



DISCOURS DE M. LE PRÉSIDENT DE LA RÉPUBLIQUE

Installation de la Commission pour la Nouvelle Télévision Publique

Palais de l'Élysée – Mardi 19 février 2008

Mesdames et Messieurs,
Bienvenue à tous.

Avec l'école, la télévision permet l'accès et la transmission la plus large de la culture et des valeurs de notre société. C'est ce que j'ai voulu dire, en proposant le mois dernier que l'on réfléchisse à la suppression de la publicité dans l'audiovisuel public. L'école et la télévision sont les deux structures par lesquelles notre société se pense, se tisse et se construit. Et c'est à juste titre que les pionniers, les véritables créateurs de la télévision publique comme Claude SANTELLI se qualifiaient jadis de « nouveaux hussards noirs de la République ». Non que je veuille revenir aux temps anciens de la première télévision en noir et blanc, mais il y a du Jules FERRY dans cette histoire de la télévision publique.

Car l'essentiel, ce n'est ni la publicité, ni le financement, même si ces questions sont très importantes ; ce ne sont que des moyens et non des finalités. Or ce n'est pas un débat exclusivement comptable dont il s'agit. Il s'agit d'une grande réforme. La suppression de la publicité dans le service public n'est pas seulement un sujet financier, c'est une question de valeurs et une question de transmission, une question de création, une question d'éducation.

Une question d'espérance démocratique, celle que doit constituer notre télévision publique, espérance d'une diversité, dans les programmes, dans les opinions, dans les talents, dans les modes d'expression. Espérance dans la création française, la nouvelle comme la patrimoniale.

Espérance dans la vertu sociale de ce grand outil de culture populaire qu'est la télévision publique.

Cette espérance, les politiques, j'en ai conscience, l'ont souvent agitée, mais ils l'ont agitée dans l'impuissance hélas, par le passé. Tous les dix ans, les gouvernements ont coutume de se pencher sur la santé de l'audiovisuel public, son organisation, son financement. Ils s'interrogent sur le sens et la définition du service public. Tous les dix ans, se réunissent des experts, des sages, et tous constatent que « la télévision de service public est à réinventer ». Tous jusqu'au brillant rapport de Catherine CLEMENT en 2002, qui résumait poétiquement la ghettoïsation de la culture sur France Télévisions avec cette jolie formule : « la nuit, l'été ». (Je suis désolé, ce n'est pas de moi. Comme j'aurais aimé que cela soit de moi !) Autrement dit, la culture est présente à l'antenne quand les Français dorment ou quand ils sont en vacances, quels que soient par ailleurs les efforts de toutes les équipes de France Télévisions ces dernières années, ces derniers mois.

Tous les dix ans donc, on produit un énième rapport ; on annonce à France Télévisions un énième virage éditorial, et un an plus tard, on constate qu'à force de faire des virages, on est revenu au point de départ.

Entendons-nous bien, je ne veux pas minimiser la démarche entreprise par les équipes de France Télévisions pour donner un sens au service public, et pour le différencier de l'offre des chaînes privées. Il faut se réjouir que France 5 soit devenue une grande chaîne des savoirs et de la connaissance, que France 2 et France 3 aient renoué, je dis bien aient renoué, avec l'esprit des « dramatiques » en diffusant du théâtre en direct aux heures de grande écoute - qu'ils en soient félicités - et plus, le public était au rendez-vous, ou des adaptations de Maupassant. Mais je sais par expérience que cette démarche risque de s'essouffler, dès que l'attention politique se sera relâchée.



Pourquoi ?

Pour une simple raison : la contrainte publicitaire. La tyrannie de l'audience à tout prix, au quotidien, ce que certains appellent « la tyrannie de l'audimat ».

Ne nous leurrions pas, quelles que soient les déclarations vertueuses des uns et des autres, si l'on reste dans cette logique publicitaire, on ramènera toujours, et inexorablement, les programmeurs vers la plus grande pente, celle de la facilité. On connaît d'ailleurs cette logique. Elle est celle des chaînes privées (et pourquoi le leur reprocher, dans leur cas ?). Pour séduire les annonceurs, il faut un média « puissant », qui fédère les audiences les plus larges possibles. Et pour atteindre cette audience puissante, la recette la plus sûre est de flatter. Flatter quoi ? Les aspirations les plus faciles.

Or le service public, tel qu'on doit le concevoir, ce ne doit pas être du « pain et des jeux ». Je n'ai rien contre les jeux, ni contre le pain non plus d'ailleurs. Dans ma situation j'ai besoin de ne rien refuser, mais quand même ! D'ailleurs, je ne propose pas à France Télévisions, ou à Radio France, de renoncer à des objectifs d'audience. Je dis de renoncer à la tyrannie de l'audience au quotidien, pour se pencher sur les évolutions, les tendances, l'audience vécue, analysées chaque année comme une pente. Cela n'a rien à voir. Naturellement que France Télévisions doit toujours se préoccuper du nombre de ses téléspectateurs, ou Radio France du nombre de ses auditeurs, mais pas de la même façon que pour une chaîne privée, par quart d'heure, par minute, par segment. Parce que la Télévision de service public, c'est la télévision de tous les publics.

Le service public doit marquer davantage sa différence et s'efforcer de « tirer vers le haut » un paysage audiovisuel que la gravité naturelle entraîne vers le bas. On a souvent dit, depuis Jean d'ARCY, l'un des premiers directeurs de la Radio Télévision Française, que le service public audiovisuel devait répondre au triptyque « informer, cultiver, distraire », en veillant à ne pas séparer ses missions mais au contraire à les entremêler : « Ce serait une erreur, écrivait Jean d'ARCY, d'avoir des programmes de distraction pure, des programmes d'information sèche, et des programmes d'instruction trop pédagogiques ». Écoutez, cinquante ans après, ce message reste parfaitement actuel, il n'a pas pris une ride, et il faut rendre hommage au talent et à la vision des premiers directeurs de la télévision publique, comme je souhaite rendre un hommage aux premiers artistes et metteurs en scène, la compagnie RENAUD-BARRAULT, Jean VILAR, ou encore les talentueux réalisateurs de l'École des Buttes-Chaumont qui ont su les premiers apprivoiser le média télévisuel pour en faire un art populaire et la concrétisation de « l'espérance démocratique », que j'appelais de mes vœux.

Aujourd'hui nous devons revisiter ce triptyque (informer, cultiver, distraire). Car plus que jamais dans un univers visuel ultra-concurrentiel, la télévision publique doit élever, éveiller, exciter. Exciter la curiosité, éveiller la conscience, élever l'esprit. La télévision publique ne doit être ni ennuyeuse, ni obséquieuse. On dit que les artistes sont dangereux parce qu'ils mettent à nu la vérité des rapports humains. En ce sens, la télévision publique doit être « dangereuse » et audacieuse. Elle doit prendre des risques.

C'est pourquoi il faut saluer par avance, et les appeler à se manifester dès à présent, les Claude SANTELLI du XXI^e siècle, les Albert LONDRES de l'ère numérique, les auteurs des Thierry la Fronde du futur... !

La suppression de la publicité, ce n'est pas la négation du public. Bien au contraire, c'est la seule manière d'installer la diversité, de contrer le rouleau compresseur de certaines séries américaines à bas coût qui ont un effet dévastateur pour notre industrie des programmes. Parce que si on a de la publicité, il faut des annonceurs. Pour avoir les annonceurs, il faut l'audimat. Pour avoir l'audimat, il faut des programmes qui attirent : les séries américaines à bas coût...

C'est en cela que la fin de la publicité sur le service public, et donc la fin de la tyrannie de l'audience quotidienne, sera salutaire.



Cette réforme, la gauche en a rêvé, Michel ROCARD le premier. Lionel JOSPIN l'a tentée, – en vain. Mon gouvernement va la faire. Vraiment. Résolument. Parce qu'il est un moment où les rêves, c'est bien, mais la réalité, c'est mieux.

*

La suppression de la publicité est un moyen que je juge indispensable, mais la clé du nouveau service public – c'est ce que je disais aux partenaires sociaux que j'ai rencontrés il y a quelques instants – ce sont naturellement les contenus : quels programmes voulons-nous développer sur le service public ? Quels visages voulons-nous donner aux différentes chaînes de France Télévisions ?

A quoi doit ressembler notre télévision publique du futur ? Certains ont dit qu'il ne fallait pas que les chaînes de France Télévisions, sans publicité, deviennent autant de nouvelles « Arte ». Je sais que ce commentaire a plongé Jérôme CLEMENT comme Patrick de CAROLIS dans la perplexité : était-ce une critique ou un hommage ? Arte est-il un modèle ou un contre modèle ? En réalité Arte est à mes yeux une référence, et une belle réussite de la télévision publique. Certes, son audience est modeste, mais c'est un constat avant d'être un jugement : car réaliser une audience de 2% pour un concert de musique contemporaine, c'est réunir plus de spectateurs en une soirée que SCHUBERT en a réunis de son vivant ! Par ailleurs, comme le montre René MARTIN et ses « folles journées » de Nantes, il est possible de réunir une audience massive et durable autour de grands compositeurs, dès lors que l'événement est scénarisé et éditorialisé.

Donc s'il ne doit donc pas y avoir quatre ou cinq «Arte», c'est tout simplement parce qu'il serait absurde de vouloir «cloner» une chaîne, absurde de répondre à des aspirations très diverses par un autre type de formatage : le service public ne doit pas être réservé aux plus cultivés mais répondre aux attentes de tous les publics, sans exception. Chacune et chacun doit pouvoir trouver sur la télévision publique une réponse à ses propres attentes, une réponse à ce qu'il cherche, ou mieux encore, une réponse à ce qu'il ne savait pas qu'il était en train de chercher: des émotions, une vision, un sens.

C'est dans ce contexte où se multiplient et se diversifient les réseaux de diffusion, que je crois fondamental de renouveler en profondeur l'identité et le visage du service public. Ce n'est pas à moi de vous dire si la « télévision du futur », ce sont des grandes chaînes généralistes et fédératrices, ou l'addition de dizaines de « chaînes de niches », voire des millions de chaînes « à la demande » qui feraient de chaque citoyen son propre directeur des programmes. Mon sentiment est qu'il y a de la place pour ces deux modèles...

Deux mois après la signature, ici même, des Accords pour le développement et la protection des œuvres sur les nouveaux réseaux, j'ai donc souhaité réunir une Commission composée d'élus de la Nation et de professionnels de l'audiovisuel, pour refonder l'identité du service public audiovisuel, et réfléchir à son incarnation dans une offre de programmes renouvelés et adaptés.

S'agissant d'une responsabilité éminente, qui doit impliquer l'ensemble de notre société, j'ai choisi de confier la présidence de cette Commission à un élu de la Nation.

Cher Jean-François, je sais que tu sauras animer les travaux de cette équipe. Tu organiseras une réflexion d'envergure impliquant le Parlement, le Gouvernement, les créateurs, leurs partenaires, les équipes de France Télévisions, le CSA, les partenaires sociaux. Et tu pourras bien sûr compter sur l'appui déterminé de la ministre de la Culture, Christine ALBANEL, qui, le moment venu, aura à présenter, à rédiger et à défendre le projet.

A vous toutes et tous qui êtes des femmes et des hommes de l'art, je n'apprendrai pas que le talent et la qualité ne se théorisent pas, *a fortiori* ne se décrètent pas.

«Faites-moi de bons programmes et je vous ferai de la bonne télévision» pourrait-on dire... La télévision est un art d'exécution, même si c'est aussi une industrie qui implique de lourds



investissements. Aussi attendons-nous de vous des propositions précises pour définir l'identité du service public, pour proposer le nouveau visage des chaînes et des services de la nouvelle télévision publique. Bref, de poser les conditions d'une offre de programmes populaires et de qualité.

Vous aurez à cœur, dans vos travaux, de consulter, de sonder les rêves des Français, de révéler les territoires de leurs vraies attentes, de leurs vraies aspirations pour mieux étancher leur soif de connaissance, d'émotion et de culture. La télévision publique doit être un miroir de la société, mais un miroir qui donne à voir et comprendre le monde.

Vous rendrez vos conclusions avant la fin du mois de mai, ici même. Vos travaux permettront au Gouvernement de rédiger le nouveau cahier des charges de la télévision publique.

Voilà, Mesdames, Messieurs, cher Jean-François, ce que je souhaitais vous dire. Je terminerai par cette directive, inspirée par un autre directeur de la Radio Télévision Française, Albert OLLIVIER: *«Pour le grand public, il faut une grande télévision. Visez haut, vous le toucherez au cœur»*.

*

Mesdames et Messieurs, avant que vos travaux ne débutent, je souhaite énoncer quelques principes qui guideront votre action.

1. Tout d'abord, il n'y aura pas de privatisation de France Télévisions.

Aucune chaîne du service public de la télévision ne sera privatisée. Une chaîne seule, qu'elle soit privée ou publique, cela avait du sens et de la valeur à l'époque de la rareté analogique. A l'ère du numérique, ce sont des bouquets de chaînes qui ont du sens et de la valeur. Et France Télévisions est un bouquet de chaînes. Ce n'est donc pas en coupant un membre qu'on renforcera la qualité du service, qu'il soit d'ailleurs public ou privé, mais bien en travaillant à accroître la complémentarité entre les composantes d'un bouquet de chaînes et des services.

2. Ensuite, chaque euro de recette publicitaire en moins pour le service public sera compensé par un euro de ressource publique. Ce sera le cas en 2009, mais aussi en 2008, en fonction des difficultés que pourra rencontrer France Télévisions pour remplir ses objectifs publicitaires à la suite de la mise en œuvre de cette réforme. Pour montrer la confiance de l'Etat dans son service public et pour appuyer les investissements nécessaires au passage au tout numérique, j'ai demandé au Gouvernement d'expertiser la possibilité d'apporter à France Télévisions une dotation en capital dès 2008. Je n'ai pas souvenir qu'un gouvernement ait fait cela, c'est un geste de confiance à l'endroit de la pérennité de cette grande société.

Sur ce sujet du financement, cher Jean-François, cher amis, il ne vous est pas demandé d'organiser un «concours Lépine de la fiscalité», mais de proposer des nouveaux financements qui viendront compenser la suppression de la publicité. Vous examinerez notamment la mise en place d'un «panachage de ressources», incluant une contribution des chaînes de télévision privées, qui bénéficieront du report des recettes publicitaires, ainsi qu'une contribution des opérateurs de télécommunication, assise sur l'assiette la plus large possible et donc au taux le plus faible. En revanche, nous avons estimé que les radios privées et la presse ne devront être soumis à quelque taxe nouvelle que ce soit, même si ces médias bénéficieront en partie de la suppression de la publicité sur le service public. Leur situation économique est en effet plus délicate que celle des grandes chaînes de télévision et je souhaite que la « bouffée d'oxygène » apportée par cette réforme leur permette de mieux passer le cap de la révolution numérique.

Vos propositions sur les financements devront naturellement être cohérentes avec les préconisations du nouveau cahier des charges.



3. Vous pourrez examiner deux options. La première serait de supprimer toute publicité dès le 1^{er} janvier 2009. La seconde consisterait à envisager cette suppression de façon progressive, en commençant en 2009 par supprimer la publicité après 20 heures sur l'ensemble des chaînes de France Télévisions.

4. Les règles encadrant les relations entre les producteurs et les diffuseurs devront également être modernisées : s'il faut mieux financer le service public, il faut aussi permettre au secteur privé d'être plus dynamique en desserrant le corset de contraintes héritées d'un autre temps. Cela bénéficiera évidemment aux diffuseurs mais aussi, ne les négligeons pas, aux sociétés de production françaises, à ce formidable tissu de PME qui doit se développer. L'heure est venue de remplacer le régime des fameux « décret Tasca », par des accords professionnels négociés entre des partenaires adultes et responsables, soucieux de bien financer les œuvres et de bien exploiter les droits. La mission confiée à David KESSLER et Dominique RICHARD par Christine ALBANEL devra rapidement reprendre ses travaux au vu de cette « nouvelle donne ». C'est ainsi que les contraintes publicitaires pesant sur les chaînes privées seront assouplies grâce à la transposition de la directive européenne « services de médias audiovisuels » (je me permets de dire aux partenaires sociaux que la clarté de mes propos privés trouvent écho dans la clarté de mes propos publics). Cela interviendra au premier semestre 2008.

Il est logique que cette « nouvelle donne » de la régulation de notre secteur audiovisuel s'étende aux nouveaux opérateurs, pour que l'aval continue à financer l'amont et pour que la distribution irrigue la création. C'est ainsi que notre système fonctionne depuis soixante ans. Le bilan en est globalement positif en termes de diversité culturelle. Toutefois il est nécessaire, en contrepartie de ces efforts, que les nouveaux opérateurs de l'audiovisuel que sont les entreprises de télécommunications, accèdent plus facilement et plus rapidement aux œuvres et aux chaînes. Il serait également juste que ceux qui créent des contenus destinés spécifiquement aux nouveaux réseaux puissent bénéficier des aides publiques aujourd'hui réservées aux exploitations traditionnelles en salle et à la télévision.

Je souhaite donc que le ministère de la Culture et de la Communication poursuive cet exercice de modernisation et d'adaptation de notre régulation audiovisuelle, pour parvenir à un compromis équilibré entre tous les acteurs.

*

Vous le constatez, Mesdames et Messieurs, je n'ose pas dire mes chers amis, la tâche est immense. Nous avons à construire deux « nouvelles alliances ». L'une entre tous les partenaires de la filière audiovisuelle à l'ère numérique. Et l'autre, essentielle, entre la Nation et son service public de la télévision.

Enfin, certains peuvent s'étonner que le Président de la République s'occupe de la réforme de la télévision de service public. Mais s'il est un sujet qui concerne la nation dans son ensemble, c'est bien la télévision et notamment la télévision de service public. Et je dis d'ailleurs aux personnels et aux équipes de France Télévision que le fait que le chef de l'Etat s'engage dans ce chantier, c'est un témoignage de confiance, d'espérance, d'enthousiasme et de considération. La télévision, c'est l'affaire de la Nation, et l'affaire de la nation, c'est l'affaire du chef de l'Etat.

Des lignes, une cohérence, pas de tabous, un débat que vous allez organiser autour de notre télévision de service public, un calendrier, des moyens, de l'imagination, Mesdames et Messieurs, au travail ! La France va se passionner pour votre débat, n'en doutez pas, et j'espère qu'ainsi vous comprendrez mieux que, pour moi, le choix était très facile : c'était le choix entre le mouvement, qui permet de créer de nouvelles opportunités, et l'immobilisme qui fait de l'amertume, de la déception et des déçus. Je ne veux pas de l'immobilisme pour notre pays, je ne veux pas de l'immobilisme pour la télévision de service public, je rêve d'une grande télévision de service public, je rêve, Cher Jacques CHANCEL, que nous soyons un exemple pour le monde en inventant cette télévision de service public du XXI^e



siècle. J'en ai un peu assez que l'on nous donne des références étrangères, celle de la BBC. Nous allons essayer tous ensemble, sans *a priori*, de donner l'exemple pour les autres. C'est vous dire que je suivrai, Cher Jean-François, avec beaucoup d'intérêt votre travail. Soyez les plus imaginatifs possibles et croyez bien que dans le quinquennat qui est le mien, cette réforme de l'audiovisuel public, j'en ai parfaitement conscience, restera l'une des réformes les plus importantes que j'aurai eu à conduire.

Je vous remercie.