

SÉNAT

PREMIERE SESSION ORDINAIRE DE 1969-1970

Annexe au procès-verbal de la 1^{re} séance du 25 novembre 1969.

RAPPORT GÉNÉRAL

FAIT

au nom de la Commission des Finances, du Contrôle budgétaire et des Comptes économiques de la Nation (1), sur le projet de loi de finances pour 1970, ADOPTÉ PAR L'ASSEMBLÉE NATIONALE,

Par M. Marcel PELLENC,

Sénateur,

Rapporteur général.

TOME IV

EXAMEN DES CREDITS ET DES DISPOSITIONS SPECIALES
(Deuxième partie de la loi de finances.)

ANNEXE N° 37

OFFICE DE RADIODIFFUSION - TELEVISION FRANÇAISE

Application de l'article 9 de la loi n° 64-621 du 27 juin 1964.

Rapporteur spécial : M. André DILIGENT.

(1) Cette commission est composée de : MM. Alex Roubert, président ; Yvon Coudé du Foresto, Georges Portmann, André Dulin, vice-présidents ; Jacques Descours Desacres, Max Monichon, Geoffroy de Montalembert, secrétaires ; Marcel Pellenc, rapporteur général ; André Armengaud, Jean Berthoin, Edouard Bonnefous, Jean-Eric Bousch, André Colin, Antoine Courrière, André Diligent, Paul Driant, Yves Durand, Marcel Fortier, Lucien Gautier, Henri Henneguelle, Gustave Héon, Roger Houdet, Michel Kistler, Fernand Lefort, Modeste Legouez, Jean-Marie Louvel, Marcel Martin, René Monory, Paul Pauly, Mlle Irma Rapuzzi, MM. Joseph Raybaud, Paul Ribeyre, Robert Schmitt, Charles Suran, Louis Talamoni, Henri Tournan.

Voir les numéros :

Assemblée Nationale (4^e législ.) : 822 et annexes, 835 (tomes I à III et annexe 40), 836 (tome XVI) et in-8° 150.

Sénat : 55 (1969-1970).

Lois de finances. — Office de radiodiffusion-télévision française (O. R. T. F.).

SO M M A I R E

	Pages.
Introduction	5
PREMIÈRE PARTIE. — Examen des documents comptables	7
I. — Les résultats financiers de l'exercice 1968.....	7
II. — Les résultats provisoires de l'exercice 1969.....	8
DEUXIÈME PARTIE. — Les prévisions budgétaires pour 1970	11
I. — Prévisions de recettes.....	11
A. — La redevance	12
B. — Les recettes commerciales.....	12
C. — Les services rendus à l'Etat et les subventions d'exploit- tation	19
II. — Prévisions de dépenses.....	20
A. — Dépenses de fonctionnement.....	20
B. — Opérations d'équipement	21
TROISIÈME PARTIE. — Problèmes actuels	25
I. — Réforme intervenue dans le domaine financier, comptable et administratif de l'Office.....	25
II. — Le régime fiscal.....	28
III. — Modification du statut des personnels et des journalistes.....	30
IV. — La situation de l'industrie électronique en matière de récep- teurs de radio et de télévision.....	32
V. — Régionalisation	33
VI. — Exonérations	33
VII. — Publicité à la télévision.....	34
VIII. — Réforme du statut.....	36
IX. — L'objectivité de l'information.....	36
Conclusion	43
ANNEXE 1. — Evolution du nombre des comptes télévision et radiodiffusion depuis 1960	47
ANNEXE 2. — Nombre et nature des exonérations au 30 juin 1969	48
ANNEXE 3. — Publicité de marques. — Répartition de l'antenne par secteurs	49
ANNEXE 4. — Règlement de la publicité radiophonique et télévisée	50
ANNEXE 5. — Publicité de marques. — Questionnaire concernant le produit ..	56
ANNEXE 6. — Politique immobilière de l'Office	57
ANNEXE 7. — Calendrier et coût prévus pour la conversion de la première chaîne au standard 625 lignes	61
Dispositions spéciales	63
Amendements présentés par la Commission	67

Mesdames, Messieurs,

La nomination par le Premier Ministre d'une Commission chargée de proposer des réformes tendant à modifier le statut de l'O. R. T. F., la mise en place de la Régie française de publicité, l'installation de deux unités autonomes d'information à la télévision, la modification du régime fiscal de l'Office, la création d'un comité d'entreprise et de conseils paritaires spécialisés, la réforme du contrôle financier et comptable sont autant de sujets qui ont marqué l'année 1969 et qui ne manqueront pas d'entraîner des répercussions importantes dans celle qui s'annonce.

C'est pourquoi, après avoir étudié dans les deux premières parties les documents comptables de 1968 et 1969 et les prévisions budgétaires pour 1970, nous présenterons dans une troisième partie un certain nombre de réflexions sur les problèmes les plus actuels.

PREMIERE PARTIE

EXAMEN DES DOCUMENTS COMPTABLES

I. — Les résultats financiers de l'exercice 1968.

Pour 1968, la balance générale des comptes s'établit comme suit :

A. — LES RECETTES

En francs.

Le montant des droits constatés sur les évaluations de recettes propres à cet exercice s'élève à.....	1.442.502.027,90
A ce chiffre s'ajoutent les restes à recouvrer à la clôture de la gestion 1967, soit.....	244.664.427,15
Le total des droits constatés de la gestion 1968 s'établit donc à.....	1.687.166.455,05
Les recouvrements effectués ont atteint le chiffre de.....	1.377.468.384,27
Soit, à la clôture de la gestion, des restes à recouvrer pour un montant de.....	309.698.070,78

B. — LES DÉPENSES

Les dépenses nettes de la gestion 1968 se montent à..... 1.343.663.876,43

et se répartissent comme suit :

— Dépenses d'exploitation. 1.120.899.933 »
— Dépenses en capital.... 222.763.943,43

En outre, le versement au Trésor s'élève à. 50.000.000 »
et les restes à payer sur la gestion de 1968 à. 4.716.723,37

L'examen de cette situation n'appelle pas de remarque particulière. Bien que les perturbations intervenues pendant la gestion 1968 aient entraîné pour l'ensemble des recettes quelques retards dans le recouvrement notamment de la redevance et des services rendus, au début de 1969 l'incidence des événements de mai était devenue tout à fait négligeable.

*

* *

II. — Les résultats provisoires de l'exercice 1969.

A. — EXÉCUTION DU BUDGET AU 30 JUIN 1969

1° Dépenses.

Globalement, l'exécution du budget de fonctionnement apparaît normal puisqu'au 30 juin 1969, 48,6 % des crédits ont été consommés.

En ce qui concerne le budget d'équipement, le montant des paiements effectués au 30 juin 1969 atteint seulement 37,7 % des crédits de paiement ouverts au budget.

La Direction générale de l'Office explique la faiblesse de ce pourcentage pour les causes suivantes :

— l'allongement de la période complémentaire d'exécution du budget 1968 qui a retardé le démarrage des prestations de la gestion 1969.

— un certain retard est intervenu dans la facturation au début de l'année 1969 en raison de l'incidence sur les prix de l'augmentation des taux de la T. V. A. et de la suppression de la taxe sur les salaires.

2° Recettes.

Par rapport à la prévision budgétaire, la situation des recettes à la fin du premier semestre est la suivante :

	EVALUATION 1969	D R O I T S constatés au 30 juin 1969.
	(En millions de francs.)	
Redevance	1.229	682,02
Services rendus	15,54	6,47
Recettes commerciales	216,28	108,04
Subventions d'exploitation.....	55,82	9,61
Autres recettes	7,48	3,77

B. — PRÉVISIONS POUR LE SECOND SEMESTRE

En raison des charges nouvelles qui lui ont été imposées dans le courant de l'année et qui sont énumérées ci-dessous :

- Contribution à l'action extérieure ;
- Extension de la durée des programmes régionaux d'actualités télévisées ;
- Charges afférentes aux recettes sur la publicité de marques (droits d'auteurs et T. V. A.) ;
- Charges fiscales ;
- Hausses de prix ;
- Mesures en faveur de certaines catégories de personnel (journalistes, réalisateurs...),

l'office a dû procéder, au cours du second semestre, à un ajustement du budget primitif pour un montant de 81,8 millions de francs.

La ventilation des charges et recettes supplémentaires prévues au budget additionnel est actuellement la suivante :

Charges et recettes supplémentaires prévus au budget additionnel.
(En millions de francs.)

D E P E N S E S	R E C E T T E S
1. Contribution supplémentaire de l'Office à l'Action extérieure..... 15	1. Recettes complémentaires de la publicité de marques (produit brut toutes taxes comprises)..... 67,1
2. Accord avec la Fédération française de football..... 1,3	2. Conséquence du décret du 13 juin 1969 sur les exonérations de la redevance télévision..... — 10
3. Achat de la cinémathèque des Actualités françaises..... 0,7	3. Subventions complémentaires du Ministère des Affaires étrangères et du Fonds d'aide et de coopération.. 2,9
4. Production de cinq minutes quotidiennes supplémentaires de programmes d'information dans les 23 C. A. T..... 2,6	4. Recettes attendues de la location des faisceaux hertziens et des circuits de l'O. R. T. F. à des organismes étrangers de télévision..... 5
5. Programmes spéciaux réalisés à l'occasion du référendum d'avril et des élections présidentielles.... 2,5	5. Apurement des obligations réciproques O. R. T. F.-P. T. T..... 16,8
6. Mesures intéressant le personnel.. 10,7	
7. Concession d'emplacements de parking sur la berge de la Seine près de la Maison de l'O. R. T. F..... 1,2	
8. Crédits pour retransmissions exceptionnelles par satellites..... 3	
9. Incidence de mesures concernant les charges sociales sur cachets.... 2,5	
10. Taxe d'apprentissage (acompte sur arriéré pour années antérieures à 1969) et majoration de la patente. 9	
11. T. V. A. sur recettes supplémentaires provenant de la publicité de marques 12,7	
12. Versement complémentaire aux sociétés d'auteurs (2 % sur la totalité des recettes de la publicité de marques : hors taxes)..... 3,8	
13. Apurement des obligations réciproques O. R. T. F.-P. T. T..... 16,8	
81,8	81,8

DEUXIEME PARTIE

LES PREVISIONS BUDGETAIRES POUR 1970

Le budget de l'O. R. T. F. est présenté cette année en augmentation de 304,7 millions de francs, passant ainsi de 1.521,8 millions en 1969 à 1.826,5 millions pour 1970, soit, par rapport aux prévisions de l'année dernière, une augmentation de 20 %. Compte tenu des ajustements du budget additionnel, le taux de progression est de l'ordre de 14 %.

Dans sa nouvelle présentation fonctionnelle, le document budgétaire ne fait apparaître dans les pages 20 et 21 du « bleu » que les charges et les produits réels prévus au budget. De ce fait, les mouvements d'ordre qui figuraient dans le tableau intitulé « Situation générale » des exercices antérieurs et qui correspondaient à l'excédent d'exploitation, d'une part, à la dotation aux amortissements, d'autre part, ne sont plus mentionnés.

Les prévisions de recettes et de dépenses de l'Office pour 1970 sont présentées en équilibre.

I. — Prévisions de recettes.

Les recettes de l'Office pour 1970 sont récapitulées dans le tableau ci-dessous :

	1969	1970	MODIFICATIONS	
	En millions de francs.)		«En pourcentage.)	
Produit de la redevance...	1.229,0	1.263,0	+ 34,0	+ 2,7
Remboursement des services rendus.....	15,5	15,5	»	»
Recettes commerciales.....	216,3	479,3	+ 263,0	+ 121
Recettes diverses.....	5,3	5,9	+ 0,6	»
Subventions d'exploitation..	53,5	60,4	+ 6,9	+ 13
Totaux	1.519,6	1.824,1	+ 304,5	

A. — LA REDEVANCE

Le produit de la redevance, qui constituait encore en 1969 plus de 82 % des recettes totales de l'Office, ne représente plus dans le projet de budget pour 1970 que 69 % des prévisions. On évalue à 11.024.000 le nombre des comptes uniques télévision-radio au 31 décembre 1970, soit 849.000 nouveaux comptes. L'annexe n° 1 retrace l'évolution du nombre des comptes télévision et radio-diffusion depuis 1960.

Au taux actuel de 100 F de la redevance de télévision et compte tenu des exonérations résultant de l'application du décret du 13 juin 1969, la recette correspondante sera de 1.104,4 millions de francs. La perte de recettes entraînée par le décret du 13 juin 1969, qui étend le champ des exonérations, est estimée, pour 1969, à 10 millions, et, pour 1970, à 34 millions. L'extension à de nouvelles catégories de l'exonération de la redevance télévision explique le fléchissement du produit de la redevance dont l'augmentation cette année est évaluée à 34 millions contre 66 millions en 1969. L'annexe n° 2 donne la ventilation des exonérations à la date du 30 juin 1969.

B. — LES RECETTES COMMERCIALES

En augmentation de plus de 121 % par rapport à l'année dernière, elles assureront, en 1970, 26 % du total des recettes de l'Office.

Sous cette rubrique, on distingue, d'une part, les recettes tirées de la publicité commerciale et, d'autre part, le produit de la vente des émissions en France et à l'étranger et de la commercialisation des droits dérivés.

La publicité commerciale regroupe :

- la publicité de marques ;
- la publicité collective ;
- la publicité Outre-Mer.

Les prévisions de recettes de l'ensemble des trois activités de publicité commerciale ont été évaluées à 468 millions pour 1970 (T. V. A. incluse), dont :

- 430 millions au titre de la publicité de marques ;
- 35 millions au titre de la publicité collective ;
- 3 millions au titre de la publicité Outre-Mer.

La publicité de marques et la publicité collective sont confiées à la Régie française de publicité.

La publicité Outre-Mer est confiée soit à l'Agence Havas, soit à des courtiers locaux.

Les tarifs de la publicité de marques et collective sont actuellement les suivants :

Ces tarifs, qui sont arrêtés par l'O. R. T. F. sur proposition de la Régie, sont susceptibles d'être modifiés en fonction des résultats des sondages actuellement effectués en vue de déterminer l'audience dont bénéficient les émissions publicitaires.

Télévision publicité commerciale.

	MESSAGES de 60 secondes.	MESSAGES de 45 secondes.	MESSAGES de 30 secondes.	MESSAGES de 15 secondes.
1 ^{re} chaîne :	(En francs.)			
19 h 35.....			60.000	33.000
19 h 56.....			70.000	38.000
20 h 30.....			80.000	44.000

Télévision publicité collective (ex-compensée).

	MESSAGES de 60 secondes.	MESSAGES de 45 secondes.	MESSAGES de 30 secondes.	MESSAGES de 15 secondes.
	(En francs.)			
<i>Trois diffusions.</i>				
1 ^{re} chaîne :				
12 h 55.....				
19 h 35.....	85.000	63.000	41.000	22.000
Avant Télé-Nuit.....				
<i>Deux diffusions.</i>				
2 ^e chaîne :				
20 heures.....				
Fin émissions	29.000	21.500	14.000	7.500
<i>Trois diffusions.</i>				
1 ^{re} chaîne :				
12 h 55.....				
2 ^e chaîne :				
20 heures.....	38.000	28.000	18.000	10.000
Fin émissions.....				
<i>Trois diffusions.</i>				
1 ^{re} chaîne :				
19 h 35.....				
2 ^e chaîne :				
20 heures.....	80.000	59.000	38.000	21.000
Fin émissions.....				
<i>Cinq diffusions.</i>				
1 ^{re} chaîne :				
12 h 55.....				
19 h 35.....				
Avant Télé-Nuit.....				
2 ^e chaîne :	100.000	76.000	49.000	27.000
20 heures.....				
Fin émissions.....				

Radio.

France-Inter	2.500 F (45 secondes).
France-Culture	750 —
Stations régionales.....	400 —

N. B. — Ces prix s'entendent hors taxes.

Durée des émissions.

a) *Publicité de marques (télévision).*

Au cours du quatrième trimestre 1968, 2 minutes de publicité de marques ont été diffusées chaque jour ; en 1969 la durée des diffusions autorisées qui a été de 4 minutes jusqu'au 31 août, a été portée à 6 minutes à compter du 1^{er} septembre.

Elle sera portée à 8 minutes le 1^{er} janvier 1970.

Les estimations de recettes données ci-dessus ont été établies en faisant apparaître, d'une part les recettes à attendre de 6 minutes de publicité par jour, et d'autre part, les ressources que procurerait une minute supplémentaire aux écrans de 20 h 30 et de 19 h 35.

b) *Publicité collective (télévision).*

Le temps accordé pour la publicité collective (ex-publicité compensée) se répartit comme suit :

1^{re} chaîne, 8 minutes (3 minutes avant le journal de midi, 2 minutes à 19 h 35 et 3 minutes avant Télé-nuit) ;

2^e chaîne, 4 minutes (2 minutes à 20 h 30 et 2 minutes fin de programme),
soit au total 12 minutes.

c) *Publicité collective (radio).*

Le nombre maximum de messages susceptibles d'être diffusés est de 15 messages par jour en moyenne sur France-Inter, de 3 messages par jour sur France-Culture et de un par jour et par émetteur régional.

La durée moyenne de ces messages est de 45 secondes.

Il n'est pas envisagé pour le moment d'augmenter la durée de la publicité collective.

Modalités de sélection des annonceurs.

L'Office les définit ainsi :

« Aux termes de l'article 2 de ses statuts la R. F. P. a pour objet dans le respect des intérêts fondamentaux de l'économie nationale et conformément à la mission dévolue à l'O. R. T. F. d'assurer la régie de la publicité sur les ondes de cet Office.

« Les objectifs essentiels que poursuit la Régie sont donc de trois ordres, compte tenu de l'état du marché publicitaire national :

« — stimuler dans la mesure du possible la consommation de certains produits dans des secteurs qui correspondent aux intérêts fondamentaux de l'économie nationale ;

« — mener cette action en contribuant à l'éducation du consommateur et du téléspectateur par une publicité loyale, véridique et décente ;

« — participer à l'expansion du marché publicitaire national.

« Dans la mesure où les demandes des annonceurs correspondent à un temps d'antenne global supérieur à celui mis à la disposition de la Régie par l'Office, cette dernière se voit dans l'obligation, à moins de procéder à une réduction linéaire des demandes qui favoriserait les plus importantes d'entre elles ou les surenchères, de procéder à une répartition en fonction de ses impératifs statutaires. A cet effet, la Régie en accord avec les représentants des pouvoirs publics n'accepte les demandes présentées que si elles rentrent dans des secteurs économiques considérés comme prioritaires. Ce faisant, elle respecte lors de l'examen des demandes trois principes essentiels :

« — la liberté du commerce et de l'industrie ;

« — l'égalité d'accès des usagers au service public qu'est l'O. R. T. F. ;

« — le principe de non-discrimination des producteurs français et étrangers à l'intérieur de secteurs estimés prioritaires, conformément aux dispositions du Traité de Rome. »

Répartition par catégories de produits des annonces effectuées depuis le démarrage de la publicité (publicité de marques).

Le tableau figurant en annexe n° 3 fait apparaître la répartition par catégories de produits des annonces effectuées au cours de la période allant du 1^{er} octobre 1968 au 30 juin 1969.

Elaboration d'un code de publicité.

Un règlement de la publicité radiophonique et télévisée a été élaboré en commun par l'O. R. T. F. et la R. F. P. On en trouvera le texte en annexe n° 4.

Structures internes de la R. F. P.

1° *Le conseil d'administration*, présidé par M. René Noiret, conseiller maître à la Cour des Comptes.

En ont été nommés membres :

- MM. René Bourdin, conseiller à la Cour d'appel de Paris ;
- Michel Barton, conseiller d'Etat ;
- Hubert Roussellier, membre du Conseil d'administration de l'O. R. T. F. ;
- André François, directeur de la Télévision ;
- Georges Riou, administrateur de l'O. R. T. F. ;
- Pierre Lefranc, président de la S. O. F. I. R. A. D.
- Michel Cazé, président de l'Union des annonceurs.
- Michel Peytel, délégué général de la Confédération de la publicité française.
- Dary, président de l'Institut national de la consommation.
- Robert Salmon, secrétaire général de la Fédération nationale de la Presse.
- Kielholz, représentant de la Confédération de la Presse française.

2° *La Commission consultative de sélection et la Commission consultative de visionnage :*

Ces deux commissions sont composées de membres représentant les organismes suivants :

L'Union des annonceurs ;

La Confédération de la publicité française ;

L'Institut national de la consommation ;

Le Ministère d'Etat chargé des Affaires sociales (Santé publique) ;

Le Ministère de l'Economie et des Finances (Direction du commerce intérieur et des prix) ;

Le Ministère de l'Agriculture (répression des fraudes) ;

Le Ministère d'Etat chargé du Plan et de l'Aménagement du Territoire ;

Le Ministère de l'Industrie ;

L'O. R. T. F. ;

La Régie française de publicité.

3° *Le directeur général est M. Jean-Claude Servan-Schreiber.*

La Commission consultative remplit un double rôle. Les mêmes organismes sont différemment représentés, selon le rôle de chaque commission.

— *Elle sélectionne les dossiers des candidats à l'antenne au niveau de la Commission consultative.*

Lorsque la Régie ne peut admettre à l'antenne une activité industrielle, ceci ne signifie pas qu'elle en soit écartée. La loi de l'offre et de la demande conduit d'après elle à procéder à des choix quelquefois difficiles, selon l'importance de l'activité industrielle concernée. Les candidatures sont aussi soumises à un horaire sévère, où aucun retard dans la remise des documents n'est permis.

Cependant, certains produits sont interdits à l'antenne : les tabacs et les boissons alcoolisées.

— Elle visionne les films proposés et applique les règles du code en cours d'élaboration.

La commission de visionnage décide des modifications qui doivent être apportées éventuellement à un film. En dehors d'un cas bien précis de publicité mensongère, la Régie n'en a refusé aucun.

Il existe une autre forme de publicité télévisée, dite « *collective* » : c'est la publicité de groupes d'industriels de même spécialité. Aucune marque de produit n'est autorisée. Cette publicité de groupes est animée par des syndicats patronaux, par des coopératives, ou des organismes d'Etat.

Elle a été introduite à la télévision en 1949, sur la première chaîne, et son admission sur la deuxième chaîne date d'avril 1964. En 1967, dès la création de la couleur, sur la deuxième chaîne, quelques spots couleur ont été réalisés, mais leur proportion reste encore assez faible.

Cette publicité collective est sous la responsabilité de la Régie française de publicité, depuis le 1^{er} janvier 1969, sans changement dans son fonctionnement initial.

C. — LES SERVICES RENDUS A L'ÉTAT ET LES SUBVENTIONS D'EXPLOITATION

La recette correspondant au remboursement des services rendus subit une importante diminution, passant de 52,1 millions dans les prévisions pour 1969 à 15,5 millions dans celles de 1970.

Jusqu'à la fin de 1968, toutes les dépenses exposées par l'Office lui étaient remboursées sur présentation de facturations trimestrielles détaillées faisant apparaître le montant des prestations assurées dans chacun des secteurs concernés : émissions sur ondes courtes, envois de programmes de radiodiffusion et de télévision, enseignement du français, bureaux à l'étranger, etc.

A compter du 1^{er} janvier 1969, le principe de l'attribution d'une subvention annuelle a été substituée à celui du remboursement au titre des « services rendus ».

Le montant des subventions extérieures destinées à financer l'action de l'Office vers l'étranger en 1969 est le suivant :

Ministère des Affaires étrangères.	35,8 millions de francs.
Fonds d'aide et de coopération..	15,8 millions de francs.

51,6 millions de francs.

Par ailleurs, un décret en date du 24 janvier 1969 a créé un « Comité de l'action extérieure et de la coopération » chargé d'assister le directeur général dans l'exercice des compétences de l'Office en matière d'action à l'étranger.

L'octroi de tâches nouvelles à l'Office a conduit à regrouper les services de la Direction des relations extérieures de l'Office avec ceux de l'O. C. O. R. A. et à créer, à partir de ces deux éléments, une nouvelle direction, la Direction des Affaires extérieures et de la Coopération, dont la responsabilité a été confiée à un directeur général adjoint nommé par le Gouvernement.

*

* *

II. — Prévisions des dépenses.

A. — DÉPENSES DE FONCTIONNEMENT

Les prévisions de dépenses de fonctionnement de l'Office pour 1970 sont présentées pour la première fois dans un cadre fonctionnel faisant apparaître les objectifs physiques correspondants.

Parmi les modifications affectant les charges de fonctionnement, on retient un certain nombre de mesures intéressant les programmes dont les plus importantes sont :

a) Pour la télévision :

- la création de deux unités autonomes d'information ;
- la diffusion d'un film long métrage le lundi après-midi sur la 1^{re} chaîne ;

- l'accroissement de 162 heures du volume des programmes de la 2^e chaîne à compter du 1^{er} mai 1970 et l'allongement de la durée du journal ;
- l'augmentation de 5 minutes par jour des émissions régionales d'information dans les 23 centres d'actualités télévisées.

b) Pour la radiodiffusion :

- un réaménagement et une amélioration des programmes de France-Musique et France-Culture ;
- l'augmentation du nombre d'heures-fréquence diffusées sur ondes courtes à destination de l'étranger.

En ce qui concerne les moyens des services, il faut noter :

- la mise en service de nouveaux équipements dans les stations régionales, en particulier de studios de télévision ;
- la mise en service d'émetteurs radio en Nouvelle-Calédonie et à Tahiti ;
- la mise en service de :

20 émetteurs intercalaires pour la 2^e chaîne de télévision ;
300 réémetteurs ;

2 nouvelles artères hertziennes et divers équipements de diffusion.

Enfin l'Office a prévu sous la rubrique « Opérations exceptionnelles » sa participation à l'exposition universelle d'Osaka qui se tiendra du 15 mars au 15 septembre 1970.

B. — OPÉRATIONS D'ÉQUIPEMENT

Elles comprennent des autorisations de programme pour un montant total de 824,24 millions se décomposant comme suit :

(En millions
de francs.)

— engagements pris sur autorisations de programme antérieures et qui n'auront pas fait l'objet de paiement au 31 décembre 1969.....	310,51
— autorisations de programme disponibles au 31 décembre 1969.....	253,41
— autorisations de programme nouvelles prévues au budget de 1970	260,50

Les crédits de paiement correspondants sont à concurrence de :

- 256,66 millions, inscrits au budget de 1970 ;
- 567,76 millions, reportés sur l'exercice 1971 et au-delà.

Interrogée sur les perspectives d'équipement de l'Office pour 1970-1975, la Direction générale a fait la réponse suivante :

« Les perspectives d'équipement pour 1970-1975 répondent à trois sortes d'objectifs :

« — la poursuite des actions engagées avant 1970 dans le cadre des décisions d'investissement prises pendant le V^e Plan ;

« — l'accroissement des opérations de renouvellement et de modernisation du matériel existant ;

« — l'engagement d'actions nouvelles correspondant aux objectifs d'expansion de l'Office.

« Sans préjuger du contenu du programme détaillé de développement actuellement en cours d'étude, il est possible de donner les indications générales et les ordres de grandeur suivants :

« a) *Les actions déjà engagées*, susceptibles d'être terminées dans un délai variant de deux à six ans concernent principalement :

« — l'achèvement du deuxième réseau télévision : la couverture complète du territoire en émetteurs principaux et intercalaires devra normalement être atteinte en 1972 ;

« — la poursuite des équipements complémentaires de l'ensemble des réseaux (liaisons hertziennes, réémetteurs pour les réseaux télévision, émetteurs pour les réseaux M. F. de radio-diffusion sonore) ;

« — l'achèvement des équipements prévus en matière de production nationale télévision (moyens de prises de vue et d'enregistrement, transformation du matériel noir et blanc en matière de couleur) ;

« — l'amélioration des équipements des stations régionales.

« Ces actions ont simplement pour objet d'améliorer la densité et la qualité de l'outil existant de production et de diffusion, sans pour autant doter l'Office de moyens importants d'expansion.

« Elles représentent une charge financière de l'ordre de 850 millions de francs pour les réseaux de diffusion.

« b) *Les opérations de renouvellement et de modernisation des équipements existants* sont liées à l'usure normale sinon à l'obsolescence d'un matériel en usage depuis de longues années. Ces opérations devront se développer largement. Elles représentent une charge financière globale de l'ordre de 500 millions de francs pour les six années de 1970-1975. La charge annuelle de l'ordre de 50 millions de francs, en 1970 devant s'accroître sensiblement pour atteindre 100 millions de francs en 1974.

« c) *L'engagement d'actions nouvelles* :

« Ces actions correspondent aux objectifs d'expansion de l'Office, proposés au Gouvernement :

« — en matière *immobilière* il est indispensable, indépendamment de tout accroissement éventuel de production, de doter l'Office d'ensembles immobiliers fonctionnels destinés à remplacer des implantations insuffisantes, inadaptées aux besoins et, dans une large mesure, responsables d'un certain « désordre » de fonctionnement, notamment en ce qui concerne les services de la Télévision et un centre annexe à Bry-sur-Marne ;

« — en matière de *télévision nationale*, une troisième chaîne de programmes suppose la réalisation d'un troisième réseau de diffusion à couverture nationale. Ce réseau aurait une contexture identique à celle du deuxième réseau 625 lignes, noir et blanc-couleur. Il pourrait, compte tenu des possibilités de l'industrie, être mis en place en cinq ans ;

« — en matière *d'action régionale*, il semble souhaitable de promouvoir un développement progressif d'émissions régionales et interrégionales, produites au niveau des régions, et spécialement des métropoles d'équilibre.

« Ce développement suppose une augmentation des moyens régionaux de production et des ensembles immobiliers de support.

« — en matière *d'action extérieure*, la principale opération consisterait à améliorer considérablement l'audience des ondes courtes de l'O. R. T. F. grâce à la création de trois centres émet-

teurs de grande puissance : Guyane, Djibouti et Nouvelle-Calédonie. Ces centres permettraient de très bonnes dessertes dans de larges zones africaines, américaines ou asiatiques.

« Il n'est pas encore possible de donner l'évaluation chiffrée de toutes ces opérations, dont le contenu peut avoir plus ou moins d'ampleur et le rythme de réalisation être plus ou moins rapide, selon les décisions de portée politique qui seront prises. »

TROISIEME PARTIE

PROBLEMES ACTUELS

I. — Réforme intervenue dans le domaine financier, comptable et administratif de l'Office.

Deux textes relatifs au régime financier de l'O. R. T. F. et aux conditions d'exercice de la tutelle financière, sont parus à la fin de l'année 1968 : le décret n° 68-1235 du 26 décembre sur le régime financier et comptable et l'arrêté du 30 décembre du Ministre de l'Economie et des Finances, qui définit de nouvelles modalités d'exercice du contrôle économique et financier de l'Etat sur l'Office dont le régime en vigueur remontait à un arrêté du 31 juillet 1964.

1° *Règlement financier et comptable.*

Le règlement financier et comptable de l'Office fait maintenant l'objet de trois textes :

a) Le décret n° 64-737 du 22 juillet 1964 relatif au régime financier et comptable de l'O. R. T. F., qui ne comporte que les seules dispositions retenues par le Conseil d'Etat comme étant de sa compétence ;

b) Le décret n° 68-1235 du 26 décembre 1968 pris pour l'application du décret précédent ;

c) Enfin, lorsque les dispositions des décrets précédents ne sont pas déroatoires aux siennes, le décret n° 62-1587 du 29 décembre 1962 portant règlement général sur la comptabilité publique (partie concernant les établissements publics à caractère industriel et commercial, art. 191 à 225).

Les dispositions les plus importantes du décret n° 68-1235 du 26 décembre 1968 concernent essentiellement :

Section I du texte. — L'élaboration et l'approbation de l'état de prévision des recettes et des dépenses. Le nouveau décret codifie et confirme les procédures en vigueur, et arrête les dates de dépôt et de transmission.

Section II du texte. — La comptabilité : les quelques règles édictées dérogent, sur des points de détail seulement, au règlement général sur la comptabilité publique, qui reste applicable à l'Office pour l'essentiel.

Section III du texte. — L'institution d'un service de contrôle de gestion. Cette institution est le point le plus important du décret de 1968. Le service de contrôle de gestion est chargé d'exercer un contrôle de gestion de l'Office *a priori* ou *a posteriori*, tant sur l'opportunité que sur la régularité. Il doit étudier le fonctionnement de l'Office et les améliorations qui pourraient être apportées à ce fonctionnement. Les modalités pratiques de mise en place de ce service sont en cours d'élaboration.

Section IV du texte. — Dispositions diverses. Une disposition importante prévoit que les opérations de l'Office, qui au préalable ressortissaient à la Cour des Comptes, seront dorénavant soumises au contrôle de la Commission de vérification des comptes des entreprises publiques.

2° *Le contrôle économique et financier de l'Etat.*

L'arrêté du 30 décembre 1968 contient des innovations plus importantes. Il supprime en effet l'exercice du contrôle *a priori* sur les actes suivants :

— les actes d'engagements afférents aux opérations en capital d'un montant inférieur au seuil de compétence de la Commission des marchés ;

— les ordonnances concernant les opérations en capital ;

— les actes de gestion individuelle en matière de personnel. Ces dernières opérations étant très nombreuses dans un établissement qui compte plus de 12.000 agents, les dispositions de l'arrêté ont eu pour effet d'alléger et de faciliter la gestion des personnels.

Le contrôle *a priori* est maintenu pour les opérations suivantes :

— les virements de crédits de chapitre à chapitre ;

— les rattachements et reports de crédits ;

— les virements d'autorisations de programme ;

- les actes d'engagement afférents aux opérations en capital d'un montant égal ou supérieur au seuil de compétence de la Commission des marchés ;
- les actes de portée générale en matière de personnel ;
- les projets de règlement et les décisions de portée générale comportant une incidence financière ;
- les décisions de répartition de crédits.

3° Résultats de l'action du service de contrôle de gestion.

La mise en place du contrôle de gestion s'est traduite concrètement, dès le début de 1969, par la nomination d'un conseiller de gestion auprès du secrétaire général pour l'administration et la constitution d'un groupe de travail dont la première réunion s'est tenue le 15 février.

Refusant la solution qui aurait consisté à créer un service de contrôle de gestion central, la Direction a choisi de renforcer les effectifs du Service de l'Informatique et notamment son encadrement, et de doter les directions et services de correspondants chargés d'organiser les tâches administratives en liaison avec le Service de l'Informatique.

Après six mois, le bilan des actions menées par les divers services en vue de contribuer à permettre à la Direction générale d'exercer son contrôle sur la gestion peuvent être résumées ainsi :

- établissement du budget de 1970 dans une présentation fonctionnelle et en comparaison avec le budget de 1969. En tirant parti des études du Comité de planification portant sur la période de 1970-1972, les objectifs retenus pour 1970 ont été traduits en unités physiques mesurant l'emploi des moyens techniques et du personnel. L'évaluation des demandes budgétaires s'est faite notamment par la valorisation de ces unités physiques et permet ainsi de relier aux objectifs les crédits de fonctionnement nécessaires à leur réalisation ;

- présentation d'un tableau de bord mensuel portant sur le contrôle budgétaire, la trésorerie et les volumes d'émissions produites et diffusées ;

- définition des grandes lignes du système de gestion concernant les problèmes d'exploitation et de contrôle financier,

et développement d'études pour traitement sur ordinateurs de la comptabilité, de la gestion du personnel, de celle des stocks, des problèmes de planning...

— réorganisation des méthodes d'ordonnancement des factures en vue d'accélérer les délais de paiement et la tenue de la comptabilité.

Enfin, les études entreprises par le service de contrôle de gestion ont conduit à formuler, dès le début du mois d'avril, les grandes lignes du système de comptabilité analytique, notamment la méthode de calcul des prix de revient des productions et de la diffusion.

*

* *

II. — Le régime fiscal.

Le document budgétaire fait apparaître une majoration de la charge fiscale de 1969 à 1970 s'élevant à 45,6 millions de francs.

En 1969, les recettes *autres que la redevance* ont été soumises à la T. V. A. Il s'agit essentiellement de la publicité de marques et collective, des services rendus et des produits accessoires.

L'Office, par ailleurs, a régularisé sa situation pour les impôts et taxes non encore acquittés, à savoir taxe d'apprentissage et taxe sur les véhicules de tourisme des sociétés, le cas de l'impôt sur les sociétés étant encore réservé.

Pour 1970, il est envisagé d'appliquer à l'Office le régime de droit commun, ce qui, par rapport à la situation existante en 1969, impliquerait les modifications suivantes :

— la redevance serait assujettie à la T. V. A. tout en restant une taxe parafiscale ;

— l'Office paierait l'impôt sur les sociétés selon le régime de droit commun ;

— le versement au Trésor, dont la détermination donnait lieu chaque année, au moment des discussions budgétaires, à des tractations difficiles, serait supprimé.

On ne délibérera pas cette année sur ce fameux versement au Trésor qui souleva tant de protestations dans les deux Assemblées.

On se souvient de son origine qui, comme le relate la Commission sénatoriale de contrôle de l'O. R. T. F., était un des plus purs exemples des luttes courtelinesques qui opposèrent si longtemps les services des Finances et ceux de l'Information.

Son histoire remontait à 1959. Cette année, le Ministère des Finances avait dû consentir aux dispositions de l'article 10 de l'ordonnance du 10 février qui exonère l'O. R. T. F.

La situation était si exorbitante que la direction de l'O. R. T. F. décidait certaines années de se livrer à une sorte de grève de l'impôt en ne réglant qu'une partie de ce versement en 1963 et 1967.

Bien plus, en 1964, 1965 et 1966 elle refusait de payer totalement cette dette dont la Cour des Comptes avait elle-même dénoncé l'absence de fondement juridique.

Le projet de loi de finances que l'on nous propose ne fait plus état, pour la première fois, de ce versement au Trésor. Mais la solution de rechange qu'il présente n'est guère plus satisfaisante pour un esprit épris de logique.

En effet jusqu'alors l'Office, comme on l'a vu, était placé au point de vue fiscal sous le régime de l'article 10 de l'ordonnance du 4 février 1959 ainsi conçu :

« La Radiodiffusion-Télévision française n'est passible d'aucune imposition à raison des recettes procurées par la perception de la redevance, quelle qu'en soit l'affectation. »

Le texte a été confirmé par le statut de 1964.

La volonté du législateur était donc bien de soustraire la redevance à toute imposition.

Le Gouvernement dans son nouveau projet de loi de finances règle cette difficulté en modifiant l'article 10 et en soumettant la redevance à la T. V. A. malgré son caractère de taxe parafiscale, comme l'avait décrété le Conseil Constitutionnel le 11 août 1960.

L'on saute ainsi d'une incohérence à une autre : faire payer la T. V. A. sur une taxe parafiscale revient à prélever un impôt sur un impôt.

Le projet de budget pour 1970 a été établi dans l'hypothèse de l'application de la T. V. A. au taux intermédiaire de 15 % au produit de la redevance, en remplacement du versement au Trésor. Celui-ci s'élève à 91 millions de francs pour l'exercice 1969. A la demande du Ministère de l'Economie et des Finances, il est payé par quart à la fin de chaque trimestre. C'est ainsi que deux acomptes de 23 millions chacun ont été versés fin mars et fin juin, un troisième acompte de 23 millions doit normalement être versé en septembre et le reliquat de 22 millions en décembre 1969.

Les reliquats non acquittés au titre des années antérieures s'élèvent au total à 343,119 millions se décomposant ainsi :

49,303 millions au titre de 1963 ;
70,528 millions au titre de 1964 ;
76,282 millions au titre de 1965 ;
82,406 millions au titre de 1966 ;
64,600 millions au titre de 1967.

Pour le règlement de ces arriérés, une dotation en capital sera normalement inscrite au passif du bilan de l'Office au 31 décembre 1969 pour une somme de 150 millions de francs.

Cette dotation sera productrice d'intérêts à compter du 1^{er} janvier 1972 au taux appliqué aux dotations de l'espèce figurant au bilan des établissements publics de l'Etat.

*
* *

III. — **Modification du statut des personnels et des journalistes.**

Deux décrets publiés au *Journal officiel* du 18 novembre sont venus compléter le statut des personnels et des journalistes de l'Office.

Ces textes portent création de conseils paritaires spécialisés et la création d'un comité d'entreprise.

Ils définissent également l'organisation et les attributions de ces conseils et la représentation du personnel au sein de ces organismes.

Politique de l'Office en matière de personnel.

Mesures envisagées pour réduire le nombre des catégories.

D'après les déclarations de la direction générale de l'Office, l'une des conséquences d'un statut fonctionnel des personnels, tel que celui qui est appliqué à l'O. R. T. F. depuis 1960, est de faire apparaître un nombre élevé de fonctions différentes qui traduisent au demeurant la complexité de l'entreprise : fonctions techniques, administratives et de production, fonctions spécifiques de la radio ou de la télévision, de la production filmée ou de la production vidéo, de la fabrication des émissions et de leur diffusion sur le réseau, etc.

Il est certain que la coexistence de ces fonctions multiples ne va pas sans problèmes (parités de critères de recrutement, de salaires, de débouchés) et il est devenu nécessaire d'étudier une réforme dont l'une des idées directrices serait le regroupement de fonctions à l'intérieur d'une même famille ou filière professionnelle.

Le département du personnel s'est vu confier l'étude de cette réforme et sa propre organisation, récemment mise en place, s'inspire de cette idée puisqu'elle répartit la gestion des personnels par familles professionnelles entre plusieurs « groupes de gestion ».

En ce qui concerne les fonctionnaires de l'Office, qui ont conservé cette qualité après que leur ait été offerte, jusqu'au 13 septembre 1962, la possibilité d'accepter un contrat dans le cadre du nouveau statut du personnel, il est envisagé de déposer un projet de loi pour rouvrir en leur faveur le droit d'opter pour le statut du personnel.

Dans ce projet, dont le principe a été accepté par le Ministère des Finances, cette possibilité demeurerait ouverte pendant un délai de cinq années, de manière à permettre aux intéressés, le cas échéant, de n'abandonner leur qualité de fonctionnaire qu'après s'être vu confier des responsabilités supérieures, leur donnant droit à un contrat plus élevé.

Cette mesure devrait permettre, sur une période de cinq années, de résorber environ 40 % des fonctionnaires concernés. Compte tenu des départs normaux, l'effectif des fonctionnaires pourrait ainsi tomber d'ici 1974 de 1.028 (effectif actuel) à environ 500.

En ce qui concerne les musiciens des formations permanentes de l'O. R. T. F. ils étaient jusqu'à présent traités différemment selon qu'ils appartenaient à un orchestre parisien et bénéficiaient alors

d'un statut, ou à une formation régionale, et étaient alors recrutés sous contrats, sans bénéficier des avantages statutaires.

Un projet de décret qui a reçu l'approbation du Ministère des Finances permettra l'unification des régimes juridiques à compter du 1^{er} janvier 1969.

Les services régionaux des redevances comptaient jusqu'à présent un certain nombre d'agents recrutés sous contrats à durée limitée pour des tâches d'exécution, contrats dont certains ont été renouvelés à diverses reprises depuis quelques années.

Il est envisagé d'intégrer ces agents, qui remplissent des fonctions analogues à celles d'autres personnels bénéficiant du régime statutaire, sous réserve, dans certains cas, d'une vérification de leurs connaissances.

Le principe d'une indexation totale sur les augmentations de salaires des agents relevant du statut a été adopté en ce qui concerne tous les agents sous contrats spéciaux, dont les rémunérations se trouveront ainsi revalorisées aux mêmes dates et dans les mêmes proportions que celles des agents statutaires.

*

* *

IV. — La situation de l'industrie électronique en matière de récepteurs de radio et de télévision.

Du rapport d'activité de la Fédération nationale des industries électroniques pour l'année 1968 on peut retenir une reprise de la progression du chiffre d'affaires de l'industrie des récepteurs de radio et de télévision. Alors que depuis quatre ans on constatait une stagnation, l'on a pour l'année 1968 enregistré une croissance voisine de 8 %.

En revanche, l'évolution des échanges extérieurs d'après ce même rapport est extrêmement inquiétante.

Certes, pour la première fois depuis six ans, les exportations de radiorécepteurs ont enregistré un progrès ; elles ont augmenté de 9 % en valeur, tandis que les quantités livrées sur les marchés extérieurs s'élevaient à 413.746 appareils (contre 395.786 en 1967).

Mais leur croissance est sans commune mesure avec celle de nos achats à l'étranger. Ceux-ci ont progressé de 37 % en valeur et de 44 % en quantité (110 millions de francs pour plus de 1,2 million d'appareils).

Les pays de la C. E. E. sont devenus les premiers clients de l'industrie française de radiorécepteurs ; ils ont absorbé 43,5 % de nos exportations, devançant les pays de la zone franc (40 %) ; ils demeurent notre premier fournisseur (86 % de nos achats à l'étranger).

Dans le domaine des téléviseurs, les résultats des échanges extérieurs ne sont pas meilleurs : les exportations ont diminué de 30 %, alors que les importations connaissent une croissance de l'ordre de 25 %.

*
* *

V. — Régionalisation.

Comme on l'a vu au chapitre des prévisions de dépenses, la direction de l'Office se propose de promouvoir un développement progressif des émissions régionales.

Si elle doit diluer son action à travers les 23 centres d'actualités télévisées, elle dispersera ses efforts sans effet notable.

La seule politique efficace paraît être de dresser un plan de développement de ces centres, en faisant en sorte que, chaque année, les équipements et les moyens en personnel de deux ou trois centres soient portés à un niveau convenable.

Il ne sera pas sans intérêt de commencer par les centres proches de nos frontières du Nord et de l'Est en raison de leur audience à l'étranger.

*
* *

VI. — Exonérations.

Nous avons signalé au chapitre des prévisions de recettes qu'un décret du 13 juin 1969 étendait le champ des exonérations de la redevance T. V.

On ne peut que se réjouir de cette décision. Il est pourtant regrettable de laisser subsister une anomalie relative aux établissements hospitaliers et bénéficiant de l'aide sociale. Pourquoi sont-ils exonérés de la redevance radio et non pas de la redevance télévision ?

Quand on mesure l'élément de distraction, et par conséquent de soulagement, qu'apporte la télévision, on ne peut que souhaiter qu'au plus tôt les hôpitaux et établissements bénéficiant de l'aide sociale soient exemptés de la redevance correspondante.

*
* *

VII. — Publicité à la télévision.

Nous ne reviendrons pas sur les multiples discussions auxquelles a donné lieu l'introduction de la publicité à la télévision.

Les investigations auxquelles nous nous sommes livrés nous ont incité à conclure que, lancée dans des conditions véritablement improvisées, la Régie française de publicité paraît sainement gérée malgré la nature si complexe des activités de publicité.

Questionnée sur l'évolution du chiffre d'affaires de la Publicité, la direction de cet organisme nous a soumis les chiffres suivants.

*1° Evolution du chiffre d'affaires global en France
ces trois dernières années et chiffre d'affaires prévisible en 1970.*

1966	3.780 millions de francs.
1967	4.082 millions de francs.
1968	4.235 millions de francs.
1969 (évalué par l'ensemble de la profession)	5.000 millions de francs.
1970 (chiffre prévu)	5.500 millions de francs.

Evolution en pourcentage, année par année, depuis 1966 :

1967-1966	environ + 5 %.
1968-1967	environ + 5 %.
1969-1968	+ 16 %.

L'évolution entre 1968 et 1969 a été beaucoup plus élevée que les deux années précédentes et que ce qui avait été prévu par la presse.

2° *Chiffre d'affaires de la R. F. P. en 1968 et 1969, prévisions pour 1970 (publicité de marques et publicité collective).*

1968	27 millions de francs.
1969	270 millions de francs.
1970 (évaluation).....	480 millions de francs.

3° *Pourcentage sur l'augmentation du chiffre global de la publicité en France : 1969, 1970.*

1969	4,5 %.
1970 (prévisions).....	7,5 %.

Elle en conclut que l'introduction de la publicité à la télévision a joué un rôle bénéfique d'incitation en faveur des autres supports publicitaires et particulièrement des journaux.

Les dirigeants de la Presse sont moins optimistes. Ils font valoir que la première année de fonctionnement de la Régie française de publicité correspond à une époque exceptionnelle d'expansion économique.

D'ailleurs, toutes les analyses ne concluent pas de la même façon. Certains estiment qu'au contraire dans divers cas la Presse a enregistré une diminution du volume de publicité dont elle bénéficiait. Le rapporteur pour avis du budget de l'Information à l'Assemblée Nationale, M. Boinvilliers, signale même :

« Quoi qu'il en soit, une comparaison établie par l'*Echo de la presse et de la publicité* (numéro du 27 octobre 1969) entre le troisième trimestre 1968 et le troisième trimestre 1969 fait apparaître une baisse sensible du lignage publicitaire pour 15 titres : cette baisse est de 38,73 % pour les quotidiens (au mm/colonne) et de 16,75 % pour les hebdomadaires (au nombre de pages, y compris les publi-reportages). Trois titres sur les quinze recensés ont vu leur lignage augmenter : *l'Express* (+ 9,94 %), *Point de vue* (+ 1,42 %) et surtout *Valeurs actuelles* (+ 86,35 %). Il faudra sans doute attendre de nouveaux éléments pour voir si cette tendance se confirme. »

En tout cas, il serait sain que pour l'avenir soit établie une réglementation qui lierait l'augmentation du « quota » imparti à la publicité télévisée à celui de la progression des investissements publicitaires dans la Presse.

VIII. — Réforme du statut.

Après l'ordonnance de 1959, le statut de 1964, les modifications de 1968, le Gouvernement a confié à une commission le soin d'étudier une nouvelle réforme.

Cette commission est présidée par M. Lucien Paye, universitaire, ancien ministre de l'Education nationale (1961-1962) et Ambassadeur de France à Pékin de 1964 à 1969. Elle comprend huit membres : MM. Jules Antonini, secrétaire général de la S. N. C. F. ; Raymond Arasse, inspecteur général de l'Economie nationale ; François Bloch-Lainé, président du Crédit Lyonnais et ancien membre du Conseil d'administration de l'O. R. T. F. ; Christian Chavanon, actuellement président directeur général de l'Agence Havas, administrateur de la Compagnie luxembourgeoise de télévision (R. T. L.) ; Maurice Druon, de l'Académie française ; Jean Marin, président directeur général de l'Agence France-Presse depuis 1954 ; Pierre Moinot, directeur des Arts et Lettres de 1966 à 1969 ; et Mme Jeanne Picard, du Conseil économique et social.

Cette commission a déjà commencé ses travaux. Nous sommes persuadés qu'elle procédera aux plus larges consultations possibles. Nous souhaiterions même qu'elle puisse être amenée à publier un résumé synthétique des diverses auditions officielles auxquelles elle se sera livrée.

*
* *

IX. — L'objectivité de l'information.

On ne peut bien entendu que se féliciter de la création de deux unités autonomes d'information.

Le conseil d'administration vient à leur intention de publier de sages recommandations.

Comme l'a déclaré l'un des deux responsables, M. Desgraupes, dans une interview à R. T. L. : ce serait néanmoins une erreur de mesurer ce qu'on appelle l'objectivité en coefficients extrêmement précis de temps d'antenne.

Nous souhaitons vivement que cette déclaration d'intention mette un point final à de trop fâcheux procédés tendant à faire croire à l'objectivité de l'information à la télévision en se référant à des statistiques de passage à l'antenne fort discutables.

En voici un exemple : un débat s'était déroulé au Sénat le 6 avril 1969 sur une question orale de notre collègue M. Carcassonne.

Pour répondre à des accusations mettant en cause l'objectivité de l'information à l'O. R. T. F., le Secrétaire d'Etat à l'Information de l'époque dont nous n'entendons nullement mettre en cause la bonne foi personnelle, mais qui évoquait des statistiques qui lui étaient fournies, a déclaré textuellement :

Du 1^{er} janvier au 3 avril 1969, date de l'inscription à l'ordre du jour de la question orale de M. Carcassonne, en 93 jours, plus de 300 heures relevant de l'actualité télévisée ont été diffusées, dont 116 heures par 378 journaux télévisés, *Télé-midi*, *Télé-soir*, *Télé-nuit* sur la première chaîne, journal d'ouverture sur la seconde chaîne.

En gros, les membres du Gouvernement, des parlementaires ou des personnalités de la majorité ont occupé le petit écran 6 h 30 grâce à une soixantaine de passages...

Les parlementaires ou les personnalités de l'opposition syndicale ou politique ont eu à leur disposition un peu plus de 5 h 30 en une quarantaine de passages.

Surpris par cette déclaration nous avons tenu à effectuer les investigations nécessaires et nous avons demandé à l'O. R. T. F. le détail de ces chiffres.

Il nous a été fourni en ces termes :

I. — Passage des membres du Gouvernement
et des représentants de la majorité.

NOMS	DATE	HEURE	EMISSION
------	------	-------	----------

1. Membres du Gouvernement. — Premier Ministre et Ministres.

Premier Ministre.

M. Couve de Murville (excepté les conférences mensuelles).	13 janvier.	20 heures.	Télé-Soir.
	13 janvier.	19 h 40.	Télé-Soir Couleur.
	17 janvier.	13 heures.	Télé-Midi.
	23 janvier.	20 heures.	Télé-Soir.
	27 janvier.	23 heures.	Télé-Nuit.
	8 février.	13 heures.	Télé-Midi.
	8 février.	20 heures.	Télé-Soir.
	14 mars.	20 heures.	Télé-Soir.
	17 mars.	13 heures.	Télé-Midi.
	17 mars.	20 heures.	Télé-Soir.
	17 mars.	19 h 40.	Télé-Soir Couleur.
	17 mars.	23 heures.	Télé-Nuit.
	23 mars.	13 heures.	Télé-Midi.
	23 mars.	20 heures.	Télé-Soir.
23 mars.	19 h 40.	Télé-Soir Couleur.	

NOMS	DATE	HEURE	EMISSION
<i>Ministres.</i>			
M. E. Faure.....	6 janvier.	20 heures.	Télé-Soir.
	7 janvier.	20 heures.	Télé-Soir.
	11 février.	20 heures.	Télé-Soir.
	21 février.	20 heures.	Télé-Soir.
	24 mars.	21 h 10.	Face à face.
M. Debré	7 janvier.	20 heures.	Télé-Soir.
	28 janvier.	20 heures.	Télé-Soir.
	8 février.	20 heures.	Télé-Soir.
	12 février.	23 heures.	Télé-Nuit.
	3 mars.	21 h 10.	Face à la presse.
	10 mars.	20 heures.	Télé-Soir.
M. Dumas	6 février.	20 heures.	Télé-Soir.
	10 février.	20 heures.	Télé-Soir.
	11 février.	13 heures.	Télé-Midi.
M. de Lipkowski.....	31 janvier.	23 heures.	Télé-Nuit.
	8 février.	23 heures.	Télé-Nuit.
	14 février.	20 heures.	Télé-Soir.
M. Chamant	20 février.	20 heures.	Télé-Soir.
M. Schumann	9 janvier.	20 heures.	Télé-Soir.
	6 mars.	20 heures.	Télé-Soir.
	7 mars.	20 heures.	Télé-Soir.
M. Ortoli	20 janvier.	21 h 10.	Face à la presse.
	8 mars.	20 heures.	Télé-Soir.
	10 mars.	13 heures.	Télé-Midi.
	10 mars.	20 heures.	Télé-Soir.
Mlle Dienesch	5 février.	20 heures.	Télé-Soir.
	11 mars.	13 heures.	Télé-Midi.
M. Chalandon	15 mars.	13 heures.	Télé-Midi.
	15 mars.	20 heures.	Télé-Soir.
M. Comiti	16 mars.	20 heures.	Télé-Soir.
M. Boulin	17 février.	21 h 10.	Face à face.
M. Guena	29 janvier.	20 heures.	Télé-Soir.
	27 mars.	13 heures.	Télé-Midi.
	27 mars.	20 heures.	Télé-Soir.
M. Malraux	1 ^{er} avril.	20 heures.	Télé-Soir.
M. Jeanneney	28 février.	20 heures.	Télé-Soir.
	14 mars.	23 heures.	Télé-Nuit.
	17 mars.	21 h 10.	Face à la presse.
	24 mars.	20 heures.	Télé-Soir.
	24 mars.	23 heures.	Télé-Nuit.
	24 mars.	20 h 30.	Face à face.

NOMS	DATE	HEURE	EMISSION
M. Guichard	1 ^{er} mars.	20 heures.	Télé-Soir.
M. Marcellin	4 mars.	20 heures.	Télé-Soir.
M. Chirac	23 mars.	20 heures.	Télé-Soir.
M. Le Theule (excepté les comptes rendus de Conseil des Ministres).	15 mars.	20 heures.	Télé-Soir.

2. Parlementaires et personnalités de la majorité.

M. Gorse (U. D. R.)	13 janvier.	20 heures.	Télé-Soir.
M. Pompidou (U. D. R.)	16 janvier.	23 heures.	Télé-Nuit.
	13 février.	13 heures.	Télé-Midi.
M. Michelet (U. D. R.)	6 février.	20 h 20.	Panorama.
M. Rey (U. D. R.)	6 mars.	20 heures.	Télé-Soir.
M. Billecocq (U. D. R.)	10 mars.	21 h 10.	Face à l'Événement.
M. Marette (U. D. R.)	13 mars.	23 heures.	Télé-Nuit.
M. Poujade (U. D. R.)	14 mars.	23 heures.	Télé-Nuit.
	21 mars.	13 heures.	Télé-Midi.
	30 mars.	18 h 15.	Vivre en France.
M. Charbonnel (U. D. R.)	16 mars.	13 heures.	Télé-Midi.
M. Fouchet (U. D. R.)	16 mars.	20 heures.	Télé-Soir.
M. Chaban-Delmas (U. D. R.)	2 avril.	20 heures.	Télé-Soir.
M. Giscard d'Estaing (R. L.)	7 janvier.	20 heures.	Télé-Soir.
M. Clerget	10 mars.	21 h 10.	Face à l'Événement.
M. Grossmann (U. J. P.)	1 ^{er} avril.	20 heures.	Télé-Soir.
M. Runel	24 mars.	20 heures.	Télé-Soir.

II. — Passages des représentants de l'opposition et des porte-parole des organisations syndicales ou socio-professionnelles opposées à la politique gouvernementale.

NOMS	DATE	HEURE	EMISSION
------	------	-------	----------

1. — *Parlementaires et personnalités de l'opposition.*

Sénateurs.

M. Poher (Centre démocrate)	3 février.	21 h 10.	Face à la Presse.
	7 mars.	20 heures.	Télé-Soir.
	7 mars.	19 h 40.	Télé-Soir Couleur.
	2 avril.	20 heures.	Télé-Soir.
M. Monteil (Centre démocrate) ..	6 février.	20 h 20.	Panorama.
M. Lecanuet (Centre démocrate) .	13 février.	19 h 40.	Télé-Soir Couleur.
	21 mars.	13 heures.	Télé-Midi.
	23 mars.	20 heures.	Télé-Soir.
M. Pleven (P. D. M.)	6 février.	20 h 20.	Panorama.
M. Duhamel (P. D. M.)	9 mars.	20 heures.	Télé-Soir.
	24 mars.	21 h 10.	Face à Face.
	1 ^{er} avril.	20 heures.	Télé-Soir.

Députés.

M. Mollet (F. G. D. S.)	17 ^r janvier.	21 h 10.	Face à l'Événement.
M. Defferre (F. G. D. S.)	17 janvier.	21 h 10.	Face à l'Événement.
M. Mitterrand (F. G. D. S.)	17 janvier.	21 h 10.	Face à l'Événement.
	30 mars.	20 heures.	Télé-Soir.
	30 mars.	23 heures.	Télé-Nuit.
M. Billières (F. G. D. S.)	9 mars.	20 heures.	Télé-Soir.
M. Boulloche (F. G. D. S.)	24 mars.	21 h 10.	Face à Face.
M. Fajon (P. C.)	13 février.	20 heures.	Télé-Soir.
M. Waldeck-Rochet (P. C.)	16 mars.	13 heures.	Télé-Midi.

Personnalités diverses.

M. Rocard (P. S. U.)	17 janvier.	21 h 10.	Face à l'Événement.
	16 mars.	13 heures.	Télé-Midi.
M. Lombard	6 février.	20 h 20.	Panorama.
M. Dubedout	23 février.	18 h 15.	Vivre en France.
M. Tinguay du Pouet	4 mars.	19 h 40.	Télé-Soir Couleur.
	4 mars.	20 heures.	Télé-Soir.

NOMS	DATE	HEURE	EMISSION
<i>2. Porte-parole des organisations syndicales ou socio-professionnelles opposées à la politique gouvernementale.</i>			
M. de Cafarelli (F. N. S. E. A.) ...	7 janvier.	13 h 35.	Magazine agricole.
M. Negre (M. O. D. E. F.)			
M. Blondelle (Chambres d'agriculture)			
M. Simon (président des jeunes agriculteurs)	8 janvier.	20 heures.	Télé-Soir.
M. Deleau (P. M. E.)			
M. Muller (F. O.)	23 janvier.	20 h 20.	Panorama.
M. Pruvost (C. F. D. T.)			
M. Sauty (C. F. T. C.)			
M. Barrois (C. G. T.)			
M. Moynot (C. G. T.)			
M. Bergeron (F. O.)	3 février.	20 heures.	Télé-Soir.
M. Jeanson (C. F. D. T.)			
M. Teissier (C. F. T. C.)			
M. Malterre (C. G. C.)	10 février.	20 heures.	Télé-Soir.
M. Krasucki (C. G. T.)			
M. Conet (F. O.)			
M. Lucas (C. F. D. T.)			
M. Calvez (C. G. C.)			
M. Gingembre (P. M. E.)	11 février.	21 heures.	Régie 4.
M. Krasucki (C. G. T.)			
M. Frachon (C. G. T.)	13 février.	20 h 20.	Panorama.
M. Guyod (F. O.)			
M. Krasucki (C. G. T.)			
M. Bergeron (F. O.)	17 février.	21 h 10.	Face à Face.
M. Debatisse (F. N. S. E. A.)			
M. Doumeng (Inter-Agra)			
M. Lucas (C. F. D. T.)			
M. Malterre (C. G. C.)			
M. Louet (F. O.)	27 février.	20 h 20.	Panorama.
M. Moynot (C. G. T.)			
M. Gauban (P. M. E.)			
M. Séguy (C. G. T.)			
M. Descamp (C. F. D. T.)			
M. Bergeron (F. O.)	6 mars.	20 heures.	Télé-Soir.
M. Malterre (C. G. C.)			
M. Marangé (F. E. N.)			
M. Teissier (C. F. T. C.)			
M. d'Oiron (P. M. E.)	21 mars.	20 heures.	Télé-Soir.
M. Bergeron (F. O.)			

On constatera tout d'abord que dans les temps de passage des personnalités de la majorité n'ont pas été comptés les conférences mensuelles du Premier Ministre ni les comptes rendus hebdomadaires du Secrétaire d'Etat à l'Information, porte-parole du Gouvernement.

On s'étonnera plus encore de voir classer systématiquement comme organisations d'opposition des organismes aussi divers que la C. G. C., les P. M. E., la C. F. T. C., la F. N. S. E. A., les chambres d'agriculture, etc...

CONCLUSION

Pendant trop longtemps, tous les débats, les rapports, les discussions sur la radio-télévision ont porté sur son statut, son budget, son information, ses programmes, l'accomplissement de ses missions, son régime fiscal et comptable.

Il serait grand temps de poursuivre également nos réflexions à un autre niveau et de prévoir un large débat sur son avenir dans les futures techniques spatiales qui vont bouleverser les moyens de transmission et de réception. Des délais très limités nous restent encore pour nous assurer de ces techniques. Un pays qui est obligé de s'en remettre à l'un des deux « grands » du soin d'assurer le rayonnement de sa culture par les moyens audio-visuels, un pays qui renonce à la maîtrise de ses moyens de communication et d'information est un pays qui aliène son indépendance et qui démissionne.

Toute réflexion quelque peu approfondie amène inéluctablement à conclure que pour la France la seule solution est européenne.

Et pourtant, qui se soucie dans l'opinion, parfois même au niveau le plus élevé, des multiples mésaventures rencontrées depuis six ans dans les discussions internationales ?

On reste confondu quand on fait le compte des pourparlers interminables, des discussions sans fin, des pertes de temps enregistrées dans la ratification des accords, des retards dans le vote des budgets des organismes communautaires, des changements de programmes et d'objectifs, des crises, des hésitations, des modifications de règlements et de procédures.

Bien peu, dans le monde politique, s'y retrouvent dans les péripéties traversées par le C. E. C. L. E. S. - E. L. D. O., le C. E. R. S. - E. S. R. O, le C. E. T. S., le plan Symphonie, ces discussions tantôt à 7, à 12, à 18 ou à 2, sans parler des discussions au sein d'I. N. T. E. L. S. T. A. T.

Si une politique globale à long terme ne se définit pas avec nos partenaires européens dans le domaine des satellites d'application, des satellites scientifiques et des moyens de lancement, la maîtrise du ciel sera abandonnée aux Américains et aux Soviétiques.

Si l'on veut en finir avec les gaspillages de temps et d'énergie, si l'on veut, comme l'ont réussi les Etats-Unis, faire travailler librement, efficacement, sans heurts des milliers de personnes, des centaines de firmes, il faut, avant tout, un plan clair et une autorité communautaire, c'est-à-dire une autorité européenne.

Les Gouvernements, et d'abord le nôtre, auront-ils le courage de l'admettre ?

ANNEXES



ANNEXE N° 1

EVOLUTION DU NOMBRE DES COMPTES TELEVISION
ET RADIODIFFUSION DEPUIS 1960

ANNEE	TELEVISION		TOTAL	RADIODIFFUSION		TOTAL
	Métropole.	D. O. M.		Métropole.	D. O. M.	
1960	1.902.000	»	1.902.000	10.900.000	34.000	10.934.000
1961	2.555.000	»	2.555.000	10.411.000	40.000	10.451.000
1962	3.426.000	»	3.426.000	10.349.000	46.000	10.395.000
1963	4.400.000	»	4.400.000	10.151.000	49.000	10.200.000
1964	5.414.000	»	5.414.000	9.567.000	58.000	9.625.000
1965	6.489.000	4.000	6.493.000	8.937.000	66.000	9.103.000
1966	7.471.000	13.000	7.484.000	8.390.000	91.000	8.481.000
1967	8.316.000	19.000	8.335.000	6.940.000	99.000	7.039.000
1968	9.250.000	22.000	9.272.000	6.140.000	110.000	6.250.000
1969	10.144.000	31.000	10.175.000	5.585.000	115.000	5.700.000
1970	10.987.000	37.000	11.024.000	4.925.000	126.000	5.051.000

ANNEXE N° 2

NOMBRE ET NATURE DES EXONERATIONS AU 30 JUIN 1969

I. — Radio (1).

1. Critère social :			
Vieux travailleurs économiquement faibles.....	129.603		
Pensionnés vieillesse dont les revenus sont inférieurs à certains plafonds	419.246		
			<u>548.849</u>
2. Critère humanitaire :			
Aveugles	19.964		
Hôpitaux	7.219		
		<u>27.183</u>	
Mutilés de guerre de l'oreille.....	7.116		
Mutilés de guerre 100 %.....	50.836		
Mutilés de travail 100 %.....	2.482		
Invalides civils 100 %.....	28.235		
		<u>88.669</u>	
			<u>115.852</u>
3. Autres critères :			
Etablissements d'enseignement	30.748		
Corps diplomatique et consulaire.....	4.860		
Postes de service	368		
Divers	4.939		
		<u>40.915</u>	
			<u>705.616</u>

II. — Télévision (1).

1. Critère humanitaire :			
Mutilés de guerre 100 %.....	44.203		
Mutilés de travail 100 %.....	5.583		
Invalides civils 100 %.....	36.418		
		<u>86.204</u>	
2. Autres critères :			
Corps diplomatique et consulaire.....	247		
Postes de service.....	424		
Divers	170		
		<u>841</u>	
			<u>87.045</u>

(1) Non compris l'exonération accordée d'office pour les appareils détenus, en vue de la vente, par les 40.000 radio-électriciens recensés.

ANNEXE N° 3

PUBLICITE DE MARQUES

Répartition de l'antenne par secteur.

	1968			1969						
	Octobre.	Novembre.	Décembre.	Janvier.	Février.	Mars.	Avril.	Mai.	Juin.	Juillet *
Electroménager	20'45	20'	18'30	12'45	12'15	26'	20'15	20'30	12'	1'
Pourcentage	33 %	33,50 %	29,50 %	10 %	11 %	21 %	17 %	16 %	9,5 %	1 %
Alimentation	34'30	28'45	29'30	55'15	53'	49'15	40'30	43'	38'15	29'
Pourcentage	55 %	48 %	47 %	45 %	48 %	39,50 %	34 %	34 %	31 %	28,5 %
Textiles	6'45	8'30	13'	7'15	3'45	21'	17'45	13'15	4'	4'
Pourcentage	10,50 %	14 %	21 %	5 %	3 %	17 %	5 %	10,5 %	3,5 %	4 %
Equipement maison.....	»	2'30	1'30	»	1'	5'45	7'15	16'30	9'	7'30
Pourcentage	»	4 %	2 %	»	1 %	4 %	6 %	13 %	7,5 %	7 %
Produits entretien.....	»	»	»	20'	25'30	16'	20'15	13'	15'45	40'
Pourcentage	»	»	»	17 %	22,50 %	13 %	17 %	10,50 %	12 %	40 %
Cosmétiques	»	»	»	27'45	16'30	6'30	13'	20'	45'30	20'30
Pourcentage	»	»	»	22 %	14,50 %	5 %	11 %	16 %	36,5 %	19,5 %
Antenne globale.....	62'	59'45	62'30	123'	112'	124'30	119'	126'15	123'30	102'

(*) Prévisions au 23 juillet 1969.

ANNEXE N° 4

REGLEMENT DE LA PUBLICITE RADIOPHONIQUE ET TELEVISEE

CHAPITRE I^{er}

Principes.

Article 1^{er}.

L'O. R. T. F. est un service public dont les buts ont été ainsi définis par la loi du 27 juin 1964 :

« Il assure le service public national de la radiodiffusion et de la télévision en vue de satisfaire les besoins d'information, de culture, d'éducation et de distraction du public. »

Il est aussi précisé à l'article 4 de cette même loi que le Conseil d'administration de l'Office s'assure de la qualité et de la moralité des programmes.

La Régie française de publicité, société anonyme, a d'autre part pour objet, selon l'article 2 de ses statuts, d'assurer la régie de la publicité sur les antennes de l'O. R. T. F. dans le respect des intérêts fondamentaux de l'économie nationale et conformément à la mission générale dévolue à l'O. R. T. F.

Les dispositions du présent règlement doivent être interprétées en tenant compte de ces principes et peuvent être modifiées à tout moment selon les exigences du service public.

Article 2.

Le présent règlement a pour objet de déterminer les principes régissant la publicité radiophonique et télévisée et de protéger les intérêts du public, en informant les annonceurs de façon aussi complète que possible des règles fondamentales de moralité et de véracité auxquelles ils doivent se conformer.

Article 3.

Les émissions publicitaires doivent autant que possible présenter un intérêt artistique, documentaire ou éducatif, assurer l'information du consommateur et correspondre à un effort d'accroissement de la qualité et de réduction des prix des produits et services. Elles doivent être exemptes de toute vulgarité ou élément de mauvais goût. Les textes doivent être rédigés en bon français.

Les productions réalisées et le matériel remis à l'Office doivent être d'une excellente qualité technique et conformes aux normes fixées par celui-ci.

Article 4.

Le fait de contracter avec la R. F. P. ne confère à l'annonceur aucun droit d'exclusivité.

La R. F. P. répartit les émissions en fonction des temps de diffusion mis à sa disposition par l'O. R. T. F.

D'autre part, le respect des dispositions des chapitres II et III du présent règlement n'implique pour la R. F. P. aucune obligation de contracter ou d'agréer les émissions proposées.

CHAPITRE II

Règles générales.

Article 5.

Le contenu des émissions publicitaires ne doit contrevenir à aucune disposition législative ou réglementaire ou aux usages loyaux et constants ; il doit tenir compte du très large auditoire que ces émissions peuvent toucher.

La publicité de marques est réservée aux produits et services. Ne sont pas considérées comme appartenant au domaine de cette publicité les productions dont le caractère de création intellectuelle ou artistique est prédominant, telles que : spectacles, concerts, films, disques, livres, publications périodiques, journaux, auxquels l'O. R. T. F. consacre dans ses programmes un effort de promotion culturelle.

La publicité doit être loyale, véridique et décente.

Article 6.

Les émissions ne doivent contenir aucun élément, aucune allusion de nature à choquer les convictions morales, religieuses, philosophiques ou politiques de l'auditoire.

Les scènes de violence, celles qui peuvent provoquer la peur doivent être exclues, comme celles qui pourraient encourager directement ou de façon détournée les abus, imprudences ou négligences.

Article 7.

Il ne peut être fait appel à la charité publique dans une émission publicitaire. D'une manière générale, les appels aux envois de fonds sont interdits. Cette interdiction ne vise ni les ventes par correspondance mentionnées à l'article 18 ci-dessous, ni les envois de brochures ou de documentation autorisés à titre exceptionnel.

Article 8.

Tout propos, tout argument, toute allusion de nature à porter atteinte au crédit de l'Etat sont interdits.

Article 9.

La publicité doit être conçue de manière à ne pas abuser de la confiance ou exploiter le manque d'expérience ou de connaissances des consommateurs.

Toute présentation qui ferait apparaître ou suggérerait des qualités inexactes du produit ou service est interdite.

Les émissions publicitaires doivent être conçues et réalisées de telle sorte qu'elles ne soient pas susceptibles, directement ou indirectement, par exagération, par omission ou en raison de leur caractère ambigu, d'induire en erreur le consommateur.

Une émission publicitaire qui ne répondrait pas à ces conditions ne saurait être admise, même si des informations rétablissant la vérité devaient être fournies d'autre manière ou ultérieurement au consommateur.

Lorsqu'une émission publicitaire fait état d'un prix de vente ou d'une réduction de prix, l'annonceur doit se conformer à la réglementation en vigueur.

Les annonceurs et leurs agences doivent être prêts à produire les preuves nécessaires pour établir le bien-fondé de toute description, déclaration, attestation, illustration ou expérimentation au sujet desquelles ils seraient interrogés.

Article 10.

Les attestations et références éventuellement produites doivent être authentiques et véridiques et ne doivent pas comporter des déclarations ou une présentation visuelle ou auditive de nature à tromper le consommateur. Est prohibée l'utilisation d'attestations exagérées ou périmées.

La publicité ne doit pas contenir des références, attestations ou autres déclarations émanant d'une personne, d'une firme ou d'une institution déterminée, sans l'autorisation des intéressés ou de leurs ayants droit.

Article 11.

Les termes techniques, scientifiques, les statistiques doivent être utilisés de manière qu'aucune interprétation erronée ne puisse en résulter.

Article 12.

Les mots « garantie » ou « contrôle » et les termes analogues ne doivent être utilisés que de façon précise ; ils doivent correspondre à la réalité. Les conditions exactes de la garantie ou du contrôle, les recours ouverts à l'acheteur doivent être exposés au cours des émissions concernant les produits ou services, au moins dans leurs éléments essentiels, les précisions complémentaires éventuellement nécessaires étant fournies dans une documentation tenue à la disposition de tout demandeur.

Article 13.

Les émissions publicitaires doivent respecter les règles en vigueur en ce qui concerne la propriété littéraire, artistique et industrielle, les droits de la personne sur son image.

Article 14.

La réglementation sur l'emploi des enfants dans le spectacle doit être rigoureusement observée. Les enfants présentés dans une émission publicitaire doivent s'y conduire de façon correcte, et faire preuve de bonne éducation.

Article 15.

Une prudence toute particulière doit être observée en ce qui concerne les enfants. En effet, la puissance des moyens publicitaires de la radio et de la télévision n'est pas proportionnée à leur fragilité ; la publicité radiophonique et télévisuelle doit respecter la personnalité de l'enfant et ne pas nuire à son épanouissement.

Aucune émission ou annonce publicitaire ne doit pouvoir être la cause pour des enfants d'un dommage moral, mental ou physique ; aucune méthode de publicité radiophonique ou télévisuelle ne doit profiter de l'impressionnabilité et de la faculté de croire propres aux enfants.

En particulier aucune émission publicitaire ne doit :

— convier les enfants à des rencontres organisées à des fins publicitaires ou de les inciter à converser avec des inconnus ;

— constituer un appel laissant entendre aux enfants que s'ils n'achètent pas eux-mêmes ou n'incitent pas d'autres personnes à acheter le produit ou le service en cause, ils se déroberont à un devoir ou manqueront de loyauté envers une personne ou une organisation, que cette personne ou organisation soit ou non celle par qui l'appel est lancé ;

— inciter les enfants à penser que s'ils n'ont pas le produit qui fait l'objet de la publicité, leur santé ou leur avenir en sera affecté, ou qu'ils risquent d'être méprisés ou tournés en ridicule ;

— inciter les enfants à importuner d'autres personnes pour qu'elles achètent un produit ou un service particulier ;

— inciter les enfants à acheter des produits et services visés dans la troisième partie du présent règlement ou à recourir aux modes de vente visés aux articles 18 et 19 (notamment vente par correspondance, vente à crédit, vente avec prime, cours par correspondance).

Article 16.

Aucune émission publicitaire ne peut comporter de jeux de hasard, loteries, jeux radiophoniques ou télévisuels.

A titre exceptionnel, des autorisations peuvent être accordées pour les annonces de concours concernant les produits, marques ou services faisant l'objet des émissions publicitaires.

Les émissions publicitaires concernant la loterie nationale sont autorisées.

Article 17.

Le contenu des émissions publicitaires ne doit comporter aucune imputation ou allusion diffamatoire ou constituer une faute dommageable. Notamment, ces émissions ne peuvent comporter des comparaisons dénigrant d'autres marques, produits, services, entreprises ou organismes identifiables. Elles ne doivent pas non plus tenter de créer ou d'utiliser une confusion avec d'autres marques, produits, services, entreprises ou organismes.

L'emploi des superlatifs ou des comparatifs ne peut être admis que si ceux-ci correspondent à une vérité incontestable.

Article 18.

La publicité pour la vente de produits par correspondance ne sera admise que si l'annonceur apporte la preuve qu'il existe un stock normal des produits en question et que ceux-ci correspondent bien à la description qui en est donnée dans la publicité. Aucune publicité de ce genre comportant une adresse fictive ou incomplète ne sera acceptée.

Les délais de livraison, modalités de paiement, de reprise, de service après vente devront être clairement indiqués et dûment respectés.

Article 19.

La publicité pour la location-vente et les ventes à crédit doit être présentée de telle sorte qu'elle ne puisse prêter à aucun malentendu sur le prix total du produit ou ses conditions de vente, elle doit préciser le nombre exact et le montant des mensualités dues par l'acquéreur.

Les annonceurs doivent respecter en outre la réglementation concernant certaines formes de vente, notamment les ventes avec primes, ventes jumelées, ventes dites « à la boule de neige ».

Article 20.

Les émissions publicitaires ne doivent pas présenter, même incidemment, d'autres produits ou services que ceux pour lesquels le contrat avec l'annonceur a été conclu.

Article 21.

Une émission publicitaire ne peut faire mention d'autres émissions de l'O. R. T. F., même par allusion.

L'annonceur doit s'abstenir de toute référence directe ou indirecte à l'O. R. T. F. dans les émissions publicitaires ou à l'occasion d'autres modes de publicité, la simple annonce d'émissions publicitaires dûment autorisées par la R. F. P. restant admise. Il doit s'abstenir également de toute référence dans les émissions publicitaires à d'autres supports de publicité.

Si le thème d'une émission publicitaire est repris en tout ou en partie à l'occasion d'un autre mode de publicité, il devra être utilisé conformément à la législation en vigueur ainsi qu'aux usages d'une publicité loyale, véridique et décente.

Article 22.

Aucun appel au courrier, aucune demande de réponse quelle qu'elle soit ne peuvent être insérés dans les séquences publicitaires, sauf autorisation expresse de la R. F. P. Il en est de même pour toute distribution de brochure ou de documentation.

CHAPITRE III

Règles particulières à certains produits et services.

Article 23.

Est soumise à autorisation du Ministre des Affaires sociales toute publicité en faveur de médicaments, appareils, produits autres que les médicaments ou méthodes présentés comme ayant des propriétés diagnostiques ou curatives à l'égard des maladies humaines ou des dérèglements physiologiques, soins, établissements de soins et traitements médicaux et paramédicaux.

Une prudence particulière s'impose pour toute publicité faisant référence à un éventuel effet favorable sur la santé.

Article 24.

La publicité en faveur de prêts individuels ou placements financiers est soumise à l'autorisation du Ministre de l'Economie et des Finances.

Elle doit être particulièrement claire et précise quant aux modalités du prêt, aux valeurs proposées, aux taux d'intérêts actuels ou prévus, aux conditions d'amortissement.

Article 25.

La publicité pour les boissons alcoolisées est interdite.

Article 26.

La publicité pour le tabac, les cigares et les cigarettes est interdite.

Article 27.

La publicité pour les cours de formation professionnelle et d'enseignement par correspondance est soumise à l'autorisation du Ministre de l'Education nationale.

Les émissions publicitaires ne doivent pas comporter des promesses fallacieuses d'obtention d'emploi, de prestations sociales ou de rémunération pour ceux qui

suivent les cours. Elles ne doivent pas non plus faire mention de diplômes ou de titres non reconnus par l'Etat, ni laisser croire indûment au public que les cours sont agréés ou contrôlés par les pouvoirs publics.

Les émissions ne peuvent concerner que des établissements qui remplissent et respectent toutes les conditions exigées par la réglementation en vigueur. Afin d'éviter toute déception il convient d'indiquer clairement le niveau d'instruction nécessaire pour suivre utilement les enseignements proposés, et d'accorder dans les contrats des facilités de dénonciation qui ne soient pas trop onéreuses pour les intéressés.

Article 28.

Une prudence particulière s'impose dans la publicité pour les voyages à forfait, de manière à éviter toute déception pour l'utilisateur.

Le matériel publicitaire décrivant un voyage à forfait doit comporter des informations détaillées et exactes sur :

- l'organisme responsable du voyage ;
- les moyens et conditions de transport ;
- l'itinéraire, la durée du voyage et la durée du séjour dans chaque localité ;
- le prix total du voyage ainsi que le détail et la qualité des services compris dans ce prix (logement, repas, accompagnateur, visites guidées, excursions, porteur, pourboires).

Article 29.

Les émissions publicitaires concernant des véhicules à moteur ne doivent pas offrir ou exploiter la tentation de la vitesse pour elle-même. Les possibilités de vitesse offertes par la réserve de puissance des moteurs ne peuvent être présentées que comme un élément de sécurité.

ANNEXE N° 5

PUBLICITE DE MARQUES

Questionnaire concernant le produit.

REGIE FRANÇAISE DE PUBLICITE

Campagne 1970.

- Nom de la société.....
- Adresse du siège social.....
- Groupe (éventuellement).....
1. Désignation du produit.....
Nomenclature I. N. S. E. E.
 2. Nature du produit.....
 3. Date de lancement.....
 4. Périodes de l'année pendant lesquelles les ventes sont les plus importantes.....
 5. Pourcentage des ventes réalisées à l'étranger.....
 6. Evaluation en pourcentage des matériels importés, compris dans le prix de vente :
0 %
De 1 à 25 %
De 26 à 50 %
De 51 à 75 %
Plus de 75 %
 7. Votre budget publicitaire de 1970 est-il en augmentation par rapport à celui de 1969 ? OUI - NON - STABLE
 8. Si oui, pourcentage d'augmentation 1970-1969.....
 9. Quel pourcentage représente votre budget T.V. dans votre budget de publicité sous média ?
— 1969
— 1970
 10. Quel pourcentage représente le budget Presse dans votre budget ?
— 1969
— 1970
 11. Nom de l'agence de publicité pour ce produit.....
 12. Cette agence est-elle ducroire ? OUI - NON

ANNEXE N° 6

POLITIQUE IMMOBILIERE DE L'OFFICE

Depuis 10 ans, l'O. R. T. F. a réalisé une importante expansion artistique et technique (création de la 2^e chaîne, apparition de la télévision en couleur, augmentation sensible de la durée hebdomadaire des programmes qui est passée de 60 heures en 1963 à 93 heures en 1968, dont près de 23 heures en couleur) sans avoir été en mesure de mettre en place les moyens immobiliers correspondant à cette expansion.

Ces moyens dans la région parisienne sont devenus, dans une large mesure, soit insuffisants, soit très mal adaptés aux besoins. Si la radiodiffusion ne pose pas de problème majeur depuis son installation dans l'immeuble du 116, avenue du Président-Kennedy, les services de la télévision, en revanche, sont abrités dans des locaux mal adaptés et devenus trop exigus.

Cette situation est largement responsable de nombreuses difficultés que l'Office rencontre spécialement en matière de télévision. Les mauvaises liaisons, le manque de place, l'absence de locaux convenables, réagissent directement sur l'efficacité et sur la qualité du travail.

Aussi bien est-il essentiel de réaliser progressivement dans la région parisienne des ensembles immobiliers fonctionnels destinés à abriter les services de l'Office et spécialement ceux de la télévision et ceci, même si la production ne doit pas dépasser le volume actuel.

Plus précisément, il convient de remédier aux très graves lacunes d'une situation qui se caractérise :

- par l'insuffisance des installations des services centraux de la télévision ;
- par la très grande dispersion des différents services annexes de l'O. R. T. F.

A. — Projets intéressant les services centraux de la télévision.

En dépit de leur importance, les moyens actuels sont entièrement saturés :

- Il manque 250 bureaux pour satisfaire les besoins immédiats des services ;
- Les deux cinémathèques (cinémathèque d'actualité et cinémathèque générale) ont des surfaces réduites (respectivement 270 mètres carrés et 360 mètres carrés) absolument hors de proportion avec les exigences d'un classement rationnel et les besoins de stockage ;

- L'exploitation film (laboratoires de développement, montage, mixage) est contrainte de déborder hors des centres Lelluch et Brossolette (où il dispose de 2.825 mètres carrés dont un laboratoire de 665 mètres carrés) et de disperser ses activités à travers Paris.

Des solutions doivent être trouvées pour porter remède à une situation absolument anormale où les moyens immobiliers sont très au-dessous du niveau actuel d'activité.

La complexité des problèmes conduit à distinguer nettement :

- les solutions définitives dont le plein effet ne pourra se faire sentir qu'à moyen terme ;
- les solutions d'attente.

1. *Les solutions définitives.*

La seule solution valable consiste à regrouper en une Maison de la Télévision les services centraux, administratifs et techniques, les régies finales, les services de l'actualité télévisée. Cet ensemble fonctionnel permettra à l'O. R. T. F. de libérer définitivement les immeubles du Groupe Cognacq-Jay (Lelluch, Brossolette et Sulzer dont il est fait état plus loin) ainsi que quelques implantations éparses dans Paris (immeubles de la rue d'Amsterdam et de Courbevoie).

Une prospection est actuellement opérée pour trouver dans l'agglomération parisienne un emplacement convenable.

Il est précisé que cette liaison de la Télévision ne saurait regrouper tous les services et moyens divers de la Télévision. Le centre des Buttes-Chaumont continuera à abriter l'essentiel des services artistiques et la production vidéo-fixe. Le centre d'Issy-les-Moulineaux constituera une base technique approchée (garage, fabrication film). Mais en raison des délais nécessaires de prospection, de procédure et de construction de bâtiment, ce n'est pas avant six ans au moins, sinon avant 8 ans, qu'une Maison de la Télévision pourrait être mise en service. C'est pourquoi l'Office est contraint de trouver des solutions d'attente.

2. *Les solutions d'attente.*

a) Acquisition immeuble 19, rue Cognacq-Jay, à Paris (7^e) et opération relais location 18, avenue Matignon.

Dans sa séance du 16 mai 1968, le Comité de décentralisation a donné un avis favorable à l'acquisition de la Société Sulzer d'un immeuble sis 19, rue Cognacq-Jay, qui offre 6.000 mètres carrés de planchers pour 3.860 mètres carrés utiles. Cette acquisition a l'avantage de résoudre les besoins immédiats de la Télévision, notamment en bureaux, tout en maintenant groupé l'ensemble des services centraux, l'immeuble Sulzer étant mitoyen du centre Lelluch.

L'immeuble dont il s'agit doit être libéré dans le courant du premier semestre 1970. Compte tenu des inévitables travaux d'adaptation qui devront être réalisés, il ne pourra pas être mis à la disposition des services avant le début de l'année 1971. En attendant, l'Office a obtenu l'autorisation de procéder à une opération relais, la location d'une fraction d'immeuble sis 18, avenue Matignon représentant une surface développée de 2.700 mètres carrés pour une surface utile de 1.925 mètres carrés permettant l'installation de 60 bureaux et services annexes. Cette location sera dénoncée dès 1971.

b) Acquisition centre Brossolette.

Sur un terrain sis 156, rue de l'Université, et loué à une société, l'O. R. T. F. a construit dès 1947 un immeuble léger qui abrite une partie des services de l'Exploitation film et une cinémathèque de télévision, et qui est très insuffisante pour satisfaire les besoins de ses services.

Le bail du terrain est expiré depuis le 31 décembre 1966. La société propriétaire a refusé tout renouvellement du contrat et a engagé contre l'Office une procédure d'expulsion. Comme il est absolument impossible ni d'envisager à bref délai le transfert d'installations indispensables à la Télévision, ni de porter atteinte à la continuité du service public, l'Office a décidé de recourir à l'expropriation en se référant à une autorisation de principe exprimée en 1962 par le Comité de décentralisation.

B. — La dispersion des services annexes.

Cette dispersion est considérable.

— Le Service de la Formation professionnelle occupe un immeuble à Montrouge concédé à titre précaire par le Ministère de l'Education nationale dont la restitution est impérativement demandée, ainsi que des locaux au centre Devèze (11, rue François-I^{er}) et au centre Bourdan (place Rodin); il dispose à Maisons-Laffitte d'un studio-école (auparavant rattaché à l'O. C. O. R. A.) qui est installé dans un château dont la restitution est réclamée par le Ministère des Affaires culturelles.

— Le Service de la Recherche est installé au Centre Bourdan, dans un immeuble dont les servitudes excluent toute extension.

— Le Service des Etudes est implanté à Issy-les-Moulineaux et à Meudon.

— Les magasins de la Télévision (conservation des décors, meubles et accessoires) occupent une partie du centre René-Barthélémy (Buttes-Chaumont). L'insuffisance des installations a contraint l'Office à louer un dépôt à Aubervilliers.

— Les flottes lourdes et légères de télévision (vidéo mobile) occupent des emplacements insuffisants à Issy-les-Moulineaux et à Meudon.

A cet égard, il faut signaler que l'O. R. T. F., pour un parc qui est actuellement de l'ordre de 900 véhicules, ne dispose que d'un seul garage à Issy-les-Moulineaux d'une capacité de 355 véhicules. Ces diverses situations ont conduit l'office à envisager :

- la création d'une annexe à Bry-sur-Marne ;
- l'aménagement du centre d'Issy-les-Moulineaux.

1. *Création d'un centre annexe à Bry-sur-Marne.*

L'O. R. T. F. s'est vu réserver par le schéma directeur de la région parisienne un terrain de 34 hectares à Bry-sur-Marne (Val-de-Marne). Il envisage d'y implanter les trois services de la Formation professionnelle, de la Recherche et des Etudes.

Ces trois services ont en effet une finalité commune : ils contribuent à préparer l'avenir de l'Office : la Formation professionnelle assure la promotion des personnels, celui des Etudes la promotion du matériel, celui de la Recherche contribue à la mise en œuvre de nouvelles idées et de nouvelles techniques d'émissions.

Ces trois services ont entre eux des liens étroits et leurs dispersion actuelle nuit à leur bon fonctionnement.

Outre ces trois services « de promotion », il est envisagé de transférer à Bry-sur-Marne les flottes lourdes et légères de télévision (à l'heure actuelle 235 véhicules) et d'y construire un magasin pour la conservation des décors.

2. *Aménagement du centre d'Issy-les-Moulineaux.*

Il est envisagé d'augmenter la capacité du garage d'Issy-les-Moulineaux pour répondre, d'une part, aux besoins des services et, d'autre part, pour mettre fin au stationnement sur la voie publique d'un certain nombre de véhicules de l'Office. A cet effet, il est prévu l'acquisition d'un terrain de 2.000 mètres carrés qui jouxte les emprises du centre et sur lequel il est possible d'édifier 7.500 mètres carrés de garages et d'activités annexes.

C. — Politique immobilière dans les régions.

L'O. R. T. F. poursuit depuis longtemps une politique de large décentralisation.

a) En matière de production de programmes radio et télévision :

En effet, depuis plus de 20 ans, des directions régionales sont implantées dans les métropoles d'équilibre :

Lille, Nancy, Strasbourg, Rennes, Limoges, Lyon, Bordeaux, Toulouse, Marseille, et depuis deux ans Dijon.

Des maisons de l'O. R. T. F. ont été construites à Strasbourg, Rennes, Bordeaux, Lyon et Marseille (renforcée d'un centre de production important près de Nice mis en service en 1967).

Une maison de l'O. R. T. F. est en cours de construction à Nancy. Une autre a été lancée à Toulouse.

L'apport de la province sur les antennes à partir de ces moyens est déjà considérable. Il est destiné à s'accroître, en particulier avec certaines formes de coopération avec le Ministère des Affaires culturelles et celui de l'Education nationale.

b) En matière d'information, l'O. R. T. F. a créé pour la radiodiffusion, depuis 1962, une trentaine de centres à rayonnement local ; pour la télévision, 23 centres d'actualités télévisées (dans chacun des chefs-lieux des régions économiques).

c) En matière de perception de la redevance, l'O. R. T. F. a construit à Rennes un centre moderne très important. Ce centre, mis en service fin 1966, gère dès à présent une trentaine de départements et le rattachement progressif de la région parisienne se poursuit. A terme, il n'y aura donc à Paris que l'échelon nécessaire pour le contrôle des commerçants radio-électriciens, le règlement des affaires contentieuses et l'accueil de certaines réclamations. Par ailleurs, il est prévu de maintenir des centres déjà existants à Lille, Lyon, Strasbourg et Toulouse. Il faut en effet noter que ces centres utilisent un contingent important de personnels féminins qui, mariés pour la plupart, ne pourraient accepter leur mutation à Rennes. L'opération se traduirait finalement par une augmentation du chômage dans ces régions, d'une part, et par un grand désordre dans l'organisation et le fonctionnement des centres, d'autre part.

ANNEXE N° 7

CALENDRIER ET COUT PREVUS POUR LA CONVERSION DE LA PREMIERE CHAINE AU STANDARD 625 LIGNES

Le principe de la conversion de la première chaîne en 625 lignes est admis. Les modalités de l'opération sont à l'étude, mais certains éléments manquent encore, de telle sorte qu'il n'est pas possible actuellement de fixer la date à laquelle elle pourrait avoir lieu. Il est cependant vraisemblable qu'elle se situe entre le milieu de 1971 et le milieu de 1972.

Les modifications à prévoir aux équipements de l'Office qui se réduisent à de simples adaptations de matériel des centres de production n'entraîneront pas de dépenses importantes.

La situation est différente en ce qui concerne les usagers qui peuvent être répartis en trois catégories :

— ceux possédant des récepteurs mis en vente depuis le milieu de 1965, déjà pourvus, en vue de cette opération, d'un dispositif permettant le passage immédiat sur 625 lignes pour la première chaîne, sans aucune intervention de personnel qualifié ;

— ceux possédant des récepteurs acquis entre 1962 et 1965 équipés pour la deuxième chaîne (ou adaptables à la deuxième chaîne) pour lesquels l'intervention d'un radio-électricien sera nécessaire. Les travaux d'adaptation varieront suivant les types d'appareils et le Syndicat des constructeurs de récepteurs de radio et de télévision (S. C. A. R. T.) pense que leur coût pourrait s'échelonner, à titre simplement indicatif, de 60 à 200 F. Comme les professionnels auront à intervenir sur un nombre élevé de récepteurs, il est nécessaire qu'ils disposent d'un délai d'environ une année pour être en mesure de satisfaire leur clientèle, sans bouleversement de leur activité ;

— enfin, ceux possédant des récepteurs antérieurs à 1962, dont certains très anciens, pour lesquels la transformation sera difficile, sinon impossible.

L'Office et le S. C. A. R. T. se sont attachés à connaître aussi exactement que possible la composition du parc des récepteurs en service. A cet effet, ils ont demandé à l'I. N. S. E. E. de procéder à l'occasion d'une de ses prochaines enquêtes sur l'équipement des ménages à des sondages permettant d'évaluer avec une approximation suffisante la répartition du parc entre les trois catégories précédentes.

Ce n'est qu'après les résultats de cette enquête et après une étude en cours des aspects juridiques du problème qu'une décision pourra être prise quant à la date en cause, cette décision sera annoncée avec un préavis de l'ordre d'un an.

Dispositions spéciales.

Article 55.

Taxe sur la valeur ajoutée. Assujettissement des redevances perçues par l'Office de radiodiffusion-télévision française.

Texte proposé par le Gouvernement.

Les dispositions de l'article 10, alinéa premier, de l'ordonnance n° 59-273 du 4 février 1959 relatives à la Radiodiffusion-Télévision française sont remplacées par les suivantes :

« Le taux des redevances pour droit d'usage sur les appareils récepteurs de radiophonie et de télévision est fixé par décret pris en Conseil d'Etat. Nonobstant le caractère de taxes parafiscales de ces redevances, leur produit en principal est soumis à la taxe sur la valeur ajoutée au taux intermédiaire. »

**Texte voté
par l'Assemblée Nationale.**

I. — Les dispositions...

... au
taux intermédiaire. »

II. — L'application de la taxe sur la valeur ajoutée à la redevance ne pourra entraîner une majoration de la somme due par l'usager.

**Texte proposé
par votre Commission.**

Conforme.

« Le taux...

... au
taux intermédiaire, à l'exclusion de
tout autre imposition. »

Conforme.

Commentaires. — L'Office de radiodiffusion-télévision française est un établissement public à caractère industriel et commercial qui, dans le cadre d'une plus grande autonomie de gestion financière, doit bénéficier de la récupération de la taxe sur la valeur ajoutée grevant ses achats et ses investissements.

Nonobstant le caractère de taxes parafiscales des redevances pour droit d'usage des appareils récepteurs, il est proposé de placer l'Office sous le régime de droit commun de la T. V. A., au taux intermédiaire pour l'ensemble de ses recettes et en conséquence de l'exonérer de la taxe sur les salaires.

Par ailleurs un amendement présenté par la Commission des Finances de l'Assemblée Nationale et adopté par celle-ci dispose que le montant de la redevance versé par le détenteur d'appareil de radio et de télévision ne sera pas modifié du fait de l'assujettissement de ladite redevance à la T. V. A. Il y a lieu d'indiquer néanmoins que certains établissements (hôtels, débits de boissons...) pourront déduire de la T. V. A. dont ils sont redevables le montant de la T. V. A. inclus dans la redevance.

Votre Commission des Finances estime que les dispositions adoptées par l'Assemblée Nationale devraient être complétées ; en effet elles remplacent celles de l'article 10, alinéa 1 de l'ordonnance n° 59-273 du 4 février 1959 qui stipulaient notamment que les recettes procurées par la perception de la redevance n'étaient passibles d'aucune imposition ; or l'article voté par l'Assemblée Nationale en permettant l'assujettissement à la T. V. A. lève l'exemption générale d'imposition du produit des redevances dont bénéficiait jusqu'ici l'Office.

Un amendement est proposé en vue de permettre à l'O. R. T. F. de conserver cet avantage exception faite de l'application de la T. V. A.

Votre Commission des Finances, compte tenu des observations qui précèdent, vous demande d'adopter le présent article dans la rédaction votée par l'Assemblée Nationale, après l'avoir amendé. Elle pense qu'à l'occasion de la réunion de la Commission mixte paritaire, il sera possible de trouver une solution adaptée au problème ainsi posé.

Article 65.

Recouvrement de la redevance d'usage pour les postes récepteurs de radio et de télévision.

**Texte voté
par l'Assemblée Nationale.**

I. — Le 3° de l'article premier de l'ordonnance n° 59-273 du 4 février 1959, relative à la radiodiffusion-télévision française, est abrogé.

II. — Il est ajouté, après l'alinéa premier de l'article premier de l'ordonnance susvisée, l'alinéa suivant :

« L'Office a également qualité pour percevoir les redevances et les contreparties financières de ses prestations. »

**Texte proposé
par votre Commission.**

Supprimé.

Commentaires. — Cet article résulte d'un amendement présenté par MM. Griotteray et Krieg, députés, devant l'Assemblée Nationale et voté par celle-ci. Il tend à enlever à l'Office de radiodiffusion et de télévision française le monopole de la perception des redevances et des contreparties financières de ses prestations.

Or, dans l'esprit de ses auteurs, cette disposition doit permettre « d'effectuer une étude complète du problème posé par la perception de la redevance et d'examiner notamment si l'O. R. T. F. ne pourrait recevoir la même recette avec des méthodes de perception moins onéreuses en recourant, par exemple, aux services d'autres organismes tels que les services de l'impôt qui pourraient assurer le recouvrement pour un coût très nettement inférieur ».

Votre Commission des Finances qui a déjà, à plusieurs reprises, souligné la nécessité d'améliorer le fonctionnement des services chargés du recouvrement de la redevance estime que la disposition votée ne correspond pas au but poursuivi par les auteurs de l'amendement : en effet, ceux-ci ont demandé l'étude du problème posé par la perception de la redevance de l'O. R. T. F. mais ont proposé un

texte qui préjuge le résultat de cette étude puisque cet article prévoit que l'O. R. T. F. n'aurait plus seule la qualité, dans les territoires de la République, de percevoir les redevances ou les contreparties financées de ses prestations.

Votre Commission des Finances croit devoir demander, d'abord, à la Direction générale de l'O. R. T. F. d'entreprendre l'étude de la réforme de la perception de la redevance et se refusant à se prononcer *a priori* sur les suites de cette étude, vous demande de repousser le présent article tel qu'il a été voté par l'Assemblée Nationale.

AMENDEMENTS PRESENTES PAR LA COMMISSION

Art. 55.

Amendement : Compléter, *in fine*, ainsi qu'il suit, le deuxième alinéa de cet article :

« ... à l'exclusion de toute autre imposition ».

Art. 65.

Amendement : Supprimer cet article.