



**Communication de la Commission concernant l'application aux services publics
de la radiodiffusion des règles relatives aux aides d'Etat**

Commentaire du groupe ILIAD

Le financement du service public de l'audiovisuel français fait actuellement l'objet d'une réforme législative visant à progressivement abandonner le modèle de financement mixte (ressources commerciales issues principalement de la publicité + ressources publiques perçues essentiellement auprès des téléspectateurs via la redevance audiovisuelle). Ces modifications portent sur les deux piliers de ce modèle :

Financement commercial : l'idée est d'abandonner progressivement tout financement publicitaire, avec une première étape qui démarre en ce début d'année avec l'abandon de la publicité commerciale sur les chaînes de France Télévisions entre 20h et 6h le matin. Une deuxième étape devrait aboutir à l'extinction de la publicité 24h/24 à compter de l'extinction de la diffusion analogique des chaînes de France Télévisions, annoncée pour novembre 2011.

Financement public : constitué jusqu'à présent essentiellement par la redevance audiovisuelle, aujourd'hui une des moins chères d'Europe (116 €/an), ce modèle serait complété par une subvention directe de l'Etat Français, prélevée sur le budget général, fixée en 2009 à 450 millions d'euros. Dans le même temps, deux taxes spécifiques seraient créées, dont le produit serait versé au budget général de l'Etat :

- une sur le chiffre d'affaires publicitaires des chaînes privées, avec un processus progressif sur les trois premières années
- une sur le chiffre d'affaires des opérateurs de communications électroniques, pour leurs activités hors audiovisuel

Le produit de ces taxes serait également de l'ordre de 450 millions d'euros, dont 380 millions d'euros viendraient des seuls opérateurs de communications électroniques.

C'est notamment à la lumière de cette réforme, toujours en discussion devant le Parlement français (débat en cours au Sénat), que nous proposons les commentaires suivants sur le projet de communication de la Commission.

Sur la question de l'origine du financement public

L'audiovisuel public concerne l'ensemble d'une population nationale : les taux d'équipements en réception de la télévision publique sont proches de 100%. Le financement par une redevance, versée par le grand public, avec des exemptions possibles établies sur des bases incontestables (niveau de revenu par exemple), paraît donc le plus équitable.

Par contre le financement établi grâce à des taxes venant peser sur certaines catégories d'acteurs est plus discutable en ciblant ceux-ci quel que soit le lien existant entre leurs activités et l'activité subventionnée, et donc en créant une forme d'inégalité devant une charge publique.

Cette situation est encore plus inacceptable dès lors qu'aucune transparence n'est instituée au motif que ces taxes seraient non affectées (versées au budget général de l'Etat) et donc pas spécifiques quand toutes les déclarations, informations, communications faites autour de la création de ces taxes auprès de telle ou telle catégorie d'acteurs définissent clairement leur utilisation. C'est ce qui se passe actuellement en France où les pouvoirs publics réfutent toutes les obligations qu'ils auraient à respecter, notamment en matière de respect des règles de concurrence et de proportionnalité des aides, quant aux catégories d'acteurs frappés et aux montants demandés sous prétexte que ces taxes seraient non affectées, alors que depuis le discours du Président de la République annonçant la fin de la publicité sur France Télévisions le 8 janvier 2008, les déclarations se sont multipliées sur le réel usage de ces taxes. Il s'agit ici d'une fiction.

A la lumière de ces pratiques, il serait important que la Communication de la commission soit plus directive sur l'origine de ces « financements publics », et qu'en aucune manière ils ne puissent provenir d'une catégorie spécifique alors que la télévision publique s'adresse à tous.

Sur le financement du service public de radiodiffusion et le critère de proportionnalité.

La question de la surcompensation, évoquée dans les considérants 91 et suivants, trouve une illustration particulière dans le projet de réforme française : dans la mesure où il s'agit de financer la disparition de la publicité, le niveau de financement demandé doit être étroitement lié au chiffre d'affaires publicitaire perdu. La question est délicate, dans un environnement économique en constante évolution, en particulier ces derniers mois : le manque à gagner publicitaire calculé il y a six mois pour l'année qui vient de débiter, et qui a servi de base à la compensation prévue (les 450 millions d'euros) n'est évidemment plus le même aujourd'hui, où la crise affecte également les décisions des annonceurs. Et, dans le cas présent, il y a un fort risque de surcompensation de ces recettes publicitaires dans la mesure où celles-ci seront sans doute très inférieures à ce qui était prévu mi-2008.¹

Dès lors, et parce qu'il est difficile de s'appuyer sur les seules prévisions initiales, il est essentiel qu'un examen a posteriori intervienne pour voir s'il n'y a pas lieu de réévaluer les compensations financières décidées a priori. Nous suggérons que la Communication de la Commission exprime cette nécessité.

Sur le rôle des organismes publics de radiodiffusion dans les nouveaux services

Nous sommes en accord avec les points développés relatifs aux activités de ces organismes dans les nouveaux services de médias audiovisuels comme la vidéo à la demande ou la télévision de rattrapage (« catch-up TV »). Il est recommandé que, dans le cadre de la modernisation des chaînes de télévision, la télévision publique puisse développer ce type de services. La question du caractère gratuit ou payant de ces services doit être étudiée, avec la

¹ Une étude de l'Association des chaînes privées (ACP) avait déjà évalué mi-2008 ce manque à gagner à 250 millions d'euros, revu à 215 millions d'euros en fin d'année

nécessité de prendre compte le point suivant : quelle que soit la formule choisie, le service doit être disponible auprès du public le plus large afin de répondre à la mission de service public assigné à l'organisme qui en est chargé.

Dans ce contexte, comment accepter que certaines formes d'exclusivité de diffusion ou de distribution pour ces services qui restreignent les publics touchés, soient tolérées ?

C'est aujourd'hui la situation en France où, suite à un accord exclusif passé avec l'opérateur de communications électroniques Orange, France Télévision réserve la diffusion télévisuelle de ses services de télévision de rattrapage à cet opérateur. Il faut donc être abonné à la télévision d'Orange, laquelle n'est accessible que si l'on est également abonné à internet chez Orange², pour recevoir ce service. Cette exclusivité, qui court sur plusieurs années, va bien au-delà des « tests à petite échelle » (par la durée et l'audience) tolérés dans le considérant 63 de la Communication de la Commission.

Dans sa version actuelle, le projet de loi sur l'audiovisuel public en cours de discussion ne dit rien ou pas grand-chose à ce propos.³

Ce type d'exclusivité est particulièrement choquant et cela pour plusieurs raisons :

- principalement financés sur fonds publics, et sachant que cette part de fonds publics va encore augmenter avec la réforme en cours, il paraît essentiel que les services édités par le service public de l'audiovisuel, soient accessibles au public le plus élargi possible. Cela passe par une distribution sur une base « technologiquement neutre » (pas de plate-forme technique privilégiée) mais aussi par une mise à disposition dans des conditions équivalentes à tous les distributeurs.
- Dans la mesure où, en plus, on demande à ces opérateurs de communications électroniques de participer au financement du service public de télévision, cette impossibilité pour la plupart d'entre eux de distribuer ces services est encore plus insupportable

Pour toutes ces raisons, nous pensons qu'il serait utile de préciser cela dans le considérant 51, en demandant, au-delà de la neutralité technologique des plates-formes de distribution (point précisé dans ce considérant), que le public le plus élargi puisse y avoir accès. Cela passe par une mise à disposition de ces services à l'ensemble des distributeurs dans des conditions d'accès équivalentes et l'interdiction de tout accord exclusif de distribution.

² Orange comptait fin 2008 plus de 8 millions d'abonnés internet

³ Un amendement est proposé pour obliger France Télévisions à proposer un service de télévision de rattrapage gratuit à compter de l'extinction de la diffusion analogique, soit fin 2011, c'est-à-dire pas avant trois ans, et sans remise en cause des exclusivités déjà consenties ou à venir. Le gouvernement est opposé à cet amendement, estimant qu'il va déjà trop loin, trop vite !