



LES AVENANTS AUX CONTRATS D'OBJECTIFS ET DE MOYENS (COM) : RECULER POUR MIEUX SAUTER ?

L'article 53 de la loi du 30 septembre 1986 prévoit que le Gouvernement doit adopter des contrats d'objectifs et de moyens d'une durée de 3 à 5 ans afin de définir les priorités qu'il fixe aux cinq entreprises de l'audiovisuel public (France Télévisions, Radio France, ARTE France, France Médias Monde (FMM) et l'Institut national de l'audiovisuel (INA)). TV5 Monde possède son propre document de programmation stratégique. Par ailleurs, si ARTE France possède bien un COM, celui-ci est subordonné au contrat de groupe d'ARTE Geie, ce qui réduit les marges de manœuvre du document.

Les COM qui s'achèvent ont été adoptés en janvier 2021, il y a donc deux ans. Pour respecter la loi, le Gouvernement a décidé d'intégrer de manière rétroactive l'année 2020, ce qui était pour le moins contestable. La commission de la culture avait donné un avis défavorable à ces COM (à l'exception de celui d'ARTE France) au motif qu'ils ne prévoyaient aucune stratégie claire et qu'ils se limitaient à prolonger la mise en œuvre des initiatives déjà engagées.

Quel bilan peut-on faire dans ces conditions de ces COM 2020-2022 ? On peut considérer que les résultats obtenus sont encourageants si on les compare à la situation qui prévalait il y a encore quelques années quand ces entreprises évoluaient en « silos » et n'hésitaient pas à se concurrencer. Mais ces résultats demeurent néanmoins très en deçà de ce que permettraient une gouvernance commune et une véritable stratégie partagée. Ce bilan mitigé interroge sur la suite à donner à ces COM.

Alors que des travaux avaient été engagés dès le printemps 2022 pour établir de nouveaux COM pluriannuels, le Gouvernement a finalement fait le choix cet été de prolonger d'un an les COM 2020-2022 en actualisant les objectifs au moment même où il décidait de supprimer la contribution à l'audiovisuel public (CAP) pour la remplacer par une solution provisoire assise sur une fraction de TVA jusque fin 2024.

Cette réticence à faire des choix clairs pour l'avenir de l'audiovisuel public peut être vue comme le prolongement de l'indécision qui a caractérisé le précédent quinquennat en matière d'audiovisuel public. Elle peut aussi être considérée comme une opportunité pour mener à bien les réflexions indispensables à la définition d'une réforme d'envergure aujourd'hui appelée de leurs vœux à la fois par le régulateur de l'audiovisuel et la majorité des dirigeants de l'audiovisuel public.

Sans mésestimer la possibilité de mettre à profit cette année de transition, le rapporteur considère que l'absence de visibilité à moyen terme sur le financement et le défaut de véritable stratégie de la part de l'actionnaire justifient pleinement de **donner un avis défavorable à l'adoption des avenants aux COM des sociétés de l'audiovisuel public.**

1. UN PROLONGEMENT DES COM POUR LE PIRE OU LE MEILLEUR ?

A. UN BILAN DES COM 2020-2022 EN LIGNE AVEC LA MODESTIE DES OBJECTIFS RETENUS

1. Des objectifs modestes au regard des transformations en cours dans l'ensemble des médias

La feuille de route des précédents COM prévoyait **cinq priorités communes à l'ensemble des sociétés de l'audiovisuel public : la culture et la création, la jeunesse, l'information, la proximité, l'Europe et les actions extérieures**. Sans remettre en cause ces cinq priorités, le rapport adopté en janvier 2021 par la commission de la culture avait mis en évidence les limites des objectifs fixés. Le rapporteur avait ainsi regretté *« qu'aucune évaluation de la production audiovisuelle (n'ait) été réalisée en amont de l'établissement de cette feuille de route. Il (rappelait) notamment que les programmes financés par France Télévisions malgré leurs succès d'audience ne (pouvaient) toujours pas être considérés comme particulièrement audacieux et créatifs et que leur réussite à l'exportation (restait) très limitée.*

Les limites des précédents COM concernaient également l'information et la priorité donnée à la proximité. Les faibles audiences de la chaîne franceinfo sont toujours d'actualité alors que la chaîne LCI, dont l'audience était proche de celle de la chaîne publique, atteint aujourd'hui 2 % d'audience. Quant aux coopérations entre France 3 et France Bleu, elles peinent à avancer du fait des préventions réciproques qui demeurent, des différences d'organisation et de l'absence de vision partagée sur le plan éditorial.

Le rapporteur ne peut que s'étonner, dans ces conditions, du choix opéré par l'État de prolonger des COM qui n'ont pas été en mesure d'atteindre véritablement leurs priorités faute d'arbitrages clairs de la part de l'actionnaire. Alors que les COM ont été conçus comme des instruments de pilotage des entreprises de l'audiovisuel public, ils constituent en réalité aujourd'hui une somme d'indicateurs quantitatifs sans véritable portée qualitative donnant l'illusion que l'actionnaire joue encore un rôle dans la définition de la stratégie de ces entreprises.

2. Des réalisations néanmoins nombreuses et utiles pour engager des évolutions plus ambitieuses

Si les COM 2020-2022 apparaissent décevants comparés à ce qu'aurait permis d'obtenir le vote du projet de loi déposé au Parlement en 2019 par Franck Riester qui prévoyait la création d'une holding publique, **il serait injuste de mésestimer le travail réalisé au cours des trois dernières années par chacune des entreprises publiques.**

Le rapporteur souhaite ainsi saluer les résultats obtenus tant en ce qui concerne l'évolution et le développement des programmes que la mise en œuvre d'actions de transformation de chacune des entreprises.

Sur le plan des programmes, la qualité de l'information sur le service public doit être soulignée comme les développements numériques de franceinfo, France 24 et RFI. Le caractère particulièrement innovant des programmes réalisés par Radio France à destination des enfants les plus jeunes mérite d'être rappelé tout comme la politique d'accueil au sein de la Maison de la radio et de la musique.

Si les retards dans le déploiement des matinales communes à France 3 et France Bleu ont été rappelés précédemment, on ne peut ignorer les difficultés qu'il y avait à engager un tel projet ni l'atout que constitue un tel rapprochement pour l'avenir.

Le développement des langues africaines pour RFI constitue également une évolution positive compte tenu des enjeux géopolitiques que connaît le continent africain. La réactivité de FMM depuis le déclenchement de la guerre russo-ukrainienne à travers la création d'une rédaction ukrainienne à Bucarest mérite aussi d'être mentionnée.

Concernant les moyens, les plans de dépense engagés dans plusieurs entreprises de l'audiovisuel public avec le soutien de l'État ont démontré que l'organisation sociale pouvait évoluer pour s'adapter au défi du numérique et aux exigences budgétaires.

Le rapporteur estime ainsi qu'au cours des trois dernières années, les personnels de l'audiovisuel public ont su faire preuve d'engagement pour innover et évoluer, de réactivité pour répondre aux nouveaux défis et de responsabilité pour ajuster les méthodes de travail et accroître la productivité.

B. LE REGROUPEMENT DE L'AUDIOVISUEL PUBLIC AU SEIN D'UNE STRUCTURE UNIQUE DOIT DEMEURER L'OBJECTIF DU QUINQUENNAT

1. Des mutualisations difficiles à poursuivre sans gouvernance commune

Si les mutualisations menées sur une base « volontaire » ont eu pour mérite de faire avancer certains projets, la contrepartie de cette méthode des « petits pas » a été de maintenir des hiérarchies distinctes, des visions différentes et, parfois, des priorités incompatibles.

Il ne faut pas aller chercher beaucoup plus loin les résultats décevants de la chaîne franceinfo, les difficultés à déployer les matinales communes entre France 3 et France Bleu selon le calendrier initial, les réticences à créer une filiale commune dédiée à la formation, l'absence de véritables coopérations entre France Télévisions et ARTE France (stratégies éditoriales et numériques antinomiques, offres éducatives concurrentes...).

Au final, les difficultés rencontrées illustrent aussi les limites de la méthode adoptée. Non seulement les actions menées de manière coordonnée ont été moins efficaces que si elles avaient été conduites dans un cadre commun mais **l'ensemble des acteurs ont pu mesurer l'impossibilité qu'il y avait à aller plus loin dans le cadre actuel.**

Or, comme l'a très bien indiqué Delphine Ernotte Cunci lors de la table ronde organisée le 7 décembre dernier, **le *statu quo* n'est pas soutenable à long terme car l'audiovisuel public a besoin d'unir ses forces et ses talents pour relever le défi du numérique.** Non seulement la dispersion actuelle des structures limite la capacité de chacun à agir, mais cette inefficacité justifie aussi les interrogations qui reviennent régulièrement sur l'intérêt de consacrer des moyens importants à l'audiovisuel public.

2. Une évolution des esprits favorable à une réforme d'envergure

Les projets de regroupements de l'audiovisuel public, défendus par la commission de la culture du Sénat depuis 2015, sont aujourd'hui regardés avec d'autant plus d'attention. **Si la présidente de France Télévisions a fait part en juillet 2022 de son soutien au projet de fusion des quatre entreprises nationales de l'audiovisuel public** défendu par le rapporteur dans son rapport du 8 juin 2022, **la présidente de Radio France a considéré le 7 décembre dernier qu'une holding présentait l'avantage de mieux associer les équipes en charge des projets dans chaque entreprise.**

Le rapporteur considère que l'urgence réside davantage dans la nécessité de décider le regroupement des forces de l'audiovisuel public que dans le choix d'une forme particulière de gouvernance (fusion, holding, présidence commune), cette dernière pouvant évoluer dans le temps en fonction des besoins. Même si la fusion des différentes entités doit demeurer l'objectif final, le rapporteur n'exclut pas qu'une holding puisse constituer une étape utile dans la mesure où elle ferait l'objet d'un soutien de l'ensemble des acteurs.

C. DES AVENANTS QUI REPORTENT D'UN AN LE MOMENT DES GRANDS CHOIX STRATÉGIQUES ET FINANCIERS

1. Une prolongation des objectifs pour l'essentiel à l'identique

Les avenants maintiennent la plupart des objectifs qui prévalaient en matière d'audiences, de financement de la création et de responsabilité sociale. L'objectif d'audience de France Télévisions est ainsi réaffirmé à plus de 80 % de la couverture hebdomadaire tandis que l'objectif du nombre de vidéos vues devra au moins égaler la performance de 2022.

L'objectif d'audience de Radio France est maintenu à plus de 26 % alors même qu'il a dépassé 29 % en 2020 et 2021. De même, l'objectif d'audience des jeunes et jeunes adultes

est confirmé au niveau des 38,9 % obtenus en 2019 alors que les résultats de 2020 et 2021 ont permis de dépasser les 40 %.

A contrario, le rapporteur salue l'actualisation des objectifs d'audience numérique de France Médias Monde à 210 millions qui vise à dépasser les résultats obtenus les années précédentes.

Si l'objectif d'audience d'ARTE demeure supérieur à 2,4 % en 2023 et 2024 alors qu'il aurait été possible de porter cet objectif à 3 % compte tenu des résultats obtenus, **le rapporteur constate l'actualisation à la hausse des objectifs d'audience numérique en 2023 (+ 10 %) et 2024 (+ 8 %) qui témoigne de la solidité de la stratégie numérique de la chaîne franco-allemande.**

Une actualisation similaire de la cible des audiences numériques de l'INA réalisée pour 2023 a pour effet de reconduire les objectifs atteints en 2022. Par ailleurs, **les indicateurs relatifs à la formation professionnelle ont été actualisés à la hausse pour 2023, ce qui témoigne du dynamisme de ce pôle d'excellence dédié aux métiers de l'audiovisuel public.**

2. Des interrogations concernant certains indicateurs

Le rapporteur observe cependant que certains indicateurs mettent en évidence les difficultés rencontrées à progresser dans le cadre actuel. **L'indicateur de la couverture hebdomadaire de franceinfo a ainsi baissé en 2021 par rapport à 2020.** Le rapporteur s'interroge ensuite sur la baisse sensible de la couverture hebdomadaire du public 4-14 ans (- 6 points entre 2020 et 2021) sur France Télévisions alors même que France 4 a été maintenue, grâce à l'action du Sénat. Il partage également les interrogations de l'Arcom sur le choix des cibles relatives aux audiences numériques de Radio France (indicateur 1.2) compte tenu des résultats obtenus en 2021 en deçà des attentes.

Concernant la gestion des entreprises de l'audiovisuel public, **le rapporteur observe que la cible de l'indicateur de masse salariale de France Télévisions augmente en 2023 de plus de 43,6 M€ par rapport à 2022 tandis que l'indicateur relatif à la masse salariale de Radio France augmente pour sa part de 16 M€.** Si l'on peut comprendre cette hausse dans un contexte inflationniste, le rapporteur s'inquiète du risque que la hausse des charges soit compensée par la hausse des revenus publicitaires illustrée par la forte augmentation des indicateurs de ressources propres de France Télévisions et Radio France.

2. DIX PROPOSITIONS POUR AMPLIFIER LA TRANSFORMATION DE L'AUDIOVISUEL PUBLIC DANS LES COM 2024-2028

Le rapporteur prend acte du choix du Gouvernement de repousser d'un an l'adoption d'une nouvelle stratégie pour l'audiovisuel public et de mettre à profit ce délai pour poursuivre et amplifier les transformations déjà engagées.

La table ronde du 7 décembre a permis de rappeler que l'audiovisuel public était à un tournant dans les grandes démocraties. **Face aux nécessités budgétaires et à l'émergence de nouvelles offres délinéarisées, la tentation de réduire la voilure de l'audiovisuel public, à l'œuvre dans plusieurs pays, sera d'autant plus forte que son identité propre apparaîtra insuffisamment affirmée, son éthique et son impartialité mises en doute et son adaptation aux nouveaux usages trop tardive.**

C'est pourquoi le rapporteur formule 10 propositions pour nourrir les prochains COM 2024-2028 qui devront être adoptés en 2023.

A. INSCRIRE DANS LES COM LA NOUVELLE MODALITÉ DE FINANCEMENT DE L'AUDIOVISUEL PUBLIC À COMPTER DE 2025

Comme il l'a déjà indiqué lors du débat budgétaire¹, **le rapporteur estime toujours indispensable que le mode de financement de l'audiovisuel public qui prévaudra après 2025 soit précisé dans les COM 2024-2025, ce qui implique de le définir en 2023 en respectant des exigences de transparence, de pérennité et de prévisibilité [Proposition n° 1].**

¹ https://www.senat.fr/rap/a22-120-41/a22-120-41_mono.html

B. DONNER LA PRIORITÉ AU REGROUPEMENT DES ENTREPRISES DE L'AUDIOVISUEL PUBLIC SUR LA POURSUITE DE LA BAISSÉ DES MOYENS ET STABILISER LA TRAJECTOIRE BUDGÉTAIRE

Le débat sur l'avenir du financement de l'audiovisuel public a porté ces derniers mois davantage sur la nature de la ressource que sur son niveau. Si les moyens des entreprises de l'audiovisuel public ont été globalement préservés en 2023 compte tenu de l'inflation et des incidences fiscales de la suppression de la CAP, **aucune précision n'a été donnée par le Gouvernement sur la future trajectoire budgétaire 2024-2028.**

Alors que les moyens de l'audiovisuel public ont baissé de 190 M€ en niveau de 2018 à 2022, **le Gouvernement devra choisir entre la poursuite de l'ajustement budgétaire et l'accélération de la transformation organique. Le rapporteur estime que la priorité devrait être donnée au cours des cinq années à venir au regroupement des entreprises publiques plutôt qu'à la poursuite de la baisse des moyens.** Il propose donc de stabiliser la trajectoire budgétaire dans les COM 2024-2028 tout en prévoyant que l'État-actionnaire pourra contribuer au financement de projets spécifiques afin de poursuivre la transformation des entreprises de l'audiovisuel public (convergences des statuts, investissements numériques...) [[Proposition n° 2](#)].

C. FINANCER FRANCE MÉDIAS MONDE (FMM) PAR LA TOCE ET L'AIDE FRANÇAISE AU DÉVELOPPEMENT

La suppression de la CAP a fait prendre conscience des difficultés propres au financement de l'audiovisuel extérieur de la France et tout particulièrement de France Médias Monde. Dans un univers concurrentiel où cohabitent des médias de service public indépendants (BBC, Deutsche Welle, FMM) et de véritables médias d'État au service de stratégies d'influence, **il est devenu essentiel pour FMM de pouvoir revendiquer l'indépendance de sa gouvernance, de ses rédactions et de son financement.**

Si le financement par une part de TVA dont le montant est déterminé en première partie de loi de finances ne change pas véritablement la situation de FMM, telle n'est pas l'interprétation faite par certaines autorités étrangères, à l'image des autorités de la ville de Berlin qui ont évoqué la suppression de la redevance pour remettre en cause le fait pour RFI de disposer d'une fréquence.

Le rapporteur estime que le contexte géopolitique actuel justifie d'apporter les garanties les plus solides concernant l'indépendance du fonctionnement de FMM. C'est la raison pour laquelle il propose de **faire reposer le financement de l'entreprise non pas sur une fraction de TVA mais sur le produit de la taxe sur les opérateurs de communications électroniques (TOCE)** en rappelant que cette taxe avait été créée en 2009 pour compenser la suppression de la publicité en soirée sur les antennes de France Télévisions.

Le produit de la TOCE qui était de 248 M€ en 2022 devrait atteindre 260 M€ en 2023 soit une somme proche des 284 M€ attribués à FMM en 2023. **Le rapporteur propose donc d'attribuer complètement le produit de la TOCE à France Médias Monde à compter de 2024 et d'ajuster le tarif de cette taxe pour porter son produit à environ 300 M€** [[Proposition n° 3](#)].

Le rapporteur propose, par ailleurs, que le prochain COM prévoie de mettre à contribution le programme 209 « Solidarité avec les pays en développement » à hauteur de 20 M€ sur cinq ans pour permettre à FMM de développer dans la durée ses projets en Afrique et à l'Est de l'Europe.

D. RAPPROCHER FRANCE 3 ET FRANCE BLEU POUR CRÉER UN VÉRITABLE MÉDIA PUBLIC DE PROXIMITÉ

Alors que les coopérations entre France 3 et France Bleu étaient très limitées il y a encore cinq ans, des progrès importants ont été faits pour multiplier les projets communs avec le développement des matinales communes, le lancement de l'offre numérique d'information « ICI » et la couverture conjointe d'événements sportifs et culturels locaux. Ces coopérations demeurent néanmoins perfectibles tant en ce qui concerne le rythme de déploiement des matinales communes, qui n'a pas permis d'atteindre les objectifs fixés pour 2022, que pour

le site d'information « ICI » qui s'apparente encore trop à une déclinaison locale de franceinfo sur laquelle les informations de proximité demeurent en réalité minoritaires.

Il ressort de plusieurs échanges avec des responsables de France Télévisions et Radio France que de nouveaux progrès dans le rapprochement entre France 3 et France Bleu sont conditionnés à l'établissement d'un pilotage unifié des deux entités. **Le rapporteur propose donc que les COM 2024-2028 fixent comme objectif le regroupement de France 3 et France Bleu dans une filiale commune d'ici 2028 [Proposition n° 4].** Ce projet majeur pour l'audiovisuel public compte tenu du nombre des personnels concernés est subordonné à la définition d'un projet privilégiant la création d'un média public de proximité. Un tel schéma aurait, en particulier, pour conséquence d'**inverser complètement le modèle de France 3 qui demeure encore aujourd'hui une chaîne nationale avec des décrochages locaux.** Une mission de préfiguration pourrait être utile pour examiner les conditions d'un tel rapprochement.

E. ACCROÎTRE LA VISIBILITÉ DE L'OFFRE D'INFORMATION DU SERVICE PUBLIC À LA TÉLÉVISION

Plus de six ans après le lancement de l'offre commune franceinfo, les résultats obtenus demeurent encore inégaux. Si la plateforme numérique obtient de bons résultats tout comme l'antenne radio, la chaîne de télévision peine encore à s'imposer face aux autres offres. Le succès récent de LCI démontre que le positionnement de la chaîne à la fin de la numérotation de la TNT ne saurait suffire à expliquer la modestie des audiences qui tient sans doute aussi à la nature de l'offre éditoriale.

Toutefois, le rapporteur continue de penser que **la création d'un bloc thématique consacré à l'information permettrait de renforcer la liberté de choix des téléspectateurs et de rétablir l'équité entre les éditeurs de programmes.** La création de tels blocs par l'Arcom ayant été rendue possible par l'article 8 de la loi du 25 octobre 2021, **le rapporteur propose que l'État engage une réflexion avec le régulateur sur la faisabilité d'un ajustement limité de la numérotation de la TNT afin d'intégrer l'objectif d'une meilleure visibilité de franceinfo dans les COM 2024-2028 [Proposition n° 5].**

F. CONFORTER LA PLACE DU SPORT DANS L'AUDIOVISUEL PUBLIC NOTAMMENT À L'OCCASION DES JEUX OLYMPIQUES ET PARALYMPIQUES

Le sport constitue un programme fédérateur et populaire dont la présence sur les antennes du service public constitue un enjeu d'importance à une époque où les prix des droits de diffusion les rendent de plus en plus inaccessibles aux chaînes linéaires gratuites.

Dans ces conditions, le rapporteur propose de **sanctuariser dans les COM 2024-2028 et les budgets de France Télévisions et Radio France un montant de crédits consacrés au sport sur le modèle des objectifs fixés en matière de création audiovisuelle afin de prémunir ces entreprises d'une baisse des moyens [Proposition n° 6].** Ces derniers étant structurellement limités, il apparaît également souhaitable de veiller à ce que le nouveau décret en préparation concernant les événements sportifs d'importance majeure devant faire l'objet d'une diffusion en clair ne marque pas un recul par rapport au dispositif actuel mais, au contraire, un progrès afin de permettre d'accroître la présence du sport sur les chaînes en clair.

G. DÉVELOPPER UNE OFFRE NUMÉRIQUE COMMUNE À FRANCE TÉLÉVISIONS ET À L'INA

Dans son projet préparé à l'occasion du renouvellement de son mandat à la tête de France Télévisions, Delphine Ernotte Cunci avait proposé la création d'une plateforme de l'audiovisuel public dénommée « France Médias + » regroupant l'ensemble des contenus des sociétés de l'audiovisuel public. Une telle plateforme commune permettrait certes de densifier les contenus accessibles sur un support commun mais ce projet se heurte néanmoins encore aujourd'hui à des lignes éditoriales trop dissemblables entre France Télévisions et ARTE.

Les rapprochements de supports doivent donc être opérés de manière progressive en privilégiant des étapes. C'est la raison pour laquelle le rapporteur encourage France

Télévisions et l'INA à développer une offre commune en s'appuyant sur la plateforme Madelen (45 000 abonnés en 2022) et sur l'expérience de Culture Prime et de Lumni [Proposition n° 7]. Cette offre aurait, selon le rapporteur, d'autant plus d'audience qu'elle serait gratuite et permettrait de développer l'éducation aux médias notamment à travers les documentaires et l'accès à la culture audiovisuelle et cinématographique.

H. FAIRE RAYONNER DAVANTAGE LES PROGRAMMES FRANÇAIS EN ASSOCIANT FRANCE TÉLÉVISIONS À LA PLATEFORME EUROPÉENNE D'ARTE

Salto perd aujourd'hui 80 M€ par an et ne sera jamais rentable dans sa forme actuelle. Le coût de Salto pour France Télévisions apparaît dans les comptes de l'entreprise à hauteur de 27,8 M€ en 2021 et de 26,8 M€ en 2022 tandis que la commission des finances du Sénat évoquait¹ le chiffre de 10,9 M€ pour 2020.

Alors que France Télévisions dépense donc, chaque année, des sommes importantes dans le numérique sans résultats probants, ARTE a dans le même temps créé une plateforme gratuite de grande qualité qui compte déjà plusieurs centaines d'heures de programmes et une très forte audience notamment auprès de la jeunesse. La chaîne franco-allemande souhaite pouvoir diffuser sa plateforme dans toute l'Europe en six langues mais il lui manque pour cela la capacité à financer 4 000 heures de programmes supplémentaires.

Le rapporteur rappelle que France Télévisions est actionnaire à 45 % d'ARTE France, il propose donc de **donner un nouveau sens à cette relation en prévoyant dans le futur COM 2024-2028 que France Télévisions consacrerait chaque année 25 M€ de son budget à coproduire des programmes avec ARTE France destinés à être diffusés en première exclusivité sur la nouvelle plateforme [Proposition n° 8].** Ces programmes répondant aux exigences éditoriales d'ARTE pourront concourir à faire rayonner la création audiovisuelle française en Europe et à diversifier l'offre de France Télévisions. À noter que les coproductions entre ARTE Deutschland, l'ARD et la ZDF constituent une modalité habituelle de fonctionnement outre-Rhin.

I. FAIRE LE CHOIX DU DAB+ EN ARRÊTANT D'ICI 2028 LA DIFFUSION EN FM DE TROIS ANTENNES DE RADIO FRANCE

Alors que les avantages du DAB+ sont reconnus, notamment la qualité d'écoute et la plus grande possibilité d'accès aux fréquences, **la double diffusion en FM et DAB+ constitue une source importante de coûts pour les acteurs de la radio, au premier rang desquels Radio France.**

Il apparaît donc **essentiel de définir une stratégie publique pour accélérer la transition de la FM au DAB+.** Cette stratégie doit permettre de fixer une date d'extinction de la FM et prévoir un plan d'accompagnement des publics les plus fragiles à travers des aides à l'équipement et à l'utilisation de la nouvelle norme de radio numérique.

Le groupe Radio France, du fait de la qualité de son offre et de la fidélité de ses auditeurs, a un rôle à jouer pour accélérer la transition vers le DAB+. **Le prochain COM 2024-2028 pourrait ainsi prévoir des objectifs précis d'audience en DAB+ et de conversion des auditeurs à la nouvelle technologie numérique.** Afin d'accélérer le rythme de la transition et de maîtriser le coût de la double diffusion, **le rapporteur propose qu'à l'issue du prochain COM en 2028, trois antennes de Radio France (Mouv', France Culture, France Musique) soient exclusivement diffusées en DAB+ [Proposition n° 9].** La vingtaine de millions d'euros qui pourrait ainsi être économisée chaque année sur les coûts de diffusion en FM serait intégralement conservée par Radio France afin de poursuivre la transformation de l'entreprise.

¹ <https://www.senat.fr/rap/r21-650/r21-6506.html#toc107>

J. METTRE EN ŒUVRE LA FILIALE COMMUNE À L'AUDIOVISUEL PUBLIC CONSACRÉE À LA FORMATION INITIALE ET CONTINUE

Le COM 2020-2022 de l'INA prévoyait de faire de la mutualisation de la formation initiale et continue des sociétés de l'audiovisuel public un chantier prioritaire des coopérations. Toutefois, cet objectif figurait dans le socle commun des différents COM davantage sous l'angle d'une réflexion à conduire que d'un véritable objectif opérationnel à atteindre. Si ce projet a eu du mal à avancer, le dialogue a permis d'aboutir à un projet de statuts de filiale commune qui doit encore faire l'objet d'un arbitrage final.

Le rapporteur considère que **la mise en place de cette filiale commune dédiée à la formation doit constituer un objectif prioritaire des avenants aux COM et figurer dans l'avenant au COM de l'INA, ce qui n'est pas le cas aujourd'hui [Proposition n° 10].**

En conséquence, la commission de la culture, de l'éducation et de la communication a émis un avis défavorable à l'adoption des avenants aux contrats d'objectifs et de moyens de France Télévisions, Radio France, ARTE France, France Médias Monde et de l'INA. Ces avis défavorables s'inscrivent dans le prolongement des avis défavorables donnés aux COM des quatre entreprises de l'audiovisuel national en janvier 2021, les avenants prolongeant les COM initiaux. L'absence de moyens nouveaux attribués à ARTE France pour développer son projet de plateforme européenne explique, pour sa part, l'avis défavorable donné à l'avenant de deux ans concernant la partie française de la chaîne franco-allemande.

Ces avis défavorables traduisent la déception de la commission de la culture de devoir attendre un an de plus avant que l'actionnaire ne clarifie ses ambitions pour l'audiovisuel public. La commission souhaite vivement que ce délai supplémentaire soit mis à profit pour concevoir une feuille de route ambitieuse, exigeante et innovante reposant sur trois piliers : un financement pérenne, stable et identifié ; une réforme législative instaurant une gouvernance commune justifiant l'arrêt de la baisse des moyens et des COM 2024-2028 qui pourraient s'inspirer des 10 propositions faites par la commission de la culture.



Laurent Lafon

Président
de la commission
Sénateur du Val-de-Marne
(Union Centriste)



Jean-Raymond Hugonet

Rapporteur
Sénateur de l'Essonne
(Les Républicains)

Commission de la culture, de l'éducation
et de la communication

<http://www.senat.fr/commission/cult/index.html>

Téléphone : 01.42.34.23.23