

Réforme de l'audiovisuel public, création de France Médias : Pour quoi faire ?

Mardi 24 septembre, le ministre de la culture a dévoilé la partie manquante de son projet de Loi sur l'audiovisuel, celle qui concerne le service public. Au cœur du projet, la création d'une société mère France Médias, chapeautant les quatre filiales France Télévisions, Radio France, France Média Monde et l'INA.

Cela n'est pas vraiment une surprise. Cela fait longtemps que l'idée était avancée dans divers rapports parlementaires. De fait, le mouvement de regroupement des entreprises publiques, émietté depuis l'éclatement de l'ORTF, était amorcé depuis des années.

D'abord à France Télévisions : création du groupe en 1992, de la holding en 2000, intégration de RFO en 2004, création de l'entreprise unique en 2009 ; mouvement poursuivi depuis par les présidences successives, jusqu'aux projets communs avec Radio France, FMM et l'INA comme Franceinfo, ou les offres numériques culture et éducation.

Officiellement, c'est le modèle de la BBC, avec son intégration, qui aurait inspiré le gouvernement. Une sorte de BBC à la française, donc, mais pour quoi faire ?

Le traumatisme de la réorganisation permanente

Quelles seront les ambitions et les missions que cette société « mère » assignera aux sociétés « filles », et avec quels moyens ? Là est la question. S'agira-t-il, à travers une réorganisation tous azimuts et moyennant une

strate supplémentaire, d'un tour de vis d'ampleur inégalée sur plusieurs années via des économies d'échelle, des mutualisations et des synergies, avec à la clé la réduction du périmètre et des missions du service public ?

On connaît bien à France Télévisions les effets mortifères de ces plans d'économies à répétition, les risques psycho-sociaux survenus lors du regroupement des fonctions supports, le traumatisme causé par la création de la rédaction unique de France Télévisions (Info 2015), la suppression du Soir 3, les conséquences de l'arrêt de France Ô ou de France 4, la centralisation de la vidéo mobile à Paris, les déménagements incessants au Siège...

Faire face aux plateformes

S'agira-t-il de travailler à la constitution d'une entreprise publique pluri-média à vocation industrielle dont la taille critique pourrait permettre de faire face à la déferlante des oligopoles américains ou chinois ?

C'est probablement l'enjeu majeur de la période face à l'irrésistible montée des plateformes comme Netflix ou Amazon, en attendant Disney +, Apple TV, d'énormes machines à exploiter le temps de cerveau humain disponible, entièrement tournées vers la captation, le contrôle et l'addiction des publics, avec des capacités financières sans précédent.

Comme le résumait de façon glaçante le PDG de Netflix : « *notre concurrent, c'est le sommeil* ». Binge watching, eye tracking,

persuasive design, algorithmes de recommandation : tout est fait pour retenir (et asservir) coûte que coûte les consommateurs.

Plus que jamais, le service public

Face à ces risques majeurs pour le lien social, la démocratie et la culture, le service public doit constituer une réponse crédible. C'est en tout cas là où se situe l'enjeu de toute réforme selon nous.

Est-ce que France Médias, qui va reconfigurer les différentes entités de l'audiovisuel public, permettra d'améliorer l'offre de programmes, partout, tout le temps, pour tous les publics et sur tous les supports ? De nourrir l'esprit critique et les intelligences ? D'informer avec objectivité ? De contribuer à la création, la fabrication et la diffusion de programmes de qualité ?

Va-t-on permettre au service public, fort de ses valeurs, d'occuper toute la place qui lui revient dans la transformation numérique et l'accompagnement des nouveaux usages ?

Dans ce cadre, la Loi prévoira-t-elle un « must carry » aux distributeurs pour le service public au nom de l'intérêt général ?

On le comprend, les besoins d'investissement sont immenses au moment où l'information n'a jamais été autant contestée et où les fake news, le complotisme et le relativisme ambiants prospèrent à coup de tweets abêtissants ...

Le nerf (manquant) de la guerre

Bien évidemment ces besoins ne pourront être satisfaits par la chasse obsessionnelle aux ETP et la réduction de la masse salariale.

Inciter les seniors à partir ne règlera en rien les besoins de formation et d'accompagne-

ment pour les salariés qui resteront en poste. Et le premier Contrat d'Objectifs et de Moyens de France Médias devrait prévoir l'obligation d'un dispositif de formation ambitieux afin d'embarquer l'ensemble des salariés dans le virage numérique.

Au-delà, la nécessité de rebâtir un modèle économique digne de ce nom n'a jamais été aussi pressante et force est de constater que la question n'est nullement abordée dans le projet du ministre de la culture. Pas un mot sur l'extension de la redevance à l'ensemble des supports de diffusion, rien sur l'évolution de la ressource publique, ni sur la maximisation des ressources commerciales (à part la publicité segmentée)....

Le seul fait marquant aura été la « petite » provocation de M. Darmanin baissant la redevance d'un euro (le prix d'une baguette de pain par an pour chaque foyer contribuable, ce qui grimpe tout de suite à 30 M€ en moins pour l'audiovisuel public déjà essoré depuis plusieurs années) qui a semblé être très modérément appréciée du côté du ministère de la culture, et qui s'ajouterait au plan d'économies drastiques prévu d'ici 2022.

Réorganiser la production

Un des axes de la Loi sera de revoir le régime de détention des droits et le rééquilibrage entre les diffuseurs et les producteurs. Le projet envisage un élargissement des quotas de production dépendante (jusque 50%), ce qui est une revendication historique de la CGT.

Il est dommage que Delphine Ernotte se soit engagée tout récemment dans un accord moins disant avec les producteurs qui limitera la capacité de production dépendante à 17,5% pour France Télévisions. La CGT continuera à revendiquer le desserrement de cet étai afin de permettre les ré-internalisation de nos émissions.

Par ailleurs les plateformes de contenus comme Netflix auront des obligations d'investissement différenciées dans la production, au même titre que les chaînes, ce qui fait aussi partie de nos revendications. A ce propos, la CGT dénonce le sous financement avéré de SALTO, la future plateforme commune FTV/TF1/M6 et les contraintes règlementaires qui lui sont imposées, face aux plateformes US à qui tout semble être donné sans compter.

Pour la CGT, cet enjeu de la détention des droits, et la capacité de coupler production déléguée et production exécutive, doit être un objectif stratégique de l'entreprise au plan éditorial, économique et social, quelle que soit son organisation.

Les régions, les Outre-mer

Si l'exigence de proximité est une nouvelle fois brandie dans les déclarations d'intention ministérielles, on n'en voit pas vraiment la concrétisation dans les projets en cours de l'entreprise. C'est pourtant l'ADN du service public que d'irriguer les territoires et d'assurer l'expression et la représentation de tous dans tous les genres de programmes. Les missions du service public en région ne sauraient se réduire à « l'info service ».

Les Outre-mer ont déjà commencé à développer une offre pluri-média en associant télévision, radio et internet. Le mouvement est moins évident en région hexagonale où existent déjà avec France 3 et France Bleu des offres spécifiques sur des territoires distincts, avec des logiques éditoriales différentes. Le « Yaka les fusionner pour faire des écono-

mies » à la sauce Bercy ne manquera pas d'achopper sur la réalité de nos implantations et de leurs histoires.

Là aussi les besoins d'investissement sont évidents pour répondre à l'ambition affichée.

Une stratégie de communication bien huilée

Il semble bien qu'en recevant les organisations syndicales avant l'annonce à la presse, le ministre ait souhaité déminer les éventuelles broncas contre son projet.

Nul doute que consigne a aussi été donnée aux patrons des différents groupes de recevoir « avec sérénité » leurs délégués syndicaux centraux de façon à poursuivre le travail de présentation, en attendant le « chat » de la patronne avec les salariés de FTV dans le courant de la semaine...

Le calendrier relativement desserré, avec un plein effet de la réforme au 1^{er} janvier 2023, semble aussi aller dans le sens d'une forme de pragmatisme. Une façon de ne pas renouveler l'expérience du tsunami sarkozien de janvier 2008 avec l'annonce sur la suppression de la publicité et la création au pas de course en mars 2009 de l'entreprise unique France Télévisions...

Trois ans s'ouvrent donc pour mener à son terme le débat qui permettra de construire ou de détruire le service public de l'audiovisuel de demain. La CGT de France Télévisions, premier syndicat du groupe public, a bien l'intention d'y prendre toute sa place.

Paris, le 30 septembre 2019