

EMANCIPER L'AUDIOVISUEL PUBLIC

Les fuites récemment parues dans la presse sur les "pistes" envisagées par le Gouvernement pour réduire le coût de l'audiovisuel public montrent que celui-ci n'a pas encore compris que dans ce domaine, l'efficacité passerait d'abord par l'émancipation. Certes, les conseils d'administration des organismes se verraient confier la responsabilité de nommer les présidents (ce qui implique une profonde transformation des modes de désignation de leurs membres) et c'est une bonne chose.

Mais pourquoi ne pas leur faire également confiance pour gérer ces sociétés, dans le respect des missions générales définies par les cahiers des charges ? Pourquoi s'en remettre encore à des analyses bureaucratiques, déconnectées des réalités opérationnelles, et à une procédure budgétaire opaque et déresponsabilisante ?

Il suffirait de rendre transparente l'attribution du produit de la contribution audiovisuelle (redevance) comme le font les Allemands, en fixant une attribution en francs, votée par le Parlement, de chaque montant perçu. Ainsi, pour 139€ versés, 93 iraient à France télévisions, 22,50 à Radio-France, 10,50 à ARTE, 10 à France Médias Monde et 3 à TV5 monde. Cela boucle l'équation financière du secteur, à condition de financer l'INA sur crédits budgétaires (la fameuse, trop fameuse TOCE), ce qui ne serait pas illogique compte tenu des missions de cet établissement.

Ainsi, les pouvoirs publics pourraient se consacrer à ce qui doit leur incomber : définir la place et le rôle de l'audiovisuel public, dans un monde où le marché, stimulé par la technologie, propose aux publics une offre toujours plus large de contenus. C'est l'objet des cahiers des charges. Ils pourraient notamment se dispenser de passer des centaines d'heures à négocier ces contrats d'objectifs et moyens, dont l'intérêt est faible et la portée réelle voisine de zéro. Un plan stratégique élaboré sous la responsabilité des conseils, suffirait à tracer une vision de l'avenir à moyen terme.

Ainsi, les responsables des organismes pourraient rechercher en interne les voies et moyens de l'amélioration de l'efficacité en proposant aux collaborateurs un pacte social clair : tout gain de productivité serait affecté à un meilleur accomplissement des missions, et non pas capté par l'État, au travers des habituelles manipulations budgétaires.

Ainsi, le téléspectateur saurait clairement combien lui coûte ce service - 7,75€ par mois pour les programmes de France télévisions - et serait en mesure d'apprécier, en particulier au travers de la représentation Parlementaire, si la valeur créée est à la hauteur de cet effort.

Il reste bien sûr à imaginer comment muscler la création audiovisuelle en France. Ce sera l'objet d'un prochain post...