

Discours

Discours de Christine Albanel, ministre de la Culture et de la Communication, prononcé à l'occasion de l'examen à l'Assemblée nationale du projet de loi organique relatif à la nomination des présidents des sociétés France Télévisions, Radio France et de la société en charge de l'audiovisuel extérieur de la France et du projet de loi relatif à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision

Paris, le 25 novembre 2008



Monsieur le Président,
Monsieur le Président de la Commission spéciale,
Monsieur le Rapporteur,
Mesdames, Messieurs les Députés,

Les textes de loi que j'ai l'honneur de vous présenter aujourd'hui portent un grand projet de société, un grand projet culturel.

Ils donnent les moyens à la télévision française, média éminemment populaire, d'aborder une nouvelle page de son histoire.

Cette histoire s'est considérablement accélérée cette dernière décennie, avec l'arrivée de la TNT qui a triplé le nombre de chaînes accessibles gratuitement ; avec aussi le développement des services à la demande ; avec l'arrivée, enfin, dans le quotidien des Français, de nouveaux écrans, l'ordinateur, le téléphone mobile, qui bouleversent les usages.

Les projets de lois défendus par le gouvernement visent à donner à la télévision publique, à la télévision de tous les Français, une singularité marquée, une identité plus forte encore au sein de ce nouveau paysage audiovisuel. Ils visent à amplifier sa grande ambition culturelle, son exigence, ses missions particulières qui justifient son mode de financement par les téléspectateurs eux-mêmes.

Quelles sont ces missions ?

Rassembler, informer, éveiller à la citoyenneté française et européenne. Accueillir le débat, l'organiser. Intéresser sans ennuyer. Distraire. Contribuer à la vitalité et à la diversité de notre cinéma et de notre création audiovisuelle. Donner accès à la culture, aux concerts, aux pièces de théâtre, aux opéras.

Le service public de l'audiovisuel doit pouvoir prendre des risques. Et aussi prendre le temps. Ce temps qui manque souvent aux programmeurs pour installer les émissions nouvelles et ambitieuses, pour les améliorer et les perfectionner au fil des semaines, sans que le verdict des régies publicitaires ne commande leur suppression immédiate. Le temps nécessaire à la pédagogie, à l'explication de l'actualité dans sa complexité. Tout simplement le temps propre au déploiement de la culture.

Contact presse

Département de l'information et de
la communication

01 40 15 83 31
service-de-presse@culture.fr

SEUL LE PRONONCE FAIT FOI

Bref, la télévision publique doit offrir des programmes différents de ceux proposés par les chaînes privées, tout en visant l'audience la plus large.

Le rôle de l'Etat, c'est de définir ces missions de service public. Elles sont inscrites dans ce projet de loi et déclinées en détail dans le nouveau cahier des charges que nous avons élaboré avec les dirigeants de France Télévisions.

Mais le rôle de l'Etat, c'est aussi de faire en sorte que le groupe public ait la possibilité de porter ces missions. On ne peut pas demander à la télévision publique de proposer des programmes qui rassemblent quand la publicité oblige à viser des cibles, des segments de population. On ne peut pas lui demander de prendre des risques quand l'audimat impose ses règles. On ne peut pas lui demander d'offrir des programmes exigeants à des heures accessibles quand ces plages horaires – les plus rentables – sont supposées précisément accueillir de longs tunnels de publicité. Tunnels qui bien sûr relèguent les émissions de seconde partie de soirée à l'heure où les téléspectateurs bâillent déjà.

Ce projet de loi met fin à cette schizophrénie, en supprimant la publicité sur les chaînes publiques d'abord partiellement, puis totalement fin 2011.

Depuis que le Président de la République a annoncé, en janvier, sa volonté d'affranchir la télévision publique de la logique commerciale, un vaste débat s'est engagé.

Il s'est engagé ici-même, au sein de votre Assemblée. Je veux d'ailleurs rendre hommage à la qualité des travaux de la Commission pour la nouvelle télévision publique présidée par Jean-François Copé, à laquelle certains d'entre vous ont participé activement. En effet, ils ont permis de proposer des orientations novatrices. Le gouvernement s'est appuyé sur la quasi intégralité de vos conclusions pour préparer ce projet de loi.

Le débat s'est également engagé dans les médias et c'est toute la société qui s'est emparée du sujet avec passion, réagissant sur les sites Internet dédiés, sur les forums en ligne.

Mais nous savons tous que ce débat est ancien, qu'il ne date pas de janvier.

Sans remonter très loin, rappelons-nous, à la fin des années 1980, le vaste mouvement qui avait uni intellectuels, artistes et parlementaires pour dénoncer la pression morale et commerciale que la publicité faisait peser sur les écrans publics.

Et notamment cette lettre ouverte que des intellectuels aussi éminents que Pierre Bourdieu ou Jacques Derrida, notamment, signèrent dans un grand quotidien, demandant à ce que, je cite : « la télévision publique, bien public au service du public, qui n'a pas d'objectif lucratif, regagne sa liberté avec des moyens d'existence à la mesure du rôle qu'elle doit jouer dans notre société, rôle dont chacun d'entre nous doit se sentir responsable ». Ce courrier demandait donc au service public de renoncer à ses ressources publicitaires, ces ressources devant, je cite : « retourner sur le marché au bénéfice de l'ensemble des différents supports. En contrepartie, une contribution culture et communication [serait] créée, raisonnable, modulée,

équilibrée, prélevée sur l'ensemble des investissements publicitaires. » Je note qu'on ne parlait pas, à cette époque, de « cadeaux » au privé, mais bien d'une redistribution vertueuse, au bénéfice de tous et d'abord des créateurs. C'est aussi ce que nous croyons.

Rappelons-nous encore, il n'y a pas si longtemps, des débats très vifs qui avaient entouré l'apparition sur les écrans publics de certains programmes portés par des animateurs vedettes qui les produisaient à prix d'or, des programmes qui répondaient clairement à des impératifs commerciaux et non à ce qu'on peut attendre d'un service public. A l'époque, de nombreuses voix s'étaient élevées pour s'inquiéter de cette dérive qui remettait en cause l'avenir même de la télévision publique. Comment, en effet, justifier la redevance auprès des Français si les chaînes qu'elle finance ne montrent pas une claire et nette différence avec les chaînes privées ?

Cette époque est aujourd'hui révolue. Mais avec la nouvelle concurrence, notamment des chaînes numériques, la tentation pourrait être grande de faire appel aux vieilles recettes supposées garantir à l'annonceur que la ménagère de moins de 50 ans sera fidèle au poste.

Les dirigeants de France Télévisions ont conduit un vrai virage éditorial et avec ce projet de loi, le gouvernement entend justement les encourager à aller encore plus loin.

Pour mettre en œuvre cette grande réforme, ce projet de loi propose six grands chantiers de modernisation.

I. Le premier concerne la réforme de France Télévisions.

Afin de lui donner les moyens de concrétiser sa nouvelle ambition, le projet de loi :

- définit les missions du service public ;
- transforme le groupe France Télévisions en une entreprise unique dotée d'un nouveau modèle de gouvernance ;
- supprime la publicité sur ses antennes en deux étapes ;
- enfin, le projet de loi garantit le financement pérenne et dynamique de la télévision publique.

1. Les missions de service public

J'ai déjà évoqué les missions d'information, d'éducation, de décryptage, d'accès à la culture. Mais, au-delà des aspects purement éditoriaux, les chaînes publiques jouent aussi un rôle particulier dans la cohésion sociale. Et c'est pour cela qu'elles doivent être représentatives de la société telle qu'elle est, dans sa diversité. Votre rapporteur mais aussi plusieurs membres de votre Assemblée ont proposé des amendements dans ce sens. Le service public doit en effet être exemplaire dans ce domaine, pour pouvoir entraîner l'ensemble du paysage audiovisuel.

Pour atteindre tous les publics et notamment les plus jeunes, pour tisser des liens plus solides avec les téléspectateurs, la télévision publique doit également s'appuyer sur les nouvelles technologies de diffusion numérique. Ce projet de loi vise à faire de France Télévisions un média global, qui propose ses programmes sur tous les supports.

2. S'agissant maintenant de la transformation du groupe France Télévisions en une entreprise unique

C'était l'une des propositions phares de la Commission pour la nouvelle télévision publique et une demande ancienne des dirigeants de France Télévisions.

Sur le modèle de Radio France, France Télévisions deviendra donc une société nationale de programme composée de plusieurs antennes (France 2, France 3, France 4, France 5 et RFO), dont les identités seront renforcées. Elle pourra également développer d'autres services, notamment des services de médias audiovisuels à la demande (SMAD).

L'identité et les caractéristiques de ces différents services seront définies par son cahier des charges fixé par décret après avis du Conseil supérieur de l'audiovisuel.

Lors de l'élaboration du projet de loi, le Gouvernement a été particulièrement attentif à la garantie de la diversité des programmes, qui est d'ailleurs consubstantielle à la diversité des antennes.

Cette réforme de structure, qui va permettre de réaliser des synergies nécessaires, s'accompagne d'une réforme de la gouvernance. Le Président de la République l'a clairement annoncé le 25 juin dernier. L'État est l'unique actionnaire de France Télévisions et son financeur à plus de 90 %. Il définit les missions de service public. Il est légitime qu'il prenne ses responsabilités en nommant le ou la dirigeante qui sera chargé(e) de les porter.

Le projet de loi modifie ainsi le mode de désignation des présidents des sociétés nationales de programme. Pour autant, le secteur public de l'audiovisuel n'est pas un secteur public comme un autre. La nomination par l'État est donc soumise d'une part à l'avis conforme du CSA et d'autre part à l'avis des commissions en charge des affaires culturelles de chaque assemblée parlementaire, ainsi que le prévoit le projet de loi organique qui accompagne le projet de loi ordinaire. L'État assume ses responsabilités, le CSA contrôle et le Parlement se prononce.

3. Le projet de loi fixe également les modalités de suppression progressive de la publicité sur les antennes de France Télévisions. La publicité est ainsi supprimée dès le lundi 5 janvier 2009 entre 20 heures et 6 heures, puis totalement à compter de 2011, année de l'extinction définitive de l'analogique sur l'ensemble du territoire métropolitain.

Conformément aux conclusions de la Commission pour la nouvelle télévision publique, cette suppression n'est pas générale.

Tout d'abord, l'interdiction de diffuser des messages publicitaires ne s'applique pas aux programmes locaux des services de télévision à caractère national, c'est-à-dire aux décrochages régionaux et locaux de France 3, ainsi qu'aux programmes de RFO. Nous serons amenés à reparler de ce dernier point.

Ensuite, seule la publicité commerciale est interdite : la publicité pour des biens ou services présentés sous leur appellation générique dite « publicité collective » demeure autorisée, de même que le parrainage.

Enfin, les campagnes d'intérêt général, puisqu'elles ne revêtent pas un caractère publicitaire, pourront évidemment continuer d'être diffusées.

4. L'État s'est engagé à compenser par des ressources publiques le manque à gagner causé par la suppression de la publicité sur les antennes de France Télévisions.

Le principe de cette compensation financière est inscrit en toutes lettres dans ce projet de loi. Pour fixer son montant, le Gouvernement s'est appuyé sur les travaux menés par la Commission pour la nouvelle télévision publique, qui l'a estimé à 450 M€. Cette somme est garantie par la loi de finances pour 2009. Et je tiens à souligner que le PLF 2009, qui s'inscrit dans un cadre triennal, a également consacré le principe de cette ressource pour les années 2010 et 2011.

Le projet de loi institue par ailleurs deux nouvelles taxes : une première taxe sur les recettes publicitaires des services de télévisions ou leurs régies, dont le taux est fixé à 3 % ; une seconde sur le chiffre d'affaires des services de communications électroniques fournis par les opérateurs

déclarés auprès de l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes, dont le taux est fixé à 0,9 %. Dans les deux cas, un abattement permet d'exempter de la taxe les plus petits opérateurs.

Par ailleurs, afin de faire en sorte que la redevance cesse de diminuer année après année, le projet de loi indexe son montant sur le taux de l'inflation et apporte ainsi une nouvelle garantie de financement du service public de l'audiovisuel.

II.- Autre sujet de la réforme : l'audiovisuel extérieur.

Le Président de la République a annoncé dès la fin de l'année 2007 sa volonté de réformer l'audiovisuel extérieur de la France, afin de mieux diffuser la culture française et francophone, mais aussi le regard français sur l'actualité, dans le monde entier.

Le projet de loi vise à améliorer la cohérence de notre politique audiovisuelle extérieure, la lisibilité de ses orientations stratégiques et l'efficacité de chacune de ses entités, RFI, France 24 et TV5 Monde.

Des étapes importantes ont d'ores et déjà été franchies, notamment la création au printemps dernier de la société dénommée « *Audiovisuel extérieur de la France* », AEF. Elle a vocation à devenir une société holding rassemblant les participations publiques dans RFI, France 24 et TV5 Monde. A ce titre, le capital de RFI actuellement détenu par l'Etat est intégralement transféré du fait de la loi à AEF par l'article 51 du projet de loi.

Le projet de loi tire les conséquences de cette réforme et remplace RFI par AEF dans la loi du 30 septembre 1986, cette dernière étant désormais en charge du pilotage stratégique et de la coordination des sociétés concernées.

AEF devient donc la société nationale de programme chargée de l'audiovisuel extérieur de la France dont la gouvernance est déterminée par la loi de 1986, à l'instar de celle de France Télévisions et de Radio France. A ce titre, AEF et ses filiales, répondant à des missions de service public, seront soumises à des obligations définies par un cahier des charges fixé par décret. La négociation d'un contrat d'objectifs et de moyens avec l'Etat devrait débuter prochainement, comme cela a été demandé à plusieurs reprises par certains d'entre vous.

Je le dis très clairement : à aucun moment le projet de loi ne remet en cause l'existence et le rôle de RFI, France 24 et TV5 Monde, qui restent les acteurs essentiels du dispositif de l'audiovisuel extérieur de la France.

Au contraire, le projet de loi renforce les moyens de ces sociétés : intégrées à un groupe sur lequel elles pourront s'adosser, elles pourront développer des synergies, dans le respect de leurs identités. Par exemple, la rédaction en arabe de RFI a vocation à se rapprocher de celle de France 24 qui peine, faute de moyens financiers, à augmenter ses temps d'antenne dans cette langue. Ces rapprochements permettront ainsi de développer une vision française de l'actualité dans tout le monde arabe.

Il s'agit bien d'aboutir, d'ici le début de l'année 2009, à un dispositif plus cohérent, lisible et efficace grâce à la rénovation de la ligne éditoriale et la mise en commun des moyens de RFI, France 24 et TV5 Monde.

III. – Au-delà de la réforme de l'audiovisuel public, ce projet de loi est la clé de voûte d'une réforme d'ensemble du secteur.

L'objectif est de renforcer globalement la compétitivité des chaînes de télévision, publiques comme privées, dans un univers médiatique en pleine mutation.

Pour cela, nous voulons donner aux chaînes plus de souplesse en matière de publicité, en nous appuyant sur la directive européenne Service de Médias Audiovisuels.

Nous souhaitons aussi, dans le même esprit, autoriser une seconde coupure publicitaire dans les œuvres. Je souligne que c'est une mesure très favorable au secteur cinématographique et aussi aux fictions audiovisuelles de longue durée. Tout le monde sait que les films disparaissent sensiblement de nos écrans depuis plusieurs années. Augmenter les recettes tirées de leur diffusion, c'est accroître leur attractivité pour les chaînes.

Enfin, la nouvelle directive ouvre aussi la possibilité de recourir au placement de produits, en excluant les émissions jeunesse, bien évidemment. Je souhaite qu'il puisse être autorisé et que le CSA en fixe les modalités pratiques. Le placement de produits existe déjà au cinéma, les créateurs et les producteurs savent y recourir sans excès et il permettrait de trouver des ressources supplémentaires pour la création audiovisuelle.

Il faut être bien conscient qu'aujourd'hui, les chaînes de télévision font vivre un grand nombre d'entreprises de production, d'auteurs, de scénaristes, d'artistes et de techniciens, tant dans le monde de l'audiovisuel que du cinéma. Et ce, grâce au système des obligations de production – obligations qui sont la juste compensation de l'attribution gratuite des fréquences hertziennes aux chaînes de télévision.

Les chaînes de télévision – publiques comme privées – sont donc aujourd'hui les principaux financeurs de la création dans notre pays. C'est grâce à elles que nous avons le 3^{ème} cinéma du monde (après les Etats-Unis et l'Inde). C'est grâce à elles que notre production audiovisuelle est aussi innovante et dynamique.

Il est donc essentiel, dans le contexte de crise du marché publicitaire français, de faire en sorte que les recettes publicitaires de France Télévisions se reportent sur les autres chaînes et sur les médias producteurs et diffuseurs de contenus.

Le marché publicitaire français est très atypique en Europe : le hors médias et l'affichage y sont en effet particulièrement développés, au détriment des médias traditionnels. Une des raisons en est une réglementation de la publicité à la télévision particulièrement contraignante, par rapport aux

normes européennes, pourtant exigeantes et soucieuses de la protection du téléspectateur.

Si nous n'assouplissons pas ces règles, le risque est à la fois que le prix des espaces publicitaires à la télévision augmente considérablement, évinçant alors les plus petits annonceurs ; et qu'une partie importante des investissements se reporte sur le hors médias, l'affichage et Internet, ou même qu'ils disparaissent.

Cet assouplissement était donc nécessaire pour que notre industrie des programmes et de la création conserve la place qui est la sienne aujourd'hui et puisse se développer dans les années à venir en France et en Europe. Je le répète, c'est sur le chiffre d'affaires des chaînes qu'est assise leur contribution à la production cinématographique et audiovisuelle européenne et française. Tout le monde a donc intérêt à ce qu'elles soient en bonne santé.

Par ailleurs, en contrepartie de ces assouplissements, les chaînes ont consenti des efforts importants en faveur des œuvres patrimoniales. C'est le sens des accords interprofessionnels venus récemment remplacer les décrets dits Tasca, qui recentrent les obligations des chaînes privées en matière de financement de la production indépendante. Ils permettent, en outre, de mieux prendre en compte l'apport économique des chaînes à la production des œuvres qu'elles financent, de reconnaître et d'encourager davantage le travail des auteurs, et de tenir compte de la constitution de groupes constitués de plusieurs chaînes.

C'est donc bien toute l'économie de la filière audiovisuelle qui va se retrouver renforcée. J'ai déposé plusieurs amendements pour permettre la mise en œuvre complète de ces accords dès l'année prochaine.

Et j'ai demandé à Dominique Richard et David Kessler, à qui j'avais confié cette mission sur les chaînes historiques, de la poursuivre avec les nouveaux acteurs de la TNT. Toutes les chaînes doivent en effet contribuer à l'enrichissement de l'offre de programmes de qualité.

IV. - Au-delà de la modernisation du secteur audiovisuel et de son adaptation aux règles européennes, rendre les médias accessibles aux personnes handicapées est un objectif qui me tient particulièrement à cœur.

Depuis plusieurs années, des efforts importants ont été réalisés en faveur des personnes sourdes et malentendantes par le développement de la technique du sous-titrage et de la langue des signes.

Cette fois, le projet de loi entend favoriser l'accessibilité de la télévision aux personnes aveugles et malvoyantes, par le développement de l'audiodescription.

Cette technique consiste à insérer un commentaire oral descriptif dans un programme audiovisuel. Elle est aujourd'hui très peu utilisée en France comme à l'étranger.

Dans le cadre du plan « Handicap visuel », lancé le 2 juin dernier par le ministre du Travail et la secrétaire d'État chargée de la Solidarité, la Direction du développement des médias a élaboré un rapport sur

l'audiodescription. Il a été présenté le 19 juin 2008 à la Commission nationale « culture et handicap » que je préside.

J'ai organisé une consultation publique afin d'associer les associations de personnes aveugles et malvoyantes et les professionnels du secteur de l'audiovisuel. A la suite de cette consultation, deux séries de dispositions ont été intégrées dans le projet de loi : le renvoi aux conventions conclues entre les chaînes privées et le CSA et aux contrats d'objectifs et de moyens des chaînes publiques, pour fixer les proportions de programmes qui devront être accessibles aux personnes aveugles ou malvoyantes.

Pour les chaînes privées, seules celles dont l'audience dépasse 2,5 % seront assujetties à l'obligation. Les chaînes les plus regardées seront donc concernées : TF1, Canal +, M6 et, demain, W9, TMC, NT1 et Gulli. Par ailleurs, il sera possible de valoriser les dépenses d'audiodescription dans le cadre de la contribution des chaînes à la production cinématographique et audiovisuelle. Ce sera une incitation vertueuse, j'en suis convaincue.

V. – Le cinquième grand chantier de modernisation prévu par ce projet de loi est l'adaptation de la réglementation au développement des nouveaux « services de médias audiovisuels à la demande », les SMAD.

Après les transformations majeures qu'a connues la télévision traditionnelle au cours des dernières années (télévision numérique terrestre, télévision sur Internet, télévision haute définition, télévision en mobilité, etc.), c'est une nouvelle mutation que je vous propose de mettre en œuvre.

L'objectif est de permettre à l'ensemble de nos concitoyens de profiter pleinement des nouveaux services à la demande qui leur permettent de visionner tout contenu audiovisuel au moment où ils le souhaitent. De faire en sorte aussi que la création originale européenne et de langue française ait toute sa place sur ces services.

Cela suppose tout d'abord de moderniser la réglementation audiovisuelle.

Transposant la nouvelle directive « Services de médias audiovisuels », le projet de loi propose d'introduire logiquement les SMAd dans le champ d'application de la loi du 30 septembre 1986.

Il assure ainsi l'extension adaptée de notre régime traditionnel aux services les plus créatifs issus d'Internet, en proposant une définition qui couvre :

- les services de vidéo à la demande qui permettent de visionner des œuvres cinématographiques et audiovisuelles ;
- mais également les services dits de télévision de rattrapage récemment mis en place par les principaux éditeurs de chaînes de télévision français et qui permettent de voir ou de revoir pendant une période donnée les programmes diffusés par les chaînes de télévision.

A l'inverse, et conformément aux termes de la directive, les contenus créés par les utilisateurs et mis à disposition par des sites internet hébergeurs, sont clairement exclus.

Afin de ne pas freiner le développement de ces services nouveaux de vidéo à la demande et de télévision de rattrapage, nous avons privilégié une réglementation et une régulation souple, légère et progressive. Cette souplesse est d'ailleurs la plus appropriée à la nature très évolutive de ces services.

Je rappelle en effet que la France est, avec près de 50 services existants, à la pointe des pays européens en la matière.

En prenant soin d'éviter toutes les distorsions de concurrence entre opérateurs, il s'agit donc à la fois de tenir compte de certaines conséquences du développement de ces services à fort potentiel économique et d'éviter de l'entraver.

Trois séries de dispositions s'appliqueront à ces services :

- la protection des mineurs, tout d'abord : face à l'explosion des contenus pornographiques disponibles sur Internet, l'action du CSA – dont chacun s'accorde à reconnaître l'efficacité – s'exercera pleinement sur les SMAd ;

- la promotion des œuvres européennes, ensuite. En effet, ces services mettent aujourd'hui à disposition des œuvres audiovisuelles et cinématographiques. Ils doivent donc prendre, selon des modalités adaptées, leur part dans le soutien à la création audiovisuelle et cinématographique, à l'instar des services dits « traditionnels » de télévision ;

- les SMAD se verront également appliquer les principes généraux issus de la directive de services de médias audiovisuels, par exemple ceux relatifs au respect de la dignité humaine ou à la déontologie des communications commerciales.

VI. - Enfin, à l'occasion de ce projet de loi, je vous propose de moderniser nos outils de politique publique en faveur du cinéma.

Nous nous honorons en France d'une politique engagée et ambitieuse en faveur de la création audiovisuelle et cinématographique. A côté d'une télévision publique volontariste et d'un système de contribution au financement de la création élargi à tous les diffuseurs, le soutien de l'Etat à la création audiovisuelle et cinématographique, administré par le CNC, est un des piliers de cette politique.

Depuis sa création avec l'instauration d'une taxe spéciale sur le prix des billets de cinéma au lendemain de la guerre, le compte de soutien du CNC n'a cessé d'être adapté aux évolutions du secteur de la création : il a été étendu peu à peu aux différentes branches du cinéma – de l'écriture à l'aide à la diffusion en VOD – mais aussi à la production audiovisuelle puis à la création multimedia et au jeu vidéo. Couvrant ainsi toutes les dimensions de la création patrimoniale d'images animées. Son mode de financement a été modifié en conséquence, par des contributions prélevées sur tous les marchés de l'image et redistribués à l'ensemble de la chaîne de la création et de la diffusion.

Il est impératif aujourd'hui de renforcer les bases juridiques de ce dispositif unique en son genre, dont les plus anciennes, et donc celles qui en portent les racines, sont antérieures à la Constitution de la Vème République !

Pour cela, je vous demande d'autoriser le Gouvernement à rénovier par ordonnance son statut juridique et à consolider, en les actualisant, les normes qui régissent le droit du cinéma. La voie par ordonnances est apparue préférable en raison de l'aspect très technique des dispositions, mais aussi par la nécessité de ne pas différer plus longtemps la réforme du CNC attendue par tous.

Le premier projet d'ordonnance renforce l'organisation et le fonctionnement du Centre national de la cinématographie qui devient un établissement public à part entière, doté d'un conseil d'administration. Par ailleurs, vous avez bien voulu, en loi de finances pour 2009, renforcer l'assise financière du CNC en lui affectant directement les recettes fiscales dont il ne bénéficiait jusqu'à présent que par l'intermédiaire d'un compte d'affectation spéciale. Le CNC voit enfin ses missions adaptées à ce qu'est aujourd'hui le paysage médiatique, avec notamment le soutien à la vidéo à la demande ou à la production d'œuvres conçues pour Internet, qu'il a déjà mis en œuvre. Il s'agit donc de réconcilier le droit avec les faits.

Cette première ordonnance a aussi pour objet de réécrire un ensemble de dispositions techniques du droit du cinéma, pour partie inchangées depuis 1946. L'objectif est de les rendre plus intelligibles et enfin conformes à la hiérarchie des normes. Pour renforcer leur efficacité, ces dispositions seront rassemblées dans un même Code. Le droit du cinéma, édifice précieux et unique en son genre, qui participe pleinement à l'exception culturelle française, y gagnera en lisibilité.

En outre, une deuxième ordonnance permettra de perfectionner à la marge certains outils de régulation de l'industrie du cinéma qui ont fait leur preuve, comme l'institution du Médiateur du cinéma. Notamment dans le but de permettre une régulation de la concurrence adaptée aux spécificités de ce secteur et conforme aux objectifs de politique publique en faveur de la création et de sa diffusion à tous les publics.

Il s'agit de la mise en œuvre de propositions formulées dans le rapport sur « Cinéma et concurrence » d'Anne PERROT et Jean Pierre LECLERC. Ces réformes n'appellent que des modifications d'ampleur limitée et ponctuelle en ce qui concerne les aménagements à la législation en vigueur.

Bien entendu, la rédaction de ces deux ordonnances se fera dans le dialogue et la concertation la plus large. Il me semble naturel que les commissions parlementaires compétentes puissent y être associées, avant que les deux ordonnances soient soumises au Parlement pour ratification, dans un délai de six mois pour la première et de huit mois pour la seconde.

Mesdames et Messieurs les Députés, en supprimant la publicité sur les écrans publics, nous donnons la possibilité aux dirigeants de France Télévisions de construire un vrai outil de culture populaire.

Une télévision qui ne croit pas que les arts soient l'apanage des noctambules ou d'une élite, mais qui propose tous les soirs, sur l'une de ses antennes, un programme culturel – et tôt dans la soirée. Une télévision qui ne pense pas que le cinéma ou les mots soient nécessairement de minuit. Une télévision qui rassemble, en une soirée, plusieurs millions de téléspectateurs devant une pièce ou un opéra, quand il faudrait dix ans à une salle de spectacles ou à un théâtre pour toucher un public aussi nombreux. Une télévision qui a confiance en ses téléspectateurs, en leur curiosité, qui ne mise pas sur ce qu'ils sont déjà sûrs d'aimer, mais sur ce qu'ils ne connaissent pas encore.

Bref, une télévision qui renoue avec l'idée que la culture est une grande passion française.

Mais il ne s'agit pas – et c'est, je crois, un point très important – d'opposer chaînes publiques et chaînes privées. Toutes concourent à la création, toutes concourent au financement du cinéma.

Ce que propose ce projet de loi, c'est une réforme globale qui donne à l'ensemble du paysage audiovisuel les moyens de miser sur les contenus, sur leur qualité, leur originalité et leur accessibilité, au bénéfice de tous les téléspectateurs.