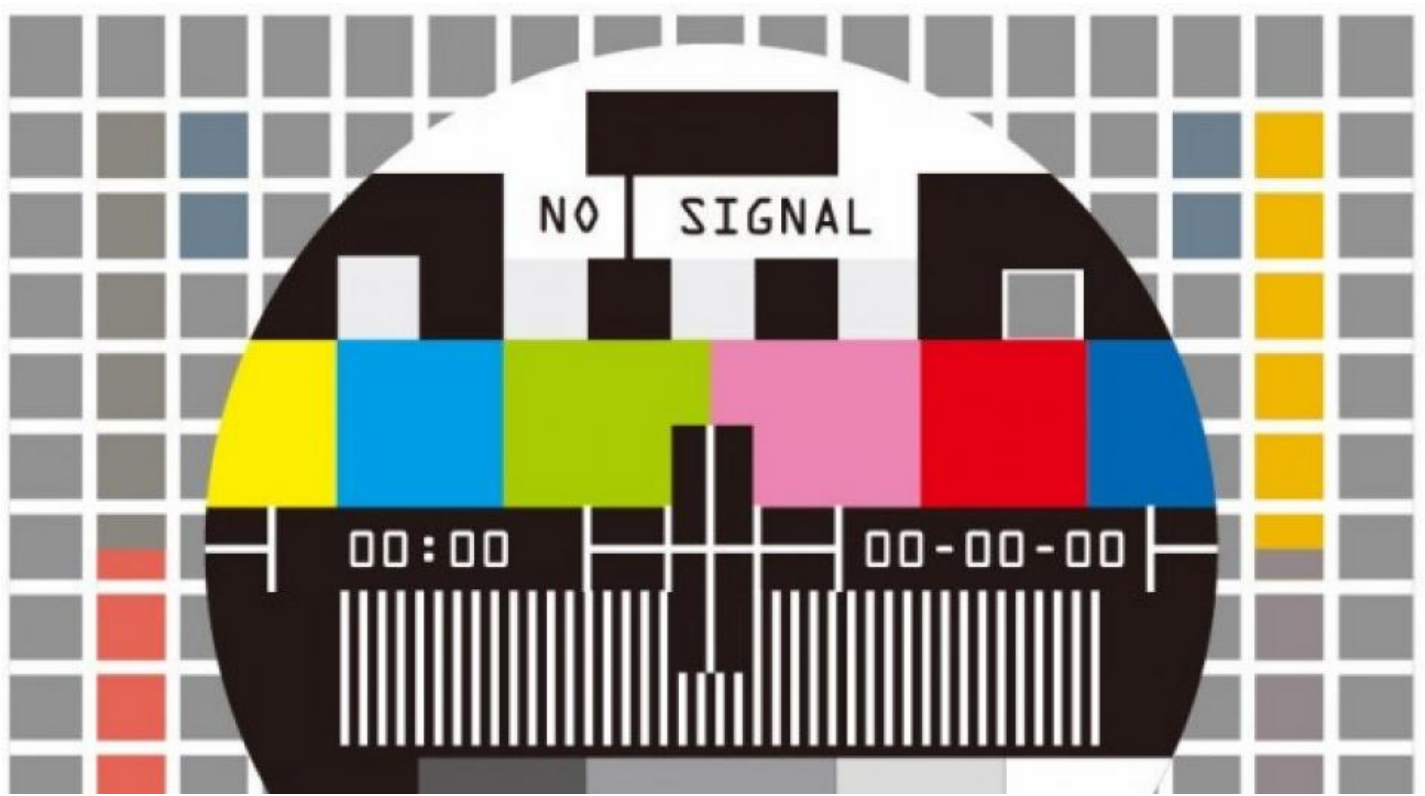


## De Radio France à France Télé : oui, il existe une mission de service public mais laquelle et à quel prix ?



Les grévistes de Radio France entendent défendre "à tout prix" le modèle de l'audiovisuel public. Celui-ci, non soumis à un principe de rentabilité absolue, permet effectivement de produire des contenus de qualité, cependant l'obligation de neutralité auquel il doit répondre est moins aisément contrôlable...

Avec Francis Guthleben
Avec Francis Balle
Avec Julia Cagé

**Atlantico : "Nous sommes riches de nos valeurs et de nos contenus. Il faut préserver à tout prix les fictions, les documentaires et les créations musicales", a déclaré Jean-Paul Quennesson, délégué syndical SUD et musicien de l'orchestre national. Partagez-vous ce constat ?**

**Julia Cagé :** Plus largement cette question touche l'ensemble de l'audiovisuel public. D'une manière ou d'une autre, toutes les grandes démocraties ont un audiovisuel public plus ou moins développé. Toutes les études ont montré que là où il était davantage développé, les citoyens étaient mieux informés. On ne peut pas prendre modèle sur les médias privés pour mieux informer les citoyens. Il est frappant de constater que l'un des rares médias auxquels les Français font encore confiance est la radio, et en particulier la radio publique. L'information de qualité est à ce prix.

**Francis Guthleben :** Je ne mets pas en cause l'intérêt d'un service public de l'audiovisuel, mais encore faut-il que ce service public remplisse deux conditions.

La première condition c'est qu'il marque de manière extrêmement forte sa différence avec les services privés de radio et de télévision. Le groupe Radio France est d'ailleurs plus rigoureux à ce titre que France Télévisions. Mais j'affirme que si à l'avenir la différence entre le public et le privé n'est pas plus nette et plus visible, la légitimité même de la redevance à l'audiovisuel public pourrait être remise en cause. Pourquoi les Français paieraient-ils pour le même service qu'ils peuvent avoir gratuitement par ailleurs ?

La deuxième condition que doit remplir le service public de l'audiovisuel c'est d'être vertueux dans sa gestion.

Il est quand même effarant de constater que depuis des décennies des rapports, notamment de l'Inspection générale des finances et

de la Cour des comptes, pointent régulièrement les dérives de Radio France et de France Télévisions, sans que la moindre sanction ne soi-prise.

Lorsque n'importe quelle entreprise est confrontée à des baisses de recettes, elle réduit les dépenses. Ce bon sens n'existe pas dans l'audiovisuel public. La masse salariale de Radio France a augmenté de 18,8 % entre 2006 et 2013, soit deux fois plus que les dépenses du budget général de l'État. Du côté de France Télévisions, le coût du point a grimpé de 38 % entre 2007 et 2013, alors qu'il baissait de 6% chez M6 et de 2% chez TF1.

## **Cette mission doit-elle se faire "à tout prix" ? Comment déterminer un équilibre ?**

**Julia Cagé** : Radio France et France Télévision coûtent un peu moins de 50 euros par personne et par an. C'est beaucoup plus qu'aux Etats-Unis, où l'audiovisuel public est très peu développé (PBS représente moins de 2% d'audience), mais beaucoup moins qu'au Royaume-Uni, où le coût par tête s'élève à presque 70 euros. Ce coût est aussi plus élevé dans d'autres pays européens comme le Danemark, la Finlande, l'Allemagne, etc. La France ne dépense pas plus, et même moins que d'autres.

Ce qui est gênant en revanche, ce sont les dépenses faites pour la rénovation de la Maison de la radio. Mais comme le contrat d'objectifs et de moyens est actuellement en négociations, on peut avoir tendance à tout confondre. Il est important de séparer les différents aspects. Pour la rénovation de la Maison de la radio, il faut qu'un audit soit mené, et il est d'ailleurs étrange qu'il n'y en ait pas encore eu. De manière induite, cela pose la question de la participation de l'Etat pour sortir de cette situation : c'est sans doute ce qui va se produire, mais cela ne pourra pas se faire sans audit derrière. Il faut que les responsabilités soient déterminées, et qu'une telle gabegie ne se reproduise pas.

Mais surtout, il faut savoir ce que nous voulons comme médias publics, et au travers de quelles formes de financements : il existe quatre manières de financer l'audiovisuel public :

- La redevance, qui a déjà été augmentée par le gouvernement, et qui ne devrait pas l'être davantage.
- L'impôt, dont une partie peut y être consacrée.
- La publicité, qui fait partie du débat aujourd'hui. Peut-être que l'interdiction de la publicité sur les radios publiques pourrait être levée, mais ce ne serait pas la solution miracle non plus, car le marché publicitaire a beaucoup baissé.
- Les recettes extérieures : lorsque la télévision vend des séries ou des concepts à l'étranger (ce que fait aussi la BBC), ou lorsque des locaux sont mis à disposition : cela fait partie du projet de Mathieu Gallet.

Il convient de se demander quelles sont les sources de financement qui affectent le moins la mission de service public de Radio France. La publicité ne peut pas être utilisée massivement ; la production de concepts grand public à revendre à l'étranger ne va pas forcément contre l'idée d'une certaine qualité ; et la location des locaux ne doit pas nuire à la mission de service public. Dans ce dernier cas, il faudrait une charte qui garantirait que la location de locaux à des fins privées ne vienne jamais empiéter sur la mission de service public. S'il se trouve que certains studios ont des taux d'occupation faibles à certaines heures, rien n'empêche d'en tirer un profit. Le Louvre fait déjà cela, sans nuire à sa mission culturelle auprès du grand public.

## **Les objectifs de qualité sont sans doute respectés, mais qu'en est-il de la pluralité des points de vue ? Le CSA a-t-il les moyens, au-delà de la simple vérification de l'équilibre dans le nombre de personnalités politiques invitées, de s'assurer que les journalistes sont toujours neutres ?**

**Francis Balle** : Il est extrêmement difficile d'en juger, car il s'agit d'une donnée très subjective : on a toujours tendance à penser que son point de vue à soi est très mal défendu par la station de radio écoutée. Une chaîne publique devrait être d'une totale pluralité, ce qui est une mission absolument impossible. La concurrence est une procédure, le pluralisme est le résultat. Une concurrence des médias non bien biaisée doit théoriquement permettre un pluralisme des opinions. Le problème se pose à l'intérieur d'un seul organe de presse, où une concurrence peut difficilement s'installer. Ce sont les règles sacrées du professionnalisme qui doivent venir compenser : la véracité des faits, la rigueur dans l'analyse et la sincérité dans l'expression des commentaires. Dans un organe de presse qui se veut indépendant de tout parti pris, on ne peut que se reposer sur ces trois piliers. On leur demande l'impossible, mais normalement les professionnels qui sont nommés au CSA devraient être capables de déterminer si dans certains cas la partialité est évidente, si la rigueur n'est pas suffisante, ou si les commentaires vont tous dans le même sens. Si un de ces cas de figure se présente, une mise en garde doit être adressée à la chaîne pour que cela ne se reproduise plus, et si rien ne change la sanction de la mise en demeure tombe : la parole est retirée à la personne qui se rend coupable. C'est la mission du CSA, mais étant compliquée, celle-ci n'est pas menée à bien dans les faits.

**Francis Guthleben** : En France nous sommes dans une position schizophrénique. L'État décide de l'argent dont va disposer l'audiovisuel public, mais n'a pas le pouvoir de nommer ou de révoquer les présidents des groupes publics. C'est François Hollande qui l'a voulu ainsi. Mais dans les faits, à travers les cordons de la bourse il a le pouvoir d'étrangler les patrons de Radio France ou de France Télévisions pour les tenir à sa main.

L'Assemblée Nationale de son côté n'a que le verbe. En octobre 2012, puis en septembre 2013, dans des rapports sur le budget, la députée socialiste Martine Martinel a fustigé tour à tour « Les efforts de gestion insuffisants de la direction de France Télévisions, l'instabilité stratégique sans précédent du groupe, des lacunes importantes », sans que cela serve à quoi que ce soit.

De son côté, le CSA qui nomme les présidents de Radio France et de France Télévisions a, en théorie aussi dans ses attributions, la possibilité de les révoquer. Cela n'est jamais arrivé. Et pour cause, le CSA dans sa courte vue aurait le sentiment de se déjuger, alors qu'il s'agit de juger sur des actes loin des minauderies des salons. Ainsi, au final, le Conseil supérieur de l'audiovisuel s'occupe-t-il d'une foule de domaines qui vont du pluralisme des campagnes électorales à la déontologie de l'information et des programmes en passant par le respect de la langue française, mais en oubliant l'essentiel : un contrôle strict de l'audiovisuel public avec en cas de manquements des sanctions.

---

[Un exemple récent : le CSA a rendu public en décembre 2014 un bilan sévère du mandat](#) de Rémy Pflimlin, mais cela n'empêche pas l'intéressé d'être candidat à sa propre succession. Et il y a fort à parier qu'il figurera dans la short-list de ceux qui seront auditionnés par le CSA.

## **Comment un organe comme la BBC fait-il pour assurer le pluralisme de ses contenus ?**

**Francis Balle** : La BBC a des gouverneurs extrêmement vigilants qui jouent le rôle que devrait jouer le CSA. Son rôle est de respecter l'équilibre entre la représentation des Travailleurs et Torries. La situation y est plus simple car le bipartisme est ancré dans le système électoral britannique et la représentation du politique est de fait plus simple à évaluer.

Les journalistes de la BBC sont parfois contestés par les journaux outre-Manche qui affichent clairement leur couleur politique et se revendiquent Conservateur ou Travilliste. Cela n'est pas le cas en France car les journaux se veulent indépendants et sans parti pris partisan. En France, subsiste une tradition de suspicion à l'endroit des journaux que ne connaissent pas les Anglo-saxons. Ils ont plus d'estime et de considération pour leurs journalistes que nous Français. Il y a, en France, un malentendu réciproque entre les journalistes, les hommes politiques et le public. Les relations triangulaires sont empreintes de soupçon permanents.

Pour ce qui est de la qualité des programmes, l'Ofcom est au Royaume-Uni l'équivalent du CSA mais existe depuis bien plus longtemps que le CSA. Et quand on parle de la qualité des programmes, il faut se poser la question de qui est légitime pour évaluer cette qualité ? Le public ? Les professionnels ? Les critiques professionnels ? Et là on franchit la barrière de la subjectivité. Sur le roman si c'est le public, son choix se portera sur Musso alors que les critiques n'ont jamais beaucoup d'égards pour Musso et Lévy...

## **L'exemple de la BBC peut-il servir dans le cas de Radio France, sur le plan de la réforme et de la gestion ?**

**Julia Cagé** : Si un plan de restructuration doit être fait, il faudrait que ce soit de manière transparente. C'est ce qu'a fait la BBC : elle a publié un rapport dès le début du plan, détaillant chaîne par chaîne et station par station le nombre d'emplois qui allaient être supprimés. Le pourcentage de journalistes et de techniciens était détaillé, tout comme les ressources propres qui allaient pouvoir être levées année par année, avec des montants. Les internautes peuvent réagir sur un site internet... Tout est fait pour que la chose se fasse dans la plus grande transparence.

A Radio France, très peu d'informations filtrent sur le bilan de l'entreprise. La masse salariale est connue, mais le détail manque entre les journalistes, les techniciens... Il est difficile de discuter de la réforme optimale sans avoir les chiffres sur la table. Vu la gestion actuelle du problème, la France aurait beaucoup à apprendre de la BBC. Le plan social de cette dernière est sans doute excessif, mais il a au moins le mérite de la transparence vis-à-vis des citoyens.