

JOURNEE DES AUTEURS DU CINEMA ET DE L'AUDIOVISUEL

Les auteurs interrogent les décideurs et les politiques

Lundi 20 octobre 2008 de 9h à 18h

NOUVEAU PAYSAGE AUDIOVISUEL :
UNE CHANCE OU UN RISQUE POUR LA CREATION ?

Contacts

SACD – Relations institutionnelles / Guillaume Prieur 01 40 23 47 25 / guillaume.prieur@sacd.fr

Scam – Communication & presse / Stéphane Joseph 01 56 69 58 88 / stephane.joseph@scam.fr

SACD – Presse / Lise Hoëz 01 40 23 45 11 / lise.hoez@sacd.fr

A-t-on vraiment besoin d'un service public de télévision ? Après l'annonce en janvier dernier du Président de la République de la suppression de la publicité sur le service public et la volonté de la Commission pour la nouvelle télévision publique de réfléchir sans tabous à l'avenir du service public, la question méritait d'être posée, tout autant que celle de son financement et de ses missions.

Notre conviction profonde est que le paysage audiovisuel français a autant besoin de groupes privés forts et structurés et contribuant au développement de la création française que d'un groupe public bien financé autour d'objectifs ambitieux et d'une offre de programmes large, diversifiée et de qualité.

Après la remise du rapport Copé qui a fait de l'émergence d'un média global et de l'instauration de nouvelles ressources de financement prélevées sur les fournisseurs d'accès à Internet et sur les télévisions privées des priorités urgentes, que propose exactement le projet de loi sur l'audiovisuel qui, en dépit de réticences qui se font jour dans la majorité, devrait être examiné à l'Assemblée nationale à partir du 18 novembre ?

A le lire, sa vocation essentielle est d'assurer la transformation de France Télévisions en média global et en entreprise unique via une réforme profonde de structure et de gouvernance et le rattachement de France 2, France 3, France 4, France 5 et RFO à une seule entité juridique. Pour leur part, l'identité et les missions de chaque chaîne devraient être précisées dans le nouveau cahier des charges de France Télévisions.

La construction d'une stratégie de média global telle qu'élaborée par la Commission Copé peut aller dans le sens d'une modernisation utile du service public. Pour autant, la centralisation annoncée des unités de programmes et la concentration des décisions dans les mains de quelques décideurs ne peuvent que nuire à une diversité aussi recherchée que nécessaire.

La gouvernance des entreprises audiovisuelles du service public serait également revue. Désormais, ce n'est plus le CSA qui nommerait les présidents de chacun de ces groupes mais ce rôle incomberait directement au Président de la République, après avis conforme du CSA et sans l'opposition des 2/3 des commissions compétentes des deux assemblées. Le projet précise que les mandats en cours ne seront ni remis en cause ni interrompus du fait de l'entrée en vigueur de la loi.

A l'évidence, cette modification dans la nomination du Président de France Télévisions n'offre pas les garanties nécessaires pour que nous puissions être persuadés du maintien et du renforcement de l'indépendance éditoriale et stratégique du groupe public.

Le projet de loi prévoit par ailleurs de supprimer partiellement des écrans des chaînes publiques la publicité dès le 5 janvier 2009 entre 20h et 6h et organise sa suppression définitive à compter de l'extinction de la diffusion analogique, fin 2011.

Pour mener à bien cette réforme, le projet de loi entend apporter trois modifications au financement actuel de l'audiovisuel public. Seraient ainsi mises en place, pour abonder les ressources du service public, une taxe de 0,9% sur les services fournis par les opérateurs de communications électroniques (opérateurs télécom et internet) et une taxe de 3% sur le chiffre d'affaire des chaînes de télévision privées, hormis certaines chaînes de la TNT. Enfin, il est prévu d'indexer le montant de la redevance audiovisuelle sur le taux de l'inflation.

Quand bien même le dynamisme de la taxe sur les télécoms doit être souligné, ce financement alternatif ne saurait satisfaire totalement la création car il fait l'impasse sur une augmentation sensible de la redevance audiovisuelle qui reste la ressource naturelle et légitime du service public. Par ailleurs, il ne garantit le service public, ni sur l'existence un chiffrage exact et objectif de ses besoins, qui pourrait d'ailleurs être précisé par une autorité indépendante, ni sur la capacité de l'Etat à s'engager sur le financement du service public en cas de défaillance des deux nouvelles taxes créées.

Au-delà, ce projet a pour objectif d'assurer la transposition de la directive « télévisions sans frontières », désormais rebaptisé « services de médias audiovisuels » (SMA). Relèveraient désormais du champ d'application de la réglementation audiovisuelle non seulement les services de médias dit linéaires (les télévisions traditionnelles) mais également les services de médias audiovisuels à la demande.

Ses services seront par conséquent également soumis aux règles relatives à l'emploi de la langue française et devront prendre en charge, d'une manière éventuellement progressive, une contribution au développement de la production, notamment de la production indépendante à leur égard, d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles. Ils seront également tenus de prendre des mesures de nature à faciliter la mise en valeur des œuvres cinématographiques et audiovisuelles, européennes et d'expression originale française.

Longtemps souhaité par les créateurs, l'assujettissement de ces nouveaux services aux dispositifs de soutien à la création constitue une modernisation utile de notre réglementation.

Le projet de loi réalise également deux ouvertures concernant la publicité. D'une part, il licite le placement de produits consistant à inclure un produit, un service, ou leur marque, ou à y faire référence, en l'insérant dans un programme, moyennant paiement ou autre contrepartie.

A tout le moins, le développement du parrainage et surtout du placement de produits nous semble de nature à faire peser autrement et plus gravement sans doute sur la création des contraintes dont on prétend pourtant vouloir libérer le service public.

D'autre part, il autorise l'instauration d'une seconde coupure publicitaire dans les œuvres audiovisuelles et cinématographiques sur les chaînes commerciales.

Il néglige en revanche d'imposer en contrepartie aux diffuseurs privés des obligations dans la création renforcées ou pérennisées, pas plus qu'il ne pose la question de la légitimité du régime dérogatoire de soutien à la création des chaînes de la TNT. Aujourd'hui, malgré un développement plus rapide qu'envisagé à leur lancement, malgré des audiences et des ressources publicitaires en forte croissance, ces chaînes bénéficient d'un régime d'obligation d'investissement dans la création faible et très allégé.

Enfin, ce projet de loi se conclut par une partie relative au cinéma qui habilite le Gouvernement à prendre par ordonnances (sans discussions devant le Parlement) des dispositions de nature à moderniser et à rénover le droit du cinéma, en dotant notamment le CNC d'un Conseil d'administration et d'une gouvernance renouvelée.