

15 janvier 2009

**REPONSES DE FRANCE TELEVISIONS A LA CONSULTATION  
DE LA COMMISSION EUROPEENNE  
SUR LE PROJET DE COMMUNICATION REVISEE CONCERNANT  
L'APPLICATION AU SERVICE PUBLIC DE RADIODIFFUSION  
DES REGLES RELATIVES AUX AIDES D'ETAT**

Pour France Télévisions, l'initiative de la Commission européenne visant à consulter les parties intéressées sur le « *projet de communication révisée concernant les aides d'Etat à la radiodiffusion publique* » soulève un certain nombre de questions stratégiques qui appellent - en effet - un débat d'envergure.

Dans sa réponse au questionnaire de la Commission européenne du 10 janvier 2008, France Télévisions a indiqué que la révision de la communication de 2001 sur la radiodiffusion, instrument juridique à la fois flexible et efficace, ne paraissait nécessaire, que si elle avait pour objet de réaffirmer la compétence des Etats membres pour étendre la mission des radiodiffuseurs publics aux nouveaux services de médias audiovisuels.

Le projet de communication révisée publié le 4 novembre dernier confirme l'importance de la radiodiffusion publique dans le nouveau paysage médiatique issu de la numérisation et de l'évolution des modes de consommation des médias. A ce titre, le projet énonce clairement que les radiodiffuseurs publics doivent pouvoir mettre à profit la diversification des plates-formes de diffusion, afin de continuer à remplir leur mission.

Cependant, il tend à introduire plusieurs obligations nouvelles susceptibles d'avoir un impact restrictif sur la capacité des radiodiffuseurs publics à exercer leur mission dans la société de l'information. Les nouveaux services des radiodiffuseurs publics, notamment des services payants, se verraient imposer en particulier une évaluation de nature *ex ante*, susceptible de compromettre la capacité des radiodiffuseurs publics à lancer effectivement de nouveaux services numériques. Par ailleurs, le projet de communication révisée vise à créer des contraintes supplémentaires en matière de compensation des coûts liés à l'exécution de la mission de service public.

Sur tous ces points, le projet de communication révisée semble vouloir imposer aux Etats membres des procédures spécifiques liées à la définition et à l'organisation du service public audiovisuel, alors même que la justice européenne a, au cours de l'année 2008, réaffirmé plusieurs fois la compétence des Etats membres en matière d'audiovisuel public, établie par le protocole d'Amsterdam.

La préservation de la diversité des situations nationales en matière de médias de service public appelle à l'évidence des solutions ouvertes et adaptées, faute de quoi s'instaurerait une situation d'insécurité juridique. La capacité des médias de service public à poursuivre leur mission dans la société de l'information s'en trouverait affectée. L'accès du plus grand nombre et de tous les groupes qui composent la société, en particulier les plus jeunes, à des services innovants, constituant des références en termes de qualité, de pluralisme et de diversité culturelle serait elle-même en cause.

France Télévisions partage les analyses développées dans la réponse de l'Union européenne de radio-télévision à la présente consultation. Des commentaires sur les aspects les plus inappropriés du projet de communication révisée figurent ci-après.

## **1. Le financement des nouveaux services des radiodiffuseurs publics doit justifier d'un système souple et ouvert**

Le projet de communication révisée rappelle à juste titre que le service public de radiodiffusion, qui fournit des informations de référence et des contenus de qualité à l'ensemble de la population, reflète et forme l'opinion du public et garantit la participation de tous au débat démocratique, « *n'est pas comparable au service public tel qu'il s'exerce dans les autres secteurs économiques* » (paragraphe 10).

La spécificité du service public audiovisuel, qui répond aux besoins démocratiques, sociaux et culturels de chaque société, fonde la compétence des Etats membres pour définir ses missions et organiser son financement, sous réserve que la concurrence ne soit pas affectée dans une mesure contraire à l'intérêt commun, selon les termes du Protocole d'Amsterdam.

Elle justifie une définition large de la mission de service public, se traduisant par une programmation étendue et une offre équilibrée et variée (paragraphe 50), permettant de conserver un certain taux d'audience.

Le projet de communication révisée reconnaît également que l'utilisation par les radiodiffuseurs publics des nouvelles plates-formes de diffusion est nécessaire à la poursuite de leur mission de service public dans l'environnement numérique (paragraphe 51). En effet, comme rappelé par le Conseil de l'Europe dans sa Recommandation du 31 janvier 2007 sur la mission des médias de service public dans la société de l'information, l'adaptation aux évolutions technologiques est inhérente à la mission des radiodiffuseurs publics, qui est de s'adresser à tous les groupes qui composent la société, quelle que soit la manière dont ceux-ci choisissent d'accéder aux contenus.

Les valeurs de la radiodiffusion publique sont plus que jamais d'actualité dans l'univers numérique (paragraphe 18) et la présence de celle-ci est d'autant plus indispensable dans un environnement médiatique caractérisé par la multiplication des offres de contenus (payantes pour la plupart) et la fragmentation des audiences, où il importe qu'une offre de référence en termes de qualité, de respect du pluralisme et de diversité culturelle soit accessible au plus grand nombre. Les radiodiffuseurs publics ont également pour mission de garantir l'accès de tous aux nouvelles technologies et aux contenus innovants, afin que l'ensemble des citoyens participe à la société de l'information.

Les médias de service public ont tout particulièrement l'obligation d'atteindre le public jeune.

Le paragraphe 51 invoque par ailleurs le principe de neutralité technologique, fondement de la nouvelle directive Services de médias audiovisuels et du Paquet télécoms, selon lequel la réglementation ne saurait introduire de discrimination entre différentes plates-formes de diffusion.

Un traitement identique des services de radiodiffusion « traditionnels » et des « nouveaux » services s'impose donc. A l'inverse, à ce stade de sa rédaction, le projet de communication révisée introduit une procédure visant à évaluer spécifiquement des nouveaux services proposés par les radiodiffuseurs publics.

Or c'est bien l'activité des médias de service public prise dans son ensemble, y compris les activités autres que la diffusion de programmes télévisés au sens traditionnel, qui doit remplir les conditions fixées par le protocole d'Amsterdam.

L'arrêt TV2/Danmark rendu par le Tribunal de première instance le 22 octobre 2008 a confirmé que la possibilité d'une définition large de la mission de service public s'applique à l'ensemble des services fournis par un radiodiffuseur public, y compris au moyen des nouvelles plates-formes de diffusion. Le Tribunal a jugé légitime en effet que la législation danoise impose à TV2 de fournir « *par la télévision, la radio, Internet, etc., une vaste gamme de programmes et de services comprenant les nouvelles, l'information générale, l'éducation, le divertissement.* » (paragraphe 115 de l'arrêt).

Le paragraphe 51 du projet de communication révisée établit à juste titre que les nouveaux services peuvent relever de la mission de service public « *pour autant qu'ils assurent la satisfaction des mêmes besoins démocratiques, sociaux et culturels de la société en question et qu'ils n'induisent pas d'effets disproportionnés sur le marché, qui ne seraient pas nécessaires à l'accomplissement de la mission de service public* ». Cette disposition, conforme au protocole d'Amsterdam, est suffisante.

## **2. Les services payants s'inscrivent normalement dans le cadre général des missions de service public**

Le projet de communication révisé constate avec raison que les récentes évolutions du marché audiovisuel et des modes de consommation des médias ont entraîné l'apparition de nouveaux modèles commerciaux, par exemple le paiement de certains services par l'utilisateur (paragraphe 52). Le paiement par l'utilisateur peut en effet être inhérent au modèle économique de certains nouveaux services et/ou nécessaire pour couvrir les coûts de transmission ou le paiement des droits de propriété intellectuelle.

Il est également légitime que les médias de service public recherchent des sources de financement alternatives ou complémentaires à la redevance audiovisuelle ou aux recettes tirées de la publicité ou du parrainage.

Il est donc clair que les services payants ne peuvent être considérés comme susceptibles *a priori* de ne pas relever de la mission de service public et de constituer - de façon quasi automatique - des services commerciaux.

Le paiement par l'utilisateur ne porte pas atteinte à l'universalité de ces services, ni ne remet en cause leur financement public, comme le montrent les exemples de nombreux services publics (transports, poste, énergie, santé, institutions culturelles, etc.) qui font appel à un paiement de l'utilisateur.

Seul le contenu du service et sa valeur ajoutée pour le public doivent être pris en compte pour déterminer le caractère de service public, et non des critères tels que l'offre commerciale de services comparables ou encore les « *circonstances générales* » (paragraphes 53-54).

Prendre comme exemple d'activité manifestement commerciale « *la radiodiffusion d'un contenu d'appel (la finale de la Ligue des champions de l'UEFA, par exemple), dans le cadre d'un paiement à la séance ou d'un abonnement* » ne paraît pas pertinent. La Commission a elle-même confirmé, dans les différentes décisions individuelles prises sur la base de la communication de 2001, que les contenus d'appel pouvaient légitimement relever de la mission de service public, dans le cadre d'une programmation variée et équilibrée, destinée à tous les publics. Ce raisonnement doit être appliqué aux nouveaux services et la diffusion de contenus d'appel sur les nouvelles plates-formes doit pouvoir faire l'objet d'un financement adéquat.

Le projet de communication révisée indique lui-même que « *La question de la définition de la mission de service public ne doit pas être confondue avec celle du mécanisme de financement choisi pour fournir ces services* » (paragraphe 47). Le Tribunal de première instance a rappelé ce principe dans deux arrêts récents, SIC du 26 juin 2008 et TV2/Danmark du 22 octobre 2008 : « *Un SIEG se définit, par hypothèse, par rapport à l'intérêt général qu'il vise à satisfaire et non par rapport aux moyens qui assureront sa fourniture.* » (paragraphe 108 de l'arrêt).

Le paragraphe 55 est donc suffisant pour encadrer la fourniture de services de médias audiovisuels publics payants : « *Les Etats membres peuvent aussi charger les organismes publics de radiodiffusion de fournir un service comprenant un élément payant dans le cadre de leur mandat de service public, pour autant que ce service satisfasse aux besoins sociaux, démocratiques et culturels de la société sans entraîner d'effets disproportionnés sur la concurrence et les échanges transfrontaliers.* » Les paragraphes 53 et 54, 60 et 62, pourraient être supprimés.

### **3. La capacité des Etats membres à répondre aux enjeux de la société de l'information implique la reconnaissance de leur légitimité à apprécier, selon leurs critères propres, la création de nouveaux services par les radiodiffuseurs publics**

#### **3. 1. Faire obligation aux Etats membres d'évaluer *ex ante* les nouveaux services des radiodiffuseurs publics ne relève pas des compétences de la Commission européenne**

La possibilité d'imposer aux Etats membres une procédure spécifique pour inclure certains services dans le périmètre du service public ne figure dans aucun article pertinent du Traité, ni dans le protocole d'Amsterdam. Or il n'est pas certain que la Commission soit en mesure d'imposer des obligations additionnelles par rapport au droit communautaire existant.

En tout état de cause, une communication de la Commission, qui a une valeur juridique contraignante à l'égard de la seule Commission, ne constitue pas un instrument juridique permettant d'imposer des obligations détaillées aux Etats membres.

L'obligation d'évaluation *ex ante* (qui comprend la mise en place d'organismes spécifiques) s'inscrit également en contradiction avec le principe d'autonomie institutionnelle et procédurale des Etats membres.

De plus, l'objectif du protocole d'Amsterdam est d'interpréter les articles pertinents du Traité « *au regard des caractéristiques particulières du secteur de la radiodiffusion* » (paragraphe 14), qui n'est comparable à aucun autre service d'intérêt économique général. Le protocole vise donc à introduire dans le domaine des médias de service public plus de flexibilité qu'il n'en résulterait de l'application des seuls articles du Traité. Il n'a pas pour objet d'imposer aux Etats membres en la matière des obligations plus strictes que n'en prévoit le Traité lui-même.

Le rôle particulier des médias audiovisuels publics dans chaque société justifie la compétence des Etats membres pour attribuer, définir et organiser les missions des radiodiffuseurs publics. Le rôle de la Commission pour ce qui est de la définition de la mission de service public est limité au contrôle de l'absence d'erreur manifeste. Comme le rappelle le paragraphe 59, « *C'est à l'Etat membre qu'il appartient de choisir le mécanisme le mieux approprié pour garantir la conformité des services nouveaux importants avec le protocole d'Amsterdam, en tenant compte des spécificités de son système de radiodiffusion national* ».

Soumettre chaque « *service nouveau important* » à une évaluation *ex ante* se heurterait également à la nécessaire indépendance éditoriale des médias audiovisuels publics, tant à l'égard des pouvoirs publics que des intérêts commerciaux. Comme le précise le paragraphe 11, « *(...) les garanties de l'indépendance de la radiodiffusion revêtent une importance cruciale, conformément au principe général de la liberté d'expression établi à l'article 10 de la convention européenne des droits de l'homme.* »

Dans l'arrêt TV2/Danmark, le Tribunal de première instance a ainsi jugé légitime la liberté laissée à l'opérateur public « *dans la définition concrète de sa programmation* », soulignant la nécessité « *qu'un radiodiffuseur de service public jouisse d'une indépendance éditoriale par rapport au pouvoir politique dans le choix concret des programmes.* »

#### **3. 2. L'évaluation de l'impact sur le marché d'un nouveau service ne peut pas être un critère obligatoire pour déterminer son caractère de service public**

L'évaluation de l'impact sur le marché est l'aspect le plus contestable de la procédure d'évaluation *ex ante* décrite par le projet de communication révisée.

Le paragraphe 61 et la note 40 introduisent des critères détaillés pour cette évaluation, en application desquels tout nouveau service fausserait la concurrence, sauf s'il s'agissait d'un service totalement inédit et s'il n'existait aucun marché préexistant. Les radiodiffuseurs publics se verraient ainsi cantonnés aux services marginaux que les radiodiffuseurs privés ne souhaiteraient pas eux-mêmes fournir et seraient donc limités à des activités de niche. On ne saurait, en particulier, tenir pour acquis que plus forte est l'audience d'un média de service public, plus la probabilité est grande qu'il crée une distorsion de concurrence dommageable (comme si un accueil favorable du public était antinomique avec la mission de service public).

L'obligation de consulter les concurrents (paragraphe 59) et non le public dans son ensemble, qui finance le service via la redevance et en est le destinataire, renforce l'idée selon laquelle les services de médias audiovisuels publics ne seraient légitimes qu'en cas de « défaillance du marché », à savoir lorsque les opérateurs privés feraient le choix (pour une durée indéterminée) de ne pas eux-mêmes développer certains services. Au contraire, l'arrêt TV2/Danmark du Tribunal de première instance a souligné que le service d'intérêt économique général de la radiodiffusion publique, lorsqu'il est en partie financé par des ressources commerciales, ne saurait se limiter à la diffusion d'émissions non rentables.

Le Tribunal de première instance a rejeté explicitement la possibilité de définir la mission du service public audiovisuel en référence à l'offre commerciale : « (...) *les Etats membres, lorsqu'ils définissent la mission du service public de radiodiffusion, ne sauraient être limités par les activités des chaînes de télévision commerciales* » car « *la définition du SIEG dépendrait, en définitive, des opérateurs commerciaux et de leurs décisions de diffuser ou non certains programmes* » (paragraphe 123 de l'arrêt).

Enfin la fourniture d'un service public quel qu'il soit a nécessairement un impact sur la concurrence. Seul l'impact sur la concurrence disproportionné est contraire au Traité, à savoir celui qui n'est pas nécessaire à l'exercice de la mission de service public, comme le rappelle le paragraphe 101.

L'impact sur le marché d'un service fourni par un média audiovisuel public ne peut donc pas - en soi - constituer un critère obligatoire et déterminant pour apprécier si ce service relève, ou non, de la mission de service public.

### **3. 3. Imposer une procédure d'évaluation *ex ante* des nouveaux services des radiodiffuseurs publics réduirait l'offre de contenus audiovisuels**

Comme France Télévisions a déjà eu l'occasion de l'indiquer dans sa réponse au questionnaire de la Commission du 10 janvier 2008, il est douteux qu'une solution uniforme puisse convenir à la diversité des situations nationales. Ceci est encore plus vrai si la solution imposée comporte des exigences détaillées en termes de champ d'application, de procédures à suivre et de critères à utiliser.

D'autre part, l'évaluation *ex ante* de tout « *service nouveau important* » entraînerait des coûts supplémentaires à la charge des radiodiffuseurs publics, y compris dans les cas où ils sont soumis à d'importantes contraintes budgétaires, et les désavantagerait par rapport à leurs concurrents privés.

Alors même qu'il relève de la mission des médias de service public de jouer un rôle essentiel en matière d'innovation, la procédure d'évaluation *ex ante* décrite dans le projet de communication révisée retarderait la mise à disposition du plus grand nombre de services innovants, sur un marché où les évolutions sont très rapides. Surtout si, comme le requiert le paragraphe 67, le mandat de service public doit être modifié avant de lancer chaque service nouveau important. Il serait en effet fâcheux que le périmètre d'action des médias de services publics soit *in fine* défini en fonction de critères tels que la capacité de lobbying des opérateurs privés du pays considéré.

En introduisant des procédures et des critères qui pourraient être différents de ceux établis au niveau national, l'évaluation *ex ante* proposée par le projet de communication révisée créerait une situation d'insécurité juridique, dans la mesure où les autorités nationales devraient appliquer parallèlement plusieurs types de critères.

Enfin, les obligations détaillées contenues dans le projet de communication révisée seraient sources de contentieux multiples portant sur le respect des nouvelles procédures, tant au niveau national que communautaire. Cela irait précisément à l'encontre de l'objectif de la Commission de diminuer le nombre des plaintes relatives au financement des médias de service public.

Par conséquent, chaque Etat membre doit demeurer libre d'instaurer ou non un mécanisme d'évaluation *ex ante* et le cas échéant d'en définir les modalités, afin de remplir l'objectif d'une définition claire de la mission de service public. En France, une forme d'évaluation *ex ante* existe pour certains services, par le biais du contrat d'objectifs et de moyens signé entre France Télévisions et l'Etat dans une perspective pluriannuelle. D'autres Etats membres doivent pouvoir recourir exclusivement à des mécanismes de contrôle *ex post*.

#### **4. Le financement du service public de radiodiffusion et le contrôle de proportionnalité**

##### **4. 1. Les médias de service public doivent pouvoir dégager des bénéfices et constituer des réserves**

L'interdiction faite aux médias audiovisuels publics de dégager des bénéfices ne paraît pas fondée, comme France Télévisions l'a montré dans sa réponse au questionnaire du 10 janvier 2008. En particulier, l'impossibilité d'avoir une marge de profit réduit considérablement la motivation à atteindre des gains d'efficacité. Le profit permet de couvrir les risques de l'activité et de faire face, grâce à la constitution de réserves, aux fluctuations des revenus et des charges.

Surtout, il n'y aurait aucune raison de soumettre les médias de service public à des règles plus strictes que celles applicables aux autres services d'intérêt économique général en application de l'Encadrement de 2005, qui reconnaît la légitimité d'un bénéfice raisonnable. Les médias de service public auraient plutôt des raisons supplémentaires de pouvoir conserver un bénéfice : d'une part, pour garantir la continuité et l'adaptation du service public, d'autre part pour que leur nécessaire indépendance financière soit garantie.

Ceci indépendamment de la possibilité de dégager un bénéfice à partir d'activités commerciales, dans la mesure où existent des comptes séparés et où sont appliquées des conditions de marché. Par exemple, des filiales commerciales doivent pouvoir utiliser leurs bénéfices pour financer les activités de service public, pour réinvestir dans leurs propres activités, ou encore pour financer des participations dans d'autres activités commerciales.

Le projet de communication révisée devrait plutôt s'inspirer des dispositions pertinentes de l'Encadrement de 2005 : « 14. *Le montant de la compensation ne peut pas dépasser ce qui est nécessaire pour couvrir les coûts occasionnés par l'exécution des obligations de service public, en tenant compte des recettes y relatives ainsi que d'un bénéfice raisonnable pour l'exécution de ces obligations. Le montant de la compensation comprend tous les avantages accordés par l'État ou au moyen de ressources d'État sous quelque forme que ce soit. Le bénéfice raisonnable peut notamment inclure tout ou partie des gains de productivité réalisés par les entreprises en cause au cours d'une période convenue et limitée, sans réduire le niveau qualitatif des services confiés à l'entreprise par l'État.* »

Il est par ailleurs bienvenu que le projet de communication révisée reconnaisse la possibilité pour les radiodiffuseurs publics de constituer des réserves qui permettront de garantir la continuité des activités de service public, face aux fluctuations des revenus et des coûts. C'est un élément positif également que la base de calcul soit l'ensemble des dépenses liées à l'exécution du service public.

Ceci étant, il ne paraît pas opportun de fixer une limite unique de 10% des dépenses, applicable à toutes les situations. Il serait préférable, au lieu d'une limite quantitative annuelle fixe, que la communication révisée adopte une logique de plan d'affaires glissant, qui permettrait de définir les

besoins d'autofinancement nécessaires d'une année sur l'autre. Les bénéficiaires doivent être affectés selon une planification pluriannuelle des investissements consacrés à la mission de service public.

En tout état de cause, les Etats membres doivent être seuls compétents pour évaluer le niveau de réserves acceptable.

Enfin, les dispositions visant à encadrer l'utilisation d'éventuelles réserves exceptionnelles sont plus détaillées et contraignantes que celles de l'Encadrement de 2005, qui impose seulement de justifier auprès de la Commission la situation spécifique justifiant une surcompensation exceptionnelle.

#### **4. 2. Mécanismes de contrôle et distorsions de concurrence**

Comme l'indique le paragraphe 98, « *Il incombe aux Etats membres de choisir les mécanismes de contrôle les mieux adaptés à leur système de radiodiffusion national (...)* ». Imposer aux Etats membres des systèmes et des procédures de contrôle particulières serait donc inadéquat.

Ainsi, l'obligation d'un examen en profondeur de la situation financière à la fin de chaque contrat de service public n'est pas nécessaire, si l'Etat membre a mis en place un contrôle effectif à intervalles réguliers, comme ce fut le cas en France suite à la décision de la Commission du 20 avril 2005. En tout état de cause, imposer à tous les Etats membres que cet examen ait lieu au maximum tous les quatre ans ne serait pas approprié. Par exemple, la durée du contrat d'objectifs et de moyens signé entre France Télévisions et l'Etat est de cinq ans.

D'autre part, l'activité des médias de service public ne doit pas entraîner de distorsion de concurrence disproportionnée. Les activités commerciales en particulier doivent respecter les conditions du marché, sous le contrôle des autorités nationales de la concurrence et de la Commission elle-même. Les médias de service public ne sauraient être soumis à des exigences ou contrôles qui excèdent le droit commun de la concurrence.

Les autorités en charge de la concurrence vérifient par exemple que l'achat des droits sur les contenus d'appel est conforme aux règles de concurrence en vigueur. Il n'est donc pas justifié que le paragraphe 102 affecte de soupçonner, dans certaines circonstances, un comportement potentiellement anticoncurrentiel des radiodiffuseurs publics et invite les Etats membres à y remédier par des moyens spécifiques. Il appartient en effet aux autorités nationales de la concurrence de vérifier que le comportement des opérateurs, publics et privés, est conforme aux règles qui encadrent de façon transparente, dans chaque Etat membre, l'acquisition des droits. A cet égard, aucune distorsion de concurrence majeure n'a été constatée en France depuis l'entrée en vigueur de la communication de 2001.

Concernant les droits sportifs, on rappellera que le groupe France Télévisions, par exemple, est totalement absent sur les produits premium que constituent la Formule 1 (TF1), la Champions League de Football (TF1 / Canal+) et la Ligue 1 de Football (Canal+ / Orange), ou encore le Top 14 de Rugby (Canal+), et n'est également positionné ni sur l'Eurofoot 2008 (TF1 / M6) ni sur les Coupes du Monde de Football 2006 (TF1 / M6 / Canal+), 2010 (TF1) et 2014 (TF1) ; on peut ainsi difficilement l'accuser de s'être livré à une surenchère sur les droits de ces compétitions.

Par ailleurs, la présence des médias audiovisuels publics sur le marché de l'acquisition des droits sur les contenus d'appel est importante pour le maintien d'une réelle concurrence dans ce domaine notamment en France, au regard de la structure du paysage audiovisuel et de la part d'audience que France Télévisions y représente.

Surtout, la diffusion de contenus d'appel, lorsque les droits en sont accessibles aux médias de service public, relève pleinement de la mission de service public, comme la Commission l'a reconnu à plusieurs reprises. L'achat des droits correspondants n'est pas en lui-même fautif et il serait aventureux de considérer qu'il serait de nature à produire en lui-même des effets anticoncurrentiels.

Ainsi, en matière de droits sportifs, il relève de la mission des médias audiovisuels publics, dans un environnement marqué par le développement de l'offre sportive payante et un renchérissement de l'accès aux droits de diffusion des événements sportifs majeurs, de préserver l'accès du public le plus

large aux grands événements sportifs. On peut notamment, dans ce domaine, prendre l'exemple de la Coupe du Monde de Rugby 2007 en France, dont TF1, qui l'a emporté contre France Télévisions lors de l'appel d'offres organisé par l'IRB en 2004, n'a diffusé que 20 matches sur 48 (les autres matches ayant été diffusés sur Eurosport), alors que France Télévisions avait déposé un dossier proposant la diffusion en clair de tous les matches.

L'utilisation par les médias de service public des nouveaux supports de diffusion, notamment des sites Internet, permet une exposition encore plus large de ces événements, tenant compte de l'évolution des modes de consommation des contenus médiatiques, conformément à la mission de service public.

Enfin, la présence des médias audiovisuels publics sur les grands événements sportifs et les sports les plus fédérateurs attirant un large public est la condition *sine qua non* d'une offre sportive diversifiée comportant aussi des sports moins médiatisés (les chaînes du groupe France Télévisions couvrent 100 disciplines sportives). Les opérateurs publics peuvent ainsi concilier la diversité de la programmation sportive et la fédération d'un large public, inhérente à leur devoir d'audience.

Par conséquent, le paragraphe 102 du projet de communication révisée devrait être supprimé, de même que la dernière phrase du paragraphe 105 et dans le paragraphe 106, les mots « *Sans préjudice de l'application des règles de concurrence* ».

-----