

## Show politique

Erigée en politique, la communication a depuis quelques temps remplacé l'action, la posture le débat d'idées. Passé maître en la matière, à grand renfort de gestes amples et de rictus graves, notre président de la république est un boulimique d'interventions télévisées lui qui est déjà d'habitude à l'écran tous les soirs. Parce que les réformes, il faut les expliquer vous comprenez... Ceux qui se retrouvent dans la rue sont peut être ceux qui les ont le mieux comprises. Personnel de santé, enseignants chercheurs, étudiants, citoyens d'outre mer, salariés de l'automobile, la grogne monte sans cesse, le cortège des mécontents grossit chaque jour.

A ces demandes, le président aime répondre. Répondre qu'il ne changera pas sa politique... Face à une crise économique qui bouleverse les croyances établies dans la société capitaliste, il ferme les yeux.

Quelques mesurette pour faire l'aumône aux chômeurs (tiens voilà 100 € et tu ferme ta gueule maintenant) ou aux classes populaires payant l'impôt sur le revenu (idéologie quand tu nous tiens...) mais rien de véritablement structurant destiné à donner une nouvelle direction à notre pays. N. Sarkozy n'a visiblement pas pris la mesure de l'ampleur de la crise. Véritable arlésienne, le débat sur le partage des profits escamote celui sur le partage de la valeur ajoutée.

Face à cette situation, nous nous devons de réagir. Dénoncer d'une part cet entêtement dans une idéologie à bout de souffle, et proposer une alternative dont les principaux axes sont la régulation de la sphère financière, le retour de l'intervention de l'état dans l'économie et un rééquilibrage de la répartition salaires / profit de la valeur ajoutée.

**Sven Lonchamp**

---

### sommaire

1 edito

2-4 dossier : audiovisuel public

directeur de la publication : S. Lonchamp

rédaction : S. Lonchamp, G. Guffroy, MJS

imprimé par nos soins

mjs69.fr - 06 75 02 88 92

## audiovisuel public : le grand bond en arrière

### Les principales mesures du texte

#### *Suppression de la publicité :*

Elle se matérialisera dans un premier temps par un arrêt de la publicité sur les chaînes de France Télévisions entre 20H00 et 6H00 du matin à compter du 5 janvier 2009. L'arrêt complet de la publicité doit intervenir à compter de l'extinction de la télévision analogique en faveur du numérique, prévue fin 2011. Selon le projet de loi, le manque à gagner résultant de la suppression de la publicité sera compensée par une taxe de 1,5% à 3% sur la publicité diffusée par les chaînes de télévision privées qui ont des recettes publicitaires supérieures à 11 millions d'euros. Le texte instaure par ailleurs une taxe progressive comprise entre 0,5% et 0,9% sur les services fournis par les opérateurs de télécom dont les encaissements annuels excèdent 5 millions d'euros.

#### *Gouvernance des présidents de l'audiovisuel public :*

Les mandats en cours des présidents de France Télévisions, Radio France et de l'Audiovisuel extérieur de la France ne seront pas interrompus. A l'avenir, ces présidents seront nommés par décret pour 5 ans, après avis conforme du CSA et accord des commissions parlementaires compétentes à une majorité qualifiée des 3/5ème. Comme dans les autres entreprises publiques, le président est révocable.

#### *France Télévisions devient une entreprise unique :*

Tout en conservant ses différentes chaînes (marques), la holding France Télévisions devient une société nationale de programmes unique.

#### *Autres points contenus dans la réforme :*

- Le projet de loi maintient le principe de financement du secteur public audiovisuel par la redevance qui sera indexée chaque année sur le taux de l'inflation à compter de 2009.
- Le projet de loi prévoit la possibilité d'une seconde coupure publicitaire par tranche de 30 minutes lors de la diffusion de fictions et de films par les chaînes privées. Un décret autorisera au 1er janvier le passage de 6 minutes à 9 minutes de publicité par heure sur les chaînes hertziennes et le passage de l'heure glissante à l'heure d'horloge, ce qui permet de concentrer la publicité pendant les pointes d'audience (par exemple entre 20H45 et 21h15).

### France Télévisions en chiffres

Le groupe France Télévisions réunit cinq chaînes (France 2, France 3, France 4 sur la TNT, France 5 et France Ô) pour un budget global de 2,927 milliards d'euros.

• *Les ressources de France Télévisions* se sont élevées au total à 2,927 milliards d'euros en 2007. La redevance audiovisuelle a constitué les 2/3 des ressources (1,879 milliard euros) en 2007.

Les recettes publicitaires et celles du parrainage se sont élevées à 823 millions d'euros en 2007. A fin 2006, le groupe représentait 24,4% du marché publicitaire télévisé français (contre quelque 55% pour TF1). Les autres ressources (ventes de DVD, produits dérivés...) se sont élevées à 225 millions d'euros.

• *Résultats* : France Télévisions a réalisé en 2007 un résultat net part du groupe de 22,2 millions en hausse de 70% par rapport à 2006. Le chiffre d'affaires s'est élevé à 2,9 milliards d'euros (+2,6% sur 2006).

• *Effectifs* : le groupe compte 11.000 salariés, dont 2.100 à France 2, 5.300 à France 3 et 1.900 à RFO.

• *Budget* : le coût des grilles de programmes a atteint 1,857 milliard d'euros en 2007. Le budget de l'information de France 2 s'est élevé à 139 millions d'euros. Le budget de l'information nationale de France 3 a atteint 67 millions et celui de l'information régionale 270 millions. France Télévisions a par ailleurs consacré 353 millions d'euros à la création française en 2007.

• *Audiences* : le groupe a réalisé en mai 2008 une part d'audience de 34% (en données hertziennes) contre 36% en mai 2007, selon les chiffres de médiamétrie. Cette baisse, à l'image de celles enregistrées par les autres grandes chaînes hertziennes, s'explique par la montée en puissance des chaînes de la TNT gratuite, qui grignotent leurs parts d'audience. En un an, France 2 a perdu 0,5 point de part d'audience à 17,3% en mai 2008, France 3 1,1 point à 13%, France 5 0,4 point à 2,9%.

## Main mise sur l'audiovisuel public (résolution du conseil national du MJS)

Le 5 janvier 2009, le premier cap de la réforme de l'audiovisuel a été franchi. Le Mouvement des Jeunes Socialistes qui s'oppose fermement à cette réforme n'inscrit pas sa démarche dans une volonté d'attaquer le fondement de la suppression progressive de la publicité sur le service public de l'audiovisuel, mais s'érige contre son démantèlement pur et simple par la droite.

Nicolas Sarkozy présente sa réforme comme un plan de sauvetage d'une télévision publique en déséquilibre face aux bouleversements du paysage audiovisuel français mais ne garantit pourtant pas les moyens financiers nécessaires. Les taxes prévues sur le chiffre d'affaire des opérateurs de communication électronique (0,9%) ainsi que sur les revenus publicitaires des chaînes privées (de 1,5 à 3%) ne saurait suffire à compenser la perte des recettes dues à la publicité.

On voudrait nous faire croire que le but ici était de libérer la télévision publique

du dictat de l'audimat et de pallier à la fuite des téléspectateurs sur les chaînes de la TNT. Mais en considérant le fait que cette réforme permet aux chaînes privées d'accroître leurs parts de marché, d'augmenter leur temps publicitaire par heure de six à neuf minutes et de bénéficier d'une seconde coupure « pub » pendant les films ou téléfilms, comment ne pas douter de la parole d'un Président « ami » des grands patrons de médias privés comme Martin Bouygues, Arnaud Lagardère, Vincent Bolloré ou d'autres.

Le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel sensé incarner ici un contre-pouvoir garantissant l'indépendance nécessaire aux médias, ne dispose plus de la capacité de nomination du président de France Télévision. Celui-ci sera dorénavant nommé par le Président de la République, pour remédier se justifie-t-il, à une hypocrisie qui avait court jusqu' alors. Au delà de ce constat, la désignation de Dominique Baudis, ancien Président du CSA, comme tête de liste de l'UMP pour les européennes dans la région Sud-Ouest est une preuve de plus de la nécessaire réforme de l'autorité administrative de réglementation. La défaillance d'un système existant ne doit pas être une excuse du gouvernement pour faire main basse, sous couvert de réforme, sur l'audiovisuel public.

Nous ne pouvons cautionner un retour à l'ORTF avec un Etat qui, fort de son implication financière, est en mesure d'exercer un contrôle sans précédent sur les médias publics, allant ainsi à l'encontre des principes fondamentaux de la démocratie. Le service public de l'audiovisuel n'appartient pas à un seul homme à la tête du pays, mais bien à l'ensemble des citoyens qui le financent à travers la redevance.

Face à ces choix, une alternative est possible : elle passe par une réflexion sur le rôle et la place de l'audiovisuel public dans la société et en particulier dans la diffusion de la culture. La France souffre d'un manque de réflexion sur la télévision et le caractère simpliste des principes avancés par le gouvernement doit être souligné. Nous pouvons envisager une évolution de la télévision publique vers le puissant et moins onéreux moyen de diffusion qu'est internet.

Le mouvement des jeunes socialistes propose d'augmenter les moyens de l'audiovisuel public (intégration de la redevance dans l'impôt progressif sur le revenu, augmentation de la taxe sur la publicité, etc.) et créer de nouvelles recettes en développant la capacité de production et les ressources des produits de la vente.

Ces mesures respectent une volonté ferme de protéger le pluralisme des médias et de garantir un audiovisuel public de qualité par l'intermédiaire d'une haute autorité du pluralisme dont les membres seront désignés par le Parlement à une majorité des 3/5, par des mesures anti-concentration, par une taxation plus ambitieuse des recettes publicitaires des chaînes privées en faveur de l'audiovisuel public. La liberté de la presse et le pluralisme de l'information sont indispensables à tout bon fonctionnement démocratique.