
L'AVENIR INCERTAIN DES TELEVISIONS PUBLIQUES D'EUROPE

Le cas des pays francophones



par LINA TRUDEL



L'AVENIR INCERTAIN
DES TÉLÉVISIONS PUBLIQUES
D'EUROPE

Le cas des pays francophones

par LINA TRUDEL



Institut canadien d'éducation des adultes

Fondé en 1956, l'Institut canadien d'éducation des adultes regroupe les grandes centrales québécoises et des syndicats indépendants, des institutions d'enseignement, des groupes populaires, des regroupements de formation et d'animation, des groupes de femmes et des organismes de coopération internationale ainsi que des membres individuels.

Quelques études de l'ICÉA sur les communications :

- La radiodiffusion au Canada : un service public. Octobre 1985.
- Vidéotron/Télé-Métropole : une super-concentration insoupçonnée. 1986.
- Les canaux spécialisés en français : un meilleur choix s'impose. Mai 1988.
- Le mieux c'est de *garder* Radio-Québec. Avril 1989.

Traitement de texte : Eliette Beaulieu

Coordination de la production et révision : Marie Leclerc

Graphisme et conception : Monique Chaussé

Maquette de la couverture : Monique Chaussé

Typographie et montage : Composition Solidaire inc.

Impression : Atelier québécois Offset inc.

Dépôt légal 2^e trimestre 1990

Bibliothèque nationale du Québec

Bibliothèque nationale du Canada

ISBN 2 89108 014 9

Institut canadien d'éducation des adultes

506 est, Ste-Catherine, bureau 800

Montréal, Québec H2L 2C7

(514) 842-2766

Remerciements

Nous tenons à remercier la Commission canadienne de l'UNESCO pour avoir appuyé ce projet de voyage d'études ainsi que monsieur Florian Sauvageau, coprésident du Groupe de travail sur la Politique canadienne de radiodiffusion. Nous remercions aussi l'association française Peuple et culture de nous avoir si bien accueillie et d'avoir facilité la tenue de plusieurs rencontres.

Nous voulons aussi remercier tout particulièrement les personnes qui ont bien voulu nous rencontrer et accepter de nous faire part de leur analyse de la situation de la télévision publique dans leur pays. (La liste de ces personnes se trouve en annexe)

Nous remercions notamment le ministre président de l'Exécutif de la Communauté française de Belgique, monsieur Valmy Féaux, et le sénateur Jean Clusel, sénateur de l'Allier en France et vice-président de la Commission des finances du Sénat.

Table des matières

AVANT-PROPOS	11
INTRODUCTION	15
Chapitre 1	
LE MODÈLE EUROPÉEN DE TÉLÉVISION DE SERVICE PUBLIC	19
Les principes de base	21
Les critères de démarcation avec le modèle commercial	24
La tendance au rapprochement	25
Des modes de fonctionnement différents	28
Les rapports avec l'État	28
Le financement	29
Le dérapage commercial	30
Les facteurs de changement	34
La priorité au développement de l'industrie	35
Chapitre 2	
L'ÉVOLUTION DE LA TÉLÉVISION PUBLIQUE EN FRANCE	39
Un peu d'histoire	41
L'enjeu de l'information	43
La décennie 1964 à 1974	44
L'éclatement de l'ORTF	45
La fin du monopole	47
Un exemple intéressant	49
Les grands bouleversements	51
La télévision publique en état de choc	53
Les goûts du public	55
Vers le renforcement du secteur public	57
Des signes de reprise	60
Forces et faiblesses du secteur public	62

Chapitre 3	
LA TÉLÉVISION PUBLIQUE EN BELGIQUE ET EN SUISSE	67
La télévision publique belge d'expression française	71
La radiodiffusion suisse	76
Le maintien du monopole public	76
Un fonctionnement démocratique	77
Une volonté de servir le public	79
Chapitre 4	
LES TÉLÉVISIONS PUBLIQUES DANS LE MARCHÉ EUROPÉEN	83
La reconquête de l'audiovisuel	87
Rattraper le retard technologique	87
La priorité au contenu	88
Les initiatives de la Communauté économique européenne (CEE)	89
Des risques culturels	91
Les regroupements multinationaux	93
Des contrepoids aux forces économiques	93
Une marginalisation possible du secteur public	94
CONCLUSION	97
BIBLIOGRAPHIE	101
ANNEXES	109
I - CAHIER DES MISSIONS ET DES CHARGES D'ANTENNE 2	109
II - LES <i>MASTERS</i> DE LA COMMUNICATION	
Les quatorze premières entreprises de la communication européennes	115
III - LISTE DES PERSONNES RENCONTRÉES	119

Liste des tableaux

Tableau 1

Les différents systèmes de télévision 22

Tableau 2

Audiovisuel : Part de la publicité dans les revenus 31

Tableau 3

Budget de l'audiovisuel public pour 1989 58

Tableau 4

Les grandes dates de la télévision en France 64

Tableau 5

Les sociétés et organismes de l'audiovisuel
en France 65

Tableau 6

La consommation de télévision 73

Tableau 7

La consommation de télévision dans le monde
en 1986 80

Tableau 8

Classement des chaînes européennes en 1987 86

Avant-propos

Cette étude de l'Institut canadien d'éducation des adultes (ICÉA) a été réalisée dans le cadre d'un voyage d'études effectué en Europe à l'automne 1988. Elle a pour objet l'examen de la situation de la télévision de service public en regard des transformations survenues dans le paysage audiovisuel européen.

Le vent de déréglementation et de privatisation qui déferle depuis quelques années dans le monde entier ébranle très fortement le secteur audiovisuel. Considérée dans la majorité des pays occidentaux comme un service d'intérêt public, la télévision a tendance maintenant à se structurer sur des bases essentiellement économiques, du moins en Amérique du Nord.

Ce modèle de développement semble toutefois, sous plusieurs aspects, incompatible avec le respect des missions attribuées au service public. La fonction éducative et culturelle de la télévision se trouve, en effet, mise en cause par les lois du marché et les impératifs de la rentabilité économique. La télévision tend dans ces conditions, à devenir uniquement un instrument de divertissement.

Pour un organisme voué à la promotion de l'éducation permanente et à la démocratisation de l'accès au savoir et à la culture, comme l'Institut canadien d'éducation des adultes, cette tendance représente une menace sérieuse au maintien de la qualité de la vie sociale et démocratique.

La place grandissante que la télévision occupe dans la vie des gens lui confère une influence déterminante sur les opinions et les modes de vie. Il est pour nous inconcevable que la télévision puisse être considérée comme une industrie au même titre que les autres. Le maintien et le renforcement du modèle de télévision de

service public nous apparaissent donc un enjeu social et culturel capital. Ce modèle est actuellement grandement menacé au Canada et en Amérique du Nord.

Au Canada, un vaste processus de révision de la Loi sur la radiodiffusion a été amorcé il y a cinq ans. En ce printemps 1990, la nouvelle loi n'est toujours pas adoptée. Face aux forces économiques qui déterminent actuellement les règles du jeu, l'adoption d'une politique nationale pouvant rétablir un nouvel équilibre entre l'intérêt public et les impératifs de développement économique n'est certes pas chose facile. L'évolution récente de la télévision canadienne reflète bien cette difficulté.

Bien que la Loi sur la radiodiffusion canadienne, adoptée en 1968, ait octroyé au secteur public un rôle prépondérant dans l'ensemble du système, la télévision commerciale a réussi, au fil des ans, à supplanter la télévision publique. Cette situation a suscité une très grande marginalisation de la fonction sociale, éducative et culturelle de la programmation télévisuelle.

Dans le contexte actuel de l'internationalisation de l'espace économique et de la mondialisation des marchés, il est à craindre que le modèle de télévision commerciale réussisse à s'imposer même en Europe. Ce qui contribuerait à marginaliser encore davantage la télévision publique au Canada. La plupart des pays d'Europe de l'Ouest ont mis fin ces dernières années au monopole d'État sur la télévision. L'ICÉA a donc voulu vérifier sur place si ces réformes s'inscrivent dans une démarche plus globale de remise en question du modèle de service public ou si elles s'accompagnent au contraire d'une volonté de maintenir un secteur public fort.

La tradition de la télévision de service public étant en Europe fortement implantée, il s'agissait dans un premier temps de retracer ses caractéristiques et les raisons qui justifient son existence et d'analyser les chances de survie de ce modèle.

Nous avons choisi d'analyser plus spécifiquement la situation de la télévision publique dans les pays francophones et d'accorder une place plus importante à la radiodiffusion française, compte tenu de sa position stratégique dans le monde de la francophonie. Plus qu'une simple description des changements survenus dans le paysage audiovisuel des pays francophones, cette étude tente de comprendre les raisons d'être du service public, d'identifier les principaux facteurs qui ont marqué son évolution et surtout de cerner l'impact des changements récents sur l'offre de programmation.

La recherche documentaire nous a permis, par ailleurs, de cerner les grandes caractéristiques du modèle européen de télévision de service public et d'identifier les principaux points de convergence et de divergence entre les différents systèmes.

À peine amorcée sur le terrain national, l'issue de la lutte entre le secteur public et le secteur privé risque de se jouer sur la scène européenne. Dans la dernière partie de cette étude, nous tentons donc d'analyser la place que prendront les télévisions publiques dans la constitution du marché européen de l'audiovisuel.

Cette étude a été réalisée à partir de quatre sources :

- des entrevues réalisées auprès de décideurs politiques, de dirigeants et cadres de chaînes publiques, ainsi que de chercheurs, journalistes et syndicalistes ;
- des documents officiels et de nombreuses analyses traitant de différents aspects de la radiodiffusion européenne ;
- des articles de journaux et de revues ;
- le visionnement d'émissions.

Nous espérons que cette étude contribuera à alimenter la réflexion sur le service public et apportera des pistes de solution susceptibles d'enrichir le débat sur le rôle de la radiodiffusion dans la société canadienne et ses perspectives d'avenir.

Introduction

La télévision en Europe de l'Ouest a connu en cette dernière décennie des bouleversements rapides et spectaculaires. En 1980, dans presque tous les pays européens, la télévision publique était toujours en situation de monopole. En 1989, rares sont les pays à ne pas avoir autorisé l'introduction de la télévision privée sur leur territoire. Dans certains pays comme la Suisse, les Pays-Bas, et le Danemark, la concurrence provient de chaînes privées étrangères. Alors qu'en Espagne, au Portugal et en Allemagne des législations récentes ont été adoptées afin de permettre la création de réseaux nationaux privés. La Suède et la Norvège sont parmi les seuls pays où le monopole de service public demeure toujours en vigueur. Dans ces pays *l'accroissement de la concurrence est envisagé par la création de nouvelles chaînes de service public éventuellement financée par la publicité.*¹

L'introduction de la concurrence a généralement fait l'objet d'un large consensus social. Il en va cependant tout autrement en ce qui concerne les moyens mis en œuvre pour y parvenir. Dans certains pays comme la France et l'Italie, la mise en place très rapide du processus de déréglementation et de privatisation a été fortement critiquée et même combattue.

La France est le seul pays à avoir privatisé une chaîne publique (TF1). Cette privatisation a suscité une très forte opposition car elle mettait en péril l'équilibre des forces entre le secteur public et le secteur privé. TF1 représentait non seulement la chaîne la plus importante de France, mais aussi la principale chaîne française

1. INSTITUT EUROPÉEN DE LA COMMUNICATION. **Europe 2000 : quelle télévision ?** Rapport du Groupe de prospective sur la télévision européenne, collection Media Monograph n° 11, juin 1988, p. 20.

d'Europe : c'est le réseau étranger le plus populaire en Suisse et en Belgique. En l'espace de six ans, la France est donc passée d'une situation de monopole d'État à un système mixte, dominé par le secteur privé. Ce pays compte aujourd'hui quatre chaînes privées nationales contre deux chaînes publiques. Le secteur public a donc été fortement ébranlé par ce nouvel environnement télévisuel commercial. Il a traversé une véritable crise d'identité dont il semble avoir du mal à se sortir.

En Italie, le processus de déréglementation s'est opéré de façon très anarchique. En 1981, on dénombrait 1 200 stations de télévision privée. En 1985, ce nombre avait baissé à 450. ²

Aujourd'hui, la plupart des stations privées locales se sont intégrées aux trois grands réseaux nationaux, contrôlés par le groupe Fininvest de Sylvio Berlusconi. Après une période de très grande instabilité, la télévision publique, la RAI, qui exploite trois réseaux, a retrouvé ces dernières années les faveurs du public. Les abus de la publicité à la télévision privée seraient, semble-t-il, responsables de ce retour du public à la RAI. ³

En Angleterre, l'introduction du secteur privé remonte à 1954. Les activités des deux secteurs sont, comme au Canada, encadrées par des obligations de service public. L'équilibre existant entre les deux systèmes constitue un modèle pour l'ensemble des télévisions européennes. Fait à signaler, la publicité n'est toujours pas autorisée à la télévision publique. Suite à

2. DE GOURNAY, C.; MUSSO, P., PINEAU, G. *Télévisions déchainées. La déréglementation en Italie, en Grande-Bretagne et aux États-Unis*. La documentation française, Paris, 1985, p. 92

3. INSTITUT EUROPÉEN DE LA COMMUNICATION, *Europe 2000 : Quelle télévision ?* *op. cit.*, p. 28.

l'adoption d'un nouveau projet de Loi sur la radiodiffusion, cet équilibre entre les deux secteurs risque cependant de basculer au profit du secteur privé.⁴

L'Europe assiste à un redéploiement sans précédent des stratégies de développement du secteur audiovisuel. Envahie par des contenus américains et par la technologie japonaise, la télévision est devenue, en Europe, la cible d'enjeux économiques et culturels majeurs.

Afin de rattraper leur retard technologique et de relancer l'industrie de la production, un grand nombre de pays d'Europe de l'Ouest ont misé sur l'expansion de l'industrie privée et la constitution de groupes puissants. Organisée depuis ses débuts sur une base essentiellement nationale, la télévision se restructure de plus en plus à l'échelle européenne, dans une conjoncture dominée par les grands groupes multimédias.

On peut dès lors se demander quel est le poids des missions de service public dans cette évolution. Le développement de l'industrie de l'audiovisuel n'est certes pas incompatible avec le maintien d'un secteur public fort et dynamique. Ce pari ne sera cependant pas facile à gagner compte tenu de l'importance des forces en présence.

4. **Broadcasting in the '90s : Competition, Choice and Quality.** The Government's Plans for Broadcasting Legislation, presented to Parliament by the Secretary of State for the Home Department, novembre 1988.

LE MODÈLE EUROPÉEN
DE TÉLÉVISION
DE SERVICE PUBLIC

Chapitre 1

Les principes de base

La démarcation entre la télévision publique et la télévision privée n'est pas, de nos jours, très prononcée. Ces deux systèmes ont cependant été conçus à l'origine sur des bases et selon des principes très différents. (Voir tableau 1, page 22, Les différents systèmes de télévision) Dans presque tous les pays européens, la radiodiffusion a été considérée au départ comme un service d'intérêt public. En vertu de ce statut, la mission et le fonctionnement des organismes de radiodiffusion se devaient d'être basés sur des principes essentiellement égalitaires et démocratiques. Ces grands principes peuvent se regrouper autour des objectifs suivants :

- Un service accessible à tous les citoyens ;
- qui doit répondre aux besoins diversifiés du public et satisfaire des besoins et des goûts plus minoritaires ;
- qui garantit l'expression pluraliste de points de vue et « présente les informations d'une manière objective et indépendante vis-à-vis de l'État et d'autres centres de pouvoir ou de groupes d'intérêt » ;
- qui doit promouvoir la culture nationale et l'élévation du niveau général des connaissances du public.

Afin de réaliser l'ensemble de ces objectifs, on a assigné quatre grandes fonctions à la programmation des radiodiffuseurs publics : **informer, éduquer, distraire et cultiver.** ⁵

La télévision publique européenne a donc été conçue, à l'origine, sur la base d'un projet essentiellement culturel. On y voyait un formidable moyen de démocratiser l'accès à la culture et au savoir. *À la limite,*

5. FLORENSON, P., BRUGIU, M., MARTINET, D. **Douze ans de télévision.** La documentation française, Paris, 1987, p. 31.

Tableau 1

LES DIFFÉRENTS SYSTÈMES DE TÉLÉVISION

La télévision de service public

L'activité de radiodiffusion étant reconnue d'intérêt général, les entreprises autorisées à exploiter un tel service sont soumises par le biais d'une loi et de règlements à un ensemble d'obligations sociales et culturelles (obligations de service public). La mise en œuvre de ce service, bien que principalement confiée à des entreprises publiques, peut aussi être confiée à des entreprises privées.

Le monopole de service public

Système national de radiodiffusion dans lequel l'ensemble des activités de radiodiffusion est confié à des organismes publics. Ce monopole peut couvrir trois domaines : la diffusion (*transmission des signaux*), la programmation (*choix des émissions*) et la production d'émissions.

La télévision publique

Organisme constitué par l'État mais dont la gestion est confiée à une entreprise publique autonome. Cette entreprise peut être financée entièrement ou principalement par des fonds publics. Elle a pour mission de servir l'intérêt public.

La télévision d'État

Organisme créé par l'État et dont les activités sont soumises au contrôle du pouvoir politique. Ce type d'organisme est financé entièrement par des subventions gouvernementales.

La télévision privée commerciale

Entreprise contrôlée par des intérêts privés et qui tire ses revenus essentiellement de la publicité. Le but premier de ces entreprises demeure la rentabilité économique.

Le système mixte

Système national de radiodiffusion dans lequel coexistent un secteur public et un secteur privé.

*la télévision prend la suite de l'école dans la longue histoire des outils que les hommes se donnent pour se libérer et s'éduquer.*⁶

La mission première de la télévision de service public ne consistait donc pas à répondre aux goûts immédiats du public, mais bien à favoriser le développement de ces goûts et ce dans des domaines très variés. Les radiodiffuseurs publics avaient à cette époque la conviction qu'il n'existe pas de goûts constants chez le public, mais des goûts qui évoluent avec l'âge ou selon les circonstances.

Monsieur Alasdair Milne, ex-directeur de la British Broadcasting Corporation (BBC), écrivait en 1984, dans la revue de l'Union européenne des radiodiffuseurs (UER) que *toute conception statique du goût du public est fautive et illusoire... tout individu entre, à un moment ou à un autre, dans une majorité ou une minorité donnée. Le service public ne doit pas seulement faire preuve de patience, il doit sans arrêt prendre des risques en créant de nouvelles conventions programmatiques et en exploitant de nouveaux filons... Bref, nous croyons qu'il est conforme à l'essence de la radiodiffusion publique de rendre bons les programmes populaires et populaires les bons programmes.*⁷

6. MISSIKA, Jean-Louis, WOLTON, Dominique. **La folle du logis. La télévision dans les sociétés démocratiques.** Éd. Gallimard, Paris, 1983, p. 128.

7. ALASDAIR, Milne. *L'avenir de la radiodiffusion de service public.* Revue de l'UER, Vol. XXXV, n° 5, septembre 1984.

Les critères de démarcation avec le modèle commercial

Le projet culturel et le type de rapport que les radiodiffuseurs entretiennent avec le public sont certainement parmi les principaux critères permettant de démarquer la télévision de service public de la télévision commerciale. Dans le cadre de la télévision publique, le public n'est pas considéré comme un marché de consommateurs, mais davantage comme des citoyens ayant des droits en matière d'information, de culture et d'éducation permanente.

À titre comparatif, soulignons qu'aux États-Unis, par contre, la télévision a été conçue dès le départ comme une entreprise devant obéir aux règles strictes des lois du marché et de la rentabilité économique. Il s'agissait d'offrir un produit qui devait correspondre le plus possible à la demande du public. Pour y parvenir, on a développé des méthodes d'enquêtes très sophistiquées afin de connaître les goûts du public et les indices d'écoute. C'est en fonction de ces seules données que s'élaborent les politiques de programmation. C'est pourquoi l'on qualifie ce modèle de *télévision de la demande* et la télévision de service public de *télévision de l'offre*. La télévision de la demande est axée essentiellement sur le divertissement alors que l'on a confié au système public un éventail beaucoup plus large de responsabilités.

Le système de radiodiffusion canadien ressemble, pour sa part, à la fois au modèle britannique et au système américain. Il est composé d'un secteur public et d'un secteur privé, formant tous deux un service public unique soumis aux objectifs socio-culturels prescrits par la Loi sur la radiodiffusion. La surveillance du système est assumée par un organisme autonome de régulation,

le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC). Le secteur public s'est vu confier des obligations spécifiques et la loi lui reconnaît un rôle central à l'intérieur du système. Au fil des ans, le secteur privé a pris cependant une place de plus en plus importante. Cette concurrence interne du secteur privé conjuguée avec celle des réseaux américains, accessibles sur l'ensemble du territoire canadien, a finalement obligé le secteur public à adopter une politique de programmation très fortement inspirée du modèle américain.

La tendance au rapprochement

De façon générale, force est de constater qu'au fil des ans, les télévisions publiques et privées se sont considérablement rapprochées. Quelque soit le pays, la préférence du public pour les émissions de divertissement constitue très certainement un facteur capital pouvant expliquer cette évolution. Une étude comparative réalisée pour l'Unesco en 1982, relativement à la programmation diffusée par des radiodiffuseurs privés ou publics de sept pays, révèle une assez grande uniformité dans les comportements des téléspectateurs.

La fiction représente 41,1 % des programmes diffusés au Canada et 22,1 % en France ; elle occupe, dans les deux cas, à peu près la moitié du temps d'écoute des téléspectateurs (51,4 % au Canada, 48,1 % en France). Il y a davantage d'émissions culturelles dans le temps d'antenne en Belgique (14,6 %) et en France (19,7 %) qu'en Italie (8,6 %) et au Japon (9,0 %), mais, dans le temps d'écoute, les chiffres sont très proches (Belgique : 5,4 % ; France : 6,4 % ; Italie : 4,4 %). Pour l'ensemble de l'information, il y a 12 points

d'écart entre la Belgique et le Japon dans les programmes diffusés (34,2 % et 22,0 %) ; l'écart dans la réception effective n'est plus que de 6 points (25,6 % et 18,8 %). ⁸

Cette demande marquée du public pour des émissions de divertissement, notamment en soirée, s'explique aisément : après une journée de travail les gens ressentent, en effet, le besoin de se détendre. Il n'y a rien de plus normal. La distraction n'est cependant en aucun cas synonyme d'abrutissement ; elle peut aussi susciter la réflexion et favoriser un enrichissement des connaissances et de l'imagination. La lecture d'un roman ne correspond-elle pas aussi à un besoin de divertissement et d'évasion ?

L'attitude de mépris vis-à-vis la culture de masse et la télévision de divertissement, qui caractérise trop souvent les gens dits de *savoir et de culture*, n'a certainement pas contribué au renouvellement de la télévision publique

Les chances de survie de la télévision publique dépendent beaucoup de l'effort d'imagination qu'on pourra déployer pour en arriver à concilier davantage culture et divertissement. Encore là, la BBC se présente comme l'un des modèles les plus intéressants. Les émissions d'information et les magazines d'actualité y sont conçus pour être compréhensibles et à la portée des gens. De même les dramatiques et les feuilletons se veulent aussi

8. UNESCO. **Coopération culturelle : études et expériences. Trois semaines de télévision.** Une comparaison internationale : Belgique, Bulgarie, Canada, France, Hongrie, Italie et Japon, Paris, 1982, p. 48.

très près des réalités sociales et des problèmes auxquels les gens sont réellement confrontés.⁹

De plus, le goût du public pour le divertissement n'est en aucun cas exclusif. Dans ce monde marqué par de nombreux bouleversements et de grandes mutations, les gens ressentent le besoin de comprendre ce qui change. Ils sont aussi de plus en plus en quête de points de repère et de sens. Ils souhaitent donc retrouver dans les médias des informations sur les événements qui marquent l'évolution des sociétés et des contenus capables d'alimenter leur réflexion.

Dans ces conditions, il est certain que les quatre grandes fonctions assignées à l'ensemble des télévisions de service public ont toujours leur raison d'être. Les organismes publics qui les ont délaissées seront peut-être forcés d'y revenir.

Autant les réseaux publics européens ont partagé à quelques nuances près les mêmes objectifs et poursuivi essentiellement les mêmes missions, autant ils ont divergé en ce qui concerne les moyens mis en œuvre pour réaliser ces objectifs.

9. OJALVA, Andrée. *La Grande-Bretagne et sa télévision*, dans la série *Les télévisions du monde*. Éd. INA/Champ Vallon, Paris, août 1988, 141 pages.

Des modes de fonctionnement différents

À l'origine, dans presque tous les pays européens, on a considéré que les missions assignées à la télévision de service public ne pouvaient être assumées que par un système entièrement libéré des préoccupations mercantiles. La propriété et le financement publics étaient alors perçus comme étant les seules conditions pouvant garantir le pluralisme et la liberté de communication.

Le monopole public s'étendait à la fois aux fonctions de programmation, de production et de diffusion. Ces trois formes de monopole ont aujourd'hui cessé ou sont en voie de cesser d'exister dans presque tous ces pays. Le monopole de production sera le premier ébranlé alors que celui relié à la diffusion mettra beaucoup plus de temps à être soumis à la concurrence du secteur privé.

Les rapports avec l'État

Les systèmes de télévision publique se sont surtout distingués par la nature des rapports qu'ils entretiennent avec l'État. Les différences de fonctionnement d'un pays à l'autre étaient dès l'origine très marquées. On retrouve d'un côté le modèle britannique, suisse et suédois, caractérisé par une très grande indépendance vis-à-vis le pouvoir politique. À l'autre extrême, se situe le système français. Jusqu'en 1957, la télévision avait un statut de simple *service ministériel*.¹⁰ Depuis, en France comme dans la plupart des pays, la radiodiffusion s'est affran-

10. REGOURD, Serge. *La dualité public-privé et le droit de la communication audiovisuelle*, *Revue française de droit administratif*. Éd. Sirey, revue bimestrielle, mai-juin 1987, p. 358.

chie de la tutelle de l'État. Mais c'est néanmoins dans l'Hexagone que la séparation sera la plus ardue.

De plus, dans presque tous les pays européens comme d'ailleurs au Canada, on a institué un organisme autonome de régulation de la radiodiffusion. Là encore, les approches ont beaucoup différé d'un pays à l'autre. En Angleterre et en Suisse, les obligations imposées au service public n'ont jamais été assujetties à des mécanismes de contrôle très suivis de la programmation. En France, par contre, les politiques de programmation des chaînes ont été encadrées par des cahiers des charges qui, dans le cas des télévisions publiques, sont encore aujourd'hui passablement élaborées et détaillées.

Le financement

Plus encore que la propriété, il semble que ce soit le financement qui détermine, au terme, la marge d'autonomie des radiodiffuseurs publics face au pouvoir politique et économique. En vertu du principe de cette double indépendance, le financement par la publicité a été banni au départ par tous les radiodiffuseurs publics d'Europe occidentale. Le financement provenant de subventions gouvernementales directes, comme cela se pratique au Canada, a aussi été écarté pour la même raison. On considérait alors que la télévision, pour être un instrument au service du public et non de l'État et de l'argent, se devait d'être financée par le public. La télévision publique d'Europe de l'Ouest était donc exclusivement financée, jusqu'à tout récemment, par une redevance, une taxe spéciale perçue par l'État et devant être acquittée par tous ceux et celles qui possèdent un téléviseur. Beaucoup de radiodiffuseurs publics continuent de pen-

ser que le financement publicitaire est incompatible avec *l'idéal de service public*.¹¹

C'est le cas notamment de la BBC en Grande Bretagne et de la radiodiffusion publique en Suède et au Danemark.

Bien que les contraintes reliées au financement publicitaire soient connues de tous, de nombreux radiodiffuseurs publics se sont malgré tout résignés à y recourir. Devant les pressions du marché publicitaire et face à l'augmentation astronomique des coûts de production (engendrée par l'accroissement de la concurrence), la majorité des radiodiffuseurs publics ont accepté de faire financer une partie de leurs activités par la publicité et le parrainage (commandite).¹²

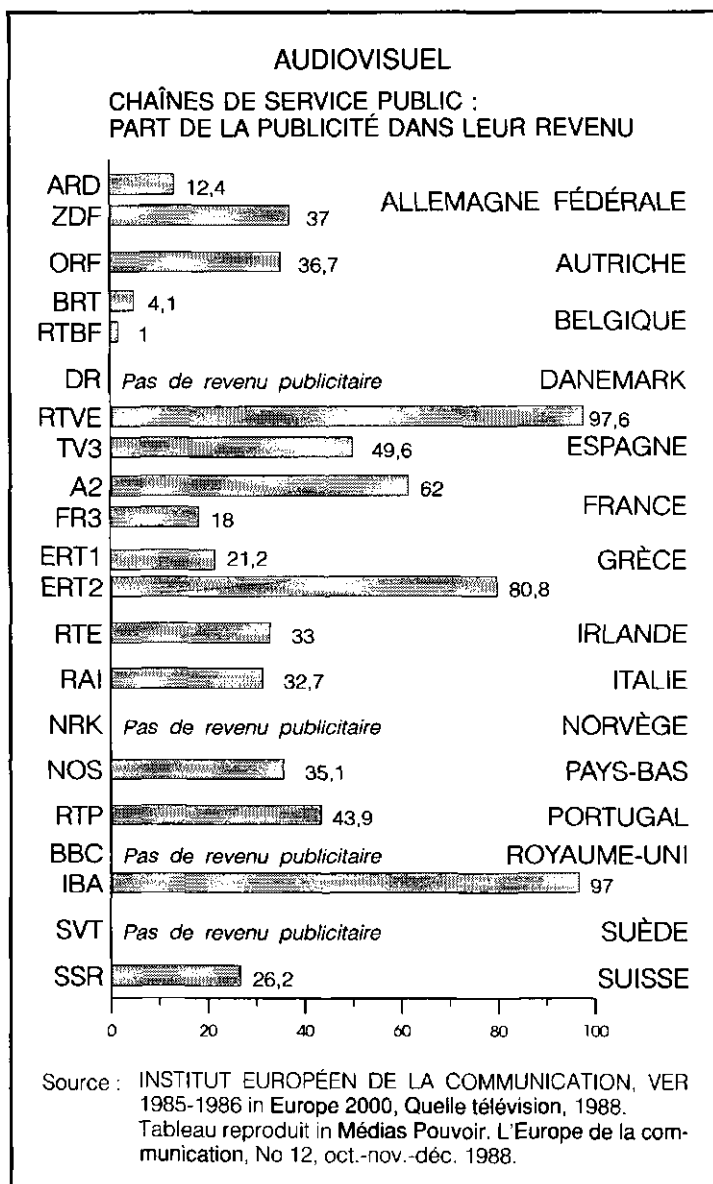
Le dérapage commercial

Il s'avère que le danger de dérapage vers le modèle commercial croît proportionnellement à la part que prend la publicité dans l'ensemble des revenus (Voir tableau 2, page 31). La principale chaîne publique en France, Antenne 2, est financée dans une proportion de 62 % par la publicité. Ce n'est donc pas un hasard s'il y a *sept fois plus d'émissions éducatives en Belgique et trente*

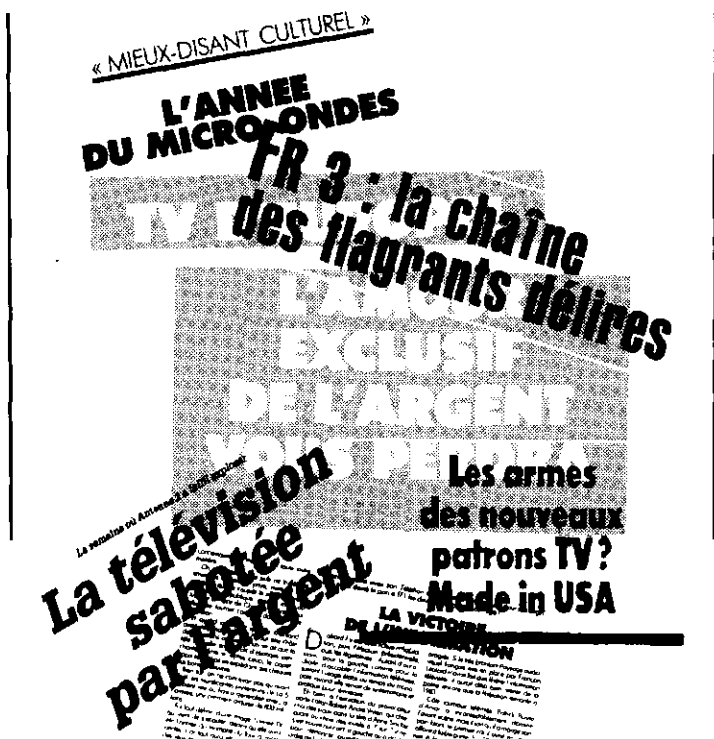
11. UNION EUROPÉENNE DE RADIODIFFUSION, *Revue de l'UER*, n° 5, *op. cit.*, p. 16.

12. COMMISSION NATIONALE DE LA COMMUNICATION ET DES LIBERTÉS. Lettre d'information. *La CNCL, la publicité et le parrainage*, 26 septembre 1988, n° 23. (Le parrainage consiste à *annoncer une contribution au financement d'une émission et à tirer de cette annonce un bénéfice en terme d'image de marque*).

Tableau 2



fois plus en Grande-Bretagne qu'en France ¹³. Dis-moi qui te finance et je te dirai qui tu es. En Europe et surtout en France, la mainmise de plus en plus grande de l'argent sur la télévision a suscité un véritable débat de société.



À propos de la publicité, madame Catherine Tasca, ministre déléguée aux communications en France, a déclaré que le poids de la publicité tire les programmes vers le plus petit commun dénominateur ¹⁴.

13. POMONTI, Jacques. Rapport sur l'éducation et la télévision cité par Max Gallo dans un article du *Monde diplomatique*, *La sarabande des médias : Théâtre du fast-food*, déc. 1989.

14. *Revue Télérama*. Paris, 17 août 1988.

Programmer des émissions sous le seul critère d'aller chercher le *maximum* d'auditoire, ce n'est évidemment pas là le sens de la mission du service public. Face à un tel détournement de finalité, les pressions s'accroissent pour que l'on redonne aux sociétés publiques de radiodiffusion les conditions pouvant leur permettre de remplir plus adéquatement leurs obligations.

Ceci dit, les problèmes liés au financement n'ont pas été le seul facteur de blocage. On a aussi beaucoup reproché aux radiodiffuseurs publics de ne pas avoir su s'adapter aux nombreux changements technologiques et aux exigences liées à la mondialisation du marché de l'audiovisuel. Ils ont plus souvent qu'autrement réagi aux changements au lieu de tenter de les prévoir et de les maîtriser. Ces changements intervenus sont principalement d'ordre politique et économique.

Les facteurs de changement

L'explosion technologique est très certainement le premier facteur ayant contribué à faire éclater le mode traditionnel d'organisation de la télévision en Europe. En effet, le développement des satellites et l'expansion de la câblodistribution modifient complètement l'environnement télévisuel. Les satellites ont permis de faire sauter les frontières nationales de diffusion et le nombre de services de télévision pouvant désormais être distribués par le câble est pratiquement illimité. Parallèlement à cette multiplication des moyens de diffusion, les chaînes ont augmenté leur temps de diffusion. Nombreux, en effet, sont les radiodiffuseurs européens à diffuser vingt-quatre heures sur vingt-quatre. La combinaison de ces deux facteurs a provoqué une demande sans précédent de *produits* audiovisuels.

Les sociétés de production publiques n'étant plus en mesure de faire face à la demande, on a donc favorisé le développement de sociétés de diffusion et de production privées. D'autant que la capacité de production des radiodiffuseurs publics s'est trouvée freinée par des problèmes reliés à un fonctionnement bureaucratique. Il est étonnant de constater le peu de productions dramatiques réalisées par les sociétés de télévisions européennes et notamment par des radiodiffuseurs français. Ce n'est certainement pas le potentiel créateur qui fait défaut. On y a pourtant recours de plus en plus aux productions américaines de fiction.

Non seulement les pays d'Europe ne sont-ils plus en mesure d'alimenter les nouveaux services de télévision en produits nationaux, mais ils ne peuvent pas non plus, et c'est surtout le cas des petits pays, exploiter et financer un aussi grand nombre de chaînes. Ils autorisent donc la diffusion de chaînes étrangères sur leur territoire. Le développement de la télévision a toujours

reposé jusqu'à maintenant sur l'existence de grands réseaux nationaux. Ce système éclate aujourd'hui en multiples réseaux de type généraliste et thématique (canaux spécialisés). Les services de télévision spécialisés dans des domaines comme le sport, la musique et l'information, se structurent quant à eux de plus en plus à l'échelle transnationale.

De plus, on assiste depuis quelque temps à une montée phénoménale des coûts de production. Cette hausse est attribuable à l'accroissement de la concurrence et aux investissements très onéreux commandés par l'implantation des nouvelles technologies. Cette inflation des coûts pose des problèmes majeurs à l'ensemble des radiodiffuseurs publics et tout particulièrement à ceux qui évoluent dans un contexte de marché national restreint. Les revenus provenant des redevances n'augmentent guère et, l'époque n'étant pas au renforcement du secteur public, ces radiodiffuseurs sont forcés d'augmenter leurs revenus publicitaires et de recourir de plus en plus à la formule des coproductions. Les résultats au plan de la qualité ne sont pas, par ailleurs, toujours des plus heureux. Sous l'effet d'entraînement de la course à l'audience, les grilles de programmation sont souvent calquées sur le modèle des télévisions commerciales.

La priorité au développement de l'industrie

La priorité, de toute évidence, ne semble pas résider dans le renforcement des missions reliées au service public, mais davantage dans l'augmentation de la capacité de production. Désormais, l'intérêt national passe par une stratégie de développement d'une industrie de production audiovisuelle capable de faire face à la concu-

rence internationale. En France, la privatisation de TF1 découle directement de cette nouvelle priorité.

Le mouvement d'internationalisation des groupes de communication, le niveau de plus en plus élevé des capitaux mis en jeu dans l'audiovisuel, la possibilité ouverte par le satellite de s'abstraire des contraintes nationales sont autant d'évolutions qui ont progressivement forgé en France un relatif consensus autour de l'idée que l'existence de groupes privés puissants était indispensable pour deux raisons majeures :

- grâce à leur envergure, ces groupes français conserveraient la maîtrise du marché national,
- grâce à leur crédibilité internationale, ils seraient capables d'attaquer les marchés étrangers.¹⁵

Si à l'origine la mission de la télévision reposait avant tout sur un projet culturel, aujourd'hui les critères qui président aux choix de son développement sont d'abord économiques. Les préoccupations culturelles et sociales sont bien sûr toujours présentes, mais elles ne font pas toujours le poids en regard des impératifs de la rentabilité économique. C'est là que se situe la plus grande menace pour l'avenir de la télévision publique.

Il n'est certes pas facile d'élaborer des politiques en matière de radiodiffusion qui tiennent compte de l'évolution technologique et qui concilient les objectifs démocratiques et culturels avec les impératifs économiques. La radiodiffusion n'est pas une industrie comme les

15. PÉRICARD, Michel. **La politique audiovisuelle extérieure de la France. Rapport au Premier ministre.** La documentation française, 1988, p. 30.

autres. Ce n'est pas un hasard si les réformes dans ce domaine font, en général, l'objet de débats passionnés. Il s'agit, en effet, d'une réalité très complexe, marquée par des antagonismes et des tensions constantes entre diverses approches et logiques ¹⁶ : entre l'intérêt public et le contrôle politique, entre la défense des cultures nationales et la libre circulation de l'information, entre les intérêts des créateurs et des artisans et l'intérêt public, entre les missions éducatives et culturelles et la télévision de divertissement. Dans certains pays, on a réussi à maintenir un équilibre entre ces différentes dimensions. Dans d'autres, l'évolution des systèmes nationaux se trouve au contraire marquée par le poids de facteurs économiques ou politiques. C'est la situation qui a prévalu en France, où les impératifs d'ordre politique ont eu une influence déterminante sur l'évolution du système de radiodiffusion.

16. GUILLOU, Bernard, PADIOLEAU, Jean-Gustave. **La régulation de la télévision**. Collection Les études de la CNCL, La documentation française, Paris, 1988, 154 pages.

L'ÉVOLUTION DE LA
TÉLÉVISION PUBLIQUE
EN FRANCE

Chapitre 2

Un peu d'histoire

La radiodiffusion française occupe dans le monde de la francophonie une position très stratégique. L'évolution de la télévision publique dans ce pays est ainsi d'importance capitale, non seulement pour l'avenir de la télévision publique dans les pays francophones d'Europe, mais aussi pour celle de la francophonie toute entière. L'examen des différentes phases de cette évolution, des restructurations effectuées et de leur impact, démontre l'ampleur et la rapidité des changements survenus ainsi que les raisons qui les ont motivés. (Voir tableau 4, page 64, Les Grandes dates de la télévision en France)

Le système français de radiodiffusion a connu depuis 1959 sept réformes importantes. Il détient à ce chapitre un record mondial. Toutes ces réformes sont autant de tentatives pour résoudre, d'abord et avant tout, l'épineux problème de l'autonomie de la radiotélévision à l'égard du pouvoir politique.

En 1959, la radiodiffusion passe du statut de service rattaché au ministère de l'Information, à celui d'établissement public ayant un statut juridique propre et doté d'une autonomie de gestion. Cette année marque donc la naissance officielle de la radiodiffusion-télévision française (RTF). Toutefois, cette autonomie formelle se trouve en réalité fort limitée. Le directeur général de la RTF est nommé par le ministre et l'organisme n'est pas encore doté d'un conseil d'administration autonome. Cette ordonnance de 1959 confie de plus à la télévision la mission de service public dans le cadre des trois monopoles : diffusion, programmation et production.

Le développement de la télévision française a beaucoup souffert de sa trop grande dépendance à l'égard du pouvoir politique.

Le journal télévisé, pendant cette période est « sous influence » et les cas de censure sont fréquents. L'intervention du gouvernement dans l'information télévisée se fait de façon ouverte — contrairement à ce qui se passera après 1964 — et n'émeut guère l'opinion. Seuls quelques journalistes de l'intérieur et quelques hommes politiques de l'opposition protestent contre des pratiques qui semblent encore naturelles. À cette époque le ministre de l'Information a son bureau, avenue de Friedland, au-dessus de celui du directeur général de la télévision, ce qui facilite naturellement les communications !¹⁷

À la censure s'ajoutent les conséquences négatives de l'instabilité politique qui règne à l'époque, pour la gestion de l'organisme. De 1958 à 1964, se succèdent sept ministres de l'Information et quatre directeurs généraux. Le ministre de l'Information, M. Alain Peyrefitte, responsable de la réforme de la RTF en 1964, fera alors un bilan très sévère de la situation.

L'archaïsme des structures, le désordre financier et administratif, le corporatisme et la politisation des problèmes sont les causes de l'anarchie qui règne dans l'entreprise.¹⁸

17. MISSIKA, Jean-Louis, WOLTON, Dominique, *op. cit.*, p. 43.

18. INSTITUT NATIONAL DE L'AUDIOVISUEL. *L'esprit des lois ou comment réformer l'audiovisuel*. Dossiers de l'audiovisuel n° 20, Éd. La documentation française, juillet-août 1988, p. 27.

L'enjeu de l'information

À cette époque, l'information constitue et de loin le principal enjeu qui mobilise tout autant les décideurs politiques que les directions et les professionnels de la télévision. De plus, les sociétés de télévision française ont développé, malgré la censure politique, un savoir faire remarquable dans le domaine des émissions d'information. Considérée longtemps comme genre mineur, la production d'émissions dramatiques et de variétés n'a malheureusement pas connu un développement aussi prestigieux. La création française dans ce domaine a pris un retard qu'on a du mal, encore actuellement, à rattraper. Le principal facteur de blocage semble davantage relié à des problèmes internes de fonctionnement.

Le pouvoir des réalisateurs et leur corporatisme interdit un élargissement de leur nombre et freine l'apparition d'auteurs, sans lesquels il ne peut y avoir de diversification des genres.¹⁹

Pour pallier à cette absence de renouvellement et à cette pénurie de production d'émissions de divertissement, on décidera en 1964, non pas de permettre la concurrence du secteur privé comme en Angleterre, mais de lancer une deuxième chaîne publique. Ce sera Antenne 2 (A2).

19. MISSIKA, Jean-Louis, WOLTON, Dominique, *op.cit.*, p. 45.

La décennie 1964 à 1974

La réforme de la RTF en 1964 marque un moment important de ce long processus d'affranchissement de la télévision française du pouvoir politique. La RTF devient alors un office (l'ORTF) qui n'est plus sous l'autorité mais sous la tutelle du ministre de l'Information. L'Office est doté d'un conseil d'administration dont la moitié des membres représente l'État et l'autre moitié est constituée de représentants du public, de la presse écrite et de personnalités. Le directeur de l'Office est par ailleurs toujours nommé par le Gouvernement.

De 1964 à 1974, la télévision française connaît de nombreux développements mais les conflits d'ordre interne et les confrontations avec le pouvoir politique ne s'atténuent pas pour autant. La gestion centralisée et bureaucratique de l'ORTF est l'objet de critiques virulentes. De 1960 à 1970, le personnel passe de 6 500 à 13 000 personnes. La création de la dernière chaîne n'a pas, semble-t-il, contribué à renouveler les genres et à dynamiser la création et la production.²⁰

Elle a été simplement la parente pauvre de la première. De cette erreur, cinq ans après, la seconde chaîne est à peine remise²¹.

Au cours de cette période, bien que le débat autour de la notion de service public s'intensifie, le monopole n'est cependant pas réellement remis en question. La participation et la décentralisation sont les mots clés de cette époque marquée par les événements de mai '68.

20. MICHEL, Hervé. **La télévision en France et dans le monde**. Collection Politique d'aujourd'hui, Éd. puf, Paris, mars 1989, p. 31.

21. INSTITUT NATIONAL DE L'AUDIOVISUEL, n° 20, *op. cit.*, p. 30.

Dans un tel contexte, la réforme de l'ORTF sera donc axée sur la décentralisation. La principale mesure consiste à lancer en 1971 une 3^e chaîne publique à vocation essentiellement régionale.

L'introduction de la publicité à la télévision occupe aussi une place très importante dans le débat concernant le service public. Le marché de la publicité, alors en pleine expansion, ne peut se passer très longtemps de ce véhicule privilégié qu'est la télévision. Les pressions répétées des publicitaires finissent par porter fruits. Après de nombreuses années de *controverses parlementaires et professionnelles*, le Gouvernement réussit en 1968 à faire adopter une loi autorisant la diffusion de la publicité de marque à la télévision. Cette mesure constitue la première brèche dans le fondement même du service public.

Toute cette série de réformes n'a cependant pas contribué à solutionner les problèmes endémiques qui minent le système audiovisuel public. Le déficit financier continue à s'accumuler, les conflits de pouvoir entre la direction, les réalisateurs et les producteurs, se multiplient et l'État ne parvient toujours pas à desserrer son emprise sur la télévision. En 1973, la télévision demeure, selon l'expression célèbre de Georges Pompidou *La voix de la France*.

L'éclatement de l'ORTF

Face à une telle impasse, la commission Paye chargée d'étudier le statut de l'ORTF proposera une réforme en profondeur de l'ORTF. Le Gouvernement s'est engagé à faire débattre, par le Parlement, les conclusions de ce rapport. Ce débat n'a pas lieu et en 1974 le Gouvernement décide de façon, semble-t-il, unilatérale et précipi-

tée, de faire éclater l'ORTF en sept sociétés distinctes. Au lieu d'introduire la concurrence par l'entremise du secteur privé, on décide de susciter la compétition à l'intérieur du secteur public. Les trois sociétés de programmes TF1, Antenne 2 et FR3 sont donc incitées à se faire concurrence.

*Mais la réforme de 1974 précipite l'évolution qu'elle croyait combattre. En séparant les structures, la loi les libère. Certes les responsabilités et les missions sont mieux définies. Mais à la place d'une structure unitaire, ce sont sept petites féodalités qui surgissent et n'ont de cesse de s'étendre à leur tour. On espérait que de la concurrence naîtrait la créativité. En fait, elle alimente une compétition agitée, parfois brouillonne et source de gaspillages.*²²

Encore une fois le bilan de cette réforme sera dans l'ensemble négatif. On devra donc s'atteler à nouveau à repenser l'organisation. Cette fois-ci, on ne pourra cependant éviter de remettre en cause le dogme du monopole.

À ce stade, l'évolution de la télévision française se caractérise non seulement par la très grande politisation du service public, mais aussi par une certaine incapacité à mettre en place les conditions pouvant favoriser une réforme globale de l'ensemble du système de radio-diffusion. Les deux principaux facteurs de blocage de la télévision française étant la politisation et la bureaucratiation, n'aurait-il pas été souhaitable de confier à

22. NEUSCHWANDER, Claude, CHARPENTIER, Jean-Marie et al. *La communication dans tous ses états*. Collection Mouvement. Éd. Syros, septembre 1986, p. 45.

des tiers le soin de procéder à une enquête approfondie et à une large consultation afin de bien identifier la nature des problèmes ainsi que les moyens de les solutionner ? (Voir l'exemple des réformes du système britannique, page 49)

La fin du monopole

En 1978, la contestation du monopole emprunte, en France, une nouvelle forme qui s'avère beaucoup plus efficace que les précédentes : il s'agit de l'explosion des radios libres. C'est un mouvement qu'aucune prohibition, aucune sanction, ne réussit à enrayer. Le Parti socialiste s'était d'ailleurs impliqué dans la mise sur pied de telles radios. Aussi lorsqu'il prend le pouvoir, il ne tarde pas à légaliser leur existence et à mettre ainsi fin au monopole d'État sur la radio-télévision.

La loi de 1982 constitue un tournant majeur dans l'évolution de la télévision française. Non seulement elle permet l'introduction du secteur privé, mais elle consacre aussi l'autonomie de l'audiovisuel, et ce, en confiant la surveillance du système de radiodiffusion à un organisme autonome, la *Haute Autorité*. Dans cette loi, le statut de service public de la télévision est réaffirmé et la Haute Autorité se voit confier la tâche de veiller à ce que les missions rattachées au service public soient respectées par les organismes tant privés que publics. Les permis d'exploitation du secteur privé seront donc attribués dans le cadre d'une *concession de service public*. Pour chaque organisme, les obligations qui s'y rattachent sont définies dans un cahier des charges qui comprend des dispositions permanentes prévues par décret et des dispositions annuelles (Voir Annexe I, page 109, le contenu du cahier des charges d'Antenne 2).

Fait étonnant, l'élaboration du cahier des charges et l'octroi des permis d'exploitation des réseaux nationaux demeurent sous la responsabilité du Gouvernement.²³ Les permis d'exploitation des deux nouvelles chaînes privées ne sont donc pas octroyés par le gouvernement socialiste en dehors de toute préoccupation d'ordre politique. Le choix du groupe Seydoux-Berlusconi pour la 5^e chaîne soulève une controverse particulièrement vive. On s'en prend non seulement au caractère partisan de ce choix, mais aussi aux privilèges importants accordés à ce groupe.²⁴

Jean-François Lacan, journaliste du Monde, portera à ce sujet un jugement similaire. *L'attribution discrétionnaire en 1986 de la 5 et de TV6 à des opérateurs proches du gouvernement socialiste, atteint la crédibilité de la Haute Autorité et l'esprit de la réforme.*²⁵

Hormis ce dérapage, la loi de 1982 constitue dans l'ensemble une amélioration considérable du cadre politique et réglementaire. Cette loi représente d'ailleurs l'aboutissement des travaux de la Commission Moinot, qui avait permis d'établir une réelle concertation entre les pouvoirs publics et les professionnels de la télévision. Un acteur important demeure cependant encore absent, et c'est le public.

23. Au Canada, s'il est un domaine où l'intervention de l'État est impensable, c'est bien celui de l'octroi des permis d'exploitation. Le CRTC est seul habilité à remplir cette fonction. Pour ce faire, il sollicite la présentation de projets concurrents. Les demandes des requérants sont analysées dans le cadre d'audiences publiques. Le CRTC est ainsi guidé dans son choix par des avis et mémoires d'organismes et même d'individus qui se sentent concernés par la question.

24. REGOURD, Serge, *op. cit.*

25. LACAN, Jean-François. *La télé en 1987. Le grand chambardement*, dans *Le Monde*, Paris, 159 pages.

Un exemple intéressant

Les grandes réformes du système britannique

La charte royale qui crée en Angleterre la British Broadcasting Corporation (BBC), en 1932, est le résultat des travaux d'une commission indépendante, la Commission Crawford.

Les grandes orientations retenues par cette commission ont présidé jusqu'à tout récemment à l'organisation de la radio-diffusion. Elles concernent notamment : l'autonomie de la télévision publique à l'égard du pouvoir politique, la place prépondérante que l'on réserve au secteur public et les grandes missions confiées au service public, qui consistent à informer et instruire sans pour autant négliger de distraire.

Plus encore que les principes, c'est la cohérence des moyens mis en place pour les réaliser qui a permis à la télévision britannique de se développer harmonieusement et de pouvoir s'adapter aux divers changements.

Mentionnons, à titre d'exemple, le mode de nomination des membres du conseil d'administration de la BBC. Pour garantir l'autonomie de cet organisme, les membres de ce conseil, appelé le Conseil des gouverneurs, sont choisis parmi des personnalités éminentes qui ne proviennent pas du monde de la politique, des affaires ou de la télévision, ou qui n'y jouent pas directement de rôle de premier plan. Ce sont des *sages* qui doivent d'abord et avant tout représenter les intérêts du public.

En 1962, face à l'insatisfaction généralisée à l'égard de la télévision privée, le Gouvernement confie à une nouvelle commission d'enquête la tâche de faire le bilan de ses réalisations. Cette commission portera un jugement très sévère sur la performance de ce secteur et sur le fonctionnement de l'organisme de tutelle, l'Independent Broadcasting Authority (IBA,) chargé de veiller à son bon fonctionnement.

À la suite des résultats des travaux de la commission, on renforcera de façon notable les obligations imposées au secteur privé.

Le système de télévision publique, dont la performance est jugée très bonne par cette commission, se voit pour sa part enrichi d'un deuxième réseau à vocation plus culturelle. Faits à signaler : il n'y aura jamais de concurrence mais plutôt une complémentarité entre les deux réseaux publics et la publicité ne sera jamais autorisée sur les chaînes publiques.

À partir du début des années 80, la BBC connaît des difficultés financières sérieuses. Les coûts de production ont là aussi explosé, alors que les revenus provenant de la redevance sont demeurés stagnants. Encore une fois, on confie à une commission (la Commission Peacock), le soin d'analyser la situation et de proposer des solutions. Le rapport de la Commission Peacock proposera non pas le recours au financement publicitaire mais l'indexation de la redevance et une formule d'abonnement volontaire.

L'équilibre, la stabilité et la cohérence qui caractérisent le système de radiodiffusion britannique seront ensuite malheureusement fortement ébranlés par le nouveau projet de loi soumis par le gouvernement de madame Thatcher. Le processus de déréglementation mis en place par cette réforme risque d'affaiblir considérablement le secteur public et de faire basculer à jamais ce fameux équilibre qui existait entre le secteur public et le secteur privé.

Les grands bouleversements

En 1986, lorsque la droite revient au pouvoir, tout est à nouveau remis en question. Cette fois-ci le changement d'orientation est radical. En effet, l'organisation du système ne sera plus fondée sur la notion de service public, mais sur le principe de la liberté de communication.

Toutefois, le développement de l'audiovisuel n'est pas pour autant laissé entièrement au libre jeu de la concurrence et du marché. C'est d'abord le principe de la liberté de communication qui est affirmé, mais la loi prévoit aussi un certain nombre de limites à cette liberté, notamment concernant les besoins de la défense nationale et certaines exigences rattachées au service public.

Le nouvel organisme de surveillance, la Commission nationale de la communication et des libertés (CNCL), se verra confier non seulement le mandat de mettre en œuvre la liberté de communication, mais aussi celui de garantir le respect de grands principes. Dans certains domaines, les pouvoirs de la CNCL seront plus étendus que ceux attribués à la Haute Autorité. Mentionnons particulièrement, celui de délivrer les autorisations et les obligations spécifiques aux titulaires de licence. Le Gouvernement se garde, cependant, le privilège de fixer les obligations générales imposées aux chaînes de télévision. L'ensemble de ces obligations seront par la suite considérablement allégées.

Encore une fois l'histoire se répète. La crédibilité de la CNCL est sapée dès le départ par la nomination d'administrateurs favorables à la majorité gouvernementale. Le public accepte surtout très mal que la CNCL remplace tous les présidents des sociétés publiques par des personnes associées au parti au pouvoir, en l'occurrence le

RPR. Le président Mitterrand porte alors un jugement très sévère sur cet organisme. *La CNCL n'a rien fait jusqu'ici qui puisse inspirer ce sentiment qu'on appelle le respect.*²⁶

C'est toutefois la privatisation de TF1 qui soulève le plus de controverses. Non seulement la France est alors le premier pays à privatiser une chaîne publique, mais on a, de plus, choisi de privatiser la plus importante. Le choc est à ce point brutal qu'il provoque, pour la première fois en France, la formation d'associations de téléspectateurs. Le manifeste en faveur de la télévision publique, préparé par les revues *Télérama* et *l'Événement* du jeudi, recueille d'ailleurs l'appui de plus de 100 000 personnes et de nombreuses associations.

Le processus de privatisation inscrit dans la loi de 1986 ne se limite pas toutefois au domaine de la programmation. L'établissement public de diffusion (TDF) perd aussi son monopole en matière de télévision, et le développement de sociétés de production privées est largement favorisé.

L'ensemble de ces nouvelles règles du jeu, mises en place principalement pour favoriser le développement de l'industrie privée de la télévision et des programmes, et ce sans souci de sauvegarder un minimum d'équilibre entre le secteur public et le secteur privé, précipite la télévision française dans une nouvelle crise. Le cordon ombilical avec le pouvoir politique n'est toujours pas rompu et le type de programmation diffusée par les chaînes privées est loin de susciter l'intérêt escompté.

26. LE MONDE. Dossiers et documents. *La télévision en 1987. Le grand chambardement*. Paris, 1988.

La télévision publique en état de choc

1987 sera en France l'année des grands bouleversements. La loi Léotard met le cap sur le développement du secteur privé et tous les moyens sont pris pour atteindre cet objectif le plus rapidement possible. Les concessions de service public attribuées à la Cinq et à TV6 sont annulées. La CNCL accorde les nouvelles autorisations au groupe Hersant-Berlusconi (pour la Cinq) et TV6 à un consortium comprenant, comme principaux actionnaires, la Compagnie luxembourgeoise de télévision (CLT) et la Société lyonnaise des eaux.

La chaîne TF1 privatisée est attribuée, à la surprise générale, à un groupe qui œuvre dans le domaine de la construction et qui n'a aucune expertise dans celui de la communication et de l'audiovisuel, le groupe dirigé par Francis Bouygues.

La France se retrouve donc en présence de cinq chaînes nationales à vocation généraliste, dont trois sont privées et deux publiques, sans oublier la chaîne payante, Canal plus. Cette introduction rapide et improvisée de la télévision privée et cette augmentation par trop brutale de la concurrence, au lieu de contribuer à libérer réellement la communication audiovisuelle, provoquera au contraire un véritable *dérapiage*.

Tous les ingrédients d'un gigantesque dérapage sont réunis. Dès le début de 1987, les premiers symptômes alarmants vont se multiplier. La guerre d'audience entre les six chaînes fait brutalement flamber le prix des programmes. Le coût d'achat des séries et des films américains double. Les salaires des animateurs vedettes, le prix des grands événements sportifs, sont parfois multi-

pliés par dix. À la fin de l'année, la 5 et M 6 accusent d'importants déficits. TF1, qui règne pourtant sur la moitié du marché, équilibre tout juste ses comptes. Les chaînes publiques ne doivent leur salut qu'aux interventions budgétaires de l'État et à leurs dépassements publicitaires.²⁷

Ceux et celles qui avaient espéré que l'arrivée de la télévision privée contribuerait à accroître et à dynamiser la création originale française déchantent assez rapidement. Le public assiste à un déferlement de séries et de films américains ainsi qu'à une prolifération d'émissions de variétés et de jeux inspirés, sinon carrément copiés, du modèle américain.

Le « mieux-disant culturel » cher à François Léotard a tourné au désastre, à la débâcle, depuis un an. Deux chiffres éloquentes ; la télévision libérale était à peine installée que la dernière semaine de novembre 1987, soixante-dix feuilletons, séries et téléfilms américains étaient programmés sur l'ensemble des chaînes face à une vingtaine de productions françaises de même nature²⁸.

Dans un premier temps, le duel entre le secteur privé et public prend comme cible le journal télévisé de vingt heures. Compte tenu de l'importance sociologique et politique que représente en France cette émission d'information, il était normal qu'elle devienne un élément déterminant dans la course à l'audience. Pour asseoir sa crédibilité, la chaîne TF1, nouvellement privatisée, doit faire la preuve qu'elle est en mesure de concurrencer le

27. LE MONDE, *La télévision en 1987*, op. cit., p. 5.

28. BELOT, Jean. *L'année des micro-ondes*. *Télérama*, 21 septembre 1988.

secteur public sur tous les terrains y compris celui où il excelle le plus, l'information. Pour atteindre cet objectif, TF1 ne lésine pas sur les moyens. Disposant de budgets plus importants pour obtenir les meilleurs présentateurs et réaliser le plus grand nombre de reportages en France et à l'étranger, le journal télévisé de ce réseau réussit finalement à s'imposer auprès du public.

Ceci dit, il semble que l'issue de ce duel entre TF1 et Antenne 2 origine surtout d'un facteur tout à fait extérieur à la qualité même des émissions. En effet, ce qui fait pencher la balance en faveur du journal télévisé de TF1 c'est, selon beaucoup d'observateurs, la diffusion préalable du jeu télévisé très populaire *Roue de fortune*.

Les goûts du public

Le public français réagit de façon assez contradictoire à ces bouleversements du paysage audiovisuel. Il dénonce la prolifération des jeux télévisés et la commercialisation à outrance de la télévision, mais préfère malgré tout regarder ces émissions plutôt que celles plus éducatives et culturelles. En effet, alors que les sondages révèlent que la majorité des Français jugent très sévèrement la qualité de la programmation de TF1, les indices d'écoute de cette chaîne atteignent des records inégalés (47 % du marché, la première année de la privatisation). Comme le dit le nouveau propriétaire : *ce qui compte, c'est que l'on regarde ma chaîne, le reste c'est du bla bla*. Les dirigeants des chaînes publiques semblent aussi avoir situé l'enjeu, dans un premier temps, sur ce seul terrain.

Tous les défis du nouvel ordre télévisuel sont en effet polarisés autour d'un problème très concret, à savoir : diffuser, ou pas, aux heures de grande écoute, ex-

clusivement des émissions de divertissement (hormis bien entendu le journal télévisé). À quelques exceptions près, c'est le choix que fait Antenne 2. Sans déroger à son cahier des charges, elle opte pour la diffusion des émissions éducatives et culturelles à des heures de moins grande écoute. La seconde chaîne publique, FR3, dont la vocation est plus explicitement régionale, ne se démarque guère de cette stratégie.

Si formellement les chaînes publiques respectent toujours leur mission, dans les faits elles contreviennent aux principes fondamentaux du service public, à savoir : le respect du droit de tous les citoyens d'accéder à des émissions de qualité et la satisfaction des besoins du public, y compris ceux plus minoritaires. En effet, lorsque les émissions plus éducatives et culturelles sont diffusées à des heures trop tardives, elles ne sont plus accessibles à un nombre considérable de personnes, dont les jeunes et les personnes qui travaillent tôt le matin, et ils sont nombreux. Cette politique des chaînes publiques soulève donc de nombreuses critiques à commencer par celles de la ministre déléguée de la Communication, madame Catherine Tasca, qui réclame des chaînes publiques qu'elles remettent le cap sur leur mission originale et notamment sur leur mission éducative.

Le bilan de la première année du nouvel ordre télévisuel est donc passablement catastrophique. Au lieu d'assister à un élargissement de l'éventail des choix offerts au public, on assiste au contraire à une uniformisation des grilles de programmation autour de quelques grandes catégories : journal télévisé, cinéma, séries dramatiques, jeux questionnaires et compétitions sportives. De même au lieu de promouvoir l'industrie des programmes, on assiste à une prolifération de séries américaines et à une surenchère des salaires versés aux

vedettes. C'est, par ailleurs, l'audiovisuel public qui sortira le plus affaibli de cette guerre des ondes. Obsédées par les indices d'écoute, les chaînes publiques s'essoufflent sur le terrain de l'affrontement. Ce qui ne leur laisse guère d'énergie pour redéfinir un projet d'avenir plus cohérent pour le service public. Cette absence de direction crée un malaise profond qui éclate finalement en conflits de travail. *Partie d'une polémique sur la rémunération des stars, la grève d'Antenne 2 à l'automne '88, s'étendit très rapidement à l'ensemble du secteur public de l'audiovisuel.*²⁹

À la faveur de cette crise, on prend conscience de la nécessité et de l'urgence de mettre en place les moyens nécessaires pour rénover et renforcer le secteur public.

Vers le renforcement du secteur public

En 1988, malgré la crise grave que traverse le système audiovisuel français, les socialistes ne veulent pas s'attaquer à nouveau à une réforme globale du système, mais préfèrent mettre en place un ensemble de mesures visant à renforcer le secteur public et à réformer la CNCL. Afin de permettre à la télévision publique de se libérer des contraintes commerciales et de revenir à une programmation plus conforme à sa mission, le Gouvernement décide comme première mesure de relever les budgets des chaînes publiques et propose à cet effet une augmentation de la redevance. Fait significatif, le débat à l'Assemblée nationale sur ce nouveau budget de l'audiovisuel donne lieu à un réquisitoire unanime en faveur du secteur public. Cette réforme budgétaire est même jugée trop timide par un nombre important de

29. KIEFFER, Philippe. *Libération*. Paris, 19 septembre 1988.

parlementaires. (Voir tableau 3, Budget de l'audiovisuel public pour 1989)

Le Gouvernement procède aussi à un vaste processus de concertation en vue de moderniser le fonctionnement des chaînes publiques. Cette réforme s'inscrit d'ailleurs dans une démarche plus globale qui vise à réformer l'ensemble des services publics français, qui tous traversent à des degrés divers une crise existentielle ou de croissance importante. Cette réforme s'attaque en priorité à FR3.

Tableau 3

BUDGET DE L'AUDIOVISUEL PUBLIC POUR 1989 (en millions de francs)					
	A2 *	FR3 *	La Sept	TDF	INA
Total	2 870,3	2 964	437	3 124,2	392,1
dont :					
Redevance	960,5	2 435,8	415,5	14,7	120,6
Publicité	1 806,7	415,3			
Recettes commerciales	43,1	82,9	21,9	1 294,9	145
Versements des sociétés publiques				1 731	126,5
Personnel permanent	1 298	3 214	55	4 003	901
* A2 et FR3 bénéficient en outre de 86 missions de francs de reliquat des produits de privatisation de TF1 et de 100 millions de dotations de l'État au compte de soutien pour financer des créations nouvelles.					
Source : Le Monde , 24 septembre 1988. cité in <i>La télévision en 1987</i> , Le Monde , oct. 1987.					

Sans abandonner ses obligations régionales, FR3 est appelée à devenir un réseau à vocation culturelle et à jouer un rôle systématiquement complémentaire à celui d'Antenne 2. Pour que cette complémentarité puisse se concrétiser rapidement, le Gouvernement fait adopter une loi dans laquelle on propose notamment la fusion des postes de président-directeur général des deux chaînes. La nécessité de réformer FR3 fait l'unanimité de tous les intervenants concernés comme l'illustre bien cette heureuse formule provenant du personnel syndiqué *Faut refaire la 3* (FR3).

Avec une audience qui ne dépasse pas les 10 %, FR3 dispose alors d'un budget presque équivalent à celui d'A2. De plus, avec ses 3 214 employés dont 650 journalistes, FR3 représente *la plus grande rédaction télé d'Europe*³⁰. Cet appareil bureaucratique absorbe donc une part énorme des revenus des chaînes publiques. FR3 est financée à 80 % par la redevance, alors qu'Antenne 2 doit recourir de plus en plus au financement publicitaire (soit 60 % de ses revenus). Les conséquences de ce dysfonctionnement pèseront très lourd sur l'état de santé du secteur public, qui deux ans après la privatisation de TF1 sera toujours chancelant.

Une réforme importante s'imposait et celle mise en place par le Gouvernement, sans régler en profondeur la situation, semble constituer des pas intéressants dans la voie du renouvellement.

30. EPSTEIN, Marc. *FR3 la chaîne des flagrants délires*, dans *l'Express*, 7 octobre 1988, p. 69.

Des signes de reprise

Sur le terrain des émissions culturelles et d'information, le système public de radiodiffusion a largement fait la preuve de sa supériorité et ce tant au plan quantitatif que qualitatif. Des émissions comme *Apostrophe*, *Marche du siècle*, *Minute de vérité* et *Océanique* témoignent avec beaucoup d'éloquence de la raison d'être du secteur public.

À la télévision publique, on a aussi voulu relever le défi dans le domaine de la fiction. Antenne 2 s'est fixé comme priorité, en 1988-1989, de produire des téléfilms pouvant rivaliser avec le cinéma. Le responsable de la fiction à Antenne 2 décrit en ces termes ce genre de productions : *Cela va de la fiction contemporaine qui, tout en étant d'abord du divertissement, décrit quelques aspects de la société d'aujourd'hui à des œuvres « patrimoniales » qui font figure de monuments*³¹. Deux de ces séries dramatiques en particulier, *La garçonne* et *L'argent* d'Emile Zola, impressionnent, tant par leur qualité que par leur envergure. Quand la télévision française réussit à mettre en œuvre tous ses atouts (moyens financiers, talents créateurs, comédiennes et comédiens chevronnés), il en résulte un produit digne du meilleur cinéma français.

Dans le contexte de la constitution du marché européen de la télévision, ce genre de productions constitue certainement, pour la France, le meilleur moyen de concurrencer le modèle américain.

Dans le domaine de la fiction, le secteur privé n'a pas beaucoup livré la marchandise et ce, malgré une

31. FERENZI, Thomas, *La chaîne publique relève le défi*, dans *Le Monde*, 4-5 septembre 1988.

réglementation passablement développée. En effet, les radiodiffuseurs privés sont soumis, par un cahier de charges, à un ensemble d'obligations dont, celles de diffuser un minimum d'œuvres originales françaises et d'émissions télévisuelles d'expression originale française en première diffusion, de commander des œuvres originales et de consacrer une part minimale de 15 % du chiffre d'affaires à la fiction. *Tous les engagements des diffuseurs privés ont été contournés : en partie parce que le non respect du cahier des charges est devenu l'élément de régulation du système audiovisuel français.*³²

Les similitudes avec l'expérience canadienne sont ici frappantes. Qu'ils soient Canadiens ou Français, les radiodiffuseurs privés préfèrent, pour des raisons de rentabilité, acheter des émissions américaines plutôt qu'investir des budgets importants dans la production d'œuvres originales d'envergure. On devra donc miser principalement sur le secteur public pour promouvoir l'identité culturelle nationale.

32. LE DIBERDER, Alain, COSTE-CERDAN, Nathalie. *Briser les chaînes. Introduction à l'après-télévision*. Cahiers libres, Éd. La découverte, Paris, 1988, p. 86.

Forces et faiblesses du secteur public

Le secteur public de radiodiffusion française se relève difficilement du traitement de choc qu'on lui a fait subir. Après être tombée dans le piège du mimétisme à l'égard du secteur privé, la télévision publique tente de retrouver son identité et sa vocation.

Au-delà de ses lacunes organisationnelles et structurelles, la programmation de la télévision publique française présente des acquis majeurs.

En général, l'information bénéficie d'un traitement approfondi. Au lieu de faire se succéder une multitude de nouvelles toutes aussi brèves les unes que les autres, le journal télévisé français consacre souvent une grande partie de l'émission à un sujet ou un événement important. On compte aussi plusieurs émissions qui font le point sur les grands enjeux de société et permettent l'expression de divers points de vue.

En France, on demeure attaché à certaines valeurs qui ont en Amérique une importance toute relative. La question du pluralisme, pour ne prendre que cet exemple, constitue en France un principe de base qui doit guider l'ensemble de la programmation. Les cahiers des charges imposent aux chaînes publiques un ensemble de critères et d'obligations très spécifiques afin de garantir l'expression des grands courants d'opinions et des diverses tendances socio-culturelles.

Il est cependant un domaine où des critiques doivent être formulées et c'est celui de la place et de l'image que l'on réserve aux femmes et aux minorités. Ainsi, dans plusieurs émissions françaises, les femmes sont utilisées comme des objets, par exemple dans l'émission à caractère très sexiste *Sexy follies*. De même, les femmes

sont très peu présentes à l'intérieur des émissions d'information.

Dans le domaine de la fiction, les sociétés de télévision publique françaises semblent vouloir rattraper leur retard. Elles ont marqué des points dans la réalisation de dramatiques de prestige, mais en ce qui a trait aux feuilletons, la recette semble encore leur échapper. En Europe, la tradition des téléromans (*ces émissions bon marché qui fidélisent le public* comme on les qualifie là-bas) n'existe pratiquement pas. La conception des émissions de fiction renvoie davantage aux exigences inhérentes aux œuvres de création.

En général, les télévisions publiques d'Europe, et c'est aussi le cas de la France, vont préférer faire le choix de la qualité plutôt que celui de la quantité. Dans le contexte de la mondialisation du marché, cette stratégie s'avère certainement la plus réaliste. Ceci dit, les réseaux publics français produisent eux aussi des feuilletons bon marché. Une constante cependant demeure : à qualité relativement égale, ce sont les productions nationales qui recueillent toujours la faveur du public et c'est valable pour la plupart des pays.

Tableau 4

LES GRANDES DATES DE LA TÉLÉVISION EN FRANCE

Ordonnance du 4 février 1959

Création d'un établissement public à caractère industriel et commercial doté d'un budget autonome : la RTF.

Loi du 27 juin 1964

Création de l'ORTF (Office de radiodiffusion-télévision française) doté d'un conseil d'administration. Contrôle financier a posteriori.

Décision du Conseil constitutionnel du 30 janvier 1968

Introduction de la publicité de marque à la télévision.

Loi du 3 juillet 1972

Révision du statut de l'ORTF. Président-directeur général nommé par le Gouvernement. Création du Haut Conseil de l'audiovisuel.

Loi du 7 août 1974

Suppression de l'ORTF. Création de cinq sociétés anonymes à capitaux publics (TF1, Antenne 2, FR3, Radio-France, la Société française de production) et de deux établissements publics (Télédiffusion de France et l'Institut national de l'audiovisuel).

Loi du 28 juillet 1978

Réaffirmation du monopole de radiodiffusion et de télévision.

Loi du 9 novembre 1981

Portant dérogation au monopole d'État de la radiodiffusion. Autorisation des radios locales associatives.

Loi du 29 juillet 1982

Sur la communication audiovisuelle. Suppression du monopole de programmation. Création d'une *Haute Autorité* de la création audiovisuelle.

Loi du 30 septembre 1986

Relative à la liberté de communication. Remplacement de la Haute Autorité par une *Commission nationale de la communication et des libertés*. Privatisation de TF1.

Décision du Conseil constitutionnel du 18 septembre 1986 et loi du 27 novembre 1986

Limitation des concentrations multimédias.

Loi du 18 janvier 1989

Remplacement de la CNCL par le Conseil supérieur de l'audiovisuel.

Source : D'après la chronologie établie par Jérôme BOURDON et Cécile MÉADEL, Dossier de l'audiovisuel, INA, no 53, Paris, mai 1988.

Tableau 5

LES SOCIÉTÉS ET ORGANISMES DE L'AUDIOVISUEL EN FRANCE

CSA Conseil supérieur de l'audiovisuel (autorité administrative indépendante créée par la Loi relative à la liberté des communications du 18 janvier 1989), chargé d'attribuer l'usage des fréquences et de contrôler le respect des obligations des radios et télévisions publiques et privées.

Les chaînes de télévision

SECTEUR PUBLIC

A 2 Chaîne nationale

FR 3 Chaîne nationale et régionale (12 stations régionales)

RDO Diffusion de programmes de radio et de télévision destinés aux départements et territoires d'outre-mer.

TV 5 « La télévision francophone par satellite » : diffusion de programmes des pays francophones en Europe et au Québec

La Sept « Future chaîne culturelle à vocation européenne ».

SECTEUR PRIVÉ

TF 1 Chaîne nationale généraliste, devenue chaîne privée en avril 1987.

Canal+ Chaîne à péage consacrée principalement au cinéma.

La Cinq Chaîne récente

M 6 Chaîne généraliste mais à forte orientation musicale

Tableau 5 suite

Les autres organismes de l'audiovisuel

SFP Société française de production et de création audiovisuelle (société anonyme au capital détenu majoritairement par des personnes publiques).

TDF Télédiffusion de France (s. a. au capital détenu majoritairement par des personnes publiques), assurant la diffusion et la transmission des programmes. Depuis la loi du 30 septembre 1986, TDF n'est plus un établissement public et n'a plus le monopole de la diffusion.

INA Institut national de l'audiovisuel. Établissement public ayant pour mission principale la conservation et l'exploitation des archives audiovisuelles des sociétés nationales de programmes, ainsi que la recherche.

FMI France Media International (devenue société privée fin 1987) ayant pour mission la commercialisation des programmes de télévision à l'étranger.

Source : DARGNIES, Sylvie. Les chiffres-clés de la télévision française (1986-1987), Ed. l'INA et la CNCL, Monaco, pp 49-50.

LA TÉLÉVISION PUBLIQUE

EN BELGIQUE

ET EN SUISSE

Chapitre 3

Les systèmes de radiodiffusion publique en Suisse et en Belgique évoluent dans un contexte qui comporte beaucoup de similitudes avec la situation canadienne. Le marché interne de ces deux pays est divisé en communautés linguistiques très distinctes et ce marché est tout aussi restreint que le marché francophone canadien.

À l'instar des Canadiens, les Belges et les Suisses ont accès, par le biais du câble, à un nombre considérable de services de programmation télévisée. La télévision publique, dans ces deux pays, a donc toujours évolué dans un environnement concurrentiel bien que cette concurrence provienne essentiellement de chaînes étrangères. Cependant, la Belgique a mis fin tout récemment au monopole du service national public. En 1987, l'exécutif de la communauté française belge a accordé à la chaîne privée de Radio-télévision-Luxembourg (RTL) le statut de chaîne privée belge et lui a reconnu le droit de diffuser de la publicité.

De plus, les systèmes publics suisse et belge, comme c'est le cas au Canada, offrent à chacune de leurs communautés des services de programmation complètement distincts. La télévision publique suisse dispense ainsi trois services de programmation, un pour chacune des régions linguistiques : en Suisse alémanique, romande et italienne.

En Belgique, non seulement présente-t-on des programmes distincts aux communautés flamande et wallonne, mais l'organisation même des deux services fonctionne sur des bases totalement autonomes. À la faveur des transformations institutionnelles qui permirent l'instauration d'instances décisionnelles appelées *exécutifs communautaires*, on a en effet transféré toutes

les compétences en matière de radiodiffusion à chacune des deux communautés. Alors qu'au Canada, par contre, les compétences en cette matière demeurent de juridiction essentiellement fédérale.

Dans ces deux pays, le système national de télévision repose donc essentiellement sur le service public. En Suisse, la télévision publique demeure en situation de monopole et en Belgique l'arrivée du secteur privé ne semble pas avoir provoqué comme en France une déstabilisation du secteur public. Celui-ci a conservé son attrait auprès du public belge et a maintenu le cap sur son mandat original.

Voyons de plus près les principaux facteurs pouvant expliquer cette performance de l'audiovisuel public belge et suisse.

La télévision publique belge d'expression française

Les principales règles qui régissent le fonctionnement actuel de la Radio-télévision belge de la communauté française (RTBF) ont été établies par décret en 1977. La RTBF se voit alors assigner quatre grandes missions : l'information, le développement culturel, l'éducation permanente et le divertissement. De plus, l'ensemble de sa programmation doit viser tout particulièrement à promouvoir le patrimoine culturel de la communauté française de Belgique, ainsi que celui de la communauté francophone internationale.

Afin de garantir son autonomie, la RTBF est soumise à l'autorité d'un conseil d'administration composé de treize membres, représentatifs des grandes tendances politiques et socio-culturelles de la communauté francophone. La participation du public et du personnel est par ailleurs favorisée par l'existence de comités consultatifs de programmation et l'implantation de six centres de production dans les régions. À cet égard, le système belge a suivi les traces de la BBC qui compte près de soixante comités consultatifs de programmation.

La RTBF exploite quatre services de radio et deux chaînes de télévision : une chaîne à vocation généraliste, RTBF1, et une autre qui, chose curieuse, se spécialise à la fois dans les émissions culturelles et les émissions sportives, soit RTBF2.

Ces deux réseaux publics sont financés exclusivement par la redevance. Les budgets sont donc forcément limités, mais ils réussissent malgré tout à diffuser 4364 heures d'émissions en 1987, constituées à 60 %

d'émissions originales belges.³³ Contrairement aux grilles de programmation des chaînes privées et de plusieurs chaînes publiques, les émissions d'information et d'éducation permanente occupent sur les stations publiques belges la place de choix : 58 % du temps de diffusion contre 22 % pour les émissions de fiction. Les seules réalisations originales dans le domaine de la fiction se font dans le cadre de coproductions. Le téléfilm *Le maître de musique* représente l'un des exemples les mieux réussis de ce genre de productions.

Depuis quelques années, le paysage audiovisuel belge subit, lui aussi, des chambardements importants. L'arrivée d'un concurrent privé belge, la Radio-télé Luxembourg — Télévision indépendante (RTL1/TVi), de même que la privatisation de TF1, vont en effet poser à la RTBF un défi de taille. La RTL/TVi se voit autorisée à diffuser de la publicité et imposer des obligations de produire un volume important d'émissions originales belges. Le succès de TF1 privatisée risquait aussi de faire des ravages dans les parts de marché du service public belge. La RTBF réussit cependant à relever ce défi et à demeurer le numéro 1 en Belgique.

33. MINISTÈRE DE LA COMMUNAUTÉ FRANÇAISE. *Annuaire audiovisuel*. Co-édition Ministère de la Communauté française et Édi-média, 2^e édition, 1988-1989, Bruxelles, 385 pages.

Voici un tableau qui illustre bien la place de premier plan qu'occupe la RTBF en ce qui a trait à l'écoute de la télévision en Belgique.

Tableau 6

La consommation de télévision

En 1987, le temps consacré à la télévision par la population de Bruxelles et de la Wallonie, âgée de 15 ans ou plus, se répartit comme suit entre les chaînes :

Répartition, selon les chaînes, du temps consacré à la télévision en Belgique francophone, en 1987.

Chaîne	% du temps consacré à la télévision
RTBF	36
Télé 2	3
RTL-TVi	15
TF1	18
A2	18
FR3	7
BRT + HOLL. + ALL.	1
BBC + TV5 + RAI + Sky Channel + Super Channel	1
Visionnement cassettes	1

Source : Euro-Fact Book, O.R.F. Audience research, 1988.

Cette performance du système public belge est d'autant plus remarquable et spectaculaire qu'elle a été réalisée sans rien sacrifier à la mission de service public.

Toutefois, au moment de l'arrivée de ces nouveaux concurrents privés, la tentation est grande au sein de la direction de la RTBF de modifier la grille de programmation selon le modèle du secteur privé. Le débat se cristallise alors autour de la décision de maintenir ou pas, aux heures de grande écoute, la diffusion des grands magazines d'information. On opte pour le maintien de cette grille et on décide de donner clairement la priorité à l'information. Cette stratégie s'avère la bonne puisqu'elle permet à la RTBF de devancer tous ces concurrents. Ce choix, en plus d'être conforme à la vocation du service public, découlait aussi d'une analyse très pragmatique de la situation.

En matière d'information, le secteur public a une responsabilité unique, doublée d'un savoir faire indiscutable. De plus dans ce domaine, les productions nationales partent en général toujours gagnantes. Par ailleurs, sur le terrain du divertissement et de la fiction, la RTBF ne se faisait pas d'illusion sur ses capacités de faire face à la concurrence des réseaux étrangers. Bref, les dirigeants de la RTBF ont très bien compris que, dans un contexte de fragmentation du marché de la télévision, la solution pour les télévisions publiques, surtout lorsqu'elles sont de petite taille, ne réside pas dans l'affrontement avec les géants privés mais dans la complémentarité.

Cette volonté de conserver au secteur public sa place prédominante dans le système a été aussi à l'origine de la création de la 2^e chaîne publique à vocation plus culturelle. Cette chaîne comporte plusieurs origina-

lités. En lui confiant une double vocation à la fois culturelle et sportive, on a voulu éviter l'écueil du ghetto culturel. Elle se veut aussi plus européenne et pour ce faire elle programme, notamment, les meilleurs documentaires produits par les radiodiffuseurs européens. Dans le but d'introduire un élément de variété dans la grille horaire, on la modifie à quelques reprises en cours d'année, ce qui permet, pendant une semaine, la diffusion d'émissions centrées sur des thématiques particulières. Toutes ces innovations semblent appréciées du public puisque cette chaîne recueille en moyenne 7 à 10 % de l'audience. De plus, la programmation de cette chaîne est en tout point complémentaire à celle de la RTBF1.

La télévision publique en Belgique a ainsi su admirablement s'adapter aux nombreux changements et préserver les acquis du service public. Au lieu de s'essouffler dans une course à l'audience au jour le jour, la RTBF s'est donné le temps et les moyens d'arrêter une stratégie cohérente et de se définir un projet global de chaîne publique adapté aux nouveaux défis.

Avec le résultat que la RTBF peut maintenant consolider ses acquis et se préparer à faire face aux nouveaux enjeux relatifs à la constitution du marché européen de la télévision. Pour ce faire, il lui faudra certainement élargir sa base de financement et produire davantage d'émissions de fiction. Dans ce contexte, il y a de fortes chances qu'elle ait recours de plus en plus au financement publicitaire. Saura-t-elle alors éviter les dangers de la dérive commerciale ? Les Suisses ont semblé-t-il réussi à éviter cet engrenage.

La radiodiffusion suisse

L'autonomie du système public de télévision face au pouvoir politique constitue en Suisse un principe sacré. Cette séparation étanche entre la télévision et l'État s'étend tout autant au domaine de la gestion qu'à celui de la programmation. La seule limite à cette autonomie réside dans l'obligation qui lui est fixée par la loi de contribuer au développement culturel des auditeurs et téléspectateurs, à la libre formation de leur opinion et à leur divertissement, de tenir compte des particularités du pays et des besoins des cantons et de refléter la diversité des opinions.³⁴

Le maintien du monopole public

En Suisse, la décision de maintenir le monopole de radiodiffusion publique a été mûrement réfléchie. Les travaux de la commission d'experts chargée d'analyser la question se sont échelonnés sur plusieurs années.

Dans un rapport volumineux, la commission a présenté les deux hypothèses, celle du libéralisme et celle du service public financé par les usagers. Elle a finalement privilégié ce dernier scénario. Ce choix délibéré en faveur du service public a donné lieu à l'élaboration d'une stratégie de développement axée sur des principes et des choix clairs. Dans un article paru en 1984 dans la revue de l'Union européenne des radiodiffuseurs (UER), le directeur général de la Société suisse de radiodiffusion (SSR) de l'époque, Monsieur Léo Schürmann, a résumé ces choix.

34. CONSEIL FÉDÉRAL SUISSE. Concession octroyée à la Société suisse de radiodiffusion et télévision (Concession SSR) du 5 octobre 1987. SSR, janvier 1988, 10 pages.

Selon lui, la capacité des services publics de s'adapter aux changements tient à trois facteurs :

- D'abord présenter une image et une programmation qui soient en tout point cohérentes avec la mission de service public ;
- Deuxièmement, chercher à satisfaire les besoins du public et à servir chaque genre de public. Pour ce faire, il faut que l'organisme soit en contact constant avec le public ;
- Enfin, la SSR doit toujours s'insérer dans un contexte de compétitivité profitable et loyale avec les autres services étrangers de télévision.

Pour réaliser ces grandes missions de service public qui lui sont confiées par la loi, la télévision suisse s'est donné un mode de fonctionnement très cohérent.

Un fonctionnement démocratique

Tel que mentionné précédemment, la SSR offre un service de programmation distinct à chacune des communautés linguistiques. Chacune de ces sociétés fonctionne sur la base d'une double structure : une organisation ouverte à la participation des régions et du public et une structure professionnelle.

La société de radiodiffusion et de télévision suisse romande (SRTR) comprend sept sociétés régionales dont les tâches principales consistent à faire valoir les intérêts des divers milieux de la population vis-à-vis de l'organisation professionnelle, soutenir et promouvoir l'activité programmatique

de la région³⁵ et à nommer des représentants à l'assemblée des délégués qui est l'organe suprême de la SRTR.

Cette assemblée, où le personnel se trouve représenté, est composée de 53 membres dont près des deux tiers proviennent des sociétés régionales. Elle a pour principale fonction de nommer le président de la société ainsi que la majorité des membres du comité directeur.

Le comité directeur a des pouvoirs très étendus : il nomme le directeur senior, participe à l'élaboration des politiques de programme, approuve les grilles de programmes, surveille les programmes régionaux et la gestion du directeur général. S'ajoute à ces instances décisionnelles, une commission des programmes, formée de 14 membres, choisis sur la base des mêmes critères de représentativité que ceux qui ont présidé à la constitution des autres structures. Cette commission est chargée principalement de donner son avis sur les émissions après diffusion ...et d'exprimer ses vœux.

En plus de ces mécanismes institutionnels, on a aussi voulu donner aux individus la possibilité d'exprimer des plaintes relativement à la programmation. C'est une autorité indépendante qui est chargée de recevoir et d'analyser ces plaintes. Cette structure de participation a permis aux sociétés de télévision d'être près de leurs publics et de créer dans la population un réel sentiment d'appartenance envers la télévision nationale. En Suisse, les principes reliés aux missions de service public ne

35. SOCIÉTÉ DE RADIODIFFUSION ET DE TÉLÉVISION DE LA SUISSE ROMANDE. *Statuts de la Société de radiodiffusion et de la télévision de la Suisse romande*. Groupe de travail révision des statuts, 9 novembre 1979 (amendés les 26.10.84 et 24.10.86), 26 pages.

renvoient pas à des normes à respecter, mais davantage à un rapport de complicité, et d'interaction avec le public.

Une volonté de servir le public

Par ailleurs, la volonté de servir le public est aussi perceptible en Belgique. Cette dynamique et cette communication avec le public serait-elle possible uniquement dans les petits pays ?

En Suisse, les grilles de programmation ne sont pas uniquement élaborées sur la base des indices d'écoute, mais à partir des besoins plus réels des collectivités.

Comme en Belgique, le service public suisse se concentre sur la production d'émissions d'information et d'éducation populaire. Le sport occupe aussi une place très importante. Les documentaires et les reportages produits par la télévision suisse ont, en Europe, une excellente réputation. Ils remportent d'ailleurs de nombreux prix internationaux. Dans le domaine de la fiction, on se contente là aussi de coproduire cinq à six téléfilms par an.

Il faut reconnaître, cependant, que le public suisse semble avoir des habitudes d'écoute sensiblement différentes des autres publics. La moyenne d'heures d'écoute par habitant est une des plus faibles au monde et c'est aussi le pays qui compte le moins de téléviseurs par habitant alors qu'il a le produit national brut le plus élevé d'Europe.

Tableau 7

LA CONSOMMATION DE TÉLÉVISION DANS LE MONDE EN 1986					
Pays	Durée d'écoute par indi- vidu (minutes/ jour)	Pour- centage de foyers équipés de téléviseur	Pays	Durée d'écoute par indi- vidu (minutes/ jour)	Pour- centage de foyers équipés de téléviseur
Afrique			Europe de l'Est		
Algérie	37	29	Pologne ^a	180	98
Égypte	30	19	Yougoslavie ^a	165	80
Sénégal	19	6	Hongrie ^a	145	96
			URSS ^b	128	93
Amérique			Europe de l'Ouest		
États-Unis ^a	270	98	Royaume-Uni	228	97
Canada ^a	264	96	Espagne	207	98
Brésil ^b	121	58	France	178	95
Mexique ^b	116	49	Irlande	145	95
Argentine ^b	103	71	Pays-Bas	140	98
			RFA	137	97
Asie			Belgique	132	99
Japon ^a	190	98	Italie	129	98
Corée du Sud ^b	114	88	Suisse	125	93
Chine ^b	36	19	Norvège	124	97
Inde ^b	21	8	Autriche	122	96
			Danemark	113	96
Océanie^b			Finlande	112	96
Australie	220	94	Suède	105	93
Nouvelle- Zélande	123	77			

Sources : a) Peter DIEMM et GEAR ; b) BIPE, d'après UNESCO, documents d'ambassades et banques de données BIPE-Audiovisuel-international.
cité in *Briser les chaînes*, page 16.

Néanmoins, les préférences du public pour les émissions de divertissement, si elles sont moins marquées qu'ailleurs, se confirment là aussi. Dans ce contexte, la multiplication des télévisions privées axées principalement sur le divertissement constitue inévitablement un défi sérieux pour la télévision publique suisse.

À cet égard, la privatisation de TF1 a contribué à modifier considérablement les règles du jeu de la concurrence en Suisse. Les modifications importantes apportées à la grille de programmation de TF1 et l'accent mis sur un divertissement très accrocheur ont effectivement eu pour effet d'augmenter la part d'écoute de TF1 en Suisse. Il faut signaler ici que TF1 représente le principal, sinon le seul, concurrent de la RTSR, Antenne 2 venant assez loin derrière. La chaîne publique nationale a malgré tout assez bien résisté à cet assaut et ce, grâce à une stratégie axée sur le maintien de ses acquis et le respect de ses priorités.

LES TÉLÉVISIONS PUBLIQUES

DANS LE MARCHÉ

EUROPÉEN

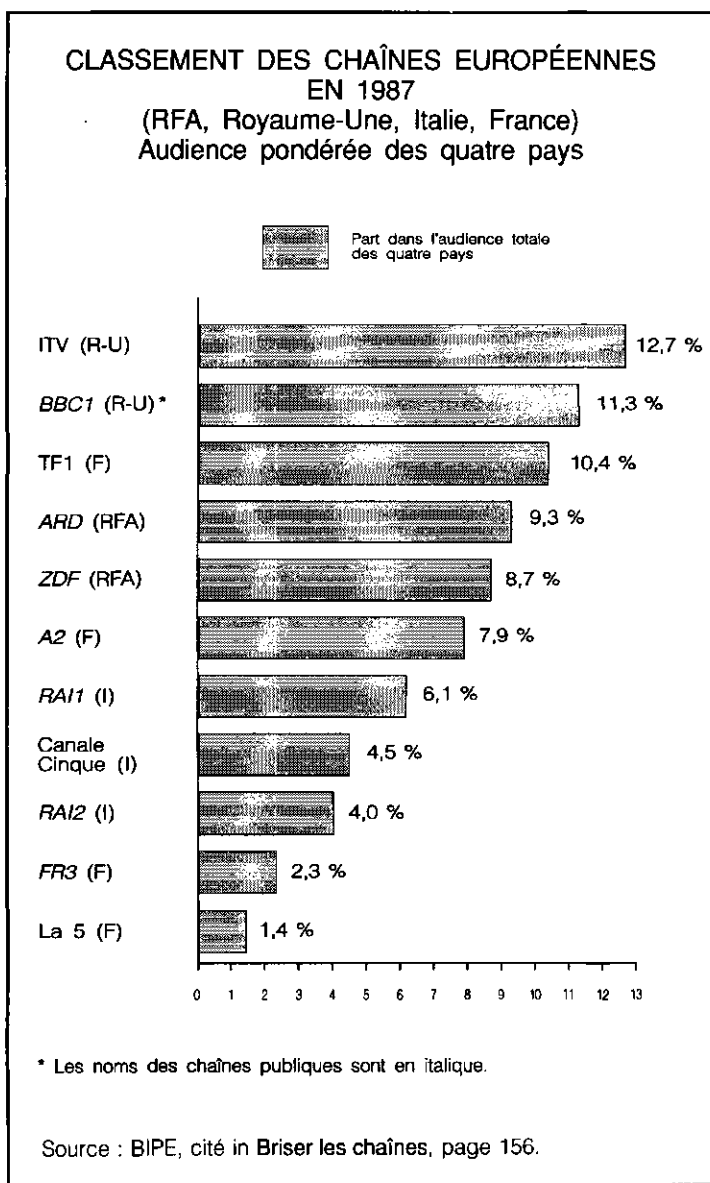
Chapitre 4

Les sociétés publiques de télévision ont, en général, assez bien résisté à la vague de déréglementation et de privatisation qui a déferlé sur l'Europe ces dernières années. En 1987, elles recueillaient 56 % de l'audience moyenne en Europe de l'Ouest.³⁶ (Voir tableau 8, page 86) C'est finalement en France que la situation de la télévision publique demeure la plus critique et tout indique qu'elle ne soit pas près de reprendre le leadership. Pour les organismes publics, la bataille des ondes est cependant encore loin d'être gagnée. À peine amorcée sur le terrain national, cette lutte se déplace maintenant de plus en plus sur la scène européenne.

En effet, l'avenir de la télévision publique en Europe dépendra très largement de la place que prendront les radiodiffuseurs publics dans la constitution du marché européen de l'audiovisuel. L'enjeu est de taille, d'autant que l'élargissement du marché vise avant tout à favoriser l'essor des industries privées de communication et de la production.

36. INSTITUT NATIONAL DE L'AUDIOVISUEL. *L'Europe des télévisions privées*. Dossiers de l'audiovisuel, La documentation française, n° 21, sept.-oct. 1988, p. 49.

Tableau 8



La reconquête de l'audiovisuel

Rattraper le retard technologique

Les systèmes européens de télévision font face actuellement à une véritable crise de croissance. Il leur faut rapidement reprendre le retard accumulé dans le domaine des infrastructures de télécommunications : satellites, expansion de l'industrie de la câblodistribution, développement de nouveaux services de programmation thématique, etc. En 1988, le taux de pénétration du câble demeurait encore très faible en Europe, soit environ 17 % des foyers. La France, la Grande-Bretagne et l'Espagne comptent parmi les pays les moins câblés d'Europe. L'expansion du marché de la télévision passe obligatoirement par le câblage et la mise en place de satellites de diffusion. Aussi dans un premier temps, a-t-on mis la priorité sur le développement des infrastructures de diffusion.

Néanmoins, l'Europe assiste, depuis une dizaine d'années, à une multiplication des chaînes de télévision et des services de programmation tant à l'échelle nationale que transnationale. Cette augmentation des moyens de diffusion n'a malheureusement pas été accompagnée d'une augmentation proportionnelle de la capacité de production. Le problème que rencontrent actuellement les sociétés de télévision européennes se résume, en fait, assez simplement. En 1988, *elles ont produit 25000 heures de programmes alors qu'elles en ont diffusé 130000*³⁷. Pour combler ce déficit, elles doivent donc faire appel aux productions étrangères, surtout américaines. L'invasion spectaculaire des produits américains en Europe a provoqué une réaction très vive, car on y voit une menace culturelle sérieuse.

37. Jacques Rigaud, *Contre le chauvinisme audiovisuel*, **Le monde diplomatique**, avril 1989.

La priorité au contenu

La relance de l'industrie des programmes est donc devenue l'enjeu central des radiodiffuseurs européens. Pour reconquérir ce marché de l'audiovisuel, les Européens ont mis de l'avant une stratégie à double volet : favoriser la constitution de groupes privés puissants qui seront en mesure de faire face à la concurrence internationale et rentabiliser les productions européennes en s'adressant à l'ensemble de l'Europe. Telles sont les raisons qui ont présidé à la mise en place d'un marché de l'audiovisuel libéré des entraves nationales. Ce développement s'inscrit, en outre, dans le processus plus global d'achèvement du marché économique européen où les personnes, les marchandises et les capitaux pourront circuler librement.

Une telle organisation, dans un domaine d'activités qui demeure malgré tout essentiellement culturel, ne va pas de soi. Pour des raisons reliées à la sauvegarde de la souveraineté culturelle et de l'identité nationale, les systèmes de radiodiffusion européens se sont structurés jusqu'à tout récemment sur une base essentiellement nationale. Le secteur audiovisuel a donc été beaucoup moins ouvert que d'autres aux échanges européens. Ainsi, est-il étonnant de constater le peu de place accordée par les chaînes françaises aux productions européennes. D'autant que la construction de l'Europe de '92 occupe une place centrale dans les débats politiques.

Afin de permettre la libre circulation des programmes et signaux de télévision à travers l'Europe, il fallait donc établir un certain nombre de règles du jeu

qui puissent favoriser le développement d'échanges plus harmonieux. C'est la Commission des communautés européennes qui a pris l'initiative d'élaborer ces normes communes.

Les initiatives de la Communauté économique européenne (CEE)

En 1984, la Commission des communautés européennes publie un livre vert **La télévision sans frontière** qui analyse les problèmes que peut poser l'abolition des frontières dans ce domaine, et qui formule aussi des propositions en vue d'harmoniser les législations des différents pays. À la suite de la publication de ce livre vert, la Commission soumet en 1986 une proposition de directive visant à encadrer les activités de radiodiffusion en Europe.

Ce n'est que deux ans plus tard, en mars 1988, que les États membres réussissent à s'entendre sur une proposition de directive soumise pour adoption finale à chacun des États membres de la communauté.

Cette directive couvre quatre grands domaines : l'origine des programmes, la publicité, le droit d'auteur et la protection de la jeunesse. Il y est proposé notamment aux radiodiffuseurs :

- de réserver, dans un délai de 3 ans, 60 % de leur temps d'antenne à la diffusion d'œuvres communautaires européennes ;
- de limiter la publicité à 15 % du temps d'antenne quotidien et à 18 % par heure de programme ; des dispositions d'ordre éthique sur le contenu de la publicité sont aussi prévues ;

- de favoriser l'exercice du droit de réponse.³⁸

Le principe des quotas soulève une vive protestation de la plupart des organismes concernés y compris ceux du secteur public. La France et la Belgique sont alors les seules à défendre cette notion. Dans la version finale qui sera adoptée le 3 octobre 1989, les pays s'engagent à ce que soit diffusée sur les chaînes nationales une programmation constituée majoritairement d'œuvres communautaires européennes.

Les dispositions relatives à l'espace réservé aux messages publicitaires sont aussi critiquées. On reproche à cette norme d'être plus élevée que celle en vigueur actuellement dans la majorité des chaînes de télévision. Il est certain que cela vise essentiellement à favoriser le développement des initiatives privées.

L'absence de mesures limitant la trop grande concentration des entreprises de communication a de plus été déplorée. La place prédominante que semblent vouloir prendre les grands groupes multimédias dans le nouveau marché européen risque de fausser sensiblement les règles du jeu des échanges. Dans cette lutte pour la conquête des marchés, tous ne partent pas égaux et, faute d'avoir prévu des mécanismes pour corriger les inégalités, les gagnants seront peut-être au terme fort peu nombreux. (Voir Annexe 2 — Tableau des premières entreprises de communication en Europe).

38. COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES. **Proposition modifiée de Directive du Conseil visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à l'exercice d'activités de radiodiffusion.** Présentée par la Commission en vertu de l'article 14 paragraphe 3 du Traité CEE, COM(88) 154 final, SYN 52, Bruxelles, 21 mars 1988, 54 pages.

Des risques culturels

Ce projet centré principalement sur les dimensions d'ordre économique va certainement contribuer à faire prévaloir les lois du marché au détriment des obligations rattachées aux missions de service public. Ce processus pourrait donc faire basculer les équilibres déjà très fragiles dans ce secteur, notamment l'équilibre entre le secteur public et privé, ainsi que celui entre les intérêts des groupes multinationaux et ceux des radiodiffuseurs nationaux.

Cette unification du marché européen de la télévision représente, de plus, un danger d'uniformisation des contenus et peut constituer à cet égard une menace pour la survie des identités culturelles nationales. Ces échanges ne seront certes pas égaux et les petits pays auront probablement beaucoup de mal à se tailler une place dans ce vaste marché. La suprématie du marché anglo-saxon ne va certainement pas contribuer à simplifier les choses.

À date, ce sont les groupes anglo-saxons qui dominent le marché de la télévision transnationale. En 1988, parmi les trente-deux chaînes de télévision diffusées par satellite, les dix premières étaient d'origine britannique. Parmi les plus importantes, mentionnons les chaînes généralistes Sky Channel, propriété du groupe Murdoch, et Super Channel, contrôlée par le groupe Granada.

La chaîne musicale la plus populaire en Europe, MTV, est aussi opérée par une multinationale britannique appartenant à Robert Maxwell. Ajoutons que le réseau américain d'information (CNN) est aussi distribué à travers l'Europe et connaît un réel succès même en France. Les Allemands tentent eux aussi d'occuper ce

marché et leurs tentatives semblent porter fruits. Deux chaînes satellites allemandes connaissent en effet un certain succès en Europe : il s'agit de la chaîne RTL Plus, appartenant aux groupes CLT et Bertelsmann, et la SAT1, propriété conjointe de plusieurs groupes allemands.

Les radiodiffuseurs publics ne sont pas demeurés à l'écart de ces projets de télévisions transfrontières. Leurs initiatives ont cependant une portée beaucoup plus limitée. Dans la majorité des cas, ces projets consistent à rediffuser une sélection des meilleurs programmes nationaux.

C'est notamment le fait de la chaîne internationale de langue française (TV5) initiée par les télévisions publiques d'expression française d'Europe et un consortium de radiodiffuseurs de langue française du Canada. Cette chaîne connaît en Europe un succès très mitigé. Les Français ne semblent pas y attacher une très grande importance. Dans ce domaine, la France mise davantage sur la SEPT. Il s'agit d'une chaîne de télévision de haute qualité à vocation essentiellement culturelle et européenne, qui a accumulé un nombre considérable d'émissions diffusées principalement sur FR3. Elle devrait commencer à diffuser de façon autonome très bientôt. Dans le but de promouvoir la culture allemande, le secteur public de ce pays a aussi mis sur pied une chaîne diffusée par satellite, la 3-Sat. Les chaînes de télévision publique autrichienne et suisse collaborent aussi à ce projet. Récemment, la BBC annonçait son intention d'exploiter un réseau international d'information. Toutefois, il n'est pas certain que le Gouvernement acceptera de dégager les fonds nécessaires au démarrage de ce projet fort ambitieux.

Les regroupements multinationaux

Les radiodiffuseurs publics européens ont de plus mis sur pied un regroupement dans le but de produire à l'échelle européenne des séries de fiction. *Il prévoit produire en trois ans plus de 100 heures de programmes.*³⁹ Le secteur public a pris l'initiative dans ce domaine et un an plus tard les grands groupes de communication privés suivaient cet exemple et formaient un consortium de production. Par la suite, ce fut le tour des producteurs indépendants à en faire autant.

La construction du marché unique européen donne lieu à une véritable prolifération de regroupements multinationaux. Pour éviter d'être noyés ou marginalisés à l'extrême dans ces grands ensembles, il n'y a pas d'autres choix que de se regrouper sur la base d'intérêts et d'objectifs communs. Cette dynamique nouvelle peut favoriser l'émergence de réseaux de solidarité et d'échanges susceptibles de transcender les seuls intérêts économiques. De tels échanges interculturels pourraient contribuer non pas à masquer les particularités mais à enrichir les cultures nationales et régionales. C'est ainsi, par exemple, que l'on assiste à la mise sur pied d'un réseau de producteurs de films et de vidéos dits alternatifs et à la création d'une association européenne des téléspectateurs. Parallèlement à *l'Europe des marchands*, c'est aussi *l'Europe des citoyens* qui tente de se constituer.

Des contrepoids aux forces économiques

Il faut espérer que ces regroupements pourront constituer des contrepoids valables face à la domination des forces économiques. La présence d'un secteur public

39. INSTITUT NATIONAL DE L'AUDIOVISUEL. n° 13, p. 47.

fort demeure toutefois la pierre angulaire sur lequel repose l'équilibre des systèmes audiovisuels européens.

Si l'arrivée des télévisions privées a été en général souhaitée, on s'est aussi très vite rendu compte des dangers culturels que peut représenter la prise de contrôle de ce secteur par des intérêts strictement économiques. Quoique la télévision de qualité ne soit pas uniquement le fait des télévisions publiques, une réalité demeure toutefois incontournable. Les télévisions publiques, parce qu'elles n'ont pas comme principal objectif la rentabilité, sont les seules en mesure d'assumer les grandes obligations inhérentes au service public, à savoir : **le respect du pluralisme, la promotion des cultures nationales, l'enrichissement culturel et l'accroissement des connaissances.**

C'est pour cette raison que la majorité des pays ont voulu conserver au secteur public une place prédominante dans leur système de radiodiffusion. Le rôle central du secteur public n'a malheureusement pas été réaffirmé dans le contexte européen.

Une marginalisation possible du secteur public

Dans le cadre de la constitution du marché européen de l'audiovisuel, la télévision publique risque de se trouver marginalisée. Si tel est le cas, elle pourra aussi perdre sa position de *leader* à l'intérieur du marché national.

Ce sera alors le début de la fin du modèle de télévision de service public en Europe.⁴⁰ Rien ne pourra plus faire obstacle à l'expansion des groupes privés multinationaux et à leur projet de programmes standardisés et uniformisés, destinés à un public qui partage une prétendue culture européenne gommant les différences de points de vue et de culture.

Pour éviter ces dangers et redonner au secteur public la place qui lui revient dans le marché européen de la télévision, le groupe de prospective sur la télévision européenne présidé par Valéry Giscard D'Estaing a proposé la création d'une chaîne publique européenne, ainsi que la mise sur pied d'un forum européen qui verrait à promouvoir une concurrence plus harmonieuse dans le marché de la télévision. Ce groupe propose, de plus, que les organismes privés soient soumis, au même titre que les entreprises publiques, aux obligations de service public.

Ces propositions ne semblent pas avoir reçu un accueil très favorable de la part des divers organismes concernés. Le débat, cependant, est loin d'être terminé. Les derniers événements survenus en Europe de l'Est modifient considérablement le paysage audiovisuel européen et entraîneront forcément des réajustements importants de stratégies.

Le marché européen de demain risque, en effet, de déborder de beaucoup les 320 millions d'habitants que représente actuellement l'Europe des douze. Dans les pays d'Europe de l'Est, on risque d'assister à un démantèlement rapide des télévisions d'État et à un développement important du secteur privé.

40. INSTITUT EUROPÉEN DE LA COMMUNICATION. *Europe 2000*, *op. cit.*, p. 73.

Pour les groupes privés disposant de capitaux importants, il s'agit là de débouchés inespérés qui risquent de renforcer encore davantage la place du secteur privé dans ce nouvel espace européen.

Conclusion

Rattraper le retard technologique, relancer l'industrie des programmes, et favoriser la constitution de grands groupes de communication capables de faire face à la concurrence internationale, tels ont été les principaux credos qui ont guidé les stratégies de développement des années 80.

C'est ainsi que la très grande majorité des pays européens ont assisté à l'éclatement de leur système audiovisuel. Les bouleversements sont majeurs et empruntent des voies multiples variant sensiblement d'un pays à l'autre :

- abolition du monopole de télévision publique et déréglementation des systèmes de contrôle public,
- multiplication des chaînes privées commerciales à vocation généraliste ou thématique,
- influence grandissante du financement publicitaire et prépondérance des émissions de divertissement,
- inflation des coûts de production et invasion des produits américains,
- pénétration massive des signaux étrangers de télévision, via les satellites et le câble sur les territoires nationaux,
- emprise croissante des grands groupes privés transnationaux,
- création de chaînes européennes diffusées par satellites et établissement d'un marché unique européen de l'audiovisuel.

La tendance est à la concentration et à l'organisation de la radiodiffusion selon le mode de fonctionnement prévalant dans l'industrie. Il existe, par ailleurs, d'autres forces en mouvement (encore dominantes en Europe) qui, sans négliger les enjeux industriels, impo-

sent la prise en compte des dimensions sociales et culturelles de la radiodiffusion.

En fait, la majorité des pays européens sont restés fidèles à la notion de service public au niveau national. En Belgique, en Scandinavie, en Allemagne de l'Ouest et dans les Pays Bas, les réformes ne se sont pas limitées à autoriser l'introduction au secteur privé, elles ont aussi réaffirmé la prééminence du secteur public. Dans ces pays, l'évolution de la télévision va donc continuer de reposer principalement sur le secteur public. On espère ainsi concilier les enjeux économiques et les objectifs culturels.

Les télévisions publiques sont donc loin d'avoir perdu la bataille. Ebranlées dans un premier temps par la multiplication des intervenants privés, elles réussissent en général à reprendre par la suite une place de choix sur l'échiquier national. C'est l'évolution qu'a connue le système public dans plusieurs pays, en particulier l'Italie, la Belgique et la Suisse, et que connaîtra peut-être la France.

Préserver le pluralisme d'expression, garantir l'égalité de tous et de toutes devant l'information et la culture, promouvoir l'identité culturelle nationale tout en respectant le droit à l'expression des minorités culturelles, telles sont les obligations du service public audiovisuel et telles sont aussi les raisons qui fondent l'attachement des Européens à ce modèle de télévision.

Si la télévision publique européenne n'a pas perdu la première manche elle est loin, cependant, d'avoir gagné la guerre. Cette guerre, il lui faut à la fois la gagner sur le terrain de la qualité et de la quantité.

Pour faire face à la concurrence, la télévision publique doit à la fois renouveler son approche et demeurer fidèle aux grandes missions du service public, ce qui n'est pas un mince défi. Il lui faut contribuer à élever le niveau général des connaissances et développer les goûts du public sans tomber dans l'élitisme et sans renoncer à rejoindre la plus large audience possible. Il appartient aux radiodiffuseurs publics de trouver de nouvelles formules programmatiques qui puissent concilier culture et divertissement. Dans le domaine de l'information, il faut éviter de tomber dans le piège du sensationnalisme et trouver le moyen d'attirer le public sur le terrain de la qualité du traitement et de la pertinence des sujets abordés.

De cette analyse de l'évolution récente des télévisions publiques d'Europe de l'Ouest, il ressort un certain nombre de balises et de conditions de base devant être respectées pour éviter la dérive commerciale et la marginalisation du secteur public. Voici les principales :

- La reconnaissance de la place prédominante de l'audiovisuel public à l'intérieur du système national de radiodiffusion (lorsque le secteur privé occupe une place dominante, c'est en général lui qui colore l'ensemble de l'offre télévisuelle).
- L'élaboration d'un nouveau projet cohérent de chaîne publique.
- Un financement des chaînes publiques à la mesure des défis posés par l'accroissement de la concurrence et provenant surtout de fonds publics.
- L'établissement de liens étroits et différents avec le public, par le biais notamment de comités consultatifs de programmation et de mécanismes de rétroaction.

- L'imposition d'obligations de service public non seulement au secteur public mais aussi aux radiodiffuseurs privés.
- Le maintien de l'équilibre entre la place occupée par le secteur public et les grands groupes privés dans le marché européen de l'audiovisuel.

En Europe, il existe un concept clé auquel on semble référer pour solutionner tous les problèmes et c'est celui de l'équilibre : équilibre entre secteur privé et secteur public, entre concentration et pluralisme, entre marché nationaux et transnationaux. Quoique l'intention soit louable et la formule intéressante, malheureusement les forces en présence actuellement n'ont pas, loin de là, un poids équivalent.

Pour que ce scénario optimiste puisse se réaliser, il faudra que le public se manifeste davantage et oppose à la *télévision des marchands*, la *télévision des citoyens*.

Bibliographie

Documentation générale

ATKINSON, Dave. **Télévision, entertainment et culture national. Une vision élargie du dilemme Canado-américain.** Document de travail du Centre québécois de relations internationales (Québec, Canada) en vue du colloque conjoint organisé par les universités Duke et Laval, Québec, octobre 1988, 31 pages.

BROADCASTING RESEARCH UNIT. **The Public Service Idea in British Broadcasting. Main Principles.** Par Dennis Lawrence, Londres, juillet 1985, 27 pages.

COLLINS, Richard, GARNHAM, Nicholas, LOCKSLEY, Gareth. **The Economics of Television. The UK Case.** Série The Media, Culture and Society, Londres, 1988, 136 pages.

DE GOURNAY, Chantal, MUSSO, Pierre, PINEAU, Guy. **Télévisions déchaînées. La déréglementation en Italie, en Grande-Bretagne et aux États-Unis.** La documentation française, Paris, 1985, 189 pages.

GUILLOU, Bernard, PADIOLEAU, Jean-Gustave. **La régulation de la télévision.** Collection Les études de la CNCL, La documentation française, Paris, 1988, 154 pages.

HUBERT, Richard. *La RFA et sa télévision*, dans la série **Les télévisions du monde.** Éd. INA/Champ Vallon, Paris, mars 1988, 142 pages.

INSTITUT CANADIEN D'ÉDUCATION DES ADULTES. **La radiodiffusion au Canada : un service public.** Mémoire de l'ICÉA sur la révision de la politique de la radiodiffusion, présenté au Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion, Montréal, octobre 1985, 136 pages.

INSTITUT CANADIEN D'ÉDUCATION DES ADULTES. **Radio-Canada : un leadership à renforcer.** Mémoire de l'ICÉA au CRTC sur le renouvellement des permis des réseaux de télévision de la Société Radio-Canada, Montréal, 25 septembre 1986, 35 pages.

INSTITUT EUROPÉEN DE LA COMMUNICATION. **Europe 2000 : quelle télévision ?** Rapport du Groupe de prospective sur la télévision européenne, collection Media Monograph n° 11, Université de Manchester, Royaume-Uni, juin 1988, 204 pages.

INSTITUT EUROPÉEN DE LA COMMUNICATION. **Qualité et valeurs de communication. Un tournant dans la télévision européenne.** Par Anthony Pragnell, collection Media Monograph n° 5, Université de Manchester, Royaume-Uni, 1985, 139 pages.

INSTITUT EUROPÉEN DE LA COMMUNICATION. **La communication en liberté surveillée. Études de cas dans neuf pays.** Par Eliane Couprie et Henry Olsson, collection Media Monograph n° 9, Université de Manchester, Royaume-Uni, 1987, 221 pages.

JUNEAU, Pierre. *Télévision sans frontières*, dans **Inter**, Information et documentation sur les moyens de communication sociale, Vol. 19, n° 5, Montréal, 1989, 10 pages.

LE DIBERDER, Alain, COSTE-CERDAN, Nathalie. **La télévision.** Collection Repères, Éd. La Découverte, Paris, octobre 1986, 126 pages.

LE DIBERDER, Alain, COSTE-CERDAN, Nathalie. **Briser les chaînes. Introduction à l'après-télévision.** Cahiers libres, Éd. La découverte, Paris, 1988, 174 pages.

MATTELART, Armand. *La publicité*, dans la collection **Repères**. Éd. La Découverte, Paris, janvier 1990, 125 pages.

MICHEL, Hervé. **La télévision en France et dans le monde**. Collection Politique d'aujourd'hui, Éd. Presses universitaires de France, Paris, mars 1989, 175 pages.

MIÈGE, B., PAJON, P., SALAUN, J.M. **L'industrialisation de l'audiovisuel, des programmes pour les nouveaux médias**. Dans la série Babel, Éd. Aubier, Paris, janvier 1986, 284 pages.

MIQUEL, Pierre. **Histoire de la radio et de la télévision**. Librairie Académique Perrin, Paris, mars 1984, 393 pages.

MISSIKA, Jean-Louis, WOLTON, Dominique. **La folle du logis. La télévision dans les sociétés démocratiques**. Éd. Gallimard, Paris, 1983, 338 pages.

OJALVO, Andrée. *La Grande-Bretagne et sa télévision*, dans la série **Les télévisions du monde**. Éditions INA/Champ Vallon, Paris, août 1988, 141 pages.

ROCARD, Michel. *Le cœur à l'ouvrage*. Éd. Odile Jacob, octobre 1987, 344 pages.

TREMBLAY, Gaétan. **Le service public : principe fondamental de la radiodiffusion canadienne**. Rapport préliminaire présenté à la Commission Caplan-Sauvageau, Montréal, 15 octobre 1985, 108 pages.

UNESCO. **Coopération culturelle : études et expériences. Trois semaines de télévision, une comparaison internationale : Belgique, Bulgarie, Canada, France, Hongrie, Italie et Japon**, Paris, 1982, 85 pages.

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL. **Les tendances de la radiodiffusion. Quatre études de cas : France,**

Grande-Bretagne, États-Unis, Canada. Rapport final du projet d'analyse comparative de l'évolution de la radiodiffusion (ACER). Par Pierre Lizotte et Gaétan Tremblay, co-édition UQAM, FNC, SCFP, Montréal, mai 1989, 96 pages.

France

CLUZEL, Jean. **La télévision après six réformes.** Éd. JC Lattès et Licet, Paris, 1988, 311 pages.

COMMISSION NATIONALE DE LA COMMUNICATION ET DES LIBERTÉS. **Lettre d'information.** *André Santini rend visite à la CNCL, 19 octobre au 2 novembre 1987, n° 3. Les bilans de TF 1, 20 juin 1988, n° 19. L'industrie des programmes, 4 juillet 1988, n° 20. La CNCL, la publicité et le parrainage, 26 septembre 1988, n° 23. Antenne 2, FR3 : les bilans de la CNCL, 10 octobre 1988, n° 24.*

COMMISSION NATIONALE DE LA COMMUNICATION ET DES LIBERTÉS. **TF 1 - A 2 - FR 3. Les programmes diffusés en 1986.** Tome 1 *L'application des obligations de programme inscrites aux cahiers des charges de TF 1, Antenne 2 et FR 3, 60 pages.* Tome 2 *Analyse des programmes de TF 1, Antenne 2 et FR 3, Paris, 280 pages.*

DARGNIES, Sylvie. **Les chiffres-clés de la télévision française 1986-1987,** Éd. l'INA et la CNCL, Monaco, 1988, 128 pages.

DELCROS, Bertrand, VODAN, Bianca. **La liberté de communication. Loi du 30 septembre 1986. Analyse et commentaire.** CNCL, Paris, février 1987, 240 pages.

INSTITUT NATIONAL DE L'AUDIOVISUEL. **L'esprit des lois ou comment réformer l'audiovisuel.** Dossiers de l'audiovisuel n° 20, Éd. La documentation française, Paris, juillet-août 1988, 55 pages.

Journal officiel de la République Française. Décret n° 87-717 du 28 août 1987 portant approbation des cahiers des missions et des charges des sociétés Antenne 2 et France Régions 3. Ministère de la Culture et de la Communication. Paris, 1er septembre 1987.

LE MONDE. Dossiers et documents. **Les industries de la culture**. Numéro spécial, Paris, novembre 1988, n° 160, 8 pages.

LE MONDE. Dossiers et documents. **La télévision en 1987. Le grand chambardement**. Paris, 159 pages.

LEDOS, Jean-Jacques, JÉZÉQUEL, Jean-Pierre, RÉGNIER, Pierre. **Le gâchis audiovisuel. Histoire mouvementée d'un service public**. Collection Mise au point. Audiovisuel, Éd. Ouvrières, Paris, décembre 1986, 222 pages.

MÉDIAMÉTRIE. **Palmarès 1987. Tous genres confondus sur toutes les chaînes. Taux moyen Audimat Médiamétrie : 1 % = 194 000 foyers**. Mensuel, n° 23, Paris, septembre 1988.

NEUSCHWANDER, Claude, CHARPENTIER, Jean-Marie et al. **La communication dans tous ses états**. Collection Mouvement, Éd. Syros, septembre 1986, 215 pages.

PÉRICARD, Michel. **La politique audiovisuelle extérieure de la France. Rapport au Premier ministre**. Collection des rapports officiels, Éd. La documentation française, Paris, 30 décembre 1987, 269 pages.

Suisse — Belgique

CONSEIL FÉDÉRAL SUISSE. **Concession octroyée à la Société suisse de radiodiffusion et télévision (Concession SSR) du 5 octobre 1987**. SSR, janvier 1988, 10 pages.

MINISTÈRE DE LA COMMUNAUTÉ FRANÇAISE. **Décret sur l'audiovisuel.** Conseil supérieur de l'audiovisuel, document 45/88, Bruxelles, 17 juillet 1987, 8 pages.

MINISTÈRE DE LA COMMUNAUTÉ FRANÇAISE. **Annuaire de l'audiovisuel.** Co-édition Ministère de la Communauté française et Édimedia, 2^e édition, 1988-1989, Bruxelles, 385 pages.

RADIO-TÉLÉVISION BELGE DE LA COMMUNAUTÉ CULTURELLE FRANÇAISE. **Statuts.** Dans la série *Études de radio-télévision*, n° 27, Bruxelles, mai 1980, 259 pages.

RADIO-TÉLÉVISION BELGE DE LA COMMUNAUTÉ CULTURELLE FRANÇAISE. **Rapport annuel 1986.** Bruxelles, 1987, 100 pages.

SOCIÉTÉ DE RADIODIFFUSION ET DE TÉLÉVISION DE LA SUISSE ROMANDE. **Statuts de la Société de radiodiffusion et de la télévision de la Suisse romande.** Groupe de travail de révision des statuts, Genève, 9 novembre 1979, 26 pages.

SOCIÉTÉ SUISSE DE RADIODIFFUSION ET TÉLÉVISION. **Annuaire SSR 1987/88.** Éd. Direction générale de la Société suisse de radiodiffusion et télévision, Genève, juin 1988, 60 pages.

Europe

COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES. *La Communauté européenne et la culture*, dans **Le dossier de l'Europe**, n° 10/88, Luxembourg, mai 1988, 12 pages.

COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES. *La politique audiovisuelle de la Communauté. Proposition de directive du Conseil concernant l'activité de radiodiffusion*, Communication de la Commission transmise au Conseil

le 30 avril 1986, dans **Bulletin des Communautés européennes**, Supplément 5/86, Supplément établi sur la base du document COM(86) 146 final, Bruxelles, 31 pages.

COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES. **L'audiovisuel dans le grand marché européen**. Objectif 92. Documentation européenne, périodique 4/1988, 57 pages.

COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES. **Télévision sans frontières. Livre vert sur l'établissement du marché commun de la radiodiffusion, notamment par satellite et par câble**. Communication de la Commission au Conseil, COM(84) 300 final, Bruxelles, 14 juin 1984, 367 pages.

COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES. **Proposition modifiée de Directive du Conseil visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à l'exercice d'activités de radiodiffusion**. Présentée par la Commission en vertu de l'article 149 paragraphe 3 du Traité CEE, COM(88) 154 final, SYN 52, Bruxelles, 21 mars 1988, 54 pages.

INSTITUT NATIONAL DE L'AUDIOVISUEL. **L'Europe des programmes**. Dossiers de l'audiovisuel, La documentation française, n° 13, mai-juin 1987.

INSTITUT NATIONAL DE L'AUDIOVISUEL. **L'Europe des télévisions privées**. Dossiers de l'audiovisuel, La documentation française, n° 21, sept.-oct. 1988, 55 pages.

LE MONDE DIPLOMATIQUE. **Manière de voir 3. La communication victime des marchands**. Paris, novembre 1988, 97 pages.

MÉDIASPOUVOIRS. L'Europe de la communication. Trimestriel n° 12, octobre-novembre-décembre 1988, Éd. Bayard-Presses, Paris, 188 pages.

PALMER, Michael. *Les Europes de la communication*, dans **Les temps modernes**, n° 510, Paris, janvier 1989, pp. 85-98.

POURQUOI ? La mémoire 1989. 10^e université de la communication. Éd. Ligue française de l'enseignement et de l'éducation permanente, Paris, janvier 1990, n° 250, 63 pages.

POURQUOI ? Europe et communication. Éd. Ligue française de l'enseignement et de l'éducation permanente, Paris, août 1989, n° 246, 47 pages.

Revue française de droit administratif. Éd. Sirey, revue bimestrielle, 3^e année, Paris, mai-juin 1987, pages 343-524.

SONTAG, Susan. *L'idée d'Europe, une élégie de plus*, dans **Les Temps modernes**, Paris, janvier 1989, n° 510.

UNION EUROPÉENNE DE RADIODIFFUSION. **Revue de l'UER.** Vol. XXXV, n° 5, Genève, septembre 1984, 55 pages.

UNION EUROPÉENNE DE RADIODIFFUSION. **Revue de l'UER.** Vol. XXXVII, n° 6, Genève, novembre 1986, 48 pages.

Cahier des missions et des charges d'Antenne 2 (extrait)

CHAPITRE 1^{er}

Obligations générales

Art. 1er. — Pour la conception, la programmation et la diffusion de ses émissions, la société est soumise au respect des dispositions permanentes prévues dans le présent cahier des missions et des charges et de dispositions annuelles fixées par arrêté du ministre chargé de la communication.

Art. 2. — La société fait diffuser ses émissions sur l'ensemble du territoire métropolitain.

Art. 3. — La société conçoit et programme ses émissions dans le souci d'apporter à toutes les composantes du public information, enrichissement culturel et divertissement, en fonction de la mission culturelle, éducative et sociale qui lui est assignée par la loi.

Elle assure notamment par ses programmes la mise en valeur du patrimoine et participe à son enrichissement par les créations audiovisuelles qu'elle propose sur son antenne.

La société peut exploiter les services télématiques qui sont le prolongement des émissions qu'elle programme.

Art. 4. — La société assure l'expression pluraliste des courants de pensée et d'opinion dans le respect du principe d'égalité de traitement et des recommandations de la Commission nationale de la communication et des libertés.

Elle assure l'honnêteté, l'indépendance et le pluralisme de l'information, notamment pour les émissions d'information politique, dans le respect des recommandations de la Commission nationale de la communication et des libertés.

Art. 5. — La société veille au respect de la personne humaine et de sa dignité, de l'égalité entre les femmes et les hommes ainsi qu'à la protection des enfants et adolescents.

Elle avertit les téléspectateurs sous une forme appropriée lorsqu'elle programme des émissions de nature à heurter leur sensibilité.

Art. 6. — La société contribue à la promotion et à l'illustration de la langue française dans le respect des recommandations de la Commission nationale de la communication et des libertés.

Elle veille à la qualité du langage employé dans ses programmes.

Art. 7. — La société fait connaître ses programmes deux semaines avant leur diffusion.

Art. 8. — La société veille à s'adapter aux mutations engendrées par les techniques nouvelles et à mener des actions de recherche dans le domaine de la création audiovisuelle.

Art. 9. — La société adapte les conditions de diffusion des programmes aux difficultés des personnes sourdes ou malentendantes, après avoir consulté leurs représentants sur le choix des émissions qui leur sont rendues accessibles. Le volume horaire de ces émissions est fixé par les dispositions annuelles du cahier des missions et des charges.

Art. 10. — En cas de cessation concertée du travail, la société assure la continuité du service dans les conditions fixées par la législation et la réglementation en vigueur.

Art. 11. — La société prend les mesures permettant l'exercice du droit de réponse dans les conditions fixées par la législation et la réglementation en vigueur.

Lorsque le droit de réponse s'exerce au titre des émissions programmées par la société pour le compte de tiers, ceux-ci prennent en charge le coût afférent à la production et à la diffusion de la réponse.

Art. 12. — La société met en œuvre les mesures arrêtées par le Premier ministre ou les ministres compétents pour l'application des textes relatifs à la défense nationale et à la sécurité de la population.

CHAPITRE II

Obligations particulières

Art. 13. — Sous réserve des dispositions des articles 14 à 19 et 119 à 122 du présent cahier des missions et des charges, il est interdit à la société de programmer et de faire diffuser des émissions produites par ou pour des partis politiques, des organisations syndicales ou professionnelles, ou des familles de pensée politiques, philosophiques ou religieuses, qu'elles donnent lieu ou non à des paiements au profit de ladite société.

I. — COMMUNICATIONS DU GOUVERNEMENT

Art. 14. — La société assure à tout moment la réalisation et la programmation des déclarations et des communications du Gouvernement, sans limitation de durée et à titre gratuit.

Elle met en œuvre le droit de réplique dans le respect des modalités fixées par la Commission nationale de la communication et des libertés.

II. — CAMPAGNES ÉLECTORALES

Art. 15. — La société produit, programme et fait diffuser les émissions relatives aux consultations électorales pour lesquelles une campagne officielle radio-télévisée est prévue par les textes législatifs et réglementaires en vigueur, dans le respect des règles définies par la Commission nationale de la communication et des libertés.

L'État rembourse les frais occasionnés par ces émissions.

III. — EXPRESSION DU PARLEMENT

Art. 16. — La société a pour mission, conjointement avec la société F.R. 3, de programmer et faire diffuser, sous le contrôle du bureau de chacune des assemblées, les principaux débats du Parlement selon des modalités arrêtées d'un commun accord.

Le choix des débats à retransmettre est effectué en accord avec les bureaux des assemblées qui règlent les conditions dans lesquelles le temps d'antenne est réparti entre les divers orateurs, dans le respect de l'obligation générale de pluralisme et d'équilibre.

Le bureau de l'Assemblée nationale et le bureau du Sénat ont le choix de la société qui est chargée de la programmation et de la diffusion de chaque débat, en s'efforçant de répartir également cette charge entre les sociétés intéressées compte tenu de la grille de leurs programmes.

Art. 17. — En concertation avec la société F.R. 3, la société programme et fait diffuser des émissions régulières consacrées à l'expression directe des formations politiques représentées par un groupe dans l'une ou l'autre des assemblées du Parlement, dans le respect des modalités définies par la Commission nationale de la communication et des libertés.

Le coût financier de ces émissions est à la charge de la société dans les limites d'un plafond fixé, pour chaque émission, par les dispositions annuelles du cahier des missions et des charges.

IV. — EXPRESSION DES ORGANISATIONS SYNDICALES ET PROFESSIONNELLES

Art. 18. — En concertation avec la société F.R. 3, la société programme et fait diffuser des émissions régulières consacrées à l'expression directe des organisations syndicales et professionnelles représentatives à l'échelle nationale, dans le respect des modalités définies par la Commission nationale de la communication et des libertés.

Le coût financier de ces émissions est à la charge de la société dans les limites d'un plafond fixé, pour chaque émission, par les dispositions annuelles du cahier des missions et des charges.

V. — ÉMISSIONS À CARACTÈRE RELIGIEUX

Art. 19. — La société programme et fait diffuser le dimanche matin des émissions à caractère religieux, consacrées aux principaux cultes pratiqués en France. Ces émissions, réalisées sous la responsabilité des représentants désignés par les hiérarchies respectives de ces cultes, se présentent sous la forme de cérémonies culturelles ou de commentaires religieux.

Les frais de réalisation de ces émissions sont pris en charge par la société dans la limite d'un plafond fixé, pour chaque émission, par les dispositions annuelles du cahier des missions et des charges.

VI. — ÉMISSIONS D'INFORMATIONS SPÉCIALISÉES

Art. 20. — La société programme et fait diffuser gratuitement au moins douze messages de la grande cause nationale agréée annuellement par le Gouvernement.

Art. 21. — La société programme et fait diffuser gratuitement, à une heure de grande écoute, des messages réalisés par la délégation à la sécurité routière, selon des modalités fixées d'un commun accord.

Avant de programmer ces émissions, la société peut procéder à leur visionnage et refuser leur passage à l'antenne.

Art. 22. — La société programme et fait diffuser des émissions destinées à l'information du consommateur.

Dans le cadre de cette mission, une convention annuelle conclue entre la société et l'Institut national de la consommation détermine les conditions dans lesquelles sont réalisées, programmées et diffusées des émissions à une heure d'écoute favorable. Leur durée hebdomadaire est de dix minutes, en moyenne sur l'année. Les frais exposés par la société pour la programmation et la diffusion de ces émissions lui sont remboursés par l'Institut national de la consommation. Avant de programmer ces émissions, la société peut procéder à leur visionnage et refuser leur passage à l'antenne.

Art. 23. — La société programme et fait diffuser, au moins une fois par jour et à une heure de grande écoute, les informations météorologiques fournies par la météorologie nationale.

Elle programme et fait diffuser également, au moins une fois par jour et à une heure de grande écoute, des informations météorologiques sur les départements et territoires d'outre-mer.

VII. — ÉMISSIONS ÉDUCATIVES ET SOCIALES

Art. 24. — Les modalités de coopération de la société avec le ministre chargé de l'éducation nationale et les organismes qui en dépendent sont définies par une convention conclue entre l'État et la société.

Les frais de production et de diffusion sont à la charge du ministre chargé de l'éducation nationale ou des organismes qui en dépendent.

Art. 25. — Les modalités de coopération de la société avec le ministre chargé de la formation professionnelle et de la promotion sociale sont définies par une convention conclue entre l'État et la société.

Les frais de production et de diffusion sont à la charge du ministre et des services de l'État chargés de la formation professionnelle et de la promotion sociale.

CHAPITRE III

Obligations relatives aux divers genres de programmes

Art. 26. — Les œuvres audiovisuelles diffusées annuellement devront :

— pour 60 p. 100 au moins d'entre elles, être d'origine communautaire ;

— pour 50 p. 100 au moins d'entre elles, être d'expression originale française.

Art. 27. — La société diffuse annuellement un volume minimum de 300 heures d'émissions d'expression originale française en première diffusion en France, consacrées à des œuvres de fiction, autres que cinématographiques, et à des documentaires.

I. — INFORMATION ET DOCUMENTAIRE

Art. 28. — La société programme et fait diffuser quotidiennement au moins deux journaux d'information.

Art. 29. — La société programme et fait diffuser des émissions documentaires sur les problèmes économiques, sociaux, culturels, scientifiques et techniques du monde contemporain, ainsi que des magazines ou des séries d'émissions portant sur les différents aspects de la vie culturelle nationale, y compris sur les activités culturelles des différentes communautés étrangères vivant sur le territoire national.

La diffusion des émissions documentaires répond aux obligations prévues à l'article 26 du présent cahier des missions et des charges. Toutefois, jusqu'au 30 septembre 1990, les pourcentages mentionnés à l'article 26 ne concernent que les émissions diffusées en semaine entre

L'AVENIR INCERTAIN DES TÉLÉVISIONS PUBLIQUES D'EUROPE

12 heures et 14 heures et après 19 heures, ainsi que le samedi, le dimanche et les jours fériés, toute la journée.

II.— THÉÂTRE, MUSIQUE ET DANSE

Art. 30. — La société programme et fait diffuser des spectacles théâtraux, lyriques et chorégraphiques produits par les théâtres, festivals et organismes d'action culturelle subventionnés. Les dispositions annuelles du cahier des missions et des charges fixent le nombre minimum de ces spectacles, ainsi que les conditions dans lesquelles le ministre chargé de la culture apporte une participation financière à ces opérations.

Art. 31. — Dans ses émissions, la société fait connaître les diverses formes d'expression théâtrale et rend compte de l'actualité théâtrale.

Art. 32. — La société consacre à des émissions documentaires de caractère musical un volume horaire mensuel d'une heure trente minimum. Le contenu de ces émissions doit permettre de faire connaître aux téléspectateurs les diverses formes de musique et de rendre compte de l'actualité musicale.

Une partie de ce temps est réservée à des émissions d'initiation destinées aux enfants et aux adolescents.

Art. 33. — Outre les retransmissions lyriques prévues à l'article 30 du présent cahier des missions et des charges, la société programme et fait diffuser chaque année au moins quinze heures de concerts interprétés par des orchestres français, nationaux et régionaux.

Une convention conclue avec la société Radio France détermine les conditions de recours aux formations musicales dépendant de ladite société.

Art. 34. — Pour l'illustration sonore des génériques des émissions qu'elle produit, la société fait notamment appel au concours de compositeurs contemporains.

III.— VARIÉTÉS

Art. 35. — Dans ses programmes de variétés pris dans leur ensemble, la société donne une place majoritaire à la chanson d'expression originale française et s'attache à promouvoir les nouveaux talents.

Elle veille à illustrer toutes les formes d'expression de la musique vivante en ouvrant largement ses programmes aux retransmissions de spectacles publics présentés en France.

Les dispositions annuelles du cahier des missions et des charges fixent les conditions dans lesquelles les émissions à dominante thématique musicale d'expression étrangère sont sous-titrées en langue française.

IV.— SPORT

Art. 36. — La société conclut en tant que de besoin des conventions avec les organismes sportifs dirigeants, et notamment avec les fédérations sportives adhérant au Comité national olympique et sportif français pour déterminer les conditions dans lesquelles elle assure la retransmission de manifestations sportives.

La société réalise des émissions d'information et d'initiation sportives. Elle réserve dans ses programmes une information mensuelle aux sports de faible audience.

V.— ÉMISSIONS POUR LES ENFANTS ET LES ADOLESCENTS

Art. 37. — Aux jours et heures auxquels ce public est disponible, la société programme et fait diffuser des émissions destinées aux enfants et aux adolescents en tenant compte des caractéristiques propres à chacune de ces tranches d'âge.

Les émissions destinées aux adolescents doivent s'attacher également à faciliter leur entrée dans la vie active.

Art. 38. — La société s'attache à ce que la diffusion, d'une part, des œuvres d'animation, d'autre part, des œuvres de fiction destinées aux enfants et aux adolescents répondent aux obligations prévues à l'article 26 du présent cahier des missions et des charges.

VI.— ŒUVRES DE FICTION TÉLÉVISUELLE

Art. 39. — La société s'attache à susciter des créations originales spécialement destinées à la télévision.

Dans ce but, elle réserve une place importante aux œuvres des nouveaux auteurs, réalisateurs et interprètes. Elle présente également des adaptations originales du répertoire classique et contemporain.

Pour l'illustration musicale des émissions de fiction télévisuelle, la société s'attache tout particulièrement à recourir à des œuvres originales de compositeurs français ou ressortissants des États membres de la Communauté économique européenne, notamment à des œuvres de compositeurs contemporains.

Art. 40. — Par œuvre de fiction, il convient d'entendre toute œuvre dramatique dont la production fait appel à un scénario et dont la réalisation repose sur la prestation d'artistes interprètes pour l'essentiel de sa durée.

La fiction télévisuelle comprend les genres suivants :

- feuilletons : œuvres diffusées par épisodes suivis ;
- téléfilms ou dramatiques : œuvres constituant une entité en une ou plusieurs parties ;
- séries : autres œuvres diffusées en plusieurs parties ;
- œuvres d'animation ;

— œuvres théâtrales, lyriques et chorégraphiques ne constituant pas des retransmissions de spectacles publics.

Les émissions documentaires ne peuvent être assimilées à des œuvres de fiction.

La diffusion des œuvres de fiction répond aux obligations prévues à l'article 26 du présent cahier des missions et des charges. Toutefois, jusqu'au 30 septembre 1990, les pourcentages mentionnés à l'article 26 du présent cahier des missions et des charges ne concernent que les émissions diffusées en semaine entre 12 heures et 14 heures et après 19 heures ainsi que le samedi, le dimanche et les jours fériés, toute la journée.

VII.— ŒUVRES CINÉMATOGRAPHIQUES

Art. 41. — Le nombre d'œuvres cinématographiques de longue durée que la société est autorisée à diffuser annuellement ne peut dépasser 192. Le nombre de diffusion avant 22 h 30 ne peut dépasser 144.

Les plafonds mentionnés à l'alinéa précédent s'entendent de l'ensemble des diffusions et rediffusions de quelque nature que ce soit.

Art. 42. — Aucune œuvre cinématographique de longue durée ne sera diffusée, d'une part, le mercredi soir et vendredi soir, à l'exception des « œuvres de ciné-club », diffusées après 22 h 30, d'autre part, le samedi toute la journée et le dimanche avant 20 h 30.

Art. 43. — Aucune œuvre cinématographique ne sera diffusée moins de trois ans après l'obtention du visa d'exploitation. Pour les œuvres cinématographiques coproduites par la société, le délai entre le visa de sortie de l'œuvre et la date de sa première diffusion à l'antenne est fixé par accord entre la société et les coproducteurs, sans que ce délai puisse être inférieur à deux ans.

Au vu des résultats d'exploitation en salle, les délais indiqués ci-dessus peuvent être réduits par dérogation accordée par le ministre de la culture et de la communication après avis d'une commission constituée auprès du Centre national de la cinématographie, sans pouvoir être inférieurs à dix-huit mois après l'obtention du visa d'exploitation.

Art. 44. — Les œuvres cinématographiques annuellement incluses dans les programmes mis à disposition du public devront :

- pour 60 p. 100 au moins d'entre elles, être d'origine communautaire ;
- pour 50 p. 100 au moins d'entre elles, être d'expression originale française.

En cas de non-respect des quotas mentionnés à l'alinéa précédent, la société verse au compte de soutien à l'industrie cinématographique une somme supplémentaire fixée par les dispositions annuelles du cahier des missions et des charges.

Art. 45. — La société consacre aux coproductions d'œuvres cinématographiques de courte et de longue durée des dotations financières fixées par les dispositions annuelles du cahier des missions et des charges.

Les ressources résultant des coproductions antérieures doivent être ajoutées aux dotations annuelles mentionnées au premier alinéa.

Art. 46. — Les droits versés par la société pour les deux premiers passages à l'antenne d'œuvres cinématographiques coproduites à l'exception de celles qui ont bénéficié d'une avance sur recettes, doivent être d'un montant de 15 p. 100 du devis de ces œuvres lorsque celui-ci est inférieur à une somme fixée par les dispositions annuelles du cahier des missions et des charges et d'un montant de 10 p. 100 pour les sommes dépassant ce devis.

Les devis servant de base de calcul à l'application des pourcentages mentionnés à l'alinéa précédent doivent faire l'objet d'une expertise par le Centre national de la cinématographie.

CHAPITRE IV

Conditions générales de production des œuvres audiovisuelles

Art. 47. — La société peut recourir à ses moyens propres de production pour la réalisation des émissions d'information.

Il lui est interdit de recourir à ces moyens pour la réalisation des œuvres de fiction.

Pour la réalisation des émissions autres que celles qui sont mentionnées aux alinéas ci-dessus, la société peut recourir à ses moyens propres de production dans la limite de 50 p. 100 du volume annuel de ces émissions.

Il lui est interdit de se doter de moyens propres, notamment de moyens lourds de vidéo-moblie et de laboratoire, autres que ceux nécessaires à la réalisation des émissions visées au présent article.

La société est autorisée à participer à des accords de coproduction.

Art. 48. — La société consacre un budget, dont le montant minimum est fixé par les dispositions annuelles du cahier des missions et des charges, à la production d'œuvres d'animation conçues par des auteurs et réalisateurs français ou originaires des États membres de la Communauté économique européenne.

Les recettes tirées de l'exploitation des droits dérivés des œuvres d'animation françaises et étrangères doivent être réinvesties dans la production de ces œuvres.

Art. 49. — Les modalités selon lesquelles la société peut faire appel à la société française de production et de création audiovisuelles pour la production et la coproduction d'œuvres ou de documents audiovisuels et pour des prestations techniques sont fixées d'un commun accord.
(...)

Annexe II

Les masters de la communication

Les quatorze premières entreprises de communication européennes

Groupe	Chiffre d'affaires (en milliers de francs)	Titres et participations
<p>Bertelsmann (RFA) 46,6 %, Johannes Mohn (famille fondatrice) 42,6 %, Reinhard Mohn 10,7 %, Gerd Bucorius (propriétaire de Die Zeit).</p>	<p>CA : 24 288 390. Bénéfice : 1 051 156 50 % du CA enregistré dans le livre, 40 % dans la presse et 10 % dans les nouveaux médias.</p>	<p>252 filiales dans 24 pays 395 quotidiens pour 25 millions d'ex. 1 131 périodiques pour 95,3 millions d'ex. 30 sociétés d'édition Le groupe possède 30 % du marché du livre allemand, 40 % de RTL et 74,9 % de Grüner und Jahr ainsi que 33 % de KMG, société spécialisée dans l'exploitation de chaînes de télévision (câblées et hertziennes). Bertelsmann réalise 58 % de ses revenus à l'étranger et s'est manifesté par le rachat aux États-Unis des disques RCA et de l'éditeur Doubleday pour 5 milliards de francs.</p>
<p>Hachette (France) Marlis : 52 % Le reste dans le public (Marlis est détenu à 41,7 % par MMB, à 35 % par le Groupe Filipacchi, à 12 % par le Crédit lyonnais et à 11,3 % par Sylvain Floirat).</p>	<p>CA : 21 500 000 (17 200 000 + 2 700 000 provenant du CA de Grolier et 1 800 000 de Diamandis). Chiffre d'affaires espéré pour 1988 : 22 000 000.</p>	<p>Une centaine de sociétés 49 % des NMPP 94,5 % de France Éditions et Publications 50 % de Hachette-Filipacchi aux côtés d'Europe 1 (39,71 %) et de Nouvelle Imprimerie Le Monde (34 %) 99 % de Brodard et Taupin (impression) Audiovisuel : Europe 1, Hachette Première, Télé Hachette, Canal J, Channel 80 Affichage : Giraudy, AAP Avec une implantation dans 36 pays, le groupe emploiera cette année au total 26 000 salariés contre 18 000 l'année dernière.</p>
<p>Reed International PLC (Grande-Bretagne)</p>	<p>CA : 19 621 907 Bénéfice : 806 783</p>	<p>Leader en Grande-Bretagne et au sein de la CEE de l'industrie papetière. Le groupe possède 25 % de la CEP en France.</p>
<p>Fininvest (Italie) 51 %, Silvio Berlusconi</p>	<p>CA 1986 : 14 000 000. Bénéfice : 420 000 CA 1988 : 45 000 000 (communiqué par le groupe).</p>	<p>Trois chaînes de télévision nationales, Canal 5, Italia 1 et Rete 4 à 50/50 avec Mondadori. 37,5 % de Il Giornale 100 % de Sorrisi e Canzoni 25 % de la 5 en France Publi-Italia Fondateur de Telemilano Importants stocks de films et de téléfilms 20 % de Multilingual au Canada Actionnaire minoritaire de Music Box en RFA Activités dans l'immobilier.</p>

Les *masters* de la communication/suite

Les quatorze premières entreprises de communication européennes

Groupe	Chiffre d'affaires (en milliers de francs)	Titres et participations
Bauer (RFA) 96 % , Hans Heinrich Bauer 2 % , Marlies Hoffmann 2 % , Heite Von Alten.	CA : 12 170 340.	No 1 des magazines grand public de RFA. 27 titres pour 20 millions d'ex. 100 % de Maison Éditions en France 100 % Heinrich Bauer North America INC. Implantation de Bauer et Compagnie (Maxi) en France.
Bonnier (Suède)	CA : 12 000 000.	100 % de Bonnier-France (édition) société éditrice de Ma Maison Mon Jardin.
Agence Havas (France) 55 % public 35 % noyau dur d'entreprises dont : 5 % Lyonnaise des eaux 5 % Société Générale 5 % UAP 5 % Paribas 5 % Société de Participations Mobilières 5 % Caisse Nationale du crédit Agricole 5 % Société Générale de Belgique 8 % Institutionnels dont AGF (4 %) et Caisse des Dépôts (4 %) 2 % Salariés.	CA : 13 708 500 Bénéfice : 55 100 000, soit une croissance de 29,4 % en 1987.	Le groupe réalise 62 % de son CA avec ses régies et gratuits, 26 % dans le tourisme et 12 % dans l'affichage 25 % de Canal + 30 % d'Audifina (holding de la CLT) 35 % de la CEP (3 217 000 de CA en 1987) 76 % de Avenir 66 % de Havas Tourisme 50 % de Touropa 42 % d'Eurocom 52 % de la Comareg (gratuits) Jours de France Annuaire.
Pearson PLC (Grande-Bretagne) 50 % Établissements financiers et publics 20 % Famille Cowdray 19,8 % Murdoch 10 % Groupe Lazard.	CA : 9 500 000 Bénéfice : 1 200 000 dont 57 % pour la seule presse écrite.	100 % du Financial Times 50 % de The Economist 20 % de Yorkshire Television 50 % de The Australian (Australie) 25 % du Financial Post (Canada) Actionnaire du programme de télé européenne BSB.
RAI (Italie) Télévision de service public.	CA : 8 988 109. Bénéfice : 23 190	Vitrine du service public de la radio et de la télévision italiennes.
Granada Group (Grande-Bretagne) La famille Burnstein (minoritaire) Le public	CA : 8 549 445 Bénéfice : 178 793	Location de matériels dans le monde, en France (avec Viséa) Distribution de programmes par satellite.

Les masters de la communication/suite

Les quatorze premières entreprises de communication européennes

Groupe	Chiffre d'affaires (en milliers de francs)	Titres et participations
Axel Springer Verlag AG (RFA) 26,1 % Friede Springer 10 % Léo Kirch (direct) 16,1 % partenaires de Léo Kirch et particuliers.	CA : 8 487 898 Bénéfice : 301 167	30 % des quotidiens en RFA 33 % de Téléclub 33 % de KMG (réseaux câblés) 15 % de Sat-1 Propriétaires du Bild et de Die Welt les deux principaux quotidiens de RFA Accords avec Burda.
Maxwell Communication Corporation (Grande-Bretagne) 51,3 % Groupe Pergamon 48,7 % Galaxie de petits actionnaires. MCC détient 100 % de BPCC et BNPC (Pergamon Press et Maxwell Holding).	CA : 9 300 000 Bénéfice : 1 700 000, soit un doublement de son chiffre par rapport à 1986.	Mirror Group (Sunday, Sunday People, Daily Record, et Sunday Mail). Pergamon Journal (375 titres) 51 % Première 60 % du câble 10 % de Canal 10 (Espagne) 10 % de TF1 Opera Mundi 80 % de Maxwell Média Int. Actionnaire de MTV.
United Newspaper.	CA : 6 302 757. Bénéfice : 757 687.	Daily Express, Sunday Time.
Hersant (France)	CA : 6 300 000. Bénéfice non communiqué.	20 % de la PQR (18 quotidiens) et 38 % de la PNQ (France-Soir et Le Figaro). Suppléments + L'auto, Journal, Bateau, L'indicateur Bertrand... 25 % de la 5 Le réseau FM Fun (fusionné avec Chif FM) 10 imprimeries.

Source : *L'Europe mode d'emploi*, Stratégies no 608, 16 mai 1988, Paris, p. 29. cité in *Dossier de l'audiovisuel n° 21*, sept.-oct. INA, documentation française.

Annexe III

Liste des personnes rencontrées

M. Morton Giersing — responsable du service de recherche en communication de l'Unesco

Mme Bréda Pavlic — chercheuse au service de recherche en communication de l'Unesco

M. Henri Perez — directeur des programmes de télévision de l'Union européenne de radiodiffusion

M. Jean Cerantola — archiviste à l'Union européenne de radiodiffusion

M. Van Den Broeche Ratrien — responsable syndical de la Confédération européenne des syndicats (CES)

M. Guillaume Chenevière — directeur des programmes de la Radio-télévision suisse-romande

M. Valmy Féaux — ministre, président exécutif de la Communauté française

M. Jean-Frédéric Laignoux — responsable de la deuxième chaîne publique (RTBF 2)

M. Rudi Barnet — secrétaire général de l'Euro Aim (Belgique)

Mme Mariane Osteaux — Centre vidéo Bruxelles

M. Jean Cluzel — sénateur de l'Allier, vice-président de la Commission des finances du Sénat

Mme Michèle Perliot — direction des études d'Antenne 2

M. Christian Franchet D'Esperey — secrétaire général des programmes à FR3

M. Maurice Sivéno — président de l'association La télé est à nous

Mme Maria Henriette Vigier — président de l'Association nationale des téléspectateurs et auditeurs (ANTEA)

Mme Laure Tougas — responsable de projets à Peuple et culture

M. Bernard Smaghe — directeur de Peuple et culture

M. Jean-Marie Charpentier — responsable des communications à la Confédération française démocratique du travail (CFDT).

M. Michel Chapeau — responsable syndical à la FTILAC (CFDT)

M. Jean-François Lacan — journaliste au journal **Le Monde**

M. Bernard Miège — chercheur et professeur à l'Université de Grenoble

M. Armand Mattelart — chercheur et professeur à l'Université de Rennes

Mme Yolande Lefebvre — responsable du centre de documentation du Centre culturel canadien à Paris

M. Jean-Marie Dugas — directeur du bureau de la Société Radio-Canada à Paris

M. Bernard Sauvé — attaché à la Coopération culturelle scientifique et technique. Délégation générale du Québec à Bruxelles

M. Louis-Bernard Robitaille — correspondant du journal **La Presse** à Paris

La plupart des pays d'Europe de l'Ouest ont mis fin ces dernières années au monopole d'État sur la télévision. L'ICÉA est allé vérifier sur place si ces réformes s'inscrivent dans une démarche de remise en question du modèle de télévision de service public, ou si elles s'accompagnent au contraire d'une volonté de maintenir un secteur public fort au plan national et dans l'espace européen de 1992

L'avenir incertain des télévisions publiques d'Europe apporte ainsi un nouvel éclairage au débat sur l'avenir de la télévision publique qui se poursuit aussi au Canada..



Lina Trudel est responsable du dossier des communications à l'ICÉA. Elle est l'auteure de plusieurs études sur les communications.