augmentation constatée depuis 2013) aux données 2020, on peut obtenir le tendanciel qui confirme une érosion de l'assiette de taxation, menaçant la dynamique du rendement de CAP.

2 Si l'on se réfère aux données de Médiamétrie. Le taux de croissance annuel moyen de l'équipement des foyers en téléviseurs entre 2017 et 2019 selon l'INSEE est de -0,6 %.

Un effet de génération se dessine par ailleurs, avec 42,7 % des foyers non équipés en télévision ayant entre 15 et 34 ans en 2021 contre 36,2 % en 2016³. Cette tendance s'illustre aussi par le fait que la part des primo déclarants à l'impôt sur le revenu indiquant ne pas détenir de télévision a augmenté de 44,4 % entre 2008 et 2014, puis de 38,5 % depuis 2014⁴. Ces éléments tendent à conforter l'hypothèse d'une tendance durable au rétrécissement de l'assiette de la CAP.

1.4.4. Le système de dégrèvement de CAP n'apparaît pas conforme à la Constitution

Le Conseil constitutionnel n'a pas rendu de décision relative à la CAP. Par ailleurs, aucune question prioritaire de constitutionnalité n'a été transmise au Conseil constitutionnel sur cette imposition. On peut considérer toutefois que, ni le caractère forfaitaire de la CAP, ni le caractère distendu du lien entre le fait générateur de la CAP et le service public qu'elle finance, ni l'application d'un taux différencié pour l'outre-mer, n'apparaissent problématiques au regard de la jurisprudence du Conseil constitutionnel. S'agissant du caractère forfaitaire, l'exigence de prise en compte des facultés contributives, qui découle du principe d'égalité devant les charges publiques (encadré 4), ne fait pas obstacle au caractère forfaitaire d'une imposition de toutes natures. Le caractère forfaitaire de la CAP est justifié par la nature même de l'assiette imposable car on peut considérer que la possession d'un téléviseur serait représentative d'une capacité contributive par transposition du raisonnement tenu sur l'imposition sur la fortune, autre impôt sur le patrimoine (cf. décision n° 2014-707 DC du 29 décembre 2014 « Loi de finances pour 2015 relative à l'ISF » : « 18. *Considérant que l'impôt de solidarité sur la fortune ne figure pas au nombre des impositions sur le revenu ; qu'en instituant un tel impôt, le législateur a entendu frapper la capacité contributive que confère la détention d'un ensemble de biens et de droits ; »*). De plus, par le biais des dégrèvements, le législateur a tenu compte des facultés contributives des redevables.

S'agissant du lien entre la détention d'une télévision et le service public financé, le fait générateur d'une imposition de toutes natures peut tout à fait être constitué par la détention d'un bien, laquelle confère une capacité contributive à son détenteur (cf. décision n° 2014-707 DC citée supra). De plus, il n'existe pas de jurisprudence du Conseil constitutionnel exigeant un lien entre les paramètres d'une imposition de toutes natures (redevables ou assiette) et la mission de service public financée par ce biais⁵. En l'espèce cependant, le fait générateur est en lien avec l'objet assigné à la CAP. La circonstance que, sous l'effet conjugué de l'évolution des techniques et des usages, le service public audiovisuel ne soit plus exclusivement accessible par l'intermédiaire d'un appareil récepteur de télévision ne semble toutefois pas remettre en cause la conformité de la CAP au principe d'égalité devant la loi. Dès lors que le Conseil constitutionnel ne dispose pas de la même marge d'appréciation que le législateur et qu'il ne saurait se substituer à lui, le risque que le Conseil considère que la CAP soit devenue contraire à la Constitution en raison de l'évolution des techniques et des usages apparaît faible, même s'il ne peut être totalement écarté.

S'agissant du tarif outre-mer, dans la mesure où la CAP n'est pas une redevance pour service rendu, elle devrait en principe être due quels que soient les conditions de réception et le nombre de chaînes reçues. Toutefois, les règles constitutionnelles applicables sont ici :

- l'article 73 de la Constitution lequel permet au législateur de tenir compte des « caractéristiques et contraintes particulières » des départements et régions d'outre-mer pour y adapter la loi ;
- le principe d'égalité devant la loi et devant les charges publiques (cf. encadré 4).

³ Données 2021 et 2016 de l'observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers – Médiamétrie et CSA.

⁴ Données DESF issues des fichiers de déclarations des revenus 2006, 2007, 2012, 2013, 2018 et 2019 à la 6ème émission.

⁵ L'article 2 de la LOLF tel que modifié par la loi organique du 28 décembre 2021 ne permet toutefois d'affecter des impositions de toutes natures à un tiers autre que les collectivités territoriales, leurs établissements et les organismes de sécurité sociale que si ce tiers est doté de la personnalité morale et si ces impositions sont en lien avec les missions de service public qui lui sont confiées. Cette réforme entrera en vigueur avec le PLF pour 2025.

Ainsi, les écarts objectifs de niveau de vie entre les départements d'outre-mer et la métropole devraient permettre de justifier un taux plus faible sur un impôt de nature patrimoniale comme la CAP. La CAP des professionnels est également concernée par cette réduction de taux. Or la préservation du tissu économique local est un motif d'intérêt général également accueilli favorablement par le Conseil constitutionnel (décision n° 2018-750/751 QPC, cons. 28). Ces éléments suffisent *a priori* à caractériser une différence de situation avec la métropole, justifiant une différence de traitement qui demeure en rapport avec l'objet de la loi.

Encadré 4 : principe d'égalité devant la loi et principe d'égalité devant les charges publiques

Le principe d'égalité devant l'impôt comporte deux branches : d'une part le principe d'égalité devant la loi fiscale (article 6 de la déclaration des droits de 1789), et d'autre part le principe d'égalité devant les charges publiques (article 13 de la même déclaration). Le principe d'égalité devant la loi fiscale ne fait pas obstacle à ce que le législateur règle de façon différente des situations différentes, ni à ce qu'il déroge à l'égalité pour des raisons d'intérêt général, pourvu que, dans l'un et l'autre cas, la différence de traitement qui en résulte, soit en rapport direct avec l'objet de la loi qu'il établit. Le principe d'égalité devant les charges publiques ne fait pas obstacle à ce que des situations différentes fassent l'objet de solutions différentes. Il appartient au législateur de déterminer, dans le respect des principes constitutionnels et compte tenu des caractéristiques de chaque impôt, les règles selon lesquelles doivent être appréciées les facultés contributives (c'est-à-dire les règles d'assiette), en fondant son appréciation sur des critères objectifs et rationnels en fonction des buts qu'il se propose. Mais cette appréciation ne doit pas entraîner une rupture d'égalité devant les charges publiques : notamment l'impôt de doit pas revêtir un caractère confiscatoire ou faire peser sur les contribuables une charge excessive au regard de leurs facultés contributives. Lorsqu'il est saisi du principe d'égalité devant l'impôt dans ses deux branches, le Conseil constitutionnel opère les contrôles successifs suivants :

- il circonscrit les spécificités de la situation examinée pour déterminer si la différence de traitement peut être justifiée par une différence de situation en rapport direct avec l'objet de la loi ;
- il recherche la raison d'intérêt général en rapport direct avec la loi qui pourrait justifier une différence de traitement ;
- il examine, de manière spécifique au principe d'égalité devant les charges publiques, le caractère objectif et rationnel des critères qui fondent la différence de traitement en fonction des buts que le législateur se propose ;
- il contrôle, toujours de manière spécifique au principe d'égalité devant les charges publiques, l'éventuelle rupture manifeste d'égalité devant ces charges.

En revanche, la CAP présente des fragilités juridiques concernant les modalités de dégrèvement et l'exclusion des collectivités d'outre-mer de son champ d'application :

- les dégrèvements de CAP ne répondent pas tous au principe d'égalité devant l'impôt : les dégrèvements fondés sur le critère d'âge pourraient être jugés non constitutionnels dès lors que ce critère, pris isolément, est sans rapport avec les facultés contributives des personnes concernées. De même, le maintien des droits acquis, moyennant certaines conditions, pour les personnes exonérées de CAP en 2004, peut poser problème au regard du principe d'égalité devant la loi. En effet, ces personnes sont, au regard de la CAP due au titre de l'année, dans une situation identique à celle de personnes n'ayant pas été exonérées de CAP en 2004, tout en bénéficiant d'un traitement différent. Le législateur étant libre de revenir, pour l'avenir, sur une exonération qu'il a pu accorder à une catégorie de contribuable, aucun raison d'intérêt général ne semble justifier cette différence de traitement ;

- les collectivités territoriales régies par l'article 74 de la Constitution et la Nouvelle-Calédonie relèvent du régime de spécialité législative : les lois et règlements ne s'y appliquent que sur mention expresse et elles disposent toutes de la compétence fiscale. Néanmoins, dans son avis n°403780 rendu le 14 décembre 2021 concernant le projet d'ordonnance portant partie législative du code des impositions sur les biens et services, le Conseil d'État a considéré que *« si l'ensemble de ces collectivités disposent de la compétence fiscale, l'État conserve sa propre compétence fiscale pour ce qui concerne les impositions qui sont, soit affectées au financement d'une mission de service public relevant de sa compétence, sous réserve qu'il soit également compétent au regard des éléments d'assiette concernés, soit directement prélevées à l'occasion d'une mission de service public relevant de sa compétence »*. Le Conseil constitutionnel pourrait, en reprenant ce raisonnement, estimer que l'exclusion des contribuables domiciliés dans les collectivités de l'article 74 de la Constitution et en Nouvelle-Calédonie constitue une rupture d'égalité devant la loi. En effet, la CAP est une imposition affectée au financement d'un service public relevant de la compétence de l'État (l'audiovisuel public) et non au budget général.

Son assujettissement à la TVA est également fragile juridiquement.

[...]

L'ESSENTIEL SUR...



...la mission conjointe de contrôle sur le **FINANCEMENT DE L'AUDIOVISUEL PUBLIC**

**« CHANGER DE CAP POUR RENFORCER LA SPÉCIFICITÉ,
L'EFFICACITÉ ET LA PUISSANCE DE L'AUDIOVISUEL PUBLIC »**

Dans le cadre de la mission conjointe de contrôle des commissions des finances et de la culture du Sénat sur le financement de l'audiovisuel public, MM. Roger Karoutchi, sénateur des Hauts-de-Seine, et Jean-Raymond Hugonet, sénateur de l'Essonne, co-rapporteurs, ont souhaité examiner les conséquences de l'annonce par le président de la République de la suppression à venir de la contribution à l'audiovisuel public (CAP) afin de soutenir le pouvoir d'achat des Français. Cette suppression qui devrait être inscrite dans le premier projet de loi de finances rectificative pour 2022 oblige l'État à trouver 3,14 milliards d'euros, dès le présent exercice, afin de compenser cette perte de recettes pour les sociétés de l'audiovisuel public. Compte tenu des dégrèvements de CAP - 560 millions d'euros en 2022 -, le besoin de financement des sociétés de l'audiovisuel public s'établit à 3,7 milliards d'euros.

Au-delà de la nature de la ressource publique qui sera retenue pour financer l'audiovisuel public, les rapporteurs ont estimé que les questions relatives au niveau de cette ressource et aux garanties qui lui sont apportées quant à sa pérennité ne pouvaient être ignorées. Ils ont également considéré que la détermination d'un niveau de ressource suffisant ne pouvait être réalisée sans une réflexion approfondie sur les missions et l'organisation de l'audiovisuel public.

Après l'ajournement sine die de la réforme de l'audiovisuel public en 2020, les rapporteurs estiment urgent de définir un projet stratégique pour l'audiovisuel public qui pourrait reposer sur trois principes : rassembler les quatre entreprises nationales de l'audiovisuel public dans une même structure, maximiser les mutualisations pour supprimer les doublons et investir davantage dans le numérique pour défendre notre souveraineté audiovisuelle.

La situation des entreprises de l'audiovisuel public apparaît contrastée à l'issue du précédent quinquennat. D'une part, les efforts budgétaires significatifs demandés aux différentes entreprises n'ont pas nui aux audiences de France Télévisions, Arte France et Radio France qui se maintiennent ou progressent. D'autre part, les programmes proposés - malgré leur coût élevé - ne sont pas considérés comme particulièrement originaux ou innovants, les performances de ces entreprises sur le numérique apparaissent globalement insuffisantes et le niveau de spécificité du service public par rapport aux chaînes privées continue à faire débat.

À l'heure où les plateformes américaines ont - sans beaucoup de difficulté - conquis l'essentiel du marché français des contenus délinéarisés, seules Radio France avec sa plateforme de podcasts et Arte avec son application numérique ont réussi à ériger des îlots de résistance malheureusement encore modestes à l'hégémonie américaine. Or, dans un monde en mouvement, l'immobilisme ne peut être considéré comme une stratégie suffisante. Le temps perdu ne se rattrape pas et l'échec de la stratégie numérique de France Télévisions marqué par la sortie annoncée de Salto sera difficile à faire oublier.

Dans ces conditions, la question des moyens nécessaires à l'audiovisuel public ne peut être distinguée d'une autre question plus stratégique : quels moyens pour quoi faire ?

Les travaux de la mission de contrôle ont permis de confirmer l'inadéquation du modèle actuel d'organisation et de fonctionnement de l'audiovisuel public. Trois constats s'imposent :

- le financement mixte associant des crédits publics et des ressources propres issues de la publicité crée une dépendance à l'audience difficilement compatible avec l'affirmation d'une identité forte de service public ;
- l'absence de véritable projet stratégique de l'actionnaire et la multiplication des différentes autorités de tutelle ont tendance à laisser chacune des entreprises de l'audiovisuel public livrée à « elle-même » sans véritable marge de manœuvre financière pour mettre en œuvre leurs projets prioritaires ;
- faute d'impulsion suffisante de la part de l'actionnaire et de volonté réelle de la part des différents partenaires, les coopérations menées demeurent modestes et tardent à se concrétiser (chaîne Franceinfo, matinales communes à France 3 et France Bleu, captations, international...).

L'abandon de la réforme de la gouvernance envisagée lors du précédent quinquennat appelle une remise à plat plus vigoureuse encore car c'est tout le secteur des médias qui est entré dans une phase de transformation radicale. Dans ce contexte, la réaffirmation des missions, des valeurs et de la spécificité de l'audiovisuel public apparaît urgente et la réforme de son financement doit être l'occasion de mener une refonte globale ; la réforme tant attendue de l'audiovisuel public ne pouvant se résumer à une mesure de défense du « pouvoir d'achat » dans une loi de finances rectificative.

► L'abandon en 2020 de la réforme structurelle visant à regrouper les entreprises de l'audiovisuel public

Les commissions de la culture et des finances du Sénat s'étaient déjà penchées sur la réforme du financement de l'audiovisuel public dans le cadre d'une mission de contrôle conduite en 2015 par MM. Jean-Pierre Leleux et André Gattolin. Leur rapport avait conclu à la nécessité de remplacer la contribution à l'audiovisuel public par une « taxe universelle » visant chaque foyer sur le « modèle allemand » et à créer une société holding regroupant France Télévisions, Radio France, France Médias Monde et l'INA. Le projet de loi préparé par Franck Riester et examiné en mars 2020 par l'Assemblée nationale reprenait l'essentiel des préconisations du Sénat jusqu'au nom proposé pour la nouvelle entité, « France Médias ».

L'abandon de cette grande réforme de l'audiovisuel public s'est accompagné d'un second renoncement concernant la réforme de son financement. Alors que le ministre de la culture indiquait encore en 2020 que la réforme de la CAP aurait lieu au plus tard en 2021, celle-ci a été abandonnée, alors même que la suppression complète de la taxe d'habitation sur les résidences principales était décidée pour 2023 avec pour conséquence de supprimer le support de la CAP. Le modèle économique des sociétés de l'audiovisuel public n'a donc pas été remis à plat tandis qu'une démarche favorisant des coopérations « par le bas » a été privilégiée dans un cadre budgétaire contraint, le levier budgétaire étant utilisé comme outil de management des réformes à conduire.

► Un pilotage budgétaire dépourvu de véritable projet stratégique

La majorité élue en 2017 a privilégié une approche essentiellement budgétaire concernant l'évolution de l'audiovisuel public à travers une baisse de la ressource publique de 190 millions d'euros en niveau sur la période 2018-2022 accompagnée d'une mesure de périmètre concernant France Télévisions avec la suppression de France Ô et France 4 (la suppression de cette dernière ayant été finalement abandonnée à l'été 2021). À noter, par ailleurs, que le tarif de la CAP a

diminué de 1 euro en 2020 pour atteindre 138 euros en métropole et 88 euros en Outre-mer. Ce tarif est resté stable en 2021 et 2022, les lois de finances ayant suspendu le mécanisme d'indexation.

La trajectoire budgétaire baissière arrêtée en 2018 a été inscrite dans les contrats d'objectifs et de moyens (COM) adoptés en 2020 pour la période 2019-2022. Ces différents COM comportaient pour la première fois des objectifs communs et évoquaient un certain nombre de mutualisations.

Le bilan de ces COM « communs » apparaît mitigé. Certes, les projections financières ont bien été respectées par l'État actionnaire. Ce dernier a, en outre, apporté un concours de 70 millions d'euros à l'ensemble des entreprises de l'audiovisuel public pour amortir les conséquences de la crise sanitaire. L'État actionnaire a également assumé sa responsabilité en finançant partiellement les plans de départs volontaires et en apportant un soutien financier à Radio France pour boucler le financement du chantier de la Maison de la Radio. On peut donc donner acte au Gouvernement d'avoir respecté sa parole sur cette période.

Le bilan des mutualisations demeure, en revanche, limité. Les nouveaux chantiers avancent peu ou même pas du tout et il n'y a pas de véritable volonté des différentes entreprises de mettre à plat l'ensemble des actions conduites par chacun pour examiner sans parti pris celles qui pourraient être mieux réalisées en commun. Lors de son audition, la direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC) a ainsi estimé que « la démarche de coopérations menées par le bas produisait des résultats mais qu'elle était laborieuse car les intérêts des entreprises sont divergents et il est difficile pour l'État d'arbitrer lorsque les entreprises n'ont pas envie de travailler ensemble ». Plus précisément la tutelle considère qu'« elle n'a pas les outils pour contraindre les entreprises de l'audiovisuel public à coopérer ».

Les travaux de la mission conjointe de contrôle ont permis d'établir que pour les représentants de l'État actionnaire, au-delà des difficultés techniques réelles à identifier un autre type de ressource que des dotations budgétaires pour remplacer la CAP, ces dernières présentent également l'intérêt de permettre de contraindre des entreprises qui trop souvent jouent de leur force d'inertie pour ralentir le rythme des réformes. Faute de projet stratégique clair porté par le Gouvernement, les administrations visent donc à imposer des réformes organisationnelles en jouant du levier budgétaire faute d'avoir la légitimité suffisante et l'expertise pour impulser une véritable réforme.

1. UNE BUDGÉTISATION DES RESSOURCES INÉVITABLE ?

A. LA CONTRIBUTION À L'AUDIOVISUEL PUBLIC : UN PRÉLÈVEMENT À BOUT DE SOUFFLE

Abaissée d'un euro en 2020 et désindexée de l'inflation depuis 2018 pour respecter la trajectoire de réduction des dotations publiques établie en 2018, la contribution à l'audiovisuel public (CAP) est aujourd'hui remise en question à deux niveaux :

- la contribution souffre d'une dynamique négative, liée à la révolution des usages : le taux d'équipement en téléviseurs des foyers français ne cesse de diminuer, passant de 98 % en 2012 à 92 % en 2020 alors que la moyenne d'écrans (téléviseurs, smartphones, tablettes, ordinateurs) détenus par foyer progresse, passant de 5,3 en 2007 à 6,5 en 2020. Conséquence, 22,89 millions de foyers devraient être concernés par le paiement de la contribution en 2022, soit une baisse de 0,56 % par rapport à 2020 et de 0,36 % par rapport à 2021. Les encaissements nets de redevance ont de leur côté baissé en 2020 d'environ 101 millions d'euros, ce qui constituait une première depuis 2016. Ils n'ont pas retrouvé leur niveau antérieur en 2021 ;
- la contribution est, s'agissant de sa collecte, adossée à la taxe d'habitation, appelée à disparaître, pour les résidences principales au 1er janvier 2023.

B. UNE SOLUTION FISCALE ALTERNATIVE DÉLICATE À METTRE EN ŒUVRE

La fin de l'adossement de la contribution à l'audiovisuel public sur la taxe d'habitation en 2023 aurait pu, cependant, constituer une véritable opportunité pour s'interroger sur le format de cette contribution et dépasser un débat réduit ces dernières années, dans le cadre du projet de loi de finances, à un vote sur le gel de son montant ou une baisse tout autant symbolique qu'imperceptible. Le Gouvernement s'était pourtant engagé lors de l'examen de la loi de finances pour 2019 à présenter, au Parlement, un rapport relatif à la réforme du dispositif avant le 1er juin 2019. Ce document n'a jamais été publié.

1. Une réforme du mode de recouvrement indispensable mais pas suffisante

Le maintien d'un impôt dédié au financement de l'audiovisuel public aurait pu reposer sur la base existante des foyers soumis à la taxe d'habitation (TH). Reste que le suivi de cette liste comme la collecte impliqueraient le maintien d'effectifs dédiés, soit, d'après la direction générale des finances publiques (DGFIP), 2 530 équivalents temps plein. Il en résulterait un coût de gestion pour cet impôt relativement disproportionné par rapport au produit attendu.

Un adossement de la contribution à l'audiovisuel public sur l'impôt sur le revenu (IR) afin de faire de chaque foyer fiscal, et non plus du foyer au sens de la TH, le redevable de la taxe a également été envisagé. Cette solution ne règle en rien la question de la dynamique de la contribution. Elle est également susceptible de générer d'importants effets de transferts : les concubins ou colocataires s'acquitteraient ainsi deux fois de la CAP révisée, un même logement pouvant accueillir plusieurs foyers redevables de l'impôt sur le revenu.

2. Un nouveau dispositif reflétant les nouveaux usages ?

Prenant déjà acte d'une révolution des usages, le rapport des commissions des finances et de la culture du Sénat de 2015 militait pour l'instauration d'une contribution universelle, élargie à tous les foyers, reprenant les traits du dispositif mis en place en Allemagne. Cette solution refléterait ainsi les nouveaux usages en matière de consommation audiovisuelle et, notamment, la baisse du taux d'équipement en téléviseurs des foyers. Cette nouvelle contribution universelle aurait néanmoins eu pour effet de soumettre environ un million de foyers à ce nouveau prélèvement parmi lesquels de nombreux jeunes ayant des revenus limités, ce qui peut légitimement poser question dans le contexte actuel marqué par une forte inflation.

La mise en place d'une taxe sur les achats d'appareils multimédias conduirait de son côté à majorer substantiellement le coût de ces produits, au risque de fragiliser leur acquisition par les foyers les plus modestes, dans un contexte là encore inflationniste : l'instauration d'un dégrèvement apparaît, en effet, difficile à mettre en œuvre. Il serait en outre difficile de cibler le taux de cette contribution pour le calibrer sur les besoins de financement de l'audiovisuel public, les achats de ces produits pouvant être aléatoires et pas forcément renouvelés chaque année. Pour mémoire, le chiffre d'affaires de l'électronique grand public (téléviseurs, téléphones, ordinateurs, bureautiques, tablettes, équipements annexes) atteignait 12,44 milliards d'euros en 2021. Le taux de la contribution appelé à compenser la suppression de la CAP apparaît donc, en première analyse, élevé. Il convient de rappeler à ce stade qu'une large partie de ces produits est déjà soumise à la redevance « copie privée ».

Enfin, une modification du fait générateur de la contribution à l'audiovisuel public tendant à assujettir les foyers ayant souscrit une offre donnant accès à internet fixe haut débit ou très haut débit ne serait pas de nature à recouper l'ensemble des pratiques des foyers en matière de consommation de contenus audiovisuels, ni nécessairement à anticiper leurs usages futurs.

3. Des options contraires à la loi organique relative aux lois de finances

L'affectation d'une fraction de TVA ou la mise en place d'un prélèvement sur recettes dédié aux sociétés de l'audiovisuel public implique de leur côté une révision de la loi organique relative aux lois de finances du 1er août 2001, hypothèse peu réaliste. La seconde option conduirait, en outre,

à mettre ces sociétés de droit privé sur le même plan que les collectivités territoriales et l'Union européenne.

C. LA NÉCESSITÉ DE GARANTIR DANS LA DURÉE DES MOYENS SUFFISANTS AUX ENTREPRISES DE L'AUDIOVISUEL PUBLIC

Une solution fiscale alternative apparaît aujourd'hui techniquement difficile à mettre en œuvre voire coûteuse. La budgétisation des ressources de l'audiovisuel public apparaît dans ces conditions inévitable. Les rapporteurs rappellent cependant l'impact de la suppression de la CAP pour les finances publiques : la perte de recettes peut, en effet, être estimée à 3,14 milliards d'euros. Ils regrettent l'inertie du Gouvernement en la matière, qui n'a pas su ni voulu anticiper, en son temps, les incidences de la disparition de la taxe d'habitation sur le prélèvement de cette contribution et présente aujourd'hui la disparition de la CAP comme une simple mesure de pouvoir d'achat, déconnectée de toute réflexion stratégique sur l'organisation et le périmètre de l'audiovisuel public.

1. La budgétisation annoncée devrait renforcer l'impératif de prévisibilité

La suppression de la CAP et son non-remplacement par une recette fiscale devraient conduire à la transformation du compte de concours financier - qui ne respectait pas totalement l'esprit de la LOLF - en une mission budgétaire classique, déclinée autour de programmes regroupant les crédits de chacune des sociétés de l'audiovisuel public. Afin de renforcer la visibilité des moyens dévolus à l'audiovisuel extérieur, les crédits dédiés à Canal France International jusque-là rattachés à la mission « Aide publique au développement » seraient majorés et fléchés vers cette nouvelle mission budgétaire.

La création de cette mission devrait avoir pour conséquence l'intégration de la trajectoire pluriannuelle des dotations publiques au secteur de l'audiovisuel public au sein de la loi de programmation des finances publiques, obligation à laquelle le compte de concours financiers n'est actuellement pas soumis. Elle permettrait ainsi de participer au nécessaire renforcement des exigences de prévisibilité et de visibilité des crédits affectés à ces sociétés. Il convient de rappeler à ce stade qu'aujourd'hui seuls les contrats d'objectifs et de moyens (COM) concourent, de manière imparfaite, à cet impératif de prévisibilité. L'option d'une loi de programmation dédiée a été avancée pour tenter de renforcer la prévisibilité des crédits affectés à l'audiovisuel public, sans pour autant convaincre les rapporteurs. Un tel dispositif permettrait, certes, au Parlement de définir la trajectoire de financement et les objectifs pluriannuels assignés à l'audiovisuel public mais sa valeur contraignante resterait, cependant, sujette à caution et en tout état de cause moins engageante que les dispositions inscrites dans la loi de programmation des finances publiques.

2. La question de la garantie des ressources

Si la création d'une mission budgétaire dédiée devrait permettre de renforcer la visibilité pluriannuelle sur le financement des sociétés de l'audiovisuel public, elle n'occulte pas la possibilité d'une régulation infra-annuelle, que l'intégration des crédits au sein d'un compte de concours financier écartait jusqu'alors. Elle pose également la question de la garantie des ressources que la contribution à l'audiovisuel public était censée incarner, même s'il convient de relativiser cet argument. La CAP restait en effet chaque année tributaire d'un vote du Parlement en loi de finances, avec possibilité de réduire son montant. Le Gouvernement avait d'ailleurs choisi cette option de la baisse en proposant depuis 2018 sa désindexation sur l'inflation voire sa diminution.

Reste à déterminer si le montant octroyé dans le cadre de la discussion budgétaire permet de financer les missions de service public assignées aux opérateurs du secteur. Les rapporteurs estiment indispensable d'apporter des garanties pour éviter que l'audiovisuel public, compte tenu de sa contribution au débat démocratique et à la culture, ne devienne une variable d'ajustement budgétaire. Une option pourrait consister en la mise en place d'un mécanisme d'évaluation

indépendante des besoins de l'audiovisuel public, à l'image de la commission dédiée à ce sujet en Allemagne, la « Kommission zur Überprüfung und Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten » (KEF) mise en place en 1975.

La création en France d'un tel organisme, qui serait distinct de l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (Arcom), permettrait d'éclairer le débat au moment de l'examen, en projet de loi de finances, des crédits prévus au sein de la mission budgétaire dédiée à l'audiovisuel public. La mission de contrôle propose que cette commission prenne le nom d'Autorité supérieure de l'audiovisuel public (ASAP). Elle pourrait être composée de 5 membres : un magistrat de la Cour des comptes en assurerait la présidence tandis que quatre personnalités qualifiées seraient nommées par les commissions chargées des finances et de la culture de l'Assemblée nationale et du Sénat.

L'ASAP émettrait également un avis sur le montant de la dotation budgétaire prévu en projet de loi de finances. Cette nouvelle instance permettrait de disposer d'une vision claire sur le coût des missions de service public assignées aux entreprises dédiées et de déterminer les moyens nécessaires à l'audiovisuel public indépendamment des autres impératifs budgétaires. La proposition de l'ASAP n'engagerait ni le Gouvernement ni le Parlement mais elle obligerait l'un et l'autre à donner des explications dans le cas où la préconisation ne serait pas suivie. L'ASAP établirait également chaque année un état des moyens dévolus à l'audiovisuel extérieur, en les comparant à ceux mis en œuvre par d'autres pays en Europe (notamment la BBC et Deutsche Welle) et dans le monde. La création de cette commission est indissociable d'une réflexion sur le périmètre du service public de l'audiovisuel et la nature des missions qui lui sont assignées.

3. La question des ressources annexes

Le débat sur la nature de la contribution publique au financement de l'audiovisuel met également en lumière la question des ressources annexes, qu'il s'agisse des recettes publicitaires ou de celles issues de la production.

Les rapporteurs sont assez réservés par principe quant à la présence de messages publicitaires sur les antennes du service public et hostiles à son augmentation en volume. La recherche de recettes publicitaires induit en effet une quête d'audience qui s'avère in fine contradictoire avec l'ambition assignée aux programmes diffusés par le service public. Comme l'a indiqué le président de l'Arcom lors de son audition, il serait préférable de retenir un principe simple « Service public / ressources publiques ; secteur privé / ressources privées ». Reste que, compte tenu des montants atteints, une suppression pure et simple de la publicité sur le service public reviendrait à priver celui-ci d'un financement de près de 440 millions d'euros. Cette somme viendrait donc s'ajouter, à périmètre inchangé, aux 3,14 milliards d'euros à trouver au sein du budget de l'État en vue de financer les sociétés de l'audiovisuel public (indépendamment des 560 millions d'euros de dégrèvements déjà financés par voie budgétaire).

Les rapporteurs proposent dans ces conditions une voie médiane, consistant à supprimer dans un premier temps les seules recettes de parrainage de France Télévisions - estimées à 97,7 millions d'euros en 2021 - et de Radio France – soit 6 millions d'euros en 2021 -. S'agissant de France Télévisions, cette suppression permettrait de renouer avec l'esprit de la loi n° 2009-258 du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision et la suppression sur France Télévisions des messages publicitaires entre 20 heures et 6 heures. Elle permettrait également au groupe public de commencer plus tôt ses programmes de soirée avec une totale liberté éditoriale. Les économies générées par les mutualisations attendues par ailleurs (cf infra) compenseront cette perte de recettes.

La filiale de France Télévisions, france.tv distribution dispose, de son côté, d'un catalogue de droits relativement étoffé, représentant 8 000 heures de programmes environ. Le pôle distribution a ainsi généré 18,6 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2021. Ces succès ne doivent pas occulter une concurrence accrue, dans un contexte marqué par l'affirmation des plateformes en quête effrénée de programmes pour alimenter leurs offres. Le décret du 30 décembre 2021 dit décret TNT consacre cette évolution en interdisant aux filiales d'éditeurs l'accès aux mandats de

distribution (que les œuvres soient coproduites ou préfinancées), si le producteur dispose d'une capacité de distribution.

L'ouverture, au second semestre 2022, des négociations avec les organisations représentatives de producteurs en vue de donner une suite à l'accord interprofessionnel de juillet 2019 qui arrive à expiration peut ainsi constituer une opportunité pour renforcer le rôle de france.tv distribution, en échange, le cas échéant, du maintien au niveau actuel de sa part de production dépendante. Celle-ci peut en effet être portée à 33 % aux termes du décret TNT. Il convient de relever à ce stade que la part de production dépendante n'atteint pas le plafond actuellement retenu de 17,5 % de ses investissements dans la production. France Télévisions indique que la part dépendante représente actuellement 13 % de son investissement, la moitié de ces financements étant fléchés vers la production du feuilleton « Un si grand soleil », dont le potentiel en matière d'exploitation sur d'autres supports que le linéaire ou d'exportation apparaît très limité.

Il existe donc des gisements de recettes insuffisamment exploités qui impliquent une véritable réflexion stratégique. Il apparaît néanmoins très difficile de faire de France Télévisions un concurrent de la BBC en matière de production, compte tenu à la fois des différences de moyens, de l'avantage linguistique que constitue l'anglais ou de la différence réglementaire. Pour mémoire, si BBC Studios a réalisé 1,2 milliard de livres de chiffre d'affaires en 2021, remontant 151 millions de livres de profit à la BBC, les filiales de France Télévisions dédiées à la production et à la distribution (france.tv studio et france.tv distribution) ont réalisé 163,1 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2021, 14,5 millions d'euros étant redistribués vers France Télévisions.

2. LA NÉCESSITÉ DE REGROUPER LES ENTREPRISES DE L'AUDIOVISUEL PUBLIC POUR CRÉER UN ACTEUR PUISSANT ET INNOVANT

A. FUSIONNER LES ENTREPRISES DE L'AUDIOVISUEL PUBLIC POUR ÉCHAPPER À LA MARGINALISATION

Il y a près de 7 ans, les commissions de la culture et des finances du Sénat avaient proposé la création d'une société holding regroupant France Télévisions, Radio France, France Médias Monde et l'INA. Arte France, dont les succès tant en termes d'audience que de développement doivent être salués et servir d'aiguillon pour les autres chaînes du service public, et TV5 Monde qui constituent des médias internationaux dont l'organisation est régie par des traités avaient été maintenus volontairement en dehors de cette proposition de regroupement. La création de cette société holding devait favoriser à la fois une unité de décision stratégique pour mettre un terme à la dispersion des tutelles et la mise en œuvre d'actions communes en particulier dans le numérique et au niveau territorial. Le recours à une société holding devait permettre de favoriser la convergence tout en maintenant l'identité des entreprises à un moment où les coopérations entre elles étaient très limitées et les préventions assez fortes.

L'abandon, en mars 2020, de la réforme de la gouvernance de l'audiovisuel public a eu pour effet de réduire la dynamique en faveur de la mise en œuvre de projets communs qui avait fini par apparaître. Les projets de coopération n'ont pas disparu, d'autant qu'ils constituent une priorité des COM adoptés pour la période 2019-2022, mais force est de constater que l'inertie a fini par l'emporter. Les coopérations sont restées embryonnaires dans le numérique, les matinales communes à France 3 et France Bleu se sont mises en place de manière laborieuse, la relance éditoriale de la chaîne France Info se fait toujours attendre...

Pendant que l'audiovisuel public français demeure - contrairement à la quasi-totalité des audiovisuels publics européens - divisé entre structures antagonistes, les acteurs privés ont engagé un processus de regroupement (TF1 - M6/RTL ; Canal+/Europe 1) tandis que de nouvelles plateformes américaines se préparent à arriver en France (HBO Max, Paramount +...). Le risque de la marginalisation ne peut donc plus être exclu pour le service public s'il demeure divisé.

La mission de contrôle propose donc de relancer le processus de regroupement des principales sociétés de l'audiovisuel public proposé en 2015 par le Sénat et enclenché en 2019 par le Gouvernement tout en l'adaptant au nouveau contexte que nous connaissons aujourd'hui. La

nécessité de ce regroupement est aujourd'hui largement partagée au sein des entreprises et les collaborations déjà engagées ont mis en évidence le potentiel d'une systématisation des mutualisations. Dans ces conditions, la création d'une entreprise unique regroupant France Télévisions, Radio France, France Médias Monde et l'INA apparaît aujourd'hui préférable à celle d'une société holding afin d'accélérer la réponse apportée au basculement du secteur des médias dans l'ère de la « plateformisation ». Une société unique doit permettre une unité de pilotage, une réduction des niveaux hiérarchiques et donc une plus grande agilité pour répondre aux défis qui s'annoncent. La présidente de France Télévisions et le président de l'INA ont indiqué aux rapporteurs qu'ils étaient favorables à la création de cette société unique que plusieurs autres personnalités auditionnées ont appelé de leurs vœux.

Arte France et TV5 Monde conserveraient leurs statuts actuels mais les coopérations seraient renforcées, la société unique ayant vocation à devenir un actionnaire de référence de ces deux entreprises internationales. La création de cette société unique pourrait intervenir en 2025 à l'issue du mandat de la présidente actuelle de France Télévisions, ce qui pourrait nécessiter de modifier la durée des mandats des autres dirigeants de l'audiovisuel public afin de les aligner sur 2025.

B. DÉVELOPPER UNE VÉRITABLE STRATÉGIE NUMÉRIQUE UNIFIÉE POUR L'AUDIOVISUEL PUBLIC

Les entreprises de l'audiovisuel public ont connu des fortunes diverses dans le cadre de leurs stratégies numériques. Certaines constituent de véritables succès comme la plateforme numérique de France Info et l'application numérique d'ARTE. D'autres ont été des échecs retentissants comme l'incapacité pour France Télévisions à créer sa propre plateforme SVOD et son retrait annoncé de la plateforme SALTO dont les résultats sont eux-mêmes peu convaincants.

La mission de contrôle considère que les sociétés de l'audiovisuel public auraient tout intérêt à unir leurs moyens dans le numérique au lieu de considérer cet univers comme un nouveau terrain d'affrontement où chacun y déplace ses griefs. La très longue gestation de l'offre numérique commune à France 3 et France Bleu a démontré les limites des projets initiés « par le bas » qui peinent à établir une unité de direction et une offre éditoriale claire.

La création d'une société unique doit permettre de repenser intégralement l'offre numérique des sociétés de l'audiovisuel public en fonction d'objectifs communs et des compétences respectives de chaque entité. Si une offre numérique unique n'apparaît pas nécessairement la mieux à même de répondre aux attentes variées des différents publics, les doublons doivent néanmoins être supprimés à l'image des offres d'ARTE et de France Télévisions en matière d'éducation qui gagneraient à être rassemblées. À l'avenir, il apparaît essentiel de mieux structurer l'offre de programmes publics en clarifiant les lignes éditoriales des différents services tout en facilitant leur accès à travers des points d'entrée communs.

C. CRÉER UNE VÉRITABLE « NEWSROOM » COMMUNE À L'ENSEMBLE DE L'AUDIOVISUEL PUBLIC

L'information constitue un élément clé de l'ADN du service public de l'audiovisuel et une caractéristique distinctive des médias linéaires face aux plateformes américaines. Les moyens des sociétés de l'audiovisuel public en matière d'information sont très importants mais ils demeurent dispersés et malgré certaines coopérations aucune véritable synergie n'est recherchée. France Télévisions a obtenu de fusionner les rédactions de France 2 et France 3 au terme de longues années d'efforts. Radio France conserve plusieurs rédactions pour ses antennes. Les moyens mobilisés par France Télévisions et Radio France dans l'offre France Info ne sont pas réunis dans une véritable rédaction commune. RFI et France 24 conservent des rédactions séparées au sein de France Médias Monde contrairement au projet initial qui avait justifié la création d'une société unique. Enfin, les matinales communes à France 3 et France Bleu consistent à reprendre le signal de France Bleu et non à produire une offre d'information véritablement commune.

Dans ces conditions, la mission conjointe de contrôle préconise d'inverser la logique. Au lieu de conserver des structures séparées et exceptionnellement de réunir des moyens pour poursuivre

des objectifs communs, il s'agirait de créer une véritable « newsroom », c'est-à-dire une structure commune réunissant l'ensemble des journalistes de France Télévisions, Radio France et France Médias Monde, qui pourrait être organisée en trois pôles distincts couvrant respectivement l'international, le national et le local. Ces pôles seraient chargés d'alimenter les différents supports et antennes qui pourraient conserver leur identité. L'existence d'une telle « newsroom » francophone permettrait de supprimer les doublons, de renforcer l'expertise et de favoriser la réactivité. Les rédactions en langues étrangères seraient maintenues et développées au sein du pôle international tandis que le pôle local aurait pour mission de développer le maillage régional et ultramarin sur l'ensemble des supports.

D. ORGANISER UN GRAND MÉDIA PUBLIC TERRITORIAL : « FRANCE MÉDIAS RÉGIONS »

Le rapprochement entre France 3 et France Bleu est engagé depuis 2018 et le lancement du projet de création de matinales communes. Cette nouvelle offre a été difficile à concevoir et plus encore à mettre en œuvre compte tenu des résistances dans les deux entreprises. Par comparaison, il aura fallu nettement moins de temps à France Bleu et France 3 pour lancer une application numérique commune dédiée à l'information locale dénommée « Ici ».

L'intérêt de ces deux projets réside autant dans leurs objectifs et leurs spécificités que dans le potentiel de coopérations futures qu'ils révèlent. L'enjeu aujourd'hui est de créer un véritable média de service public territorialisé qui puisse décliner son offre éditoriale sur tous les supports. C'est la raison pour laquelle la mission conjointe de contrôle propose de réunir France 3 et France Bleu dans une même filiale de la société unique qui pourrait être dénommée « France Médias Régions ». Cette structure aurait pour mission de réorganiser à la fois l'offre et la présence territoriale de France 3 et France Bleu pour proposer des programmes conçus au plus près des territoires en partenariat avec les collectivités territoriales. Cette fusion de France 3 et France Bleu devrait également permettre de repenser les méthodes de travail en adoptant des modes de production plus souples et réactifs.

LES RECOMMANDATIONS DE LA MISSION CONJOINTE DE CONTRÔLE

Sur le financement du service public de l'audiovisuel public

Recommandation n° 1 (direction du budget et direction générale des médias et des industries culturelles) : Faute de solution fiscale alternative satisfaisante tant en matière de coût de collecte que de risque d'effets de transferts et sans mésestimer l'impact considérable de la disparition de la contribution à l'audiovisuel public sur les finances publiques, mettre en place une mission budgétaire dédiée à l'audiovisuel public, composée de programmes ciblant chacune des sociétés de l'audiovisuel public et pilotée par la direction générale des médias et des industries culturelles du ministère de la culture en intégrant et en majorant les crédits dédiés à l'audiovisuel extérieur, jusqu'alors rattachés à la mission « Aide publique au développement ».

Recommandation n° 2 (direction du budget et direction générale des médias et des industries culturelles) : Déterminer les crédits affectés à ce nouvel outil budgétaire en fonction d'une réflexion préalable sur le périmètre du service public de l'audiovisuel et la nature des missions qui lui sont assignées.

Recommandation n° 3 (législateur) : Mettre en place une commission indépendante, l'Autorité supérieure de l'audiovisuel public (ASAP), présidée par un magistrat de la Cour des comptes et composée en outre de quatre personnalités qualifiées, nommées par les commissions chargées des finances et de la culture de l'Assemblée nationale et du Sénat, chargée d'évaluer annuellement le coût des missions de service public assignées aux sociétés de l'audiovisuel public et de proposer au Gouvernement et au Parlement une trajectoire financière pluriannuelle

pour les sociétés de l'audiovisuel public, répondant au financement des priorités qu'elle estimerait nécessaires. Elle émettrait également un avis sur le montant de la dotation budgétaire prévu en projet de loi de finances et établirait un état annuel des moyens dédiés à l'audiovisuel extérieur en les comparant à ceux mis en oeuvre au sein d'autres États comparables.

Recommandation n° 4 (direction générale des médias et des industries culturelles) : Renforcer la spécificité des programmes de l'audiovisuel public en supprimant les recettes de parrainage de France Télévisions et de Radio France, la recherche de ressources publicitaires induisant une quête d'audience contradictoire avec l'ambition culturelle et éducative assignée aux programmes diffusés par le service public. Les pertes de recettes seront compensées par les mutualisations attendues dans le cadre d'une réforme de l'organisation du service public.

Recommandation n° 5 (France Télévisions) : Développer pour France Télévisions, la part de production dépendante dans une optique de revente possible à l'international des formats ainsi produits, en privilégiant les programmes de stock et favoriser la voie conventionnelle avec les producteurs indépendants pour consolider l'activité de distribution de droits audiovisuels de programmes coproduits ou préfinancés et donc diversifier les ressources.

Sur l'organisation et le périmètre du service public de l'audiovisuel public

Recommandation n° 6 (direction générale des médias et des industries culturelles) : Fusionner France Télévisions, Radio France, France Médias Monde et l'INA au sein d'une société unique - France Médias - pour créer un média public puissant et innovant dans le numérique. Ajuster la durée des mandats des présidents afin de créer cette nouvelle société unique dès 2025.

Recommandation n° 7 (France Télévisions, Radio France, Institut national de l'audiovisuel, France Médias Monde, Arte) : Développer une véritable stratégie numérique unifiée pour l'ensemble de l'audiovisuel public afin de permettre aux Français d'accéder plus facilement à l'ensemble des programmes proposés par chaque société sur tous les supports.

Recommandation n° 8 (direction générale des entreprises) : Obliger les fabricants de téléviseurs et les opérateurs de télécommunication à permettre à leurs clients d'accéder directement à l'univers des programmes de l'audiovisuel public à travers une touche dédiée sur les télécommandes et un espace réservé sur la page d'accueil des interfaces TV des boxes.

Recommandation n° 9 (France Télévisions, Radio France, France Médias Monde) : Créer une véritable « newsroom » commune à l'ensemble des journalistes de France Télévisions, Radio France et France Médias Monde afin de supprimer les doublons et de renforcer l'expertise de l'information publique.

Recommandation n° 10 (France Télévisions, Radio France) : Rassembler France 3 et France Bleu dans une même filiale « France Médias Régions » afin de développer un grand média public territorial.

N° 784
SÉNAT

SESSION EXTRAORDINAIRE DE 2021-2022

Enregistré à la Présidence du Sénat le 13 juillet 2022

PROPOSITION DE LOI

*visant à assurer la qualité et l'indépendance du service public de
l'audiovisuel par un financement affecté, juste et pérenne,*

PRÉSENTÉE

Par MM. David ASSOULINE, Rémi FÉRAUD, Mme Sylvie ROBERT, MM. Patrick KANNER, Claude RAYNAL, Yan CHANTREL, Maurice ANTISTE, Mme Isabelle BRIQUET, MM. Thierry COZIC, Vincent ÉBLÉ, Mme Frédérique ESPAGNAC, MM. Éric JEANSANNETAS, Patrice JOLY, Jean-Jacques LOZACH, Victorin LUREL, Jacques-Bernard MAGNER, Mme Marie-Pierre MONIER, M. Lucien STANZIONE, Mmes Sabine VAN HEGHE, Viviane ARTIGALAS, M. Joël BIGOT, Mmes Florence BLATRIX CONTAT, Nicole BONNEFOY, MM. Denis BOUAD, Hussein BOURGI, Rémi CARDON, Mmes Marie-Arlette CARLOTTI, Catherine CONCONNE, Hélène CONWAY-MOURET, MM. Thierry COZIC, Gilbert-Luc DEVINAZ, Jérôme DURAIN, Mme Corinne FÉRET, M. Jean-Luc FICHET, Mme Martine FILLEUL, M. Hervé GILLÉ, Mme Laurence HARRIBEY, MM. Jean-Michel HOULLEGATTE, Olivier JACQUIN, Mme Victoire JASMIN, M. Bernard JOMIER, Mme Gisèle JOURDA, M. Éric KERROUCHE, Mme Marie-Pierre de LA GONTRIE, M. Jean-Yves LECONTE, Mmes Annie LE HOUEROU, Monique LUBIN, MM. Didier MARIE, Serge MÉRILLOU, Mme Michelle MEUNIER, MM. Jean-Jacques MICHAU, Franck MONTAUGÉ, Sebastien PLA, Mmes Émilienne POUMIROL, Angèle PRÉVILLE, M. Christian REDON-SARRAZY, Mme Laurence ROSSIGNOL, MM. Gilbert ROGER, Jean-Pierre SUEUR, Rachid TEMAL, Jean-Claude TISSOT, Jean-Marc TODESCHINI, Mickaël VALLET et Yannick VAUGRENARD,

Sénatrices et Sénateurs

(Envoyée à la commission des finances, sous réserve de la constitution éventuelle d'une commission spéciale dans les conditions prévues par le Règlement.)

Proposition de loi visant à assurer la qualité et l'indépendance du service public de l'audiovisuel par un financement affecté, juste et pérenne

Article 1^{er}

- ① La loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication est ainsi modifiée :
- ② 1° Au début du titre III, sont ajoutés des articles 43-11 A et 43-11 B ainsi rédigés :
- ③ « *Art. 43-11 A.* – Les sociétés et l'établissement public mentionnés par les articles 44, 45 et 49 et la société TV5 Monde sont financés par le Fonds de contribution à l'audiovisuel public. Ce fond est issu du produit de la contribution progressive au financement de l'audiovisuel public fixée par référence au revenu fiscal, mentionnée à l'article 1605 du code général des impôts.
- ④ « Les ressources du Fonds allouées aux sociétés mentionnées au premier alinéa du présent article en compensation des obligations de service public mises à leur charge sont égales au montant du coût d'exécution desdites obligations.
- ⑤ « *Art. 43-11 B.* – Il est créé une Autorité de contrôle du Fonds de contribution à l'audiovisuel public, autorité publique indépendante chargée de contrôler le montant de ce fonds et sa répartition entre les sociétés mentionnées à l'article 43-11 A. Elle émet un avis annuel, préalable à la présentation du projet de loi de finances, sur les besoins des sociétés, sur le montant du fond et sa répartition entre les sociétés. Elle peut s'autosaisir de tout sujet concernant le fond et son affectation et rendre des avis sur ces questions.
- ⑥ « L'Autorité de contrôle du Fonds de contribution à l'audiovisuel public est présidée par un membre de la Cour des comptes et comprend, en outre, six membres :
- ⑦ « 1° Deux sénateurs désignés l'un par la commission des finances et l'autre par la commission de la culture, de l'éducation et de la communication ;
- ⑧ « 2° Deux députés désignés l'un par la commission des finances et l'autre par la commission des affaires culturelles ;
- ⑨ « 3° Deux représentants des usagers, nommés sur proposition du ministre chargé de la communication.
- ⑩ « Le mandat des membres est de six ans, renouvelable une fois.

- ⑪ « Un décret en Conseil d'État précise les modalités de fonctionnement de l'autorité et de nomination de ses membres. » ;
- ⑫ 2° Le III de l'article 53 est ainsi rédigé :
- ⑬ « III. – Chaque année, à l'occasion du vote de la loi de finances, le Parlement, sur le rapport d'un membre de chacune des commissions des finances de l'Assemblée nationale et du Sénat ayant les pouvoirs de rapporteur spécial, approuve la répartition entre les organismes affectataires de l'intégralité du produit du Fonds de contribution à l'audiovisuel public, décrite par un projet annuel de performance. »

Article 2

- ① L'article 1605 du code général des impôts est ainsi rédigé :
- ② « *Art. 1605. – I. – Il est institué à la charge des contribuables une taxe appelée contribution progressive au financement de l'audiovisuel public.*
- ③ « Le montant de cette taxe est fixé comme suit :
- ④ « 1° 0 € pour les foyers dont le revenu fiscal de référence est inférieur à 17 820 € ;
- ⑤ « 2° 30 € pour les foyers dont le revenu fiscal de référence est compris entre 17 821 € et 21 670 € ;
- ⑥ « 3° 60 € pour les foyers dont le revenu fiscal de référence est compris entre 21 671 € et 25 760 € ;
- ⑦ « 4° 80 € pour les foyers dont le revenu fiscal de référence est compris entre 25 761 € et 30 620 € ;
- ⑧ « 5° 100 € pour les foyers dont le revenu fiscal de référence est compris entre 30 621 € et 36 160 € ;
- ⑨ « 6° 120 € pour les foyers dont le revenu fiscal de référence est compris entre 36 161 € et 42 480 € ;
- ⑩ « 7° 135 € pour les foyers dont le revenu fiscal de référence est compris entre 42 481 € et 50 840 € ;
- ⑪ « 8° 170 € pour les foyers dont le revenu fiscal de référence est compris entre 50 841 € et 65 250 € ;

- ⑫ « 9° 190 € pour les foyers dont le revenu fiscal de référence est compris entre 65 251 € et 100 000 € ;
- ⑬ « 10° 200 € pour les foyers dont le revenu fiscal de référence est compris entre 100 001 € et 150 000 € ;
- ⑭ « 11° 220 € pour les foyers dont le revenu fiscal de référence est supérieur à 150 001 €.
- ⑮ « Ses tranches et tarifs sont réévalués chaque année par la loi de finances. Ils sont indexés sur l'inflation et arrondis à l'euro supérieur.
- ⑯ « II. – Bénéficient d'un dégrèvement de la contribution progressive au financement de l'audiovisuel public :
- ⑰ « 1° Les titulaires de l'allocation de solidarité aux personnes âgées mentionnée à l'article L. 815-1 du code de la sécurité sociale ou de l'allocation supplémentaire d'invalidité mentionnée à l'article L. 815-24 du même code ;
- ⑱ « 2° Les titulaires de l'allocation aux adultes handicapés mentionnée à l'article L. 821-1 dudit code, lorsque le montant de leurs revenus de l'année précédente n'excède pas la somme de 11 276 €, pour la première part de quotient familial, majorée de 3 011 € pour chaque demi-part supplémentaire, retenues pour le calcul de l'impôt sur le revenu afférent auxdits revenus.
- ⑲ « Pour la Martinique, la Guadeloupe et La Réunion, les montants des revenus sont fixés à 13 343 € pour la première part, majorés de 3 187 € pour la première demi-part et 3 011 € pour chaque demi-part supplémentaire à compter de la deuxième.
- ⑳ « Pour la Guyane ces montants sont fixés respectivement à 13 950 €, 3 840 € et 3 011 €.
- ㉑ « Pour Mayotte, ces montants sont fixés, respectivement, à 20 907 €, 5 752 € et 4 510 €.
- ㉒ « Ces montants sont réévalués chaque année par la loi de finances. Ils sont indexés sur l'inflation ;
- ㉓ « 3° Les contribuables atteints d'une infirmité ou d'une invalidité les empêchant de subvenir par leur travail aux nécessités de l'existence, lorsque le montant de leurs revenus de l'année précédente n'excède pas la limite prévue au 2° du présent II ;

- ②4 « 4° Les contribuables âgés de plus de 60 ans, les veuves et veufs dont le montant des revenus de l'année précédente n'excède pas la limite prévue au même 2°, lorsqu'ils ne sont pas passibles de l'impôt sur la fortune immobilière au titre de l'année précédant celle de l'imposition ;
- ②5 « 5° Les contribuables mentionnés au 4° lorsqu'ils occupent leur habitation principale avec leurs enfants majeurs et que ceux-ci sont inscrits comme demandeurs d'emploi et ne disposent pas de ressources supérieures à :
- ②6 « a) 5 750 € pour la première part de quotient familial, majoré de 1 664 € pour chacune des quatre premières demi-parts et de 2 942 € pour chaque demi-part supplémentaire à compter de la cinquième, en France métropolitaine ;
- ②7 « b) 6 905 € pour la première part de quotient familial, majoré de 1 664 € pour chacune des deux premières demi-parts et de 2 942 € pour chaque demi-part supplémentaire à compter de la troisième, en Martinique, en Guadeloupe et à La Réunion ;
- ②8 « c) 7 668 € pour la première part de quotient familial, majoré de 1 278 € pour chacune des deux premières demi-parts et de 3 063 € pour chaque demi-part supplémentaire à compter de la troisième, en Guyane ;
- ②9 « d) 8 426 € pour la première part de quotient familial, majoré de 1 404 € pour chacune des deux premières demi-parts et de 3 367 € pour chaque demi-part supplémentaire à compter de la troisième, à Mayotte.
- ③0 « Ces montants sont indexés, chaque année, comme la limite supérieure de la première tranche du barème de l'impôt sur le revenu.
- ③1 « Ces montants sont divisés par deux pour les quarts de part.
- ③2 « Les montants mentionnés aux sixième et avant-dernier alinéas du présent 5° sont arrondis à l'euro le plus proche. La fraction d'euro égale à 0,50 est comptée pour 1 ;
- ③3 « 6° Les contribuables atteints d'une infirmité ou d'une invalidité les empêchant de subvenir par leur travail aux nécessités de l'existence, lorsque le montant de leurs revenus de l'année précédente n'excède pas la limite prévue au 2° du présent II ;

- ③④ « 7° Les personnes qui conservent la jouissance exclusive de l'habitation qui constituait leur résidence principale avant qu'elles ne soient hébergées durablement dans un établissement mentionné au 6° du I de l'article L. 312-1 du code de l'action sociale et des familles ou dans un établissement mentionné à l'avant-dernier alinéa de l'article L. 6143-5 du code de la santé publique, comportant un hébergement et délivrant des soins de longue durée à des personnes n'ayant pas leur autonomie de vie et dont l'état nécessite une surveillance médicale constante et des traitements d'entretien, lorsqu'elles remplissent les conditions prévues aux 1° à 6° du présent II ;
- ③⑤ « 8° Les personnes exonérées de taxe foncière sur les propriétés bâties en application de l'article 1649 du présent code ;
- ③⑥ « 9° Les personnes dont le montant des revenus, appréciés dans les conditions prévues à l'article 1391 B *ter*, est nul.
- ③⑦ « III. – La contribution est déclarée, contrôlée et recouvrée selon les mêmes règles et sous les mêmes garanties et sanctions qu'en matière d'impôt sur le revenu. »



par [Pauline Porro](#)

Publié le 30 avril 2018 — Mis à jour le 11 avril 2019

L'audiovisuel public européen en débat

L'audiovisuel public ne suscite pas seulement le débat en France. Ailleurs en Europe, de nombreuses questions liées à son financement, son indépendance et ses missions sont soulevées sur fond de réformes en cours ou à venir.

Il n'existe pas un seul audiovisuel public en Europe. Chacun de ces systèmes possède ses spécificités qui lui sont propres, fruit de l'histoire et d'une certaine culture nationale. Enjeu fondamentalement politique, un élément les rassemble aujourd'hui : alors que nombre d'entre eux ont connu de profondes mutations ces dernières années, des réformes sont en cours ou à venir dans une dizaine de pays du Vieux Continent.

L'argent, le nerf de la guerre

Trop lourds, trop coûteux. L'angle d'attaque favori des pourfendeurs de l'audiovisuel public se situe incontestablement dans son financement. L'arrivée d'acteurs privés a durci la concurrence entre les chaînes, et une logique de marché a fini par s'imposer pour orienter les réformes du secteur. Les attaques sur le coût des structures publiques sont par ailleurs survenues à la fois dans des pays ayant connu des cures d'austérité (Espagne, Portugal, Italie), tout comme des pays en meilleure santé économique (Suisse, Allemagne). L'audiovisuel public français n'échappe pas à cette salve de critiques. Selon les informations du journal Les Echos, les économies exigées par le gouvernement dans les différents groupes s'élèveraient à 500 millions d'euros d'ici 2022, soit 13 % d'un budget total alloué par l'État.

« Il s'agit d'une critique populiste classique : cela coûte trop cher, même si cette redevance n'est pas particulièrement élevée », relève Patrick Eveno, professeur d'histoire des médias à l'université Paris-I Panthéon-Sorbonne. En 2008, le Parti des Libertés de Silvio Berlusconi (par ailleurs principal actionnaire de Mediaset, le plus gros groupe de média italien), fustigeait le coût de la redevance et son poids dans le budget des ménages. D'un montant de 107 euros annuels, elle était pourtant l'une des plus faibles d'Europe.

Dans cette logique, la redevance fait office de cible de choix, et ce indépendamment du fait que le système soit populaire auprès du public. En décembre 2016, 65 % des Allemands déclaraient que l'audiovisuel public était « une part indispensable de la culture en Allemagne » (enquête annuelle sur les médias en Allemagne effectuée par l'ARD et le ZDF).

En 2013, les Allemands ont anticipé l'évolution des comportements liés à la consommation audiovisuelle en remplaçant leur redevance par une contribution obligatoire désormais rattachée à la taxe d'habitation et non plus à la possession d'une télévision. En tout, c'est un peu plus de 7 milliards d'euros annuels qui sont récoltés via cette taxe universelle et imposée (contrairement à la France où elle repose sur un système déclaratif), permettant de financer une vingtaine de chaînes de télévision et plusieurs dizaines d'antennes de radio. Et pourtant, même chez les voisins d'outre-Rhin, cette contribution est pointée du doigt en raison de son coût et de son mode de prélèvement.

Quelles missions pour l'audiovisuel public ?

La définition des missions de l'audiovisuel public ne va pas de soi. En témoigne l'enquête engagée par la Commission européenne en 2009 à la suite de versement de 450 millions d'euros d'aides publiques à France Télévisions pour compenser l'arrêt de la publicité après 20 heures sur le

service public. L'État français avait dû démontrer que ces aides n'entraînaient pas de distorsion de concurrence vis-à-vis du secteur privé. La Commission considérait en effet que ces subventions ne devaient financer que les missions de service public, qu'elle réduisait peu ou prou à la retransmission des débats à l'Assemblée nationale.

Selon les mots de John Reithles, premier directeur général de la BBC en poste dans les années 1920, le rôle de l'audiovisuel public est d'« informer, cultiver, distraire ». Si ce credo a inspiré l'ensemble des systèmes audiovisuels européens, certains s'en écartent aujourd'hui comme la télévision publique suédoise, la SVT. En témoigne sa nouvelle devise : « Créer des contenus qui engagent, divertissent et enrichissent, au service du public », illustrant une profonde évolution dans la mission même de l'audiovisuel public, où l'information n'occuperait plus une place prépondérante.

Le paysage médiatique du milieu du XXe siècle n'a plus grand-chose de commun avec celui de 2018 : au-delà de la concurrence des chaînes privées, les téléspectateurs ont désormais d'autres canaux à la fois pour s'informer gratuitement, grâce aux médias en ligne ou aux réseaux sociaux, et pour se distraire, notamment auprès des géants américains du web. C'est cette situation que relevaient les tenants de l'initiative « No Billag » en Suisse. Un constat que n'a pas manqué également de faire le président de la République Emmanuel Macron, lorsqu'il a lancé, à l'attention des députés de la commission des affaires culturelles, le 5 décembre 2017, qu'« on fait des programmes pour les jeunes en disant, c'est super, c'est pour les jeunes (...) mais ceux qui les regardent ont plus de 65 ans. »

La désaffection des jeunes générations pour le petit écran représente un véritable casse-tête pour les acteurs traditionnels de l'audiovisuel. Selon une étude Médiamétrie et Insee, l'âge moyen des téléspectateurs en France est passé de 46,9 ans à 50,7 ans entre 2005 et 2015. Ce phénomène s'explique par l'arrivée sur le marché de nouveaux acteurs venus bousculer les usages traditionnels du média télévisuel mais également par la place grandissante prise par le mobile dans nos vies quotidiennes. Ce nouveau paysage éclaté contraint l'audiovisuel public à intensifier sa présence sur les supports numériques et à proposer des contenus à même de pouvoir le différencier de ses concurrents.

Présentée comme un impératif nouveau, la réforme de l'audiovisuel public est cependant un véritable serpent de mer dans le débat politique français : depuis sa création en 1949, l'audiovisuel public hexagonal a connu 17 réformes.

Se pose néanmoins, la question de savoir ce qui fait aujourd'hui la spécificité du service public audiovisuel, justifiant le paiement d'une redevance, et justifiant de soustraire les chaînes publiques à la concurrence du privé et à l'impératif de rentabilité. Cette exigence de clarification se fait entendre dans tous les pays où cohabitent un audiovisuel public et privé, *a fortiori* lorsque l'audiovisuel public est financé par la publicité. D'où la demande fréquente des acteurs de l'audiovisuel privé, s'estimant lésés par une concurrence déloyale, de supprimer totalement la publicité des chaînes publiques, comme le réclame le président de M6, Nicolas de Tavernost.

Mettre hors de portée l'intégrité des œuvres, comme les films, en les protégeant des pressions potentielles du marché publicitaire (et des coupures de publicité permises sur les chaînes privées) reviendrait dès lors à se recentrer sur les missions de service public. De même, les soustraire au piège de la publicité reviendrait à les extraire de la compétition à l'audience avec les chaînes du privé.

Les programmes en ligne de mire

Face aux députés des Affaires culturelles, les critiques du président Emmanuel Macron se sont étendues à « une production de contenus de qualité variable », de la part d'une entreprise où l'« on ne se pose plus la question de savoir les contenus que l'on veut produire ». Certains reprennent ces reproches à leur compte pour déplorer les mauvais résultats à l'exportation des programmes de France Télévisions.

La mauvaise qualité des contenus est également soulevée en Italie. Éprouvée par les années Berlusconi, la Rai est souvent pointée du doigt pour la légèreté de ses programmes de divertissement. Le *talk-show Parliamone... sabato*, diffusé de septembre 2016 à mars 2017 sur la chaîne publique Rai 1, avait notamment lancé un débat portant sur « les bonnes raisons pour un Italien de préférer les femmes d'Europe de l'Est », égrenant à l'écran une série d'arguments parmi

lesquels « elles sont toujours sexy, ne portent jamais de survêtements ou de pyjama » ou « elles sont de parfaites femmes au foyer et ont très tôt appris à faire le ménage ».

On ne peut séparer la question des missions de celles des contenus, par lesquels s'incarnent ces dites missions. L'argument est notamment brandi par certains partisans de la votation « No Billag », lorsqu'ils s'interrogent sur la diffusion de *Game of Thrones* ou des courses de Formule 1 sur le service public, ou encore lorsque les responsables de chaînes privées françaises reprochent à leurs homologues du public d'acheter des séries américaines ou des droits de retransmissions d'événements sportifs.

Le service public doit-il se concentrer sur la démocratisation de la culture savante, comme l'appelle de ses vœux, la Fondation pour l'innovation politique, *think tank* libéral, ou doit-elle s'adresser au plus grand nombre ? « C'est tout le dilemme dans lequel se trouvent toutes les télévisions de service public : elles voudraient s'adresser à tout le monde, car tout le monde paie, or si elles font des programmes exigeants pour public averti, elles ne sont plus regardées que par des privilégiés possédant un fort capital culturel, ce qui est très difficile à accepter », souligne Francis Balle, professeur à l'Université Paris II Panthéon-Assas et ancien membre du CSA. La recherche de l'audience représente un réel défi pour l'audiovisuel public, sommé de répondre aux attentes d'un large public, tout en étant astreint à des contraintes de programmation peu compatibles avec la recherche de l'audience.

Tous les audiovisuels publics européens ne font pas face à ce procès en légitimité avec la même vigueur, et ce indépendamment de la qualité de leurs programmes. « On observe une légère dérive ces dernières années dans la qualité des programmes de la BBC », note Francis Balle, bien que la BBC reste unanimement désignée comme modèle de sérieux. Les chaînes BBC One et BBC Two diffusent l'émission *The Weakest Link*, par exemple. En France, l'adaptation du jeu télévisé (*Le Maillon faible*), diffusée sur TF1, trouverait difficilement sa place sur les chaînes du service public à cause de son caractère jugé humiliant pour les candidats. Une donnée que se gardent bien de rappeler les tenants d'une « BBC à la française ». L'absence de procès en légitimité de la BBC est-elle la conséquence de l'absence de publicité sur ses chaînes ?

La politisation du service public

La partialité du service public audiovisuel est fréquemment mise en cause par ses détracteurs. Ce type d'attaque se retrouve au sein de toutes les familles politiques, dans les gouvernements en place comme au sein des partis d'opposition. En Grande-Bretagne, les gouvernements de Margaret Thatcher et de Tony Blair ont, tour-à-tour, contesté la subjectivité de la BBC lors de la guerre des Malouines (1982) et du conflit nord-irlandais pour la première, puis lors de l'intervention en Irak (2003) pour le second.

Plus récemment, des parlementaires travaillistes britanniques ont pointé du doigt la partialité de la couverture des choix éditoriaux de Nick Robinson, rédacteur en chef de la BBC, durant le référendum sur l'indépendance de l'Écosse, en 2014. Après le référendum sur le Brexit, le camp eurosceptique a, lui, dénoncé un traitement médiatique favorable au vote contre la sortie de l'Union européenne.

En Suisse, les mêmes griefs sont formulés par les initiateurs de la votation « No Billag ». La vice-présidente du parti conservateur UDC, Céline Amaudruz, et plus généralement les membres du parti conservateur, affirme que la redevance sert à la diffusion de l'idéologie du Parti socialiste. En 2010, la journaliste italienne Maria Luisa Busi avait créé l'événement en quittant le TG1, le 20 heures de la chaîne Rai Uno, au motif que l'information y était « partielle et partisane ». La présentatrice dénonça, à cette occasion, une concentration des sujets sur les faits divers et la diffusion de reportages occultant la réalité des difficultés économiques et sociales en Italie. Dernièrement, le syndicat des journalistes du groupe audiovisuel public espagnol, la RTVE, a diffusé un communiqué dans lequel il dénonce les pratiques de leur direction lors du référendum sur l'indépendance de la Catalogne. Les journalistes du groupe ont ainsi appelé à la démission du directeur de l'information de l'entreprise. Ils estimaient que ce dernier avait imposé à ces équipes une couverture partisane de l'événement.

En Autriche, accroître le contrôle sur l'audiovisuel public faisait également partie du programme commun présenté l'année dernière par la coalition formée entre les conservateurs (ÖVP) et l'extrême droite (FPÖ). Une mission d'études sur les médias devait d'ailleurs être lancée en mars

pour recadrer la mission d'information du service public « en renforçant les mesures de transparence pour garantir une information objective et indépendante » et « renforcer l'information sur l'Autriche ». Un tel projet fait craindre une mise au pas idéologique des chaînes publiques autrichiennes.

Ce phénomène a été particulièrement manifeste en Pologne à la suite de l'accession au pouvoir du parti ultraconservateur Prawo i Sprawiedliwość (PiS – « Droit et justice »), en 2015. Dès l'année suivante, une loi controversée est entrée en vigueur pour modifier la procédure de nomination et de révocation des directeurs des patrons des médias publics, organes considérés par le pouvoir en place comme outil de propagande européistes et progressistes. Autrefois de la compétence du Conseil national de l'audiovisuel (KRRiT), la nomination relève désormais du Trésor, ministre de tutelle de toutes les entreprises publiques. Quant aux directeurs de l'audiovisuel public, ils ont été remplacés par de nouveaux dirigeants proches du parti conservateur. Les médias publics ont, eux, été transformés en institutions culturelles « nationales » parrainées par un Conseil des médias nationaux.

En Hongrie, la mise sous coupe réglée des médias depuis l'arrivée au pouvoir du parti ultraconservateur Fidesz n'a pas épargné l'audiovisuel public. En 2011, le gouvernement de Viktor Orbán a regroupé les différents groupes de médias publics (radio, télévision et web) au sein de la MTVA, un centre de production de l'audiovisuel public, à l'image de la BBC. Mais les informations qui y sont produites sont loin des standards du groupe audiovisuel public britannique. Une enquête réalisée par Al Jazeera révèle que le travail des journalistes y est hautement contrôlé, consistant principalement à diffuser la propagande gouvernementale. Lorsqu'ils sont confrontés à des dossiers politiquement sensibles, les salariés reçoivent même des articles « clef en main », prêt à passer à l'antenne. La situation est d'autant plus préoccupante que la plupart des groupes de médias privés du pays appartiennent à des proches de Viktor Orbán.

La gouvernance sous le feu des critiques

La gouvernance de l'audiovisuel public est dès lors un enjeu crucial pour garantir l'indépendance de ces médias ou les contrôler. À cet égard, l'exemple italien est particulièrement significatif. L'un des objectifs affichés de la réforme de la Rai, portée par l'ancien Premier ministre italien Matteo Renzi, était de soustraire l'audiovisuel public à l'influence des partis. L'audiovisuel public transalpin reposait depuis les années 1960 sur le système de « Lotizzazione », consistant à répartir les responsabilités au sein de l'audiovisuel public entre le Parti socialiste, le Parti communiste et la Démocratie chrétienne, afin de garantir une forme de pluralisme. Ce système a été remplacé en 2015 par la nomination d'un administrateur délégué issu de la majorité parlementaire, désigné par un conseil d'administration. Le nouveau chef de la Rai a désormais les mains libres pour nommer les directeurs de chaînes et pour passer des contrats inférieurs à 10 millions d'euros. L'audiovisuel public s'est ainsi vu passer d'un contrôle partagé par les partis politiques vers une mise sous tutelle *de facto* de l'exécutif italien.

Bien que les histoires respectives de chacun des systèmes audiovisuels publics rendent très improbable la retranscription à l'identique d'un modèle dans un autre pays, les gouvernements ne cessent de lorgner chez leurs voisins pour justifier leur réforme. Pour mener à bien son projet, Matteo Renzi s'est dit inspiré par le modèle de gouvernance de la BBC. Celui-ci a été réformé en profondeur en 2017. La BBC reposait jusqu'alors sur un pouvoir bicéphale. D'un côté, un conseil exécutif gérait l'entreprise au quotidien. De l'autre, l'indépendance de la BBC était protégée par le BBC Trust, un conseil de 12 membres nommé pour dix ans. Ces derniers étaient nommés par la Reine, sur proposition du gouvernement (une situation impensable en France). L'organe de décision et de surveillance de la BBC nommait le directeur général et exerçait une tutelle sur l'entreprise, tout en représentant l'intérêt du public. Si le pouvoir exécutif ne pouvait pas intervenir directement dans le fonctionnement de la BBC, il ne manquait pas de moyens de pression, le montant de la redevance étant fixé par négociation avec le gouvernement. Ainsi, sous la direction de Mark Thomson (de 2004 à 2012), la BBC s'est vue imposer plusieurs plans d'économie et de réduction du personnel au nom de la bonne gestion de l'argent public.

Ces pressions financières et les critiques par les gouvernements sur le manque d'impartialité de la BBC ont en partie motivé le remplacement, en 2017, du *Trust* par le « *Board of the BBC* », un conseil d'administration dont la moitié des membres est nommé directement par l'exécutif. La

nouvelle organisation repose désormais sur un conseil d'administration unique, tandis que la tâche de régulation est transférée à l'Ofcom, mettant un terme au principe d'autorégulation en vigueur depuis la fondation de la BBC, en 1922.

Alors que les britanniques ont instauré une instance de régulation inspirée du CSA, le président français Emmanuel Macron a estimé ce modèle « caduc » lors de son face-à-face avec les députés des Affaires culturelles. En France, le sort du régulateur de l'audiovisuel pourrait ainsi se jouer lors de la prochaine réforme de l'audiovisuel.

Répondre aux usages par la convergence ?

Un projet de présidence commune à France Télévisions, Radio France, l'INA et France Médias Monde, censée favoriser la collaboration entre ces différentes entités serait également à l'étude dans le cadre d'une future réforme de l'audiovisuel français. La fin d'une spécificité française, fruit de l'éclatement de l'ORTF en 1974 ?

Créer des convergences, tel est le maître mot de nombre de réformes en cours dans l'audiovisuel public. En France, c'est cette logique de convergence entre les contenus qui avait conduit à la création de la chaîne franceinfo, en 2016. Une tendance générale s'observe en Europe, celle de la refonte des organisations pour parvenir à une division structurée autour des contenus et des contenants, comme en Finlande. L'audiovisuel public finlandais, Yle est depuis 2012 scindé en deux pôles : l'un dédiés aux contenus, l'autre aux supports (radio, TV, web).

La dynamique enclenchée à la RTBF, en Belgique, prend la même direction. Son nouveau plan stratégique intitulé « Vision 2022 » prévoit également une abolition des divisions entre télévision, radio et web pour se réorganiser autour de deux piliers : les « contenus » dédiés à la production des programmes et le pôle « médias » pour diffuser ses contenus sur les différentes plateformes. Autour de ces deux pôles graviteront les fonctions de support : RH, finances, juridiques... Certains professionnels vont devoir repostuler à leur poste. L'organigramme définitif est prévu pour septembre 2018. Scinder les contenus des médias, un serpent de mer qui agite aussi la BBC depuis plusieurs années.

Six manières de financer l'audiovisuel public

Quelles alternatives au modèle de financement actuel de l'audiovisuel public français ? Du Royaume-Uni au Japon en passant par l'Allemagne et la Chine, tour d'horizon des modèles économiques des télévisions publiques à travers le monde.

À l'heure où de grands bouleversements s'annoncent au sein de l'audiovisuel public, les observateurs français ont les yeux rivés sur les pays voisins, pour s'inspirer de leurs modes de financement. En Europe comme ailleurs, l'audiovisuel public repose majoritairement sur un financement mixte, alliant ressources publiques et privées.

1/ La redevance

Dans le cadre du service public, la redevance se définit par une contribution liée à l'utilisation d'un service dont seuls les usagers doivent s'acquitter. En France, la contribution à l'audiovisuel public est adossée à la taxe d'habitation et est liée à la détention d'un téléviseur ou d'un dispositif assimilé. En 2017, c'est plus de 3,9 milliards d'euros qui ont été collectés au titre de la redevance télé, soit 89 % du budget de Radio France et 82 % du budget de France Télévisions. Au Japon, la Nippon Hoso Kyokai (NHK) est financée à 97 % par la redevance, représentant un montant de près de 5 milliards d'euros. Cette dernière repose sur la signature d'un contrat de réception audiovisuelle, et elle est payée volontairement par les détenteurs d'un récepteur permettant de recevoir les émissions de la NHK. Selon les chiffres de cette dernière, le taux de foyers s'acquittant de cette contribution (les « contractants »), serait d'environ 75 %, tandis que 99 % des foyers japonais détiennent au moins un téléviseur. Un record mondial. Ce pourcentage de 75 % est toutefois contesté, de nombreux détenteurs de téléviseurs échappant à la redevance sans que des sanctions soient prévues le cas échéant. Le reste des recettes de la NHK provient de la vente de ses programmes.

2/ La taxe

À la différence de la redevance, la taxe est liée à la prestation de service public, indépendamment du fait que le contribuable en ait l'usage. Différents types de taxes coexistent.

Les Allemands ont anticipé l'évolution des comportements liés à la consommation audiovisuelle en remplaçant leur redevance, en 2013, par une contribution forfaitaire universelle, appelée contribution obligatoire à l'audiovisuel public. Cette dernière est rattachée à la taxe d'habitation et non plus à la possession d'un appareil. C'est un peu plus de 7 milliards d'euros en tout qui sont récoltés chaque année via cette taxe, soit un montant de 17,50 euros par mois (215 euros par an) et par foyer fiscal, permettant de financer 22 chaînes de télévision et 67 stations de radio. Cette modification du prélèvement de la redevance a entraîné un surplus de 1,15 milliard de recettes supplémentaires pour la période 2013-2016. La part de la contribution dans les recettes de l'audiovisuel public allemand se situe entre 83 % et 85 %, tandis que celles de la publicité et du sponsoring représentent entre 6 % et 6,8 %.

Afin de faire face à la baisse des ressources de son audiovisuel public, provoquée par la fraude fiscale et la désertion de la télévision pour d'autres écrans, la Finlande a remplacé sa redevance par une taxe universelle à caractère proportionnel, adossée à l'impôt sur le revenu. Cette contribution, créée en 2012, est due par tous les contribuables, à hauteur de 0,68 % des revenus du capital et des salaires. Cette taxe n'est pas perçue en dessous de 70 euros et elle est plafonnée à 143 euros par an. Pour les personnes morales, le plafond varie entre 140 euros et 3 000 euros, en fonction du chiffre d'affaires. La contribution, sans lien avec la possession d'un téléviseur, a permis, en 2013, de récolter plus de 460 millions d'euros.

Lutter contre l'évasion fiscale et élargir le nombre de contribuables sont également les raisons qui ont motivé la réforme du financement de l'audiovisuel public italien. Depuis 2016, l'audiovisuel public transalpin est financé par un prélèvement automatique mensuel sur la facture d'électricité des foyers. Désormais, tout foyer qui recourt au service d'un fournisseur d'électricité est présumé être détenteur d'un appareil en capacité de recevoir, décoder et visualiser le signal numérique terrestre ou satellitaire, justifiant l'acquittement de la taxe. Ce sont les entreprises de distribution d'électricité qui sont chargées de collecter cette contribution qui s'élève à 100 euros par an.

3 / Les dons privés

L'importance des financements privés parmi les ressources de l'audiovisuel public américain fait des États-Unis une exception sur la scène internationale. En tout, ce sont près de 64,2 % des ressources de l'audiovisuel américain qui proviennent de financements privés. La contribution fédérale au financement du *Public Broadcasting Service* (PBS) et de la *National Public Radio* (NPR) ne représente, elle, que 16,5 % de leurs ressources, soit moins de 3 euros par habitant, tandis que 19,3 % de celles-ci émanent des impôts prélevés par les États fédérés. La majorité des fonds de PBS et NPR provient ainsi de financements privés, en vertu du statut hybride de ces groupes audiovisuels, à la fois public et à but non lucratif. Le mécénat d'entreprise finance ainsi la NPR à hauteur de 22 % et se classe en deuxième position de ses sources de financement. Ce type de participation permet à des entreprises d'être associées à certaines émissions par le biais de courtes annonces en fin d'émission. Les subventions et contributions institutionnelles (mécènes hors entreprises, fondations philanthropiques...) représentent, elles, 13 % des ressources de la NPR.

4 / La vente des produits commerciaux

En France, depuis le décret « Tasca » en 1990, les chaînes doivent faire produire une grande majorité de leurs téléfilms et documentaires par des sociétés externes. Ces dernières sont détentrices d'une grande partie des droits, ce qui prive les chaînes de la capacité à les revendre. Il en est tout autrement au Royaume-Uni. Si la publicité est inexistante sur l'audiovisuel public britannique et que la redevance représente près de 70 % des ressources de la BBC, une part importante des recettes de la « Beeb » provient de la vente de droits à l'international via BBC Studios (anciennement BBC Worldwide), puisque les chaînes sont propriétaires des programmes

qu'elles produisent. Plus de 50 % des contenus de la BBC sont produits en interne, lui assurant des recettes commerciales d'autant plus importantes que les programmes de la BBC s'exportent très bien. En 2017, la BBC a perçu 1,337 milliards d'euros grâce à la vente de ses produits commerciaux, représentant ainsi 23,5% de ses recettes.

5 / La publicité

La présence de la publicité sur les chaînes de l'audiovisuel public est régulièrement pointée du doigt par les acteurs du privé qui dénoncent une distorsion de concurrence et un empiètement sur un marché qui leur serait réservé. Ainsi, certains pays comme l'Espagne ont même interdit la publicité sur le service public. Mais rares sont les pays où la publicité est la principale ressource des chaînes publiques. C'est le cas en Chine qui a supprimé en 1990 les aides étatiques au secteur des médias publics. En 2006, les ressources de la China Central TV (CCTV) provenaient à 90 % de la publicité. Les ressources publicitaires ne cessent d'augmenter, générant des sommes extrêmement importantes notamment à l'occasion d'événements. En 2010, le Gala du Nouvel An chinois a ainsi permis de récolter 70 millions d'euros de revenus publicitaires. Conséquence de ce mode de financement : la marchandisation accrue des programmes télévisuels et la place très importante de la publicité à l'écran.

6 / Et peut-être l'impôt?

Au Danemark, une proposition gouvernementale vise à remplacer la redevance audiovisuelle servant à financer la Danish Broadcasting Corporation (DR) par un impôt progressif. À ce jour, la proposition n'a pas encore été étudiée par le Parlement, et son vote est soumis au maintien de l'alliance politique entre le gouvernement et son appui parlementaire, le Dansk Folkeparti. Si cette réforme était votée, elle entrerait en vigueur le 1er janvier 2019 et réduirait de 20 % le budget alloué à la DR.

LOIS

**LOI n° 2009-258 du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle
et au nouveau service public de la télévision (1)**

NOR : MCCX0821956L

L'Assemblée nationale et le Sénat ont adopté,
Vu la décision du Conseil constitutionnel n° 2009-577 DC du 3 mars 2009 ;
Le Président de la République promulgue la loi dont la teneur suit :

TITRE I^{er}**DISPOSITIONS RELATIVES AU SECTEUR PUBLIC
DE LA COMMUNICATION AUDIOVISUELLE**CHAPITRE I^{er}**Des sociétés nationales de programme****Article 1^{er}**

La dernière phrase du troisième alinéa de l'article 3-1 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication est ainsi rédigée :

« Il rend compte chaque année au Parlement des actions des éditeurs de services de télévision en matière de programmation reflétant la diversité de la société française et propose les mesures adaptées pour améliorer l'effectivité de cette diversité dans tous les genres de programmes. »

Article 2

Après l'avant-dernier alinéa de l'article 15 de la loi n° 2004-1486 du 30 décembre 2004 portant création de la Haute Autorité de lutte contre les discriminations et pour l'égalité, il est inséré un alinéa ainsi rédigé :

« Avant le 31 décembre 2009, la haute autorité remet un rapport au Parlement qui dresse le bilan de la politique de gestion des ressources humaines menée par les sociétés nationales de programme visées à l'article 44 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication afin de lutter contre les discriminations et de mieux refléter la diversité de la société française. »

Article 3

I. – Le I de l'article 44 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 précitée est ainsi rédigé :

« I. – La société nationale de programme France Télévisions est chargée de concevoir et programmer des émissions de télévision à caractère national, régional et local ainsi que des émissions de radio ultramarines. Elle édite et diffuse également plusieurs services de communication audiovisuelle, y compris des services de médias audiovisuels à la demande, répondant aux missions de service public définies à l'article 43-11 et dans son cahier des charges.

« Les caractéristiques respectives de ces services sont précisées par son cahier des charges. Elle peut les éditer par l'intermédiaire de filiales dont la totalité du capital est détenue, directement ou indirectement, par des personnes publiques.

« Elle tient compte du développement des technologies numériques pour assurer l'accès de tous les publics à ses programmes.

« Dans le respect de l'identité des lignes éditoriales de chacun des services qu'elle édite et diffuse, France Télévisions veille par ses choix de programmation et ses acquisitions d'émissions et d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques à garantir la diversité de la création et de la production.

« France Télévisions reflète dans sa programmation la diversité de la société française et veille à engager une action adaptée pour améliorer la présence de cette diversité dans les programmes.

« France Télévisions conçoit et diffuse en région des programmes qui contribuent à la connaissance et au rayonnement de ces territoires et, le cas échéant, à l'expression des langues régionales. Ces programmes sont diffusés à travers des décrochages spécifiques, y compris aux heures de grande écoute, et peuvent être repris au niveau national. Ils reflètent la diversité de la vie économique, sociale et culturelle en région et proposent une information de proximité.

« Lorsqu'ils diffusent des journaux télévisés, les services de la société France Télévisions disposent d'une ligne éditoriale indépendante.

« La principale source de financement de la société France Télévisions est constituée par le produit de la contribution à l'audiovisuel public. »

II. – Au premier alinéa du V de l'article 44 de la même loi, les mots : « et les filiales mentionnées au dernier alinéa du I » sont supprimés. Au premier alinéa du II de l'article 57 de la même loi, les mots : « ou dans les sociétés mentionnées au dernier alinéa du I de l'article 44 » sont remplacés par les mots : « ou dans des filiales répondant à des missions de service public définies à l'article 43-11 ».

III. – Au second alinéa du V de l'article 44 de la même loi, les mots : « d'une filiale, propre à chacune d'elles et » sont remplacés par les mots : « de filiales ».

IV. – L'article 44 de la même loi est complété par un VI ainsi rédigé :

« VI. – Tout journaliste d'une société nationale de programme a le droit de refuser toute pression, de refuser de divulguer ses sources, de refuser de signer une émission ou une partie d'émission dont la forme ou le contenu auraient été modifiés à son insu ou contre sa volonté. Il ne peut être contraint à accepter un acte contraire à son intime conviction professionnelle. »

Article 4

Le deuxième alinéa de l'article 43-11 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 précitée est complété par deux phrases ainsi rédigées :

« Elles favorisent l'apprentissage des langues étrangères. Elles participent à l'éducation à l'environnement et au développement durable. »

Article 5

Après le mot : « française », la fin de la quatrième phrase du deuxième alinéa de l'article 43-11 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 précitée est ainsi rédigée : « et, le cas échéant, des langues régionales et mettent en valeur la diversité du patrimoine culturel et linguistique de la France. »

Article 6

Les sociétés nationales de programme visées à l'article 44 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 précitée mènent une politique de développement des ressources humaines visant à lutter contre les discriminations et à mieux refléter la diversité de la société française.

Article 7

Le IV de l'article 44 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 précitée est ainsi rédigé :

« IV. – La société en charge de l'audiovisuel extérieur de la France, société nationale de programme, a pour mission de contribuer à la diffusion et à la promotion de la langue française, des cultures française et francophone, ainsi qu'au rayonnement de la France dans le monde, notamment par la programmation et la diffusion d'émissions de télévision et de radio ou de services de communication au public en ligne relatifs à l'actualité française, francophone, européenne et internationale.

« A cette fin, elle définit ou contribue à définir les orientations stratégiques et la coordination des services de communication audiovisuelle, en français ou en langues étrangères, destinés en particulier au public français résidant à l'étranger et au public étranger, édités par des sociétés dont elle détient tout ou partie du capital. Elle peut les financer. Elle peut également concevoir et programmer elle-même de tels services.

« Le cahier des charges de la société nationale de programme en charge de l'audiovisuel extérieur de la France établi en application de l'article 48 définit ou contribue à définir les obligations de service public auxquelles sont soumis les services mentionnés à l'alinéa précédent et les conditions dans lesquelles la société assure, par l'ensemble de ces services, la diversité et le pluralisme des programmes. »

Article 8

L'article 44-1 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 précitée est ainsi rédigé :

« Art. 44-1. – Afin de poursuivre des missions différentes de celles prévues à l'article 43-11, les sociétés mentionnées à l'article 44 peuvent également créer des filiales dont les activités sont conformes à l'objet social desdites sociétés. »

Article 9

L'article 47 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 précitée est ainsi modifié :

1° Le premier alinéa est ainsi rédigé :

« L'Etat détient directement la totalité du capital des sociétés France Télévisions et Radio France et de la société en charge de l'audiovisuel extérieur de la France. » ;

2° Au second alinéa, les mots : « , ainsi que les sociétés France 2, France 3, France 5 et Réseau France outre-mer » sont supprimés.

Article 10

L'article 47-1 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 précitée est ainsi rédigé :

« Art. 47-1. – Le conseil d'administration de la société France Télévisions comprend, outre le président, quatorze membres dont le mandat est de cinq ans :

« 1° Deux parlementaires désignés respectivement par les commissions chargées des affaires culturelles de l'Assemblée nationale et du Sénat ;

« 2° Cinq représentants de l'Etat ;

« 3° Cinq personnalités indépendantes nommées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel à raison de leur compétence ;

« 4° Deux représentants du personnel élus conformément au titre II de la loi n° 83-675 du 26 juillet 1983 relative à la démocratisation du secteur public. »

Article 11

L'article 47-2 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 précitée est ainsi rédigé :

« Art. 47-2. – Le conseil d'administration de la société Radio France comprend, outre le président, douze membres dont le mandat est de cinq ans :

« 1° Deux parlementaires désignés respectivement par les commissions chargées des affaires culturelles de l'Assemblée nationale et du Sénat ;

« 2° Quatre représentants de l'Etat ;

« 3° Quatre personnalités indépendantes nommées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel à raison de leur compétence ;

« 4° Deux représentants du personnel élus conformément aux dispositions applicables à l'élection des représentants du personnel aux conseils d'administration des entreprises visées au 4 de l'article 1^{er} de la loi n° 83-675 du 26 juillet 1983 précitée. »

Article 12

L'article 47-3 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 précitée est ainsi rédigé :

« Art. 47-3. – Le conseil d'administration de la société en charge de l'audiovisuel extérieur de la France comprend, outre le président, quatorze membres dont le mandat est de cinq ans :

« 1° Deux parlementaires désignés respectivement par les commissions chargées des affaires culturelles de l'Assemblée nationale et du Sénat ;

« 2° Cinq représentants de l'Etat ;

« 3° Cinq personnalités indépendantes nommées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel à raison de leur compétence, dont une au moins disposant d'une expérience reconnue dans le domaine de la francophonie ;

« 4° Deux représentants du personnel élus conformément au titre II de la loi n° 83-675 du 26 juillet 1983 précitée.

« Le président de la société en charge de l'audiovisuel extérieur de la France est également président, président-directeur général, directeur général ou président du directoire de chacune des sociétés éditrices de programmes filiales de cette société. »

Article 13

L'article 47-4 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 précitée est ainsi rédigé :

« Art. 47-4. – Les présidents des sociétés France Télévisions et Radio France et de la société en charge de l'audiovisuel extérieur de la France sont nommés par décret pour cinq ans après avis conforme du Conseil supérieur de l'audiovisuel et après avis des commissions parlementaires compétentes conformément à la loi organique n° 2009-257 du 5 mars 2009 relative à la nomination des présidents des sociétés France Télévisions et Radio France et de la société en charge de l'audiovisuel extérieur de la France.

« Pour l'application du présent article, la commission parlementaire compétente dans chaque assemblée est celle chargée des affaires culturelles. »

Article 14

Le premier alinéa de l'article 47-5 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 précitée est ainsi rédigé :

« Le mandat des présidents des sociétés France Télévisions et Radio France et de la société en charge de l'audiovisuel extérieur de la France peut leur être retiré par décret motivé, après avis conforme, également motivé, du Conseil supérieur de l'audiovisuel, émis à la majorité des membres le composant, et avis public des commissions parlementaires compétentes [*Dispositions déclarées non conformes à la Constitution par la décision du Conseil constitutionnel n° 2009-577 DC du 3 mars 2009*]. »

Article 15

A l'article 47-6 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 précitée, les mots : « , ni aux conventions conclues entre la société France Télévisions et les sociétés France 2, France 3, France 5 et Réseau France outre-mer, ainsi que les sociétés visées au dernier alinéa du I de l'article 44 » sont supprimés.

CHAPITRE II

Des fréquences et de la diffusion

Article 16

Le II de l'article 26 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 précitée est ainsi modifié :

1° Aux premier et cinquième alinéas, après les mots : « à l'article 44 », sont insérés les mots : « ou à leurs filiales répondant à des obligations de service public » ;

2° La seconde phrase du premier alinéa est supprimée.

Article 17

I. – Le I de l'article 34-2 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 précitée est ainsi modifié :

1° A la première phrase du premier alinéa, les mots : « les services spécifiquement destinés au public métropolitain édités par la société mentionnée au 4° du » sont remplacés par les mots : « le service de télévision diffusé par voie hertzienne terrestre en mode numérique ayant pour objet de concourir à la connaissance de l'outre-mer, spécifiquement destiné au public métropolitain, édité par la société mentionnée au » ;

2° Après le premier alinéa, il est inséré un alinéa ainsi rédigé :

« Lorsqu'il propose une offre comprenant des services de télévision en haute définition, il met également gratuitement à la disposition des abonnés à cette offre les services de ces sociétés diffusés en haute définition par voie hertzienne terrestre en mode numérique. » ;

3° Au deuxième alinéa, les mots : « Réseau France outre-mer » sont remplacés par les mots : « mentionnée au I de l'article 44 ».

II. – Le second alinéa du II du même article est ainsi rédigé :

« Les coûts de diffusion et de transport depuis le site d'édition sont à la charge du distributeur. »

Article 18

L'article 34-4 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 précitée est complété par un alinéa ainsi rédigé :

« Les distributeurs de services dont l'offre de programmes comprend l'ensemble des services nationaux de télévision en clair diffusés par voie hertzienne terrestre en mode numérique, s'ils ne respectent pas la numérotation logique définie par le Conseil supérieur de l'audiovisuel pour la télévision numérique terrestre, doivent assurer une reprise de ces services en respectant l'ordre de cette numérotation. Dans ce cas, la numérotation doit commencer à partir d'un nombre entier suivant immédiatement un multiple de cent, sans préjudice de la reprise de ces services dans l'ensemble thématique auquel ils appartiennent. »

Article 19

A l'article 34-5 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 précitée, les mots : « régionaux de la société nationale de programme mentionnée au 2° du » sont remplacés par les mots : « régionaux, à l'exception de ceux spécifiquement destinés à l'outre-mer, de la société nationale de programme mentionnée au ».

Article 20

L'article 98-1 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 précitée est ainsi modifié :

1° Au deuxième alinéa, les mots : « édité par la société mentionnée au 4° du » sont remplacés par les mots : « ayant pour objet de concourir à la connaissance de l'outre-mer édité par la société mentionnée au » ;

2° A la dernière phrase du troisième alinéa, après le mot : « numérotation », sont insérés les mots : « et le même standard de diffusion », et les mots : « que celle utilisée » sont remplacés par les mots : « que ceux utilisés » ;

3° Après le troisième alinéa, il est inséré un alinéa ainsi rédigé :

« Les éditeurs de services mentionnés au premier alinéa ne peuvent s'opposer à la reprise, par un distributeur de services par voie satellitaire ou un opérateur de réseau satellitaire et à ses frais, de leurs programmes diffusés par voie hertzienne terrestre en mode numérique au sein d'une offre de programmes répondant aux conditions prévues au précédent alinéa. » ;

4° Le quatrième alinéa est ainsi rédigé :

« Une de ces offres permet d'assurer sur tout le territoire métropolitain la réception simultanée de l'ensemble des programmes régionaux, à l'exception de ceux spécifiquement destinés à l'outre-mer, de la société nationale de programme mentionnée au I de l'article 44, moyennant compensation de l'Etat, spécifiquement prévue dans le contrat d'objectifs et de moyens, à cette même société. »

Article 21

L'article 9 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 précitée est complété par un alinéa ainsi rédigé :

« Le Conseil supérieur de l'audiovisuel est consulté sur les projets de loi et d'actes réglementaires relatifs au secteur de la communication audiovisuelle. Cette disposition n'est pas applicable aux décrets portant approbation des statuts des sociétés nationales de programme. »

Article 22

L'article 46 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 précitée est ainsi rédigé :

« Art. 46. – La société nationale de programme France Télévisions crée en son sein un conseil consultatif des programmes composé de téléspectateurs, chargé d'émettre des avis et des recommandations sur les programmes.

« Chaque année, le président de la société nationale de programme France Télévisions rend compte de l'activité et des travaux de ce conseil à l'occasion de la présentation du rapport sur l'exécution du contrat d'objectifs et de moyens de la société devant les commissions chargées des affaires culturelles et des finances de l'Assemblée nationale et du Sénat. »

Article 23

Dans les conditions prévues à l'article 38 de la Constitution, le Gouvernement est autorisé à prendre par ordonnance, dans un délai de dix-huit mois à compter de la publication de la présente loi, toute mesure relevant du domaine de la loi et de la compétence de l'Etat, tendant :

- à adapter aux départements et régions d'outre-mer, à Mayotte, à Saint-Barthélemy, à Saint-Martin et à Saint-Pierre-et-Miquelon les dispositions relatives à la télévision numérique terrestre ;
- à étendre et adapter dans les îles Wallis et Futuna, en Polynésie française et en Nouvelle-Calédonie les dispositions relatives à la télévision numérique terrestre.

Les mesures prises par ordonnance pour l'application du présent article permettent le lancement dans les collectivités d'outre-mer et en Nouvelle-Calédonie d'une offre de services de télévision diffusés par voie hertzienne terrestre en mode numérique incluant notamment des services locaux, des services nationaux ainsi que des services en haute définition.

Ces mesures assurent la continuité de réception des services actuellement diffusés par voie hertzienne en mode analogique en prévoyant, le cas échéant pour chacun de ces services, une période minimale de diffusion en mode analogique et en mode numérique et en informant et accompagnant les téléspectateurs.

Elles garantissent que les services de télévision diffusés par voie hertzienne en mode numérique dans les collectivités d'outre-mer et en Nouvelle-Calédonie sont accessibles au public le plus large compte tenu des spécificités de ces collectivités.

Le projet de loi de ratification de l'ordonnance est déposé devant le Parlement au plus tard le premier jour du troisième mois suivant la publication de l'ordonnance.

Article 24

Après le I de l'article 28-1 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 précitée, il est inséré un I *bis* ainsi rédigé :

« I bis. – Par dérogation aux dispositions du I, les autorisations délivrées aux services de radio diffusés par voie hertzienne terrestre en Nouvelle-Calédonie avant le 1^{er} janvier 2008 et en vigueur au 1^{er} janvier 2009 sont reconduites jusqu'au 31 décembre 2009. »

CHAPITRE III

Des cahiers des charges et autres obligations des sociétés nationales de programme

Article 25

L'article 48 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 précitée est ainsi modifié :

1° A la première phrase du premier alinéa, après les mots : « culturelle et sociale, », sont insérés les mots : « à la lutte contre les discriminations par le biais d'une programmation reflétant la diversité de la société française, » ;

2° La dernière phrase du premier alinéa est remplacée par trois phrases ainsi rédigées :

« Lorsqu'une de ces sociétés édite plusieurs services de communication audiovisuelle, le cahier des charges précise les caractéristiques et l'identité des lignes éditoriales de chacun de ces services. Il précise également la répartition des responsabilités au sein de la société afin que ses acquisitions, sa production et sa programmation assurent le respect du pluralisme des courants de pensée et d'opinion et la diversité de la création et de la production de programmes. Il prévoit que les unités de programme de la société comprennent des instances de sélection collégiales. » ;

3° Après le deuxième alinéa, sont insérés deux alinéas ainsi rédigés :

[Dispositions déclarées non conformes à la Constitution par la décision du Conseil constitutionnel n° 2009-577 DC du 3 mars 2009.]

« Le rapport annuel sur l'exécution du cahier des charges est transmis chaque année par le Conseil supérieur de l'audiovisuel aux commissions chargées des affaires culturelles de l'Assemblée nationale et du Sénat. Le rapport annuel sur l'exécution du cahier des charges de la société en charge de l'audiovisuel extérieur de la France est également transmis aux commissions chargées des affaires étrangères de l'Assemblée nationale et du Sénat. » ;

4° Le dernier alinéa est remplacé par deux alinéas ainsi rédigés :

« Ces sociétés peuvent faire parrainer leurs émissions dans les conditions déterminées par ces cahiers des charges, à l'exception des émissions d'information politique, de débats politiques et des journaux d'information. Les émissions relatives à la santé publique ne peuvent être parrainées par les entreprises et les établissements pharmaceutiques visés aux articles L. 5124-1 à L. 5124-18 du code de la santé publique. Les sociétés parrainant les émissions doivent être clairement identifiées en tant que telles au début ou à la fin de l'émission parrainée.

« Les cahiers des charges précisent les conditions dans lesquelles les sociétés et services mentionnés à l'article 44 assurent la promotion de leurs programmes. » ;

5° Sont ajoutés deux alinéas ainsi rédigés :

« Le cahier des charges de la société visée au I de l'article 44 précise les conditions dans lesquelles elle met en œuvre, dans des programmes spécifiques et à travers les œuvres de fiction qu'elle diffuse, sa mission de promotion de l'apprentissage des langues étrangères prévue à l'article 43-11.

« Le cahier des charges de la société visée au I de l'article 44 précise les conditions dans lesquelles, à compter de l'extinction de la diffusion par voie hertzienne terrestre en mode analogique des services de télévision sur l'ensemble du territoire métropolitain, cette société met en place les services de médias audiovisuels à la demande permettant la mise à disposition gratuite au public de l'ensemble des programmes qu'elle diffuse, à l'exception des œuvres cinématographiques et, le cas échéant, des programmes sportifs, pendant une période minimale de sept jours à compter de leur première diffusion à l'antenne. »

Article 26

Le premier alinéa de l'article 55 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 précitée est ainsi rédigé :

« La retransmission des débats des assemblées parlementaires par France Télévisions s'effectue sous le contrôle du bureau de chacune des assemblées. »

Article 27

Au début de la première phrase de l'article 56 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 précitée, les mots : « La société France 2 » sont remplacés par les mots : « France Télévisions ».

CHAPITRE IV

Des contrats d'objectifs et de moyens et de la diffusion des messages publicitaires

Article 28

I. – L'article 53 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 précitée est ainsi modifié :

1° La première phrase du premier alinéa du I est ainsi rédigée :

« Des contrats d'objectifs et de moyens sont conclus entre l'Etat et chacune des sociétés ou établissements suivants : France Télévisions, Radio France, la société en charge de l'audiovisuel extérieur de la France, Arte-France et l'Institut national de l'audiovisuel. » ;

2° Le premier alinéa du I est complété par une phrase ainsi rédigée :

« Un nouveau contrat peut être conclu après la nomination d'un nouveau président. » ;

3° Les troisième à septième alinéas du I sont remplacés par onze alinéas ainsi rédigés :

« – les axes prioritaires de son développement ;

« – les engagements pris au titre de la diversité et l'innovation dans la création ;

« – les montants minimaux d'investissements de la société visée au I de l'article 44 dans la production d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles européennes et d'expression originale française, en pourcentage de ses recettes et en valeur absolue ;

« – les engagements permettant d'assurer, dans un délai de cinq ans suivant la publication de la loi n° 2005-102 du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté

des personnes handicapées, l'adaptation à destination des personnes sourdes ou malentendantes de la totalité des programmes de télévision diffusés, à l'exception des messages publicitaires, sous réserve des dérogations justifiées par les caractéristiques de certains programmes ;

- « – les engagements permettant d'assurer la diffusion de programmes de télévision qui, par des dispositifs adaptés, sont accessibles aux personnes aveugles ou malvoyantes ;
- « – le coût prévisionnel de ses activités pour chacune des années concernées, et les indicateurs quantitatifs et qualitatifs d'exécution et de résultats qui sont retenus ;
- « – le montant des ressources publiques devant lui être affectées en identifiant celles prioritairement consacrées au développement des budgets de programmes ;
- « – le montant du produit attendu des recettes propres, en distinguant celles issues de la publicité et du parrainage ;
- « – les perspectives économiques pour les services qui donnent lieu au paiement d'un prix ;
- « – les axes d'amélioration de la gestion financière et des ressources humaines ;
- « – le cas échéant, les perspectives en matière de retour à l'équilibre financier. » ;

4° Le huitième alinéa du I est supprimé ;

5° La première phrase du neuvième alinéa du I est complétée par les mots : « et au Conseil supérieur de l'audiovisuel » ;

6° Après la première phrase du neuvième alinéa du I, il est inséré une phrase ainsi rédigée :

« Le contrat d'objectifs et de moyens de la société en charge de l'audiovisuel extérieur de la France est également transmis aux commissions chargées des affaires étrangères de l'Assemblée nationale et du Sénat. » ;

7° Au dernier alinéa du I, les mots : « Les sociétés Radio France, Radio France Internationale et Arte-France ainsi que » sont remplacés par les mots : « La société Arte-France et » ;

8° Le deuxième alinéa du II est supprimé ;

9° Le troisième alinéa du II est remplacé par deux alinéas ainsi rédigés :

« Chaque année, les présidents de France Télévisions et de Radio France présentent, devant les commissions chargées des affaires culturelles et des finances de l'Assemblée nationale et du Sénat, un rapport sur l'exécution du contrat d'objectifs et de moyens de la société qu'ils président.

« Chaque année, le président de la société en charge de l'audiovisuel extérieur de la France présente, devant les commissions chargées des affaires culturelles, des finances et des affaires étrangères, un rapport sur l'exécution du contrat d'objectifs et de moyens de la société qu'il préside. » ;

10° Au dernier alinéa du II, les mots : « et des sociétés Radio France et Radio France Internationale » sont remplacés par les mots : « , de la société Radio France et de la société en charge de l'audiovisuel extérieur de la France » ;

11° Le VI est ainsi rédigé :

« VI. – Les programmes diffusés entre vingt heures et six heures des services nationaux de télévision mentionnés au I de l'article 44, à l'exception de leurs programmes régionaux et locaux, ne comportent pas de messages publicitaires autres que ceux pour des biens ou services présentés sous leur appellation générique. Cette disposition s'applique également aux programmes diffusés par ces services entre six heures et vingt heures à compter 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. Elle ne s'applique pas aux campagnes d'intérêt général. Le temps maximal consacré à la diffusion de messages publicitaires s'apprécie par heure d'horloge donnée. 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 ne comportent pas de messages publicitaires autres que ceux pour des biens ou services présentés sous leur appellation générique, sous réserve de l'existence d'une offre de télévision privée diffusée par voie hertzienne terrestre en clair.

« Au plus tard le 1^{er} mai 2011, le Gouvernement transmet au Parlement un rapport évaluant, après consultation des organismes professionnels représentatifs du secteur de la publicité, l'incidence de la mise en œuvre du premier alinéa du présent VI sur l'évolution du marché publicitaire et la situation de l'ensemble des éditeurs de services de télévision.

« La mise en œuvre du premier alinéa du présent VI donne lieu à une compensation financière de l'Etat. Dans des conditions définies par chaque loi de finances, le montant de cette compensation est affecté à la société mentionnée au I de l'article 44. »

II. – Le Conseil supérieur de l'audiovisuel remet au Parlement, avant le 30 juin 2009, un rapport sur l'impact de la publicité destinée aux enfants pendant les programmes pour la jeunesse diffusée par les chaînes de télévision.

CHAPITRE V

De la contribution à l'audiovisuel public**Article 29**

Au I de l'article 1605 du code général des impôts, les mots : « redevance audiovisuelle » sont remplacés par les mots : « contribution à l'audiovisuel public ».

Article 30

[Dispositions déclarées non conformes à la Constitution par la décision du Conseil constitutionnel n° 2009-577 DC du 3 mars 2009.]

Article 31

I. – Le III de l'article 1605 du code général des impôts est ainsi rédigé :

« III. – Le montant de la contribution à l'audiovisuel public est de 120 € pour la France métropolitaine et de 77 € pour les départements d'outre-mer.

« Ce montant est indexé chaque année, y compris au titre de l'année 2010, sur l'indice des prix à la consommation hors tabac, tel qu'il est prévu dans le rapport économique, social et financier annexé au projet de loi de finances pour l'année considérée. Il est arrondi à l'euro le plus proche ; la fraction d'euro égale à 0,50 est comptée pour 1. »

II. – Le I s'applique à compter du 1^{er} janvier 2010.

TITRE II

**INSTITUTION DE TAXES SUR LE CHIFFRE D'AFFAIRES DES OPÉRATEURS
DU SECTEUR AUDIOVISUEL ET DE COMMUNICATIONS ÉLECTRONIQUES****Article 32**

I. – Après le chapitre VII *sexies* du titre II de la première partie du livre I^{er} du code général des impôts, il est inséré un chapitre VII *septies* ainsi rédigé :

*« CHAPITRE VII SEPTIES**« Taxe sur la publicité diffusée
par les chaînes de télévision*

« Art. 302 bis KG. – I. – Il est institué une taxe due par tout éditeur de services de télévision au sens de l'article 2 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, établi en France.

« II. – La taxe est assise sur le montant, hors taxe sur la valeur ajoutée, des sommes versées par les annonceurs, pour la diffusion de leurs messages publicitaires, aux redevables concernés ou aux régisseurs de messages publicitaires, déduction faite des sommes versées en application de la taxe prévue à l'article 302 bis KC. Ces sommes font l'objet d'un abattement forfaitaire de 4 %.

« III. – L'exigibilité de la taxe est constituée par le versement des sommes mentionnées au II.

« IV. – La taxe est calculée en appliquant un taux de 3 % à la fraction du montant des versements annuels, hors taxe sur la valeur ajoutée, afférent à chaque service de télévision, qui excède 11 millions d'euros. Toutefois, pour les services de télévision autres que ceux diffusés par voie hertzienne terrestre en mode analogique, ce taux est fixé à 1,5 % en 2009, 2 % en 2010 et 2,5 % en 2011.

« Pour l'ensemble des redevables, jusqu'à l'année d'extinction en métropole de la diffusion par voie hertzienne terrestre en mode analogique des services de télévision, la taxe est plafonnée à 50 % de l'accroissement de son assiette, telle que définie au II, constaté pour l'année civile au titre de laquelle la taxe est due par rapport à 2008. En tout état de cause, le montant de la taxe ne peut pas être inférieur à 1,5 % de l'assiette telle qu'elle est définie au II.

« Pour les éditeurs de services de télévision dont l'audience quotidienne réalisée en dehors de la France métropolitaine est supérieure à 90 % de leur audience totale, le montant à retenir pour le calcul de la taxe est diminué du montant des sommes versées pour la diffusion de messages publicitaires destinés au marché européen ou mondial, multiplié par la part dans l'audience totale annuelle de l'audience obtenue en dehors de la France métropolitaine.

« V. – Les redevables procèdent à la liquidation de la taxe due au titre de l'année civile précédente lors du dépôt de la déclaration mentionnée au 1 de l'article 287 du mois de mars ou du premier trimestre de l'année civile.

« VI. – La taxe est recouvrée et contrôlée selon les mêmes procédures et sous les mêmes sanctions, garanties, sûretés et privilèges que la taxe sur la valeur ajoutée. Les réclamations sont présentées, instruites et jugées selon les règles applicables à cette même taxe. »

II. – Après le II *quater* de la section 2 du chapitre I^{er} du livre II du même code, il est inséré un II *quinquies* ainsi rédigé :

« II quinquies. – Régime spécial des redevables de la taxe sur la publicité diffusée par les chaînes de télévision »

« Art. 1693 quinquies. – Les redevables de la taxe prévue à l'article 302 *bis* KG acquittent cette taxe par acomptes mensuels ou trimestriels au moins égaux, respectivement, au douzième ou au quart du montant de la taxe due au titre de l'année civile précédente.

« Le complément de taxe exigible au vu de la déclaration mentionnée au V de l'article 302 *bis* KG est versé lors du dépôt de celle-ci.

« Les redevables qui estiment que les acomptes déjà payés au titre de l'année atteignent le montant de la taxe dont ils seront en définitive redevables peuvent surseoir aux paiements des acomptes suivants. Si le montant de la taxe est supérieur de plus de 20 % au montant des acomptes versés, l'intérêt de retard prévu à l'article 1727 et la majoration prévue à l'article 1731 sont applicables. »

III. – Dans un délai d'un an à compter de l'entrée en vigueur de la présente loi, le Gouvernement remet au Parlement un rapport sur l'application du présent article, portant notamment sur le rendement effectif de la taxe prévue à l'article 302 *bis* KG du code général des impôts. Ce rapport propose, le cas échéant, les adaptations nécessaires de la présente loi.

Article 33

I. – Après le chapitre VII *sexies* du titre II de la première partie du livre I^{er} du code général des impôts, il est inséré un chapitre VII *octies* ainsi rédigé :

« CHAPITRE VII OCTIES »

*« Taxe sur les services fournis
par les opérateurs de communications électroniques »*

« Art. 302 *bis* KH. – I. – Il est institué une taxe due par tout opérateur de communications électroniques, au sens de l'article L. 32 du code des postes et des communications électroniques, qui fournit un service en France et qui a fait l'objet d'une déclaration préalable auprès de l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes en vertu de l'article L. 33-1 du même code.

« II. – La taxe est assise sur le montant, hors taxe sur la valeur ajoutée, des abonnements et autres sommes acquittés par les usagers aux opérateurs mentionnés au I en rémunération des services de communications électroniques qu'ils fournissent, déduction faite du montant des dotations aux amortissements comptabilisés au cours de l'exercice clos au titre de l'année au cours de laquelle la taxe est devenue exigible, lorsqu'ils sont afférents aux matériels et équipements acquis, à compter de l'entrée en vigueur de la loi n° 2009-258 du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision, par les opérateurs pour les besoins des infrastructures et réseaux de communications électroniques établis sur le territoire national et dont la durée d'amortissement est au moins égale à dix ans.

« Sont toutefois exclues de l'assiette de la taxe :

« 1° Les sommes acquittées par les opérateurs au titre des prestations d'interconnexion et d'accès faisant l'objet des conventions définies au I de l'article L. 34-8 du code des postes et des télécommunications électroniques ;

« 2° Les sommes acquittées au titre des prestations de diffusion ou de transport des services de communication audiovisuelle ;

« 3° Les sommes acquittées au titre de l'utilisation de services universels de renseignements téléphoniques mentionnés à l'article R. 10-7 du même code.

« III. – L'exigibilité de la taxe est constituée par l'encaissement du produit des abonnements et autres sommes mentionnées au II.

« IV. – La taxe est calculée en appliquant un taux de 0,9 % à la fraction de l'assiette visée au II qui excède 5 millions d'euros.

« V. – Les redevables procèdent à la liquidation de la taxe due au titre de l'année civile précédente lors du dépôt de la déclaration mentionnée au I de l'article 287 du mois de mars ou du premier trimestre de l'année civile.

« VI. – La taxe est recouvrée et contrôlée selon les mêmes procédures et sous les mêmes sanctions, garanties, sûretés et privilèges que la taxe sur la valeur ajoutée. Les réclamations sont présentées, instruites et jugées selon les règles applicables à cette même taxe. »

II. – Après le II *quater* de la section 2 du chapitre I^{er} du livre II du même code, il est inséré un II *sexies* ainsi rédigé :

« II sexies. – Régime spécial des redevables de la taxe sur les services fournis par les opérateurs de communications électroniques »

« *Art. 1693 sexies.* – Les redevables de la taxe prévue à l'article 302 *bis* KH acquittent cette taxe par acomptes mensuels ou trimestriels au moins égaux, respectivement, au douzième ou au quart du montant de la taxe due au titre l'année civile précédente.

« Le complément de taxe exigible au vu de la déclaration mentionnée au V de l'article 302 *bis* KH est versé lors du dépôt de celle-ci.

« Les redevables qui estiment que les acomptes déjà payés au titre de l'année atteignent le montant de la taxe dont ils seront en définitive redevables peuvent surseoir aux paiements des acomptes suivants. Si le montant de la taxe est supérieur de plus de 20 % au montant des acomptes versés, l'intérêt de retard prévu à l'article 1727 et la majoration prévue à l'article 1731 sont applicables. »

III. – Dans un délai d'un an à compter de l'entrée en vigueur de la présente loi, le Gouvernement remet au Parlement un rapport sur l'application du présent article, portant notamment sur le rendement effectif de la taxe prévue à l'article 302 *bis* KH du code général des impôts. Ce rapport propose, le cas échéant, les adaptations nécessaires de la présente loi.

IV. – Le présent article n'est applicable aux opérateurs de communications électroniques établis dans les départements de Guadeloupe, de Martinique, de Guyane et de La Réunion, pour les activités qu'ils y exercent, que sous réserve de la disparition des messages publicitaires dans les programmes de télévision de la société mentionnée au I de l'article 44 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 précitée.

Article 34

Après le *e ter* du 1 de l'article 238 *bis* du code général des impôts, il est inséré un *e quater* ainsi rédigé :

« *e quater*) Des sociétés nationales de programme mentionnées à l'article 44 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication et affectés au financement de programmes audiovisuels culturels ; ».

Article 35

La dernière phrase du 2° du II de l'article 302 *bis* KB du code général des impôts est supprimée.

[...]