



Débat. III *La crise de l'audiovisuel public* III

En quelques semaines, la BBC a perdu le prestige qu'elle a réussi à construire en une soixantaine d'année. En dix minutes, France 2 a perdu toute sa crédibilité. En un an, la RTP est parvenue à ne plus cacher sa crise financière.

En quelques mois, la RAI a failli se faire privatiser. Nous pouvons essayer de décrypter trois raisons, parmi des dizaines d'autres du mal être de la télévision d'État. **Un dossier de Julien Migaud-Müller pour imedias.**

Un trop grand parti pris

Une télévision d'État est par essence objective, claire et impartiale. Elle instruit, informe, conseille et divertit. Point.

Voilà ce que pourrait être la définition de la télé publique. Mais la réalité en est tout autre. Francetélévisions en a fait la preuve il y a quelques mois en mettant à sa tête Christopher Baldelli. Rassurez-vous, cet honnête homme n'est ni mafioso, ni escroc. Il est tout simplement trop... politisé. Christopher Baldelli a rejoint en 1994 le cabinet de Nicolas Sarkozy, alors ministre du Budget. Mieux, il a été conseiller technique auprès d'Alain Juppé lorsque celui-ci occupait encore ses fonctions de Premier Ministre. Ceci reste bien sûr relativement confidentiel, le public n'est pas averti, mais on peut contester le fait pour le principe.

Ne nous arrêtons pas sur Madame Chirac qui est invitée sur tous les grands plateaux, ceux d'Evelyne Thomas en premier. A quelques semaines des prochaines cantonales, auxquelles elle participe, *faudrait pas dépasser les bornes des limites, Evelyne.*

La BBC en est le plus bel exemple. Manipulé par le lobby des hautes sphères politiques britanniques, elle a récemment vu son Directeur démissionner pour une implication trop forte dans la défense du premier ministre Tony Blair. Le public n'est pas dupe.

Une économie plus que bancal

Malgré la redevance qui augmente d'année en année, les recettes publicitaires, et le budget alloué par l'État, les caisses du secteur public ne sont pas les mêmes que celles du privé. Loin de là. Les salaires des présentateurs sont par exemple divisés par dix, ceux des journalistes par deux. Pas très motivant. Du coup, les grèves s'enchaînent, les écrans noirs se multiplient et les téléspectateurs zappent, vers le privé. La RTP portugaise n'arrive plus à joindre les deux bouts, et le

groupe est à limite du dépôt de bilan. L'État s'en désintéresse totalement.

La jalousie du privé

Quoi de mieux, le vendredi soir, qu'un bon divertissement potache après une dure semaine de travail et de stress ? Des images d'archives « INAtisées » dans lesquelles se mélangent d'anciens animateurs au look désopilant et des sketches hilarants ? Ou bien un reportage sur le vie du peuple Inchtok dans la région Sud-Est du Groenland ? Le choix est vite fait et l'audience vite calculée. Depuis plusieurs années, la télévision publique tente plus bien que mal de rassembler un public plus large, à coups de cérémonies musicales, de hits et d'invités populaires. Mais *Les victoires de la musique* druckérisées se transforment en *NRJ Music Awards* chez TF1. *Question pour un champion* devient *Qui veut gagner des millions ?* Et l'élection de Miss France migre de France 3 à TF1. L'audience est en chute libre. Pour preuve, sur les 100 plus fortes audiences en France l'année dernière, 98 reviennent au privé. La RAI tente aussi de plus en plus d'égaler les chaînes berlusconiennes, sans succès.

La télévision d'État a encore de belles années devant elle, mais elle doit garder en tête qu'elle est en permanence en danger et que sa meilleure ennemie, la télévision privée, ne lui fera jamais de cadeau. Leurs missions sont différentes, mais leurs buts sont identiques. C'est là que la course à l'audimat commence.

IIII *La question de la redevance...* III

Le financement de la télévision publique repose essentiellement sur le principe de redevance. Souvent contestée, mais indispensable au bon fonctionnement des chaînes, la rede-

vance varie énormément d'un pays à l'autre. On parle de redevance « télé », mais dans de nombreux pays, elle est aussi utilisée pour la radio publique, les archives nationales des médias, etc... Ainsi, alors que la France est dans la « moyenne » avec 107 euros déboursés par ménage chaque année, trois pays font figures d'exception en n'en réclamant aucune. C'est pourquoi on trouve autant de publicité sur le TVE en Espagne, où les programmes sont coupés par deux, voire trois tranches de publicité par programme, mais où la redevance s'élève à... zéro euro.. Ce qui ne se passera jamais sur les chaînes qui prennent une redevance élevée. Il n'est pas rare que les journaux télévisés soient coupés par la pub aussi. Les pays scandinaves, réputés pour leur avant-gardisme et leurs innovations en matière de télévision savent allier programmes de qualité et programmes familiaux. Les groupes publics suédois, anglais, français et danois ont souvent deux chaînes principales avec un canal réservé à la culture et la connaissance (BBC2, SVT2, France 5) et un autre aux divertissements et à l'information (BBC1, SVT1, France 2/3). Façon de montrer que l'argent des contribuables sert et n'est pas gaspillé. Depuis plusieurs années, les téléspectateurs demandent de plus en plus de transparence. Après le scandale des animateurs-producteurs de France Télévisions il y a quelques années, la redevance française est découpée de manière très précise à l'avance de façon à ne pas être tenté par quelques histoires de gros sous. Depuis la création de la holding France-télévisions en 2001, le détail des dépenses et des recettes est précisément indiqué sur le site du groupe. La redevance est donc nécessaire, mais son utilisation est-elle toujours respectée ? Du moins, toujours avouée ?

Presse. III L'arrivée de « Télé 2 semaines » bouleverse la concurrence III

La venue subite d'un bimensuel télé a bousculé les habitudes du secteur et de lectorat. Explications...

Le lancement début janvier en France du premier « quizomadaire » n'en finit pas de faire des vagues. Imaginez un peu la tête de la concurrence quand elle a vu débarquer sur ses écrans de télé, la Une de ce petit nouveau, qui avait misé sur Virginie Effira pour attirer le chaland !

Et là, c'est l'apothéose ! Le premier numéro s'arrache à plus d'un million d'exemplaires (un score inégalé depuis la sortie de « Salut Les Copains » en 1962 !). On peut alors se dire que le prix (seulement 1 euro pour 2 semaines de programme alors que l'hebdomadaire Télé 7 Jours par exemple est à 0,95 euro) et l'effet de curiosité y sont pour beaucoup. Mais on n'attire pas les mouches avec du vinaigre et cette stratégie a payé puisque les deux numéros suivants se sont vendus respectivement à 1,3 et 1,4 millions d'exemplaires.

Un coup d'essai ? Pas du tout !

Mais contrairement à ce que l'on pourrait imaginer, Prisma Presse (aussi éditeur de Télé Loisirs) n'a rien inventé. Son actionnaire principal, Bertelsmann, a déjà lancé son grand frère outre-Rhin en 1992. Son nom : «TV Spielfilm», pour une diffusion à plus de 2 millions d'exemplaires.

Mais à l'inverse de ce qui se passe en France, la percée de ces titres, qui sont devenus la norme chez nos voisins germaniques, ne s'est pas faite au détriment des hebdomadaires existants. Ils ont attiré un lectorat bien plus jeune, grâce à un contenu rédactionnel plus orienté vers les loisirs et la vie pratique. En France par contre, où le marché de la presse télé a depuis longtemps fait le plein de lecteurs, le nouveau venu a provoqué d'importants dégâts dans les rangs des hebdomadaires. On parle ainsi d'une baisse de 10 à 20 points pour les poids lourds du secteur depuis son arrivée.

La riposte est déjà dans les cartons des concurrents, la plupart ayant des projets similaires, on ne devrait sans doute pas tarder à voir Emap («Télé Poche» et «Télé Star») ou Hachette Filipacchi Médias («Télé 7 jours» et «TV Hebdo») sortir un ersatz de cet agitateur du zapping.

Emmanuel Brunet.

Radio. III Grèves à Radio France et RFI III

Le 27 janvier, l'intersyndicale de Radio France appelle à la grève, pour protester sur les disparités salariales existant entre Radio France et France Télévision. Ce mouvement de grève est né du refus du ministère de la culture et de la communication (ministère de tutelle de Radio France) d'appliquer l'accord Servat de 1994 – jugé caduc – qui permettait aux journalistes de comparer leurs salaires avec ceux de France Télévisions, au nom de la cohésion de l'audiovisuel public. Malgré des négociations, le mouvement durcit le 10 février, avec l'entrée en grève des journalistes de RFI (société autonome de diffusion, filiale de Radio France). La grève à Radio France prend fin le 13 février (soit 18 jours de grève, la plus longue depuis 25 ans) sur un accord concernant la mise en place d'un mécanisme de réévaluation annuelle collective des salaires, accord étendu aux autres catégories de personnel. Quant à RFI, le mouvement prend fin le 18 février, après avoir signé un protocole proche de celui de Radio France, celui de RFI concernant également les pigistes. **Cyril Grouin.**

imedias publié, réalisé par www.imedias.biz

Création & réalisation : Julien Mielcarek • Rédacteur en chef : Julien Mielcarek • Ont participé à ce numéro : Cyril Goruin - Emmanuel Brunet - Julien Migaud-Müller - Grégory Moreira Da Silva - Julien Mielcarek • Direction artistique et site internet : Julien Lalande • Dessinateur : na! • Photos : droits réservés • Forums modérés par Julien « Str@nger » • Pour contacter la rédaction : redaction@imedias.biz • imedias est une publication gratuite à but non lucratif • © imedias, 2004 - tous droits réservés pour tous pays - reproduction interdite. • Retrouvez imedias sur www.overdrive-audiovisuel.com. •

Rendez-vous sur notre site www.imedias.biz pour discuter de l'actualité du monde des médias en partenariat avec NewsMedias, 1ère newsletter médias de France.

III RTL régionalise sa tranche info de la mi-journée III



Dans un souci constant d'accroître l'interactivité avec les auditeurs et l'aspect régional du journal de 12H30, le « journal de la rédaction et des bureaux régionaux de RTL », la première radio de France décide de délocaliser son journal ainsi que son émission phare, *Les Auditeurs Ont la Parole* (13H-14H) à l'occasion des futures élections régionales.

Après Bordeaux le 16 février et Lille le 19 février dernier, Isabelle Marconnet animera cette tranche 12h30/14h en direct de Rennes le 23 février alors que Pierre-Marie Christin (*photo*) reprendra les commandes à Lyon le 1er mars, Strasbourg le 8 avant de finir le jeudi 11 mars à Marseille pour un journal direct du Café RTL « Le Suffren ».

A côté de ce dispositif exceptionnel, RTL procédera à des décrochages régionaux dans ces mêmes villes : diffusés entre 19H et 20H, il s'agira alors pour Richard Arzt d'interroger les têtes de listes de la région (Lille - Lyon - Paris et Bordeaux) lors de cette série d'émissions intitulée « Face aux régions ».

III Un crash plus vendeur ? III

Comme chaque mois, l'émission *Arrêts sur images* (France 5, chaque dimanche midi) a calculé le temps consacré par fait d'actualité par les rédactions de TF1, France 2 et France 3. Alors que l'on remarque en janvier que les trois chaînes ont consacré sensiblement le même temps d'antenne au crash du Boeing à Charm-el-Cheikh (1H14 pour TF1, 1H22 pour France 2 et presque 1 heure pour France 3), ce baromètre d'un nouveau genre fait remarquer que les trois chaînes consacrent ainsi 3H36 à ce drame aérien alors qu'elles n'accordent qu'un temps de reportages de 1H46 pour traiter des événements en Irak (Arrestation de Saddam Hussein - déboires de l'armée américaine). Des choix éditoriaux troublants comme le soulignait Mickaël Cabon dans sa chronique publiée sur *Overdrive Audiovisuel* : « L'accident devient l'événement national du week-end. Comment y échapper d'ailleurs ? Aucun survivant parmi les téléspectateurs. Troublant non ? Comparativement aux dégâts du tremblement de terre de la semaine précédente en Iran. Où l'on se dit qu'un français vaut plus qu'un iranien. ». Ca fait froid dans le dos...

Retrouvez *imedias* sur www.imedias.biz. Prochain numéro : lundi 08 mars 2004.