

Le Monde diplomatique, Illustration, April 2012

LE MONDE  
*diplomatique*



LEO XU PROJECTS, SHANGHAI

CHEN WEI. – « Rental Service » (Service de location), 2009

# Télévision publique, la mal-aimée

Souvent évoquée lors des campagnes présidentielles françaises, la question de l'audiovisuel public est cette fois passée au second plan. Le groupe France Télévisions reste sous la coupe de hauts fonctionnaires peu soucieux de son développement, alors que la révolution numérique oblige à tout repenser.

PAR MARC ENDEWELD \*

Le président Nicolas Sarkozy aura décidément montré une appétence particulière à l'égard des médias. Ainsi, le 29 janvier dernier, il convoquait pas moins de six chaînes nationales (TF1, France 2, i-Télé, BFM TV, LCI, LCP) et deux chaînes internationales (France 24 et TV5 Monde) pour retransmettre son entretien avec quatre journalistes. En privé, si l'on en croit *L'Express* (1), il s'agacera à l'idée que l'on suggère qu'il continue à peser sur les décisions des présidents de France Télévisions ou de Radio France. Pas au point, toutefois, d'abroger la loi qu'il a lui-même fait voter en 2008, et qui permet au chef de l'Etat de nommer par décret les responsables de l'audiovisuel public : l'idée de faire désigner les heureux élus par des députés de la majorité et de l'opposition, un temps évoquée, a vite été abandonnée.

Un tel esprit de consensus n'a jamais été la marque de M. Sarkozy. Quand il s'est agi d'imprimer son style, au cours de son mandat, il ne s'est guère encombéré de bienveillance : c'est ainsi en petit comité – et sur les conseils de M. Alain Minc –

qu'il décida, en janvier 2008, la suppression totale de la publicité sur les chaînes de France Télévisions (2). En novembre 2010, le Parlement s'opposa toutefois à cette décision, en permettant au groupe public, à travers deux amendements législatifs, de conserver de la publicité avant 20 heures. C'est également sans débat que le chef de l'Etat s'arrogea la prérogative de nommer directement les futurs présidents de l'audiovisuel public, alors que les « sages » du CSA, instance réputée indépendante, en étaient chargés précédemment.

« Nicolas Sarkozy semblait considérer Patrick de Carolis [l'ancien président de France Télévisions] comme un ministre de la télévision publique et moi-même, comme un secrétaire d'Etat aux programmes et à l'information », remarque M. Patrice Duhamel, l'ancien numéro 2 du groupe (3). Ce professionnel oublie qu'à chaque époque, en fonction des rapports de forces politiques et économiques, le pouvoir exécutif tente d'influer sur l'audiovisuel. Au prix, pour la télévision publique, de nombreux revirements stratégiques...

## Ne pas gêner les groupes privés

Arbitraire aussi, la valeur des dirigeants : en 1986, le pouvoir de droite décide de remplacer les présidents des chaînes publiques avant même la fin de leur mandat. Ce qui n'empêchera nullement la gauche de procéder de la même manière, par exemple en mai 1990, en poussant à la démission Philippe Guilhaume, président d'Antenne 2 et de FR3, pourtant élu quelques mois plus tôt par le CSA. Guilhaume s'était notamment heurté à l'hostilité de la ministre déléguée à la communication, M<sup>me</sup> Catherine Tasca, qui avait jugé son élection « inattendue et pour tout dire pas souhaitée » (4). Bien avant M. Sarkozy, M<sup>me</sup> Tasca expliquait alors à *Libération* (5) que l'Etat pourrait un jour « légitimement » revendiquer la désignation des dirigeants des chaînes publiques.

Mais au-delà du mode de nomination se pose la question de l'autonomie financière et économique. Car, alors qu'en Allemagne, par exemple, la redévance est collectée par un organisme indépendant, en France elle l'est par les services de Bercy – le ministère de l'économie et des finances. Les présidents successifs des chaînes publiques doivent donc négocier à chaque année leur budget avec l'Etat et ses représentants : les hauts fonctionnaires. Or ces derniers n'ont jamais porté dans leur cœur la télévision publique, source, selon eux, d'ennuis politiques et de dépenses superflues.

Par ailleurs, ils ne sont guère sensibles à la notion de « service public » : « Ils sont à la fois très soucieux des intérêts des chaînes privées, TF1 en tête, et des lobbies culturels, témoigne un ancien haut dirigeant de la télévision publique. Ils écoutent leurs arguments d'une oreille attentive. Ils sont à genoux devant le capital. Dans ces conditions, personne n'a envie que France Télévisions développe un véritable projet industriel. » Passant d'un strict contrôle politique à un « simple » contrôle financier, le pouvoir exécutif – et ses relais dans la haute administration – veille donc à ce que les chaînes publiques ne gênent pas trop les groupes privés.

\* Journaliste. Auteur de *France Télévisions (off the record). Histoire secrète d'une télé publique sous influences*, Flammarion, Paris, 2010.



CHEN WEL - « Rental Service » (Service de location), 2009

M. Hervé Bourges, qui était alors leur président, prétendait avoir pour modèle la British Broadcasting Corporation (BBC). Son objectif était de restaurer un « esprit de groupe » sur des chaînes encore marquées par l'éclatement de l'Office de radiodiffusion-télévision française (ORTF, lire l'article ci-dessous). C'est lui qui, pour mieux résister à TF1, instaura les « marques » France Télévision (à l'époque, sans « s »), France 2 (remplaçant Antenne 2) et France 3 (remplaçant FR3). Ayant été président-directeur général de la Une, publique jusqu'à sa privatisation en 1987, il veillait à ne pas empiéter sur le gâteau publicitaire de la chaîne Bouygues. « Si il souhaitait développer les chaînes publiques, il y avait aussi chez Hervé Bourges une prudence. Parfois, on passait au-dessus des 43% de part d'audience, et il nous disait alors que la bonne mesure, c'était 40, et que nous n'avions pas besoin d'aller plus haut », témoigne M. Jean Réveillon, alors directeur du service des sports.

Les hauts fonctionnaires de Bercy voient pourtant d'un bon œil le dévelop-

pement de la publicité sur les chaînes publiques, et notamment sur France 2, car, depuis la subvention exceptionnelle de 1992, ils n'ont cessé de diminuer leurs financements.

Le successeur de M. Bourges, le journaliste Jean-Pierre Elkabbach, se lancera d'ailleurs entre 1994 et 1996 dans un développement commercial agressif, reprenant la plupart des recettes de TF1 : c'est le début de l'« info-spectacle » et l'arrivée des animateurs-producteurs. Les contrats mirobolants consentis à ces derniers feront scandale, contraignant M. Elkabbach à la démission en mai 1996.

Son objectif affiché était pourtant de développer le service public en attaquant TF1 : « La régie publicitaire devait être offensive, et Elkabbach allait nous fournir les programmes permettant de rejoindre nos cibles publicitaires, se souvient un ancien responsable de la régie de France Télévisions. Nous avions carte blanche pour avancer. Les résultats ont été au rendez-vous : entre 1994 et 1997, nous sommes passés de 24% de part de marché

publicitaire à 29,9% (...) En fait, notre objectif, très ambitieux, était de faire passer TF1 en dessous de la barre des 50% sur le marché publicitaire. Et, à la fin 1997, nous y sommes parvenus brièvement. » Une victoire sur le terrain de la surenchère commerciale et dont la qualité des programmes ne sortit pas grandie.

Quand les socialistes reviennent au pouvoir, en 1997, l'audiovisuel français est en ébullition. L'heure est au développement des bouquets satellites (Canal Satellite pour Canal+, TPS pour TF1-M6) et à la création du groupe de communication Vivendi. C'est dans ce contexte que la ministre de la culture et de la communication Catherine Trautmann tente

(1) *L'Express*, Paris, 12 décembre 2011.

(2) Le groupe public comprend les chaînes France 2, France 3, France 4 et France 5, ainsi que l'ancien réseau Radio France Outre-mer (RFOM).

(3) *L'Express*, 3 novembre 2010.

(4) Philippe Guilhaume, *Un président à abattre*, Albin Michel, Paris, 1991.

(5) *Libération*, Paris, 18 mai 1990.

## « L'ORTF est supprimé »

Depuis trente ans, en France, à chaque alternance politique, le pouvoir a tenté d'influer sur l'audiovisuel public. Retour sur la suppression de l'Office de radiodiffusion-télévision française, en 1974, et sur la libéralisation des ondes, qui mènera à la privatisation de TF1.

QUAND M. Valéry Giscard d'Estaing accède à la présidence de la République, en mai 1974, il ne tarde pas à décider de l'éclatement de l'Office de radiodiffusion-télévision française (ORTF) – alors en situation de monopole – en plusieurs chaînes publiques : TF1, Antenne 2 et FR3. « L'ORTF est supprimé », est-il spécifié dans l'article 2 de la loi du 7 août 1974. Le monopole d'Etat sur les ondes n'est pourtant pas remis en cause.

Par cette décision, le nouveau pouvoir entend surtout rompre avec un symbole gaulliste, tout en poursuivant deux objectifs : l'affaiblissement des syndicats et le contrôle de l'information. Deux cent cinquante journalistes sont licenciés ; des centaines d'autres se retrouvent au placard. Durant ce septennat, les pressions sur l'information seront nombreuses, bien que M. Giscard d'Estaing ait déclaré, le 6 janvier 1975, que « la radio et la télévision ne sont pas la voix de la France », et que « leurs journalistes sont des journalistes comme les autres » (1).

Quand la gauche arrive au pouvoir en 1981, le ministre de la communication, Georges Fillioud, promet une « grande loi sur l'audiovisuel ». Si la loi du

29 juillet 1982 met fin au monopole de la programmation et proclame que « la communication audiovisuelle est libre » – c'est la naissance des radios libres –, le pouvoir socialiste va, en ce qui concerne la télévision, s'empresse d'offrir cette nouvelle liberté à de grands groupes industriels.

C'est d'abord le lancement de Canal+ par le groupe Havas, présidé par M. André Rousselet, ancien directeur du cabinet de François Mitterrand. Et le 4 janvier 1985, à la surprise générale, le président de la République annonce la création de plusieurs chaînes de télévision privées : La Cinq, dans laquelle investira M. Silvio Berlusconi, et M6. Alors peu soutenues par l'Etat, les chaînes publiques vont s'en trouver durablement déstabilisées.

« L'expérience historique a pesé très lourd sur les comportements de François Mitterrand, raconte l'ancien ministre socialiste Catherine Tasca (2). Pour comprendre la position du président sur l'audiovisuel, tout comme celle de son entourage, il faut avoir en tête le très mauvais souvenir qu'il avait gardé de la télévision publique : un instrument au service de la droite pendant trente ans. Elle avait été terrible avec lui. Il a eu davantage à en souffrir que du privé. Quand je venais lui parler de la « mission du service public », je sentais bien qu'il pensait : « Cause toujours ! Moi, je les connais trop bien... » La gauche, échaudée, ne voulait pas revivre cette situation le jour où elle ne serait plus majoritaire. Elle a pensé qu'elle s'en tirerait mieux s'il y avait aussi des chaînes privées. » Pour la gauche gouvernementale, rebattre les cartes de l'audiovisuel était donc une manière de se préparer à la défaite inéluctable aux élections législatives de 1986.

Le retour de la droite au gouvernement va se traduire par une expérience inédite dans l'histoire des télévisions occidentales : la privatisation d'une chaîne publique. Et pas n'importe laquelle : TF1. Le programme du Rassemblement pour la République (RPR), le parti du nouveau premier ministre, M. Jacques Chirac, ne promettait-il pas un « désengagement de l'Etat », avec la réduction du secteur public à une seule chaîne et la privatisation de deux autres ?

« Après cette décision, toute l'économie du secteur a été dictée par TF1, analyse le producteur Nicolas Traube. Du coup, le service public est devenu une variable d'ajustement pour la première chaîne. Depuis vingt-quatre ans, les gouvernements de droite comme de gauche ont toujours favorisé TF1. Il n'y a qu'à voir les minutes supplémentaires de publicité qui lui ont été accordées, alors que, lors de sa privatisation, elle s'était engagée à conserver une durée de publicité inférieure à celle de ses concurrentes, La Cinq ou M6. »

Une nouvelle fois, l'arbitraire prévaut : le gouvernement fait adopter son texte en session extraordinaire, en plein été, en recourant à l'article 49-3 de la Constitution, qui permet de se passer de vote.

M. E.

(1) Jean-Noël Jeanneney, *L'Écho du siècle. Dictionnaire historique de la radio et de la télévision en France*, Hachette Littératures, Paris, 1999.

(2) Christophe Nick et Pierre Péan, *TF1, un pouvoir*, Fayard, Paris, 1997.

ET SABOTAGE

## du pouvoir

de stabiliser les ressources publiques du groupe. En réalité, sa crainte est que France 2 puisse être privatisée et rachetée par le groupe Lagardère...

« En France, la télévision publique est encore vue comme un levier direct d'action de l'Etat. On ne l'envisage pas comme un moyen de créer des richesses économiques et culturelles », dénonce aujourd'hui M<sup>me</sup> Trautmann. Dans son esprit, seule l'indépendance du financement – rendue possible par la pluriannualité des budgets – aurait permis une gestion autonome. « Je voulais que l'Etat se comporte comme un actionnaire, acte une stratégie, et que le président de France Télévisions ne soit pas l'homme du pouvoir, qu'il puisse conduire une vraie politique d'audiovisuel public. » Autrement dit, le ministre socialiste refusait que les hauts fonctionnaires, et notamment ceux de Bercy, considèrent France Télévisions comme une administration à leur merci.

Mais elle ne fut pas suivie par son gouvernement. En 1999, Bercy rejeta

l'idée d'une loi de financement triennal et refusa la perspective de voir instaurer la progressivité de la redevance (c'est-à-dire que les plus riches paient plus). Pis, les projets industriels de France Télévisions ne furent pas soutenus. Le groupe prévoyait alors la création d'une chaîne publique d'information en continu et la mise en place de plusieurs chaînes régionales de plein exercice avec l'arrivée de la télévision numérique terrestre (TNT). Mais, à quelques mois de l'élection présidentielle de 2002, le premier ministre Lionel Jospin, conscient de la force de frappe politique d'un journal de 20 heures qui représentait alors 40% d'audience, ne souhaitait pas mécontenter TF1.

Alors qu'une partie de la gauche préconisait depuis longtemps la suppression de la publicité sur les chaînes publiques, le gouvernement socialiste décida de réduire son volume à huit minutes par heure. M. Sarkozy n'a donc rien inventé... Dépourvues de moyens, les chaînes publiques devinrent encore plus dépendantes des décisions de Bercy.

## Des téléspectateurs vieillissants

ON ASSISTE depuis une quinzaine d'années à un renforcement du poids de la haute administration dans la gouvernance de France Télévisions. Après l'épisode Elkabach, les présidents de la télévision publique, M. Xavier Gouyon-Beauchamps (de 1996 à 1999) et M. Marc Tessier (de 1999 à 2005), avaient pour caractéristique commune d'être d'anciens hauts fonctionnaires, tous deux énarques : le premier, ancien préfet, avait conseillé le président Valéry Giscard d'Estaing lors de l'éclatement de l'ORTF en 1974, et avait participé en 1987, en tant que conseiller du ministre de la culture et de la communication de l'époque, M. François Léotard, à la privatisation de TF1 ; le second, ancien inspecteur des finances, était devenu dans les années 1980 directeur financier de Canal+. Deux présidents qui n'ont jamais menacé les intérêts industriels des chaînes privées...

Les va-et-vient constants entre les cabinets ministériels, la haute fonction publique, le privé et la télévision publique montrent l'imbrication des services de l'Etat et de France Télévisions. Ainsi, à la nomination de M. Rémy Pflinlin à la présidence de France Télévisions, en août 2010, M. Yves Rolland fut nommé secrétaire général du groupe ; or cet énarque n'est autre que l'ancien conseiller audiovisuel de M. Alain Juppé quand celui-ci était premier ministre, entre 1995 et 1997 (6).

Après, entre 2005 et 2007, sous la présidence de M. de Carolis (lu en 2005), c'est l'ancien directeur de l'inspection générale des finances, M. Thierry Bert, qui fut nommé directeur général du groupe public, chargé de la gestion et des finances. Pêtri d'idéologie néolibérale, il aurait voulu céder au privé la filière de production de France 3, considérée comme déficitaire.

Face aux fonctionnaires de Bercy, dont l'objectif est de privatiser et de réduire le périmètre des chaînes publiques, les directions successives de France Télévisions ont souvent peu de marge de manœuvre. La situation se complique encore quand le président du groupe n'est pas le candidat du pouvoir en place. Elu par le CSA contre la volonté de M. Dominique de Villepin, alors premier ministre, et de M. Renaud Donnedieu de Vabres, ministre de la culture et de la communication, M. de Carolis, qui souhaitait développer le service public, n'eut jamais le soutien de l'Etat, et ce bien avant l'arrivée de M. Sarkozy : « Carolis n'était pas conscient du fait que, certes, le CSA l'avait nommé, mais que c'étaient les différences subtiles [notamment le ministère des finances et le ministère de la culture] qui comptent », juge aujourd'hui M. Philippe Baudillon, ex-patron de France 2, ancien diplomate proche de M. de Villepin.

Le lancement de la TNT en France a fait évoluer durablement les équilibres d'audience entre les chaînes nationales. De surcroît, depuis six ans, les modes de consommation de la télévision ont été

bouleversés par le développement d'Internet. Les jeunes générations regardent désormais la télévision sur leur ordinateur, téléchargent, en fonction de leurs désirs, leurs programmes préférés – notamment des séries américaines, les moins de 30 ans visionnent les images d'information en télévision de rattrapage ou sur les sites de vidéo communautaires YouTube et Dailymotion.

L'ancien modèle de la télévision exploite. Les chaînes classiques s'adressent à un public vieillissant : la moyenne d'âge des téléspectateurs de France Télévisions est de 55 ans, soit 10 de plus que ceux de la BBC. Encore rares il y a une quinzaine d'années, les images sont devenues abondantes, immédiates, horizontales. Hier, les chaînes disposaient d'un monopole de la programmation ; désormais, chacun peut devenir un producteur de contenus et organiser son programme « à la carte » en recourant à des services payants ou gratuits – une évolution baptisée « délinéarisation ».

France Télévisions affronte donc de multiples défis. La maîtrise des droits des programmes est désormais centrale. Le président de Canal+, M. Bertrand Méheut, annonçait récemment que « l'environnement concurrentiel des acteurs actuels de l'audiovisuel [allaient] être profondément bouleversés par l'arrivée des offres délinéarisées lancées par les Netflix, Google et Apple grâce à la télévision connectée (7) ». Cette dernière propose en effet au téléspectateur d'accéder directement à des vidéos à travers une connexion Internet. Cette innovation technologique permettra à n'importe quel diffuseur de proposer des contenus à l'échelle mondiale, dépassant les contraintes classiques de la diffusion hertzienne. Certains spécialistes de l'audiovisuel prévoient un bouleversement considérable des habitudes de consommation.

L'avènement de la télévision connectée affectera les modèles gratuits : YouTube projette ainsi de lancer vingt chaînes de télévision. La bataille ne se joue donc plus seulement au niveau national. Pour France Télévisions, l'enjeu est la diversification de ses ressources. Le groupe se retrouve pourtant dans une situation précise, alors que la plupart de ses programmes sont externalisés et confiés à quelques sociétés de production.

Sans compter que, dans la tête des hauts fonctionnaires, le service public n'a pas vocation à développer des activités économiques (gestion internationale de droits, vente de programmes sur les supports numériques, création de services au téléspectateur...) comme substitués à la publicité classique. La BBC, au Royaume-Uni, en tire pourtant une part non négligeable de ses ressources : 18% de son chiffre d'affaires en 2005, par exemple.

A Bruxelles, les services publics télévisuels qui bénéficient de la redevance sont en butte à l'offensive juridique des médias privés – télévision comme presse écrite –, qui entendent leur interdire, au nom du droit de la concurrence, de se dévoter dans le numérique. La BBC, mais aussi la Radio-télévision belge de la Communauté française (RTBF), Allgemeine Rundfunkanstalt Deutschlands (ARD) et Zweites Deutsches Fernsehen (ZDF) en Allemagne doivent donc réduire leur déploiement sur Internet, alors même que les téléspectateurs d'aujourd'hui et de demain s'y trouvent.

Depuis les déclarations fracassantes de M. Sarkozy en 2008, l'Etat semble bien éloigné de ces considérations, préférant imposer à France Télévisions de financer toujours plus de programmes à vocation culturelle, même si l'hérésie de ces derniers, souvent confiés à des « amis », leur interdit de trouver un public. Selon un rapport de la Cour des comptes, en 2009, « les obligations d'investissement dans les programmes correspondent à une politique culturelle voulue par l'Etat qui dépense – voire ignore – l'intérêt social de France Télévisions ».

Bref, l'Etat, n'assumant pas sa politique culturelle, la délègue à une entreprise publique, sans pour autant lui donner les moyens de la conduire de manière satisfaisante. Producteurs et politiques semblent se soucier assez peu de ce que M. Sarkozy ait transformé France Télévisions en une grosse administration « culturelle » aux mains de hauts fonctionnaires qui n'aiment guère le service public. L'objectif serait-il de finir par s'en débarrasser en prétextant une désaffection minutieusement organisée depuis près de trente ans ?

MARC ENDEWELD.

(6) M. Rolland, ancien conseiller de la Cour des comptes, a contribué à plusieurs ouvrages aux titres élogieux, dont *Reduire l'impôt. Les leçons de l'étranger*, Economica, Paris, 1985, et *Démocratisation. Les leçons de l'étranger*, Economica, 1986.

(7) Les Echos, Paris, 9 et 10 septembre 2011. Le groupe Canal+ a racheté 60% du capital des chaînes Durrel 8 et Direct Star au groupe Bolloré pour 279 millions d'euros.

## Projets et programmes

« JE SERAI un président garant de l'indépendance de la justice et des médias », déclarait en octobre 2011 M. François Hollande, candidat socialiste à l'élection présidentielle française. De fait, le Parti socialiste (PS) propose dans son programme que la désignation des responsables de l'audiovisuel public soit du ressort d'une autorité indépendante, et non plus du chef de l'Etat. « Le prochain président instaurera une nouvelle instance de régulation de l'audiovisuel, à-t-il déclaré dans son discours de Dijon, le 3 mars. Ses membres seront nommés par les commissions des affaires culturelles de l'Assemblée nationale et du Sénat, à la majorité qualifiée des trois cinquièmes. C'en sera fini de ce pouvoir qu'un seul s'était arrogé pour nommer les présidents des sociétés d'audiovisuel publiques. Ce sera cette instance qui élira les prochains responsables des chaînes publiques, contrôlera leur cahier des charges et renforcera la spécificité de ces chaînes, c'est-à-dire le service public. »

Concernant le financement, M<sup>me</sup> Aurélie Filippetti, chargée de la culture, de l'audiovisuel et des médias dans l'équipe de campagne du candidat, estime qu'« il est compliqué d'augmenter la redevance en temps de crise (1) ». De même, le PS « n'envisage pas de poursuivre la suppression de la publicité avant 20 heures sur France Télévisions », comme le prévoit la loi, car « ce serait fragiliser le groupe encore plus ». Par ailleurs, si M. Hollande souhaite accroître le pouvoir de sanction du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) pour que les chaînes respectent mieux leurs obligations, il ne semble pas vouloir s'attaquer à la concentration des médias aux mains de quelques groupes industriels : « Quant aux médias privés, ils vivraient leur vie sans que je m'en mêle en ce qui concerne ce soit, sinon pour leur assurer un cadre législatif propice et stable », écrit-il dans son dernier livre (2).

À CET EGARD, le programme du Front de gauche est sans ambiguïté : « Nous proposons une loi contre les concentrations dans la presse, les médias et l'audiovisuel, est-il précisé, pour les libérer des logiques financières et du diktat de l'AdiMat (...). Nous créons un Conseil national des médias composé d'élus, de représentants des professionnels et des usagers, chargé de veiller au respect de la responsabilité publique et nationale, et de favoriser la création de coopératives de presse. Nous refonderons un pôle public des médias et garantirons l'existence de médias associatifs et de presse d'opinion. » Concernant l'audiovisuel public, le candidat du Front de gauche, M. Jean-Luc Mélenchon, avait déclaré en 2008 : « C'est très important d'avoir un service public bien financé. La puissance des images sur la structuration de l'imaginaire de nos enfants est extrêmement importante. Cela vaut donc la peine de dépenser de l'argent (3). »

De son côté, le Nouveau parti anticapitaliste (NPA) propose la création d'un pôle public des médias, dans lequel « toute la production réintégrera les chaînes publiques », ainsi que le remplacement du CSA par un « organisme démocratique de régulation des médias ». Le NPA souhaite aussi la disparition totale de la publicité sur les chaînes publiques. Le programme d'Europe-Ecologie - Les Verts propose une réforme du mode de nomination des dirigeants de l'audiovisuel public et prévoit que « toute société détenant plus d'un certain seuil de capital d'une entreprise du secteur sera exclue du droit de répondre à un marché public ».

Selon M. François Bayrou, candidat centriste du Mouvement démocrate (MoDem), l'audiovisuel public « doit, plus que d'autres, être mis à l'abri du pouvoir. Il faudra une loi nouvelle où la nomination de ses responsables n'appartiendra pas à l'exécutif et où le pluralisme sera garanti dans l'instance qui aura la charge. Je pense qu'il faudra également réfléchir à la composition du CSA et à ses prérogatives ».

A l'Union pour un mouvement populaire (UMP), le parti du président de la République, M. Franck Riester, secrétaire national chargé de la communication, continue de défendre le bien-fondé de la réforme du service public voulue par M. Nicolas Sarkozy : « Un des éléments de la réforme de France Télévisions est de faire en sorte que la création s'exprime sans pression publicitaire. Elle sécurise en outre une partie des revenus en remplaçant le financement basé sur la publicité par un financement public. »

M. E.

(1) Les Echos, Paris, 29 janvier 2012.  
(2) François Hollande, *Changer de destin*, Robert Laffont, Paris, 2012.  
(3) France 3, 9 février 2008.

**Abonnez-vous**

A retourner, accompagné de votre règlement, à :  
Le Monde diplomatique, services abonnés  
A 2000 - 62006 ARRAS Codes 9.



**Manière de voir**  
Le bimestriel thématique du Monde diplomatique  
100 pages  
Format: 230 x 287 mm

12 numéros du Monde diplomatique 58,80 €\*  
6 numéros de Manière de voir +45 €\*  
= 103,80 €\*  
Pour vous, 75 € seulement  
soit 27% de réduction

Je souscris à votre offre : 1 an d'abonnement au Monde diplomatique et à Manière de voir pour 75 € au lieu de 103,80 €\*

Règlement :  Chèque bancaire à l'ordre du Monde diplomatique SA  
 Carte bancaire

Numéro de carte bancaire : \_\_\_\_\_  
Date de validité : \_\_\_\_\_

Notez les trois derniers chiffres du numéro inscrit au dos de votre carte, près de la signature : \_\_\_\_\_

Coordonnées : RDV120PRA002

M.  M<sup>me</sup>  M<sup>lle</sup>

Nom ..... Prénom .....

Adresse .....

Code postal ..... Localité .....

Courriel .....

Offre réservée à un premier abonnement en France métropolitaine, valable jusqu'au 31/12/2012. Pour l'étranger, merci de consulter notre site internet [www.monde-diplomatique.fr](http://www.monde-diplomatique.fr). Conformément à la loi informatique et libertés, vous disposez d'un droit d'accès et de rectification des données vous concernant. Ces informations peuvent être consultées sur des sociétés anonymes. Si vous ne souhaitez pas recevoir de propositions de partenaires, merci de cocher la case

Date et signature

Le Monde diplomatique SA  
RCF Paris 8480 064 291