



PATRICK NUSSBAUM

Mais où va la télévision publique

En coupant de moitié la taxation des chaînes privées pour compenser la perte pour France Télévisions de ses ressources publicitaires, les amendements adoptés avant le débat parlementaire confirment les craintes qu'avaient suscitées les annonces de Nicolas Sarkozy. L'ambitieuse réforme de la télé publique qu'il avait appelée de ses vœux apparaît désormais pour ce qu'elle est : un coup politique et cynique au détriment de l'audiovisuel public.

Lorsque le 8 janvier dernier, le président Sarkozy annonça son projet de suppression de la publicité sur les chaînes de France Télévisions, il qualifia ce projet de « révolution culturelle ». À quel type de révolution pouvait-il bien penser ? À l'heure où l'ensemble des services publics subissent, sous diverses formes, les conséquences de sa politique libérale, qu'il s'agisse du projet de privatisation de La Poste, d'étranglement



À la télé publique, Nicolas Sarkozy est chez lui. Sous peu, il nommera même le directeur des chaînes.

budgetaire de l'hôpital public, de désorganisation méthodique de l'éducation nationale, de réductions drastiques du nombre des agents publics, le pire était évidemment à redouter s'agissant du sort du service public audiovisuel.

Pourtant, force est de reconnaître que la lettre de mission adressée par le président Sarkozy à la commission Copé chargée d'élaborer l'avant-projet de réforme contenait les déclarations d'intention et toute la phraséologie apparemment les plus favorables à la télévision publique : supprimer la publicité pour libérer celle-ci de la pression des annonceurs et de l'obsession des audiences, faire plus, et mieux, de service public, choisir la qualité des programmes, et faire la place la plus large à une authentique ambition culturelle.

Mais, par-delà les mots, la pseudo grande réforme de la télévision publique prenait vite la forme d'un cynique coup politique : « La gauche en a rêvé, je l'ai fait. » Cynique, car priver la télévision publique de 30 % de ses revenus n'est, évidemment, défendable qu'à condition de garantir corrélativement une compensation financière équivalente via la redevance. Or, de la manière la plus dogmatique, Sarkozy s'est opposé à l'augmentation de la redevance alors qu'elle est l'une

Si Sarkozy se considère comme le patron de la télé publique, que penser d'un tel responsable qui prive sa propre entreprise de 30 % de ses ressources au profit de ses concurrents ?

des plus faibles d'Europe : 116 euros, la moyenne européenne se situant à 161 euros.

Cynique, car les revenus publicitaires enlevés à la télévision publique sont, aussitôt, canalisés vers les télévisions privées auxquelles le projet de loi offre une deuxième coupure des œuvres audiovisuelles et cinématographiques, et, par voie de décret, une augmentation du temps de publicité de 6 minutes à 9 minutes par heure.

Cynique, car au moment même où la télévision publique est budgétairement fragilisée, le même président Sarkozy décide qu'il désignera lui-même, par décret en Conseil des ministres, le

PDG de France-Télévisions (et, dans la foulée, celui de Radio France et de l'audiovisuel extérieur), renouant avec les pires travers d'une télévision d'État soumise au politique, le projet de loi allant jusqu'à prévoir que le mandat du PDG pourrait lui être retiré avant son terme par « décret motivé ». Étatisme et affairisme, les deux faces, en quelque sorte, du Janus Sarkozy. Dès lors qu'il se considère comme le patron de la télévision publique sur le fondement de « l'État actionnaire », que faut-il pen-

ser d'un tel responsable de l'actionnariat qui prive sa propre entreprise de 30 % de ses ressources au profit de ses concurrents ?

Certes, le débat parlementaire qui a débuté en assemblée plénière, le 25 novembre, devrait permettre d'amender le texte, mais les amendements adoptés en commission présagent mal de la suite : les nouvelles taxations prévues pour suppléer les ressources publicitaires perdues, de 3 % sur la publicité des chaînes privées et de 0,9 % sur le chiffre d'affaires des opérateurs de communication électronique, ont été revues à la baisse : de moitié dans la première hypothèse !

Cela ne fait, hélas, que confirmer le caractère insuffisant et parfaitement aléatoire des financements en cause et, encore une fois, le cynisme des promoteurs d'une telle réforme précarisant l'identité et le périmètre de la télévision publique... ★



(1) Directeur de l'Institut du droit de la communication, à l'université de Toulouse. Auteur de « Vers la fin de la télévision publique ? », Éditions de l'Attribut (octobre 2008).