

# SÉNAT

PREMIERE SESSION ORDINAIRE DE 1967-1968

Annexe au procès-verbal de la séance du 14 novembre 1967.

## RAPPORT GÉNÉRAL

FAIT

*au nom de la Commission des Finances, du Contrôle budgétaire et des Comptes économiques de la Nation (1), sur le projet de loi de finances pour 1968, ADOPTÉ PAR L'ASSEMBLÉE NATIONALE,*

Par M. Marcel PELLENC,

Sénateur,  
*Rapporteur général.*

TOME III

EXAMEN DES CREDITS  
ET DES DISPOSITIONS SPECIALES

ANNEXE N° 41

OFFICE DE RADIODIFFUSION-TELEVISION FRANÇAISE

Application de l'article 9 de la loi n° 64-621 du 27 juin 1964.

*Rapporteur spécial* : M. Edouard BONNEFOUS.

---

(1) Cette commission est composée de : MM. Alex Roubert, président ; Jacques Masteau, Yvon Coudé du Foresto, vice-présidents ; Martial Brousse, Roger Lachèvre, Pierre Carous, secrétaires ; Marcel Pellenc, rapporteur général ; André Armengaud, Jean Bardol, Edouard Bonnefous, Jean-Eric Bousch, Paul Chevallier, André Colin, Antoine Courrière, Jacques Descours Desacres, Paul Driant, Marcel Fortier, André Fosset, Henri Henneguelle, Roger Houdet, Michel Kistler, Jean-Marie Louvel, André Maroselli, Marcel Martin, Max Monichon, Geoffroy de Montalembert, Georges Portmann, Mlle Irma Rapuzzi, MM. Joseph Raybaud, Paul Ribeyre, François Schleiter, Charles Suran, Louis Talamoni, Ludovic Tron, N...

Voir les numéros :

Assemblée Nationale (3<sup>e</sup> législ.) : 426 et annexes, 455 (tomes I à III et annexe 36), 459 (tome XVII) et in-8° 65.

Sénat : 15 (1967-1968).

---

Lois de finances. — Office de radiodiffusion-télévision française (O. R. T. F.) - Publicité.

## SOMMAIRE

|   | Pages. |
|---|--------|
| <b>Introduction</b> .....   | 3      |
| <b>PREMIÈRE PARTIE. — Examen des documents comptables</b> .....   | 4      |
| I. — Les résultats financiers de l'exercice 1966.....   | 4      |
| II. — Les résultats provisoires de l'exercice 1967.....   | 6      |
| <b>DEUXIÈME PARTIE. — Les prévisions budgétaires pour 1968</b> .....  | 8      |
| I. — <i>Physionomie générale</i> .....  | 8      |
| II. — <i>Prévisions de recettes</i> .....   | 12     |
| A. — La redevance.....  | 12     |
| B. — Le remboursement des services rendus à l'Etat.....   | 13     |
| C. — Les recettes commerciales et diverses.....   | 13     |
| III. — <i>Prévisions de dépenses</i> .....  | 16     |
| A. — Première section. — Exploitation.....  | 16     |
| B. — Deuxième section. — Equipement.....  | 26     |
| <b>TROISIÈME PARTIE. — L'introduction de la publicité de marques à l'O. R. T. F.</b>  | 30     |
| I. — <i>Historique</i> .....  | 30     |
| II. — <i>Observations sur l'introduction éventuelle de la publicité de marques à la télévision</i> .....  | 39     |
| <b>Examen en commission</b> .....   | 56     |
| <b>ANNEXE N° 1. — Ventilation des dépenses de fonctionnement et autres dépenses d'exploitation</b> .....  | 59     |
| <b>ANNEXE N° 2. — Les émissions vers l'étranger</b> .....   | 60     |
| <b>ANNEXE N° 3. — Emissions en modulation de fréquence et stéréophoniques</b> .....   | 61     |
| <b>ANNEXE N° 4. — Télévision en couleur. — Montant des crédits affectés à la recherche, à l'équipement, au fonctionnement et aux programmes</b> ..... | 62     |
| <b>ANNEXE N° 5. — La régionalisation. — Moyens techniques et en personnel des stations régionales et bilan de la régionalisation</b> ....             | 64     |
| <b>ANNEXE N° 6. — La cité de la télévision</b> .....  | 67     |
| <b>ANNEXE N° 7. — Liste des émetteurs qui seront mis en service en 1968</b> ....  | 68     |
| <b>ANNEXE N° 8. — Couverture du territoire pour la deuxième chaîne. — Planning</b> .....  | 70     |
| <b>ANNEXE N° 9. — La tarification redevance en vigueur au 1<sup>er</sup> janvier 1967 dans les principaux pays européens</b> .....                    | 72     |
| <b>ANNEXE N° 10. — Les rapports entre l'O. R. T. F. et le cinéma</b> .....  | 74     |

Mesdames, Messieurs,

La loi du 27 juin 1964 portant statut de l'Office de radiodiffusion-télévision française dispose à son article 9 que : « chaque année, à l'occasion du vote de la loi de finances, le Parlement, sur rapport d'un membre de chacune des Commissions des Finances de l'Assemblée Nationale et du Sénat ayant les pouvoirs des rapporteurs spéciaux, autorise la perception de la redevance pour droit d'usage des postes de radiodiffusion et de télévision

A cet effet, sont annexés, au projet de loi de finances, les résultats financiers de l'année précédente, l'état détaillé des comptes provisoires pour l'année en cours ainsi que le budget prévisionnel pour l'année suivante de l'Office de radiodiffusion-télévision française ».

Pour 1968, l'autorisation du Parlement de percevoir la redevance radiophonique fait l'objet de la ligne 103 de l'état E des taxes parafiscales.

C'est dans le cadre de ces dispositions que votre rapporteur a examiné le document budgétaire que le Gouvernement a remis aux Assemblées.

Le présent rapport est divisé en deux parties :

- 1° L'examen des documents comptables de 1966 et 1967 ;
- 2° Les prévisions budgétaires pour 1968.

Dans une troisième partie, en raison des déclarations qui ont été faites à l'Assemblée Nationale par le Ministre de l'Information et des débats qui ont suivi, votre rapporteur se propose de traiter du problème de l'introduction de la publicité sur les antennes de l'O. R. T. F. Le projet du Gouvernement étant rendu public, il convient d'en étudier les incidences économiques et financières.

## PREMIERE PARTIE

### EXAMEN DES DOCUMENTS COMPTABLES

#### I. — Les résultats financiers de l'exercice 1966.

Pour 1966, la balance générale des comptes s'établit comme suit :

##### A. — LES RECETTES

(En francs.)

|   |                  |
|---|------------------|
| Le montant des droits constatés sur les évaluations de recettes propres à cet exercice s'élève à..... | 1.142.820.206,03 |
| A ce chiffre s'ajoutent les restes à recouvrer à la clôture de la gestion 1965, soit.....             | 196.975.592,18   |
|   | <hr/>            |
| Le total des droits constatés de la gestion 1966 s'établit donc à.....                                | 1.339.795.798,21 |
| Les recouvrements effectués ont atteint le chiffre de.....  | 1.116.178.340,58 |
|   | <hr/>            |
| Soit, à la clôture de la gestion, des restes à recouvrer pour un montant de.....                      | 223.617.457,63   |

##### B. — LES DÉPENSES

|   |                  |
|---|------------------|
| Les dépenses nettes de la gestion se montent à..... | 1.139.989.583,69 |
| et se répartissent comme suit :                     |                  |
| — Dépenses d'exploitation..                         | 891.119.207,73   |
| — Dépenses en capital.....                          | 248.870.375,96   |
| En outre, le versement au Trésor s'élève à .....    | 93.000.000 »     |
| et les restes à payer sur la gestion 1966 à....     | 5.803.000,78     |

Cette situation fait apparaître un équilibre du budget de l'année 1966, alors que les comptes prévisionnels prévoyaient un déficit de 247,7 millions, compte tenu du versement au Trésor de 93 millions et du remboursement de l'avance au Trésor de 50 millions consentie à la fin de 1964.

En effet, pour un chiffre de dépenses nettes de 1.139.989.583 F, les recettes ont été de 1.142.820.206 F.

Les recettes supplémentaires de l'exercice s'élèvent à 65,41 millions dont près de 64 millions pour les recettes d'exploitation. Ces dernières s'inscrivent pour un montant de 63 millions aux trois principaux chapitres de recettes, à savoir :

|   |                |
|---|----------------|
| — Redevances .....                      | + 56 millions. |
| — Remboursement des services rendus.... | + 6 millions.  |
| — Recettes commerciales.....            | + 1 million.   |

L'importante majoration du produit de la redevance est due au relèvement des taux à compter du 1<sup>er</sup> septembre 1966 en application du décret du 12 août 1966 qui a porté de 25 à 30 F la redevance radio et de 85 à 100 F la redevance télévision, en même temps qu'était supprimée la taxe à l'achat.

En ce qui concerne les dépenses, des annulations de crédits pour un total de 177 millions, dont 127 millions de crédits de paiement, ont été effectuées en fin d'exercice.

D'autre part, l'Office n'a pas versé au Trésor les 93 millions inscrits dans le budget, et les restes à payer à la clôture de la gestion s'élèvent à 5.803.000 F.

En conclusion, l'examen des résultats financiers pour 1966 montre que l'équilibre du budget de l'exercice est plus apparent que réel.

Tout en se félicitant de la politique d'économie vers laquelle s'oriente l'Office, il faut souhaiter qu'une telle politique n'affecte pas la qualité des programmes.

Ne risquons-nous pas également de voir s'installer un retard dans l'exécution du programme d'équipement s'il devait y avoir non-consommation des crédits de paiement ?

Les dépenses de fonctionnement des services ont été, en 1966, ainsi réparties :

|                                 | En francs.         |
|---------------------------------|--------------------|
| Télévision (métropole).....     | 366.549.000        |
| Radiodiffusion (métropole)..... | 173.387.700        |
| D. O. M. - T. O. M.....         | 28.186.500         |
| Action extérieure.....          | 37.875.600         |
| Activités commerciales.....     | 17.327.000         |
| Service de la redevance.....    | 50.130.000         |
| Services communs.....           | 162.817.200        |
| <b>Total .....</b>              | <b>836.273.000</b> |

\*  
\* \*

## II. — Les résultats provisoires de l'exercice 1967.

Pour l'ensemble des secteurs d'activité de l'Office l'exécution du budget apparaît normale puisque au 30 juin 1967, 48 % seulement des crédits ouverts au budget ont été effectivement consommés.

En ce qui concerne les recettes, par rapport à la prévision budgétaire, la situation à la fin du premier semestre est la suivante :

|                                     | PREVISIONS<br>(en millions). | DROITS<br>constatés<br>au 30 juin 1967<br>(en millions). |
|-------------------------------------|------------------------------|--|
| Redevance .....                     | 1.088                        | 596,8  |
| Services rendus.....                | 45,6                         | 21,2   |
| Subventions d'exploitation (1)..... | 4                            | 2  |
| Recettes commerciales.....          | 51                           | 28,9   |
| Recettes diverses.....              | 8,1                          | 6,3  |
| <b>Total .....</b>                  | <b>1.196,7</b>               | <b>655,2</b>   |

(1) Cette subvention d'exploitation correspond à une participation forfaitaire de l'Etat au fonctionnement des stations des Territoires d'Outre-Mer.

L'Office de radiodiffusion-télévision française ne percevant aucune redevance dans les Territoires d'Outre-Mer, une convention passée le 18 août 1959 avait mis à la charge du Ministère d'Etat chargé des Départements et Territoires d'Outre-Mer le financement des dépenses de l'O. R. T. F. tant pour le fonctionnement que pour l'équipement de ses stations dans les Territoires d'Outre-Mer. Les recettes en provenance du Ministère d'Etat étaient imputées dans le budget de l'Office au chapitre « Remboursement de services rendus ».

Il a été décidé en 1966 que l'O. R. T. F. devait dorénavant prendre en charge les dépenses de ses stations des T. O. M. mais que l'Etat pour tenir compte de l'absence de perception de redevance verserait à l'O. R. T. F. une indemnité forfaitaire. Cette indemnité a été inscrite dans le budget de l'Office, au chapitre « Subvention d'exploitation ».

Le budget de l'Office pour 1967 avait été présenté en équilibre, y compris un versement au Trésor d'un montant de 100,9 millions. Mais le problème de la redevance au Trésor ne semble pas définitivement résolu, car à une question qui a été posée à l'Office de savoir si le versement envisagé serait effectué, la réponse est dubitative : « le versement au Trésor sera effectué partiellement compte tenu des disponibilités de trésorerie de l'Office ».

Interrogée sur la situation de la trésorerie, la Direction générale a déclaré que son évolution en 1967 est très proche de celle observée en 1966 et a donné les précisions suivantes :

« Au 30 juin 1967, les disponibilités étaient de 105,7 millions alors qu'au 30 juin 1966, leur montant était de 109,1 millions.

« Il convient toutefois de signaler que l'évolution mensuelle de la trésorerie présente régulièrement un aspect cyclique, en fonction de l'évolution respective des recettes et des dépenses.

« C'est ainsi que le montant des disponibilités est à son niveau le plus élevé de fin mars à fin juillet, et diminue ensuite pour atteindre le point le plus bas généralement fin octobre. Au 31 octobre 1966, il était de 37,9 millions.

« Par ailleurs les chiffres mentionnés correspondent à une trésorerie brute, c'est-à-dire que n'en est pas déduit le montant des ordonnances en cours de virement, de même que n'en est pas ajouté le montant des titres de recettes émis, mais non honorés. »

## DEUXIEME PARTIE

### LES PREVISIONS BUDGETAIRES POUR 1968

#### I. — **Physionomie générale.**

Les prévisions de recettes et de dépenses de l'Office pour 1968 sont arrêtées à la somme de 1.282,7 millions de francs contre 1196,6 millions pour 1967, soit une augmentation de 86,1 millions et de 7,2 %.

Cette augmentation s'explique par les mesures nouvelles dont le montant atteint 64 millions : 15,4 sont consacrés à la production de programmes en couleur et 16,9 sont réservés à des mesures intéressant le personnel parmi lesquelles la création de 530 emplois nouveaux, le reste représente divers ajustements à des mesures antérieures.

Pour la seconde fois, le budget de l'O. R. T. F. est présenté en équilibre. Toutefois cet équilibre reste précaire. Il est subordonné au versement ou au non-versement de la redevance au Trésor. Pour 1968, le montant de ce versement est fixé à 50 millions contre 100,9 millions en 1967, soit une diminution de plus de moitié.

M. Vivien dans son rapport à l'Assemblée Nationale a donné certaines explications sur cet allègement de moitié.

Selon M. Vivien :

« Cette mesure comporte à la fois un élément positif et négatif :

« — *positif* dans la mesure où elle implique que le taux excessif du versement exigé jusqu'ici a été reconnu.

« Peut-être indique-t-elle également la prise de conscience du caractère juridique contestable de ce versement, exigé soi-disant en contrepartie du monopole d'émission dont bénéficie l'O. R. T. F. Mais fait-on payer à la Banque de France son monopole d'émission des billets de banque ?



« Il nous reste à espérer, écrit M. Vivien, que cette mesure représente également un premier pas vers l'élaboration du statut financier, fiscal et comptable que l'O. R. T. F. attend depuis 1964. Les Finances acceptent de reconsidérer le taux réclamé jusqu'ici dans la perspective d'une solution relativement prochaine de ce problème en suspens.

« Nous ne devons pas nous leurrer sur les difficultés d'élaboration d'un tel statut pour un établissement dont les tâches sont aussi variées, les personnels aussi différents, les impératifs aussi divers, que l'O. R. T. F. Ces difficultés ne sauraient empêcher d'entreprendre une tâche aussi urgente. »

Concernant l'aspect *négalif* de cette mesure, M. Vivien écrit :

« Jusqu'ici, l'O. R. T. F. payait fort irrégulièrement, selon les années, partie ou non de la redevance. Qu'en sera-t-il désormais ?

« Notre inquiétude à cet égard est accrue par l'intention du Gouvernement d'introduire la publicité de marques à l'O. R. T. F.

« Ne risque-t-on pas de voir encore retardée la définition du statut financier, fiscal et comptable de l'O. R. T. F., l'importance de la nouvelle recette escomptée justifiant des exigences nouvelles des Finances, c'est-à-dire une revision des résultats obtenus jusqu'ici et fondés sur des données proches d'être bouleversées ? »

En ce qui concerne l'aspect financier et comptable dont nous avons signalé l'urgence dans nos précédents rapports, il semble que le problème soit toujours à l'étude. C'est ce qui ressort de la réponse du Ministre de l'Information à la question écrite de M. Boulay, député du Puy-de-Dôme.

M. Arsène Boulay exposait au Ministre de l'Information que le dixième rapport de la Commission de vérification des comptes des entreprises publiques soulignait les difficultés rencontrées pour effectuer le contrôle des comptes de l'Office de radiodiffusion-télévision française, et que ce rapport faisait observer que « les textes réglementaires qui doivent fixer les conditions de l'établissement des comptes de l'O. R. T. F. et de leur vérification ne sont toujours pas intervenus » et que cette situation « se prolonge depuis plus de sept ans ».

Il lui demandait quelles mesures il comptait prendre pour mettre dans les meilleurs délais la commission de vérification des comptes des entreprises publiques en mesure de remplir la tâche qui lui incombe quant à la gestion de l'O. R. T. F..

Dans sa réponse, publiée au *Journal officiel* du 22 juillet 1967, le Ministre a apporté les précisions suivantes :

« Un projet de règlement financier et comptable concernant l'Office de radiodiffusion-télévision française a été soumis en 1964 au Conseil d'Etat, lequel n'en a retenu que les dispositions relevant du décret simple, plusieurs projets ont été établis, qui prévoyaient pour les comptes de l'Office la compétence de la commission de vérification des comptes des entreprises publiques. Un texte est actuellement en cours d'étude en liaison avec les services du Ministère de l'Economie et des Finances. Les comptes de l'Office n'en continuent pas moins à faire l'objet d'un contrôle *a posteriori* ; celui-ci, comme le précise le rapport de la commission, est exercé par la Cour des comptes. »

\*  
\* \*

La situation générale des prévisions budgétaires de l'O. R. T. F. pour 1968 est donnée dans le tableau suivant :

## SITUATION GENERALE

## DEPENSES

## RECETTES

(En millions de francs.)

| INTITULES   | 1968           | 1967<br>(1)    | MODIFI-<br>CATIONS | INTITULES  | 1968           | 1967<br>(1)    | MODIFI-<br>CATIONS |
|---|----------------|----------------|--------------------|--|----------------|----------------|--------------------|
| <b>PREMIÈRE SECTION. — Exploitation.</b>                                      |                |                |                    | <b>PREMIÈRE SECTION. — Exploitation.</b>                                 |                |                |                    |
| Fonctionnement des services.....  | 925,3          | 838,5          | + 86,8             | Produit de la redevance.....   | 1.163,0        | 1.088,0        | + 75,0             |
| Impôts, frais financiers et divers....  | 58,0           | 51,0           | + 5,0              | Remboursement des services rendus<br>à l'Etat.....                       | 45,6           | 45,6           | »                  |
| Dotations aux provisions.....   | 21,0           | 19,0           | + 2,0              | Recettes commerciales et diverses..                                      | 73,5           | 59,8           | + 13,7             |
| Dotations aux amortissements (vire-<br>ment à la 2 <sup>e</sup> section)..... | 101,6          | 96,6           | + 5,0              |  |                |                |                    |
|   | 1.103,9        | 1.005,1        | + 98,8             |  |                |                |                    |
| Versement au Trésor.....  | 50,0           | 100,9          | - 50,9             |  |                |                |                    |
| Excédent (virement à la 2 <sup>e</sup> sec-<br>tion) .....                    | 128,2          | 87,4           | + 40,8             |  |                |                |                    |
| <b>Totaux .....</b>   | <b>1.282,1</b> | <b>1.193,4</b> | <b>+ 88,7</b>      | <b>Totaux .....</b>  | <b>1.282,1</b> | <b>1.193,4</b> | <b>+ 88,7</b>      |
| <b>DEUXIÈME SECTION. — Opérations en capital.</b>                             |                |                |                    | <b>DEUXIÈME SECTION. — Opérations en capital.</b>                        |                |                |                    |
| Crédits d'équipement.....   | 200,0          | (2) 154,1      | + 45,9             | Amortissements (virement de la<br>1 <sup>re</sup> section).....          | 101,6          | 96,6           | + 5,0              |
| Autres immobilisations.....   | 21,1           | 24,2           | - 3,1              | Divers .....   | 0,6            | 3,2            | - 2,6              |
| Remboursements d'emprunts, prêts..  | 9,3            | 8,9            | + 0,4              |  | 102,2          | 99,8           | + 2,4              |
|   |                |                |                    | Excédent d'exploitation (virement<br>de la 1 <sup>re</sup> section)..... | 128,2          | 87,4           | + 40,8             |
| <b>Totaux .....</b>   | <b>230,4</b>   | <b>187,2</b>   | <b>+ 43,2</b>      | <b>Totaux .....</b>  | <b>230,4</b>   | <b>187,2</b>   | <b>+ 43,2</b>      |
| <b>Récapitulation.</b>  |                |                |                    | <b>Récapitulation.</b>   |                |                |                    |
| Montants bruts.....   | 1.512,5        | 1.380,6        | + 131,9            | Montants bruts.....  | 1.512,5        | 1.380,6        | + 131,9            |
| A déduire : virements internes..  | - 229,8        | - 184,0        | - 45,8             | A déduire : virements internes..   | - 229,8        | - 184,0        | - 45,8             |
| <b>Montants nets.....</b>   | <b>1.282,7</b> | <b>1.196,6</b> | <b>+ 86,1</b>      | <b>Montants nets.....</b>  | <b>1.282,7</b> | <b>1.196,6</b> | <b>+ 86,1</b>      |

(1) Les chiffres pour 1967 sont ceux du budget définitif de l'O. R. T. F., qui comporte, par rapport à l'annexe au projet de loi de finances pour 1967, des ajustements minimes.

(2) A ce chiffre doivent s'ajouter 64,6 millions de francs de crédits de reports.

## II. — Prévisions de recettes.

Le total des recettes d'exploitation prévues pour 1968 est de 1.282,1 millions de francs, à concurrence de :

- 1.163 millions de francs de la redevance ;
- 45,6 millions de francs du remboursement des services rendus à l'Etat ;
- 73,5 millions de francs des recettes commerciales et diverses.

Par rapport à celles de 1967, estimées à 1.193,4 millions de francs, ces recettes sont en augmentation de 7,4 %.

### A. — LA REDEVANCE

Le produit de la redevance, dont le taux est inchangé, progressera de 75 millions de francs. Cette augmentation est due à l'accroissement du nombre des comptes dont l'évolution prévue en 1968 est donnée dans le tableau ci-dessous :

| DESIGNATION      | 1 <sup>er</sup> JANVIER 1968 | 31 DECEMBRE 1968 | DIFFERENCE |
|------------------|------------------------------|------------------|------------|
| Radio .....      | 7.595                        | 7.100            | (1) — 495  |
| Télévision ..... | 8.467                        | 9.370            | + 903      |

(1) Compte tenu du chiffre de 205 nouveaux comptes et de 700 résiliations pour application du compte unique Télévision-Radio.

Pour 1967, l'Office avait évalué à 1.010.000 le nombre des nouveaux comptes télévision. Les prévisions pour 1968, malgré l'apparition de la télévision en couleur, marquent un léger fléchissement des déclarations de récepteurs de télévision. Il n'est pas impossible qu'un certain nombre de ménages diffèrent leurs achats ou le renouvellement de leur appareil ancien dans l'attente d'une baisse du prix des récepteurs de télévision en couleur.

## B. — LE REMBOURSEMENT DES SERVICES RENDUS A L'ÉTAT

Les évaluations pour 1967, soit 45,6 millions de francs, sont purement et simplement reconduites en 1968.

Lorsque les décisions des différents services publics commanditaires en matière de services rendus seront connues, ces prévisions de recettes seront éventuellement réévaluées.

En ce qui concerne les frais d'équipement et de fonctionnement engagés par l'O. R. T. F. dans les Territoires d'Outre-Mer, il est rappelé que l'O. R. T. F. doit dorénavant les prendre en charge ; toutefois, pour tenir compte de l'absence de perception de redevance dans ces territoires, l'Etat verse à l'Office une subvention d'exploitation dont le montant s'élève actuellement à 4.027.000 F.

Ce régime de subvention forfaitaire a été substitué au régime des remboursements pour services rendus à compter de 1967.

La ventilation des services rendus en 1967 est la suivante :

|  | (En francs.) |
|--|--------------|
| Ministère des Affaires étrangères.....                                 | 31.400.000   |
| Ministère de l'Education nationale et services rattachés               | 9.400.000    |
| Ministère de l'Economie et des finances (aide aux consommateurs) ..... | 500.000      |
| Services publics et organismes divers français et étrangers .....      | 4.250.000    |
|  | <hr/>        |
| Totaux .....   | 45.550.000   |

## C. — LES RECETTES COMMERCIALES ET DIVERSES

Elles sont prévues pour un montant de 73,5 millions de francs, en augmentation de 13,7 millions de francs, soit, par rapport à 1967, une majoration de 22,9 %. Dans cette somme, les recettes diverses s'inscrivent pour un montant de 8,8 millions de francs.

Il n'est pas indifférent de connaître l'évolution de ces recettes au cours des dernières années :

— de 31 millions de francs en 1964, elles sont passées successivement à :

36,7 millions de francs en 1965 ;

49 millions de francs en 1966 ;

59,8 millions de francs en 1967,

pour atteindre 73,5 millions de francs en 1968.

La ventilation des recettes commerciales est donnée dans le tableau suivant :

| NATURE<br>des activités.                          | 1966<br>Droits constatés. | 1967<br>Prévisions. | 1968<br>Prévisions. |
|---|---------------------------|---------------------|---------------------|
| Emissions compensées.....                         | 36.600.000                | 40.800.000          | 51.000.000          |
| Publicité Outre-Mer.....                          | 1.675.000                 | 1.400.000           | 1.400.000           |
| Vente des émissions.....                          | 3.516.000                 | 4.000.000           | 4.000.000           |
| Vente de droits de reproduction (jouets et jeux). | 2.554.000                 | 3.000.000           | 3.000.000           |
| Manifestations publiques et cirque.               | 1.145.000                 | 1.500.000           | 1.500.000           |
| Activités diverses .....                          | 1.368.000                 | 300.000             | 3.800.000           |
|   | 46.858.000                | 51.000.000          | 64.700.000          |

Le poste principal de ces recettes est celui des émissions compensées, dont le produit passe de 40,8 millions de francs en 1967 à 51 millions de francs en 1968. Cette augmentation représente : d'une part l'incidence en année pleine de l'augmentation de tarifs décidée fin 1966 et appliquée partiellement en 1967, d'autre part, l'accroissement du volume des émissions dans la limite de trente secondes supplémentaires par message.

Les tarifs pratiqués sont actuellement les suivants :

**Radiodiffusion.**

- France-Inter : communiqué..... 2.500 F.
  - France-Culture : communiqué..... 750
  - Stations régionales : communiqué..... 400
- (par émetteur).

**Télévision.**

|  | SPOT<br>de<br>60 secondes. | SPOT<br>de<br>45 secondes. | SPOT<br>de<br>30 secondes. | FLASH<br>de<br>15 secondes. |
|--|----------------------------|----------------------------|----------------------------|-----------------------------|
|  | (En francs.)               |                            |                            |                             |
| Première chaîne (3 diffusions)...              | 82.000                     | 60.000                     | 41.000                     | 21.000                      |
| Deuxième chaîne (2 diffusions)...              | 27.000                     | 20.000                     | 14.000                     | 6.000                       |
| Première et deuxième chaînes<br>jumelées ..... | 96.000                     | 71.000                     | 49.000                     | 25.000                      |

La durée quotidienne des émissions compensées est limitée dans les conditions suivantes :

*Télévision.*

Première chaîne: trois tranches horaires distinctes de deux minutes chacune.

Deuxième chaîne : deux tranches horaires distinctes de deux minutes chacune.

Soit au total : dix minutes par jour.

*Radiodiffusion.*

France-Inter : 12 communiqués de quarante-cinq secondes environ.

France-Culture : 4 communiqués de même durée.

Stations régionales : 3 communiqués par jour en moyenne.

Il est rappelé que les émissions de publicité radiophoniques, dites « émissions compensées », ont été autorisées par l'article 2 de la loi de finances pour 1951 ainsi conçu :

« La propagande collective d'intérêt national faite sous la forme d'émissions compensées pourra être acceptée, notamment en faveur du développement de la consommation de produits agri-

coles ou résultant de la transformation de produits agricoles dans le sens de la politique d'expansion économique agricole poursuivie par le Gouvernement.

« Le produit net de ces émissions compensées sera rattaché par la procédure des fonds de concours au chapitre 11-00 (art. 2) : « Crédits artistiques. — Dépenses de cachets pour la télévision », en vue de permettre l'amélioration des programmes télévisés ».

Dans les recettes diverses, sont comptabilisés, à concurrence de :

— 3,2 millions de francs, une subvention d'équipement que l'Office reçoit pour sa participation au programme de défense civile ;

— 3,5 millions de francs le remboursement de prestations qui seront effectuées au profit de la Compagnie américaine de télévision (American Broadcasting Company), à l'occasion des Jeux olympiques de Grenoble.

\*  
\* \*

### III. — Prévisions de dépenses.

#### A. — PREMIÈRE SECTION. — EXPLOITATION

Les dépenses de fonctionnement des services passent de 838,5 millions de francs en 1967 à 925,3 millions de francs en 1968, soit une majoration de 10,3 %.

Cette augmentation se répartit comme suit :

— 22,8 millions de francs de mesures acquises compte tenu de dépenses non renouvelables pour un montant de 4,6 millions de francs ;

— 64 millions de francs de mesures nouvelles.

L'évolution de 1967 à 1968 des dépenses de fonctionnement et autres dépenses d'exploitation est donnée dans l'année n° 1.

Au titre des mesures acquises :

— 10,1 millions de francs sont affectés aux dépenses de personnel, notamment les majorations de salaires et leurs incidences sur les charges sociales ;



— 17,3 millions de francs sont consacrés à des extensions en année pleine de mesures intervenues en 1967, tels :

- le renouvellement des programmes de la deuxième chaîne de télévision..... 9,1 millions de francs.
- la mise en service d'installations nouvelles..... 1,3 — —
- le fonctionnement de la télévision en couleur à compter du 1<sup>er</sup> octobre 1967..... 6,9 — —

En mesures nouvelles, les crédits supplémentaires réservés au personnel s'élèvent à 27,3 millions de francs. Sur cette somme, 16,9 millions de francs sont destinés à faire face à la fois aux majorations de salaires qui seront accordées en 1968 et à la création de 380 emplois d'agents du statut général.

La répartition prévue de ces emplois est la suivante :

- Direction de l'équipement et de l'exploitation.... 260
- Direction de la télévision..... 37
- Autres directions..... 83

En 1968, les effectifs de personnel de l'Office s'accroîtront, au total, de 530 unités, à savoir :

- les 380 créations d'emploi ci-dessus ;
- 150 intégrations dans les cadres statutaires d'agents travaillant dans des équipes extérieures.

L'Office justifie ces intégrations de la manière suivante :

L'intégration dans les cadres statutaires de 150 agents travaillant actuellement pour le compte de l'Office dans des entreprises privées, procurera une économie correspondant aux frais généraux et aux bénéfices de ces entreprises, dont l'Office évitera désormais le poids. L'évaluation de l'économie (0,2 million) a été faite en tenant compte de ce que les mesures d'intégration devront être échelonnées au cours de l'année 1968, en fonction des possibilités.

« Ces personnels exerçant des fonctions techniques dépendront de la Direction de l'équipement et de l'exploitation. »

Le tableau ci-dessous retrace l'évolution des effectifs des personnels statutaires depuis 1960 :

| ANNEES     | EFFECTIF TOTAL | ANNEES     | EFFECTIF TOTAL |
|------------|----------------|------------|----------------|
| 1960 ..... | 7.547          | 1965 ..... | 10.122         |
| 1961 ..... | 9.489          | 1966 ..... | 10.522         |
| 1962 ..... | 10.624         | 1967 ..... | 10.815         |
| 1963 ..... | 10.297         | 1968 ..... | 11.345         |
| 1964 ..... | 10.102         |            |                |

Parmi les autres mesures nouvelles, les plus importantes se rapportent :

— A la production télévisée :

|  |             |
|--|-------------|
| Amélioration des programmes de la télévision en noir et blanc.....     | 6 millions. |
| Frais supplémentaires pour la production de programmes en couleur..... | 15,4 —      |

— Aux programmes de la radiodiffusion :

|  |       |
|--|-------|
| Augmentation de la durée des émissions et amélioration de la qualité des programmes..... | 1,8 — |
|--|-------|

— A la mise en service de nouveaux émetteurs de radiodiffusion et de télévision..... 1,4 —

— Aux programmes régionaux et des stations d'Outre-Mer ainsi que les activités des services regroupés sous l'appellation « Action extérieure ..... 2 —

L'« action extérieure » de l'O. R. T. F. correspond aux activités des services de l'Office installés à l'étranger (bureaux et correspondants permanents) et aux activités des services métropolitains à destination de l'étranger (émissions sur ondes courtes, envois de programmes enregistrés de radio et de télévision).

— Enfin, un crédit de 4,3 millions de francs est prévu pour l'opération « Jeux olympiques de Grenoble » dont les dépenses de retransmission ont été évaluées à 8 millions de francs. Une part importante de cette dépense fera l'objet d'un remboursement à l'Office par l'American Broadcasting Company à laquelle le comité d'organisation des Jeux olympiques a cédé des droits de diffusion pour l'Amérique du Nord et le Mexique.

Ce remboursement a été pris en recettes pour un montant de 3,5 millions de francs dans le budget de 1968 au titre des recettes commerciales.

Les opérations d'équipement engagées par l'O. R. T. F. pour cette manifestation sportive ont été évaluées à 45 millions de francs, dont 40 millions de francs imputés sur l'opération de programme « Jeux olympiques de Grenoble » ouverte au budget de 1966 et 5 millions de francs sur d'autres opérations concernant des achats de matériels mobiles qui seront acquis par anticipation sur les besoins normaux de l'Office.

L'examen des mesures nouvelles du budget pour 1968 montre qu'en matière de programmes d'importantes dotations supplémentaires sont affectées à la production télévisée. Votre Rapporteur a déjà signalé l'année dernière dans son rapport la part de plus en plus grande prise par la télévision dans les dépenses de l'O. R. T. F.

En 1966, les crédits accordés aux programmes de la télévision et de la radiodiffusion représentaient respectivement 43,8 % et 20,7 % du budget de fonctionnement de l'Office. Ils se décomposaient de la manière suivante :

*Pour la Télévision.*

|  | (En francs.) |                    |
|--|--------------|--------------------|
| 1. — Production des chaînes nationales :                                       |              |                    |
| — dépenses de programme (artistiques et d'information) .....                   | 180.869.000  |                    |
| — Frais techniques.....  | 126.032.000  |                    |
|  | <hr/>        | 306.901.000        |
| 2. — Production régionale :  |              |                    |
| — dépenses de programme (artistiques, d'information et frais techniques) ..... | 30.308.000   |                    |
| 3. — Diffusion des programmes nationaux et régionaux.....                      | 29.340.000   |                    |
|  | <hr/>        | 29.340.000         |
| Total .....  | <hr/>        | <u>366.549.000</u> |

*Pour la Radiodiffusion.*

|  |            |                    |
|--|------------|--------------------|
| 1. — Production des chaînes nationales :                                       |            |                    |
| — dépenses de programme (artistiques et d'information) .....                   | 81.720.000 |                    |
| — frais techniques.....  | 26.733.000 |                    |
|  | <hr/>      | 108.453.000        |
| 2. — Production régionale :  |            |                    |
| — dépenses de programme (artistiques, d'information et frais techniques) ..... | 31.275.700 |                    |
| 3. — Diffusion des programmes nationaux et régionaux.....                      | 33.659.000 |                    |
|  | <hr/>      | 33.659.000         |
| Total .....  | <hr/>      | <u>173.887.700</u> |

Dans le budget de 1968, on prévoit une augmentation de 24 % pour les programmes de la Télévision en noir et blanc, une augmentation de 200 % pour les programmes de la Télévision en couleur et une augmentation de 4 % seulement pour les programmes de la Radiodiffusion.

Ainsi, il apparaît que c'est essentiellement sur la Télévision que porte l'effort de la Direction générale, la Radiodiffusion étant de plus en plus sacrifiée.

A la question qui lui a été posée de savoir si les crédits consacrés à la Radiodiffusion étaient suffisants, la Direction générale de l'Office a répondu :

« Les crédits attribués à la Direction de la Radiodiffusion se sont accrus de 1966 à 1967 de 8,7 %. De 1967 à 1968, il est également prévu une nouvelle augmentation.

« Dans le cadre de l'ensemble du budget dont dispose l'Office, les crédits alloués à la Radiodiffusion résultent d'une juste répartition et doivent lui permettre de mener à bien les missions qui lui sont assignées. »

Ce que l'on doit constater, c'est la suppression de diverses émissions qui a été réalisée dès le dernier trimestre de 1967 :

*Sur France-Culture*, vingt-six dramatiques d'une heure trente, soixante-cinq dramatiques de quarante minutes, une journée du dimanche, une soirée internationale, cinq « Recherche de notre temps ».

*Sur France-Inter*, un feuilleton quotidien ; sur le plan musical, trois concerts publics lyriques, deux concerts de jazz, quatre concerts de musique symphonique, de nombreuses émissions de musique de chambre, une de musique commentée.

Pour justifier cette mesure, la Direction de la Radiodiffusion argue d'un déficit budgétaire de 530.000 F pour les émissions parlées et de 700.000 F pour les émissions musicales.

Pour valables qu'elles soient, les nécessités financières invoquées ne sauraient justifier une telle amputation des programmes de *France-Culture*. On prête d'ailleurs à l'O. R. T. F. l'intention d'opérer prochainement une mutation profonde des programmes de la Radiodiffusion tendant à faire de *France-Culture* une sorte de *France-Inter* amélioré.

Si l'on comprend qu'un effort particulier soit fait actuellement en faveur de la Télévision, qui compte 8.500.000 téléspectateurs, il faut cependant souligner qu'il serait injuste de pénaliser les six millions de foyers qui ne disposent que d'un poste de radio, d'autant que ce sont souvent des auditeurs qui n'ont pas les moyens de se payer un poste de télévision.

Dans l'annexe n° 3 sont reproduites les réponses de la Direction générale aux questions posées par votre Rapporteur au sujet des émissions en modulation de fréquence et des émissions stéréophoniques.

\*  
\* \*

### LA REGIONALISATION

Les ventilations fonctionnelles du budget de l'Office pour les années 1965, 1966 et 1967 font apparaître pour les dépenses de la production télévisée régionale les chiffres suivants :

|              |                        |
|--------------|------------------------|
| — 1965 ..... | 28 millions de francs. |
| — 1966 ..... | 30 millions de francs. |
| — 1967 ..... | 31 millions de francs. |

Ces chiffres correspondent au coût total de la production télévisée régionale, y compris le coût des personnels permanents qui y sont affectés.

Sous réserve des augmentations de prix et de salaires, le projet de budget pour 1968 ne comporte pas de crédits supplémentaires pour l'extension des programmes régionaux.

#### Dépenses d'équipement et de fonctionnement des stations régionales.

##### 1. — Dépenses d'équipement.

Dépenses d'équipement au 20 juillet 1967 pour les vingt-trois Centres d'actualités télévisées et les vingt-six Centres à rayonnement local en service :

| Autorisations de programmes ouvertes :  | Engagements pris. |            |
|---|-------------------|------------|
|   | En francs.        |            |
| Centre d'actualités télévisées.....     | 17.906.023        | 15.852.000 |
| Centre à rayonnement local (radio)..... | 3.350.000         | 2.795.000  |
| Liaisons .....                          | 12.500.000        | 2.600.000  |

## 2. — Dépenses de fonctionnement.

### a) Centre d'actualités télévisées :

Les dépenses de fonctionnement d'un Centre d'actualités télévisées peuvent être évaluées en moyenne à environ 220.000 F, se décomposant comme suit :

|   | En francs. |
|---|------------|
| — matières techniques (lampes, bobinages, etc.).....  | 5.000      |
| — tubes et cristaux.....  | 13.000     |
| — bandes magnétiques, disques.....  | 15.000     |
| — pellicules .....  | 85.000     |
| — entretien et réparation.....  | 5.000      |
| — travaux et façons exécutés à l'extérieur.....   | 20.000     |
| — matières diverses d'exploitation (produits chimiques, petit outillage, carburants, combustibles)..... | 40.000     |
| — fournitures diverses (électricité, eau, etc.).....  | 7.000      |
| — télécommunications .....  | 25.000     |
| — matériel de sécurité, de manutention, de nettoyage.....   | 5.000      |

### b) Centre à rayonnement local :

Les dépenses de fonctionnement d'un Centre à rayonnement local, moins importantes, sont d'environ 25.000 F.

|   | En francs. |
|---|------------|
| — matières techniques.....                                | 2.000      |
| — tubes et cristaux.....                                  | 4.000      |
| — entretien et réparation.....                            | 1.000      |
| — travaux et façons exécutés à l'extérieur.....           | 500        |
| — matières diverses d'exploitation.....                   | 2.000      |
| — fournitures diverses.....                               | 2.000      |
| — télécommunications .....                                | 8.000      |
| — matériel de sécurité, de manutention, de nettoyage..... | 6.000      |

Il est à noter que ces chiffres sont susceptibles de variations d'un Centre d'actualités télévisées ou d'un Centre à rayonnement local à un autre, en fonction des conditions locales et particulièrement de l'étendue du territoire à couvrir.

Les moyens techniques et en personnel des stations régionales ainsi que le bilan de la régionalisation sont donnés dans l'annexe n° 5.

## LA TELEVISION EN COULEUR

L'O. R. T. F. a commencé la diffusion d'un programme régulier de télévision en couleur le 1<sup>er</sup> octobre.

Ce programme est diffusé à raison de douze heures minimum par semaine sur le réseau de la deuxième chaîne dont les émissions en 625 lignes sont reçues actuellement par des régions couvrant environ 75 % de la population.

Ces douze heures d'émissions en couleur se répartissent inégalement chaque jour de la semaine, avec une prépondérance le vendredi, le samedi et le dimanche.

Deux procédés de télévision en couleur ont pris le départ presque en même temps : le S. E. C. A. M. français et le P. A. L. allemand.

Le système S. E. C. A. M., sur lequel on avait fondé de grands espoirs, n'a rallié que les pays de l'Est, la Grèce, la Yougoslavie et Monaco.

En revanche, le système P. A. L. a rallié non seulement l'Allemagne, bien entendu, mais aussi la Grande-Bretagne, les pays scandinaves, l'Italie, les Pays-Bas, la Suisse, l'Autriche et la Belgique, ce qui représente des pays à population très nombreuse et à pouvoir d'achat très élevé.

Seuls l'Espagne et le Portugal ont pour le moment réservé leur choix.

Les conséquences de cette répartition sont hélas ! très significatives du point de vue géographique et économique :

La première conséquence, qui n'est pas la moins grave, c'est que le système P. A. L. sépare en deux zones distinctes les pays ayant adopté le système S. E. C. A. M. : d'un côté la France et Monaco, de l'autre côté de la bande P. A. L., tous les pays de l'Est ainsi que la Grèce et la Yougoslavie.

Le système P. A. L. ne connaîtra pas cette difficulté puisqu'il forme un axe unique.

Cette division de l'Europe en deux systèmes complique et compliquera les échanges de programmes. Sur le plan technique, elle impose obligatoirement l'utilisation d'un appareillage complé-

mentaire, dit de transcodage, permettant de transformer les émissions du système S. E. C. A. M. en système P. A. L. et inversement. Ce transcodeur est d'autant plus nécessaire que les téléspectateurs des régions frontalières veulent recevoir les émissions du système P. A. L.

La Direction de l'O. R. T. F. annonçait en avril dernier qu'un appareillage permettant d'expérimenter le transcodage des signaux de télévision en couleur S. E. C. A. M. en signaux P. A. L. avait été conçu par la Compagnie française de télévision qu'assistaient les services techniques de l'O. R. T. F. Elle spécifiait que les résultats obtenus permettaient de dire que les reportages en couleur et en particulier les Jeux olympiques de Grenoble en février 1968 devraient pouvoir être retransmis en direct par tous les pays européens.

L'industrie prépare aussi des récepteurs double circuit avec transcodeur. Mais ils seront fort coûteux. Ainsi que le déclarait dans une conférence de presse à la fin du mois de juin dernier le Président du syndicat des constructeurs d'appareils radio récepteurs et de téléviseurs :

« Les appareils bistandards grand écran de 63 cm permettant de recevoir la première chaîne en 819 lignes et les deux programmes noir et blanc et couleur de la deuxième chaîne en 625 lignes, seront mis en vente à des prix qui seront situés au-delà de 5.000 F. »

Il faut préciser que la nécessité de construire des postes capables de capter à la fois la première chaîne en 819 lignes et la seconde en 625 majore le prix de revient.

\*

\* \*

Pour sa part, l'Allemagne, qui émet sur la seule définition de 625 lignes et n'a à produire, pour la télévision en couleur, que des appareils monostandard, est favorisée. Un téléviseur P. A. L. coûte moins de 2.500 F. La Compagnie A. E. G. Téléfunken a mis au point un prototype de récepteur ambivalent permettant la vision des deux systèmes couleur européens. Cet appareil doit notamment



trouver son utilisation dans les régions situées à la limite géographique des systèmes S. E. C. A. M. et P. A. L., comme la Belgique, la Suisse et la Vallée du Rhin.

L'adoption par la France seule il y a une vingtaine d'années de la définition de 819 lignes, tandis que les autres pays d'Europe choisissaient dans leur ensemble les 625 lignes, constituait déjà une erreur. Voici qu'à présent pour la couleur, alors que nos voisins européens ont opté pour le système P. A. L., la France a, à nouveau, choisi l'isolement avec le procédé S. E. C. A. M.

Le premier résultat est que les constructeurs français ne vont pas pouvoir exporter de téléviseurs couleur puisque les pays à régime communiste vont fabriquer eux-mêmes les leurs.

Et n'oublions pas les téléspectateurs français qui vont se trouver, une fois encore, pénalisés par l'obligation d'acheter leur téléviseur à un prix pratiquement double de celui des appareils vendus en Allemagne. De surcroît, dans certaines régions frontalières françaises, nombre de foyers vont être équipés de téléviseurs couleur à meilleur marché, mais captant exclusivement les émissions étrangères. C'est déjà le cas notamment en Alsace, où les émissions en langue allemande vont être de plus en plus reçues.

Ainsi que l'exprimait dans un récent article de presse M. Emile Roche :

« Les conséquences de l'isolement que la France a choisi en matière de télévision en couleur sont : au point de vue économique, moindre développement de notre industrie électronique et abandon des marchés étrangers ; au point de vue social, coût exagérément élevé des appareils de télévision et retard dans l'équipement de nos foyers ; au point de vue culturel, ralentissement de notre rayonnement à l'étranger, notamment dans les régions francophones des pays voisins et également sur le sol national, dans certaines zones proches des frontières. »

La ventilation des dépenses engagées par l'O. R. T. F. pour la mise au point, puis la production de la couleur, est donnée dans l'annexe n° 4.

B. — DEUXIÈME SECTION. — EQUIPEMENT

LES CREDITS DE PAIEMENT

Ils sont prévus pour un montant de 200 millions en diminution de 18,7 millions sur l'évaluation de l'année dernière, soit une réduction de 8,5 %.

A noter que dans le budget de 1967, les autorisations de programme étaient financées à concurrence de :

154,1 millions par des virements de la section Exploitation ;  
64,6 millions par des crédits de reports de l'exercice 1966.

Dans le budget de 1968, les 200 millions de crédits de paiement proviennent intégralement de virements de la première section (dotation aux amortissements et excédent d'exploitation).

Lors de son audition par la Commission des Finances de l'Assemblée Nationale, le Ministre de l'Information a déclaré que l'affectation annuelle de 200 millions de francs de crédits de paiement semblait correspondre au rythme normal d'investissement de l'Office. Il a signalé à ce propos que les installations d'émetteurs de deuxième chaîne de télévision s'étaient effectuées à la cadence d'un émetteur toutes les trois semaines, ce qui est le rythme le plus rapide d'Europe.

Les crédits de paiement sont répartis de la manière suivante dans le budget de 1968 :

|   |               |
|---|---------------|
| — Renouvellement et modernisation.....                        | 40 millions.  |
| — Opérations en cours antérieures au V <sup>e</sup> Plan..... | 25 —          |
| — Opérations du V <sup>e</sup> Plan.....                      | 130 —         |
| — Jeux olympiques de Grenoble.....                            | 5 —           |
|   | <hr/>         |
| Total.....  | 200 millions. |

LES AUTORISATIONS DE PROGRAMME

Elles s'élèvent à 237,6 millions de francs, en diminution de 40,4 millions par rapport à 1967 (278 millions).

**Nouvelles opérations.**

1° *Production.*

L'opération la plus importante concerne le démarrage de la télévision en couleur. Ceci a conduit l'Office à procéder à l'acquisition de nouveaux matériels de production : matériels de laboratoires, matériels « video » ou « films » fixes ou mobiles, et à l'aménagement de certains centres (studios couleur des Buttes-Chaumont et de Cognacq-Jay).

Le programme a principalement porté sur :

— l'aménagement d'un studio au centre d'Issy-les-Moulineaux, de deux studios au centre des Buttes-Chaumont et d'un studio au centre de Cognacq-Jay ;

— l'équipement du centre nodal des Buttes-Chaumont, du bloc programme de Cognacq-Jay, d'un car de propagande, d'un car de reportage à deux caméras et de deux cars de reportage à trois caméras.

Il est prévu, dans une étape suivante, de compléter ces moyens de production par l'aménagement d'un troisième studio aux Buttes-Chaumont et d'une salle publique à la Maison de l'O. R. T. F. et par l'acquisition d'un car de reportage à cinq caméras.

Les crédits nécessaires à ce programme ont été demandés au titre de l'opération « Equipement de production de la télévision en couleur », mais figurant également, pour partie, aux chapitres « Extension des Buttes-Chaumont » et « Equipement de laboratoires ».

|   | Autorisations<br>de programme. |
|---|--------------------------------|
| — Equipement de la production de la télévision en couleur ..... | 82,98                          |
| — Extension des Buttes-Chaumont, 2 <sup>e</sup> tranche.....    | 7,40                           |
| — Laboratoires .....  | 7,5                            |

Il convient de noter deux autres opérations particulièrement importantes qui concernent la production télévisée de la région parisienne. Il s'agit : de la réalisation, sur le terrain de l'actuel

centre Brossollette d'un ensemble de moyens de production, complétant les installations du centre Cognacq-Jay ; de la construction à Bry-sur-Marne, du troisième centre de production de télévision de la région parisienne.

|  | Autorisations<br>de programme. |
|--|--------------------------------|
| — Centre Brossollette .....                            | 34,6                           |
| — Troisième centre de télévision (voir annexe n° 6) .. | 30,35                          |

Sur le plan régional, la phase concernant la mise en service de centres d'actualités télévisées, tant en métropole que dans les D. O. M. - T. O. M., est pratiquement terminée. L'Office entreprend actuellement, l'installation de maisons de la radio regroupant les principaux moyens de production radio et télévision des grandes métropoles régionales. Certaines de ces maisons sont terminées ou en voie de l'être prochainement (Rennes, Strasbourg, Lyon) :

|   | Autorisations<br>de programme. |
|---|--------------------------------|
| — Maison de l'O. R. T. F. de Toulouse ..... | 17                             |
| — Maison de l'O. R. T. F. de Nancy .....    | 10,97                          |
| — Maison de l'O. R. T. F. de Dijon .....    | 1                              |

Il convient de noter qu'outre les opérations relatives aux équipements techniques il existe deux opérations nettement individualisées permettant l'acquisition de matériels artistiques de radiodiffusion sonore et de télévision :

|   | Autorisations<br>de programme. |
|---|--------------------------------|
| — Equipements artistiques de radio .....      | 3,5                            |
| — Equipements artistiques de télévision ..... | 6,86                           |

## 2° Diffusion.

A l'heure actuelle, la mise en place du réseau télévision de la première chaîne et l'équipement des D. O. M. - T. O. M. étant pratiquement terminés, l'effort de l'Office porte sur :

— la poursuite de l'équipement du territoire en émetteurs de radiodiffusion sonore à modulation de fréquence et en émetteurs de télévision de la première chaîne (voir annexe n° 7) ;

— l'achèvement (d'ici à la fin de 1967) du réseau d'émetteurs principaux de la deuxième chaîne (annexe n° 7) ;

— la création d'un réseau d'émetteurs intercalaires de la deuxième chaîne (nécessaire en raison de la plus faible portée des émetteurs principaux de la deuxième chaîne par rapport à ceux de la première chaîne) ;

— la mise en place, également en deuxième chaîne, d'un réseau complémentaire de réémetteurs.

Il convient de rappeler que le réseau d'émetteurs intercalaires de la deuxième chaîne ainsi que les réémetteurs retransmettront les programmes de la télévision en couleur :

— l'aménagement des réseaux existants, en fonction des impératifs de la régionalisation. Cet effort porte principalement sur les liaisons : 27 millions figurent dans le budget de 1968 au titre des liaisons fixes pour le réseau de télévision ;

— la modernisation de certains émetteurs déjà anciens tant en radio (puissance de Rennes-Thourie 0 M portée de 150 à 300 kW) qu'en télévision (Paris - Tour Eiffel, Mont Pilat, Cherbourg, Le Havre, Chambéry, Pic du Midi).

Le programme d'équipement pour la couverture du territoire par la deuxième chaîne est exposé dans l'annexe n° 8.

## TROISIEME PARTIE

### LA PUBLICITE DE MARQUES A L'O. R. T. F.

Le problème de l'introduction de la publicité à la télévision est posé depuis 1950. Jusqu'à présent, le Parlement s'est toujours montré hostile au principe et aucun gouvernement n'avait pris l'initiative de présenter un projet de loi ou d'annoncer son intention d'en déposer un. On sait maintenant qu'une décision de principe a été prise en Conseil des Ministres et le Ministre de l'Information a exposé les grandes lignes du projet devant l'Assemblée Nationale le 10 novembre. Le Sénat, après l'Assemblée Nationale, aura donc à se prononcer clairement sur ce sujet, à l'occasion du débat sur le budget de l'O. R. T. F.

#### I. — Historique.

Il n'est pas inutile de rappeler ici l'historique que j'avais dressé en 1964, dans le rapport sur le budget de l'O. R. T. F.

##### 1° PREMIÈRES PROPOSITIONS

Le 24 mai 1950, la « Commission de la Presse, de la Radio et du Cinéma » entendait M. Pierre-Henri Teitgen, alors Ministre d'Etat chargé de la Radiodiffusion française. A la suite de cette audition, un communiqué était transmis à la presse précisant la position du Ministre. Celui-ci constatait que les recettes de la Radiodiffusion (redevances et remboursements des services rendus à divers départements ministériels) étaient insuffisantes pour l'équipement et l'exploitation de la radio et de la télévision (1). Il envisageait de demander au Parlement l'introduction de la publicité sur la chaîne parisienne sous forme de patronage d'émissions et à concurrence d'un maximum de recettes de 400 millions de francs de l'époque.

---

(1) Voir : François Pigé : « La Télévision dans le monde », Paris 1962.

Cette mesure présentait selon lui l'avantage, outre la réalisation du programme d'équipement, de détourner la publicité française des postes étrangers dans lesquels elle se déversait. Il préconisait la création d'une société d'économie mixte (cinéma, théâtre, presse filmée, organismes sportifs, télévision) entièrement distincte de la télévision, mais chargée de lui présenter ses programmes. Il se refusait à envisager le statut futur de la télévision, estimant une telle initiative prématurée. A la suite de cette déclaration, des contacts furent pris en vue de la création de la société mixte de programmation de la télévision, mais ce fut sans succès.

L'année suivante, en 1951, on créa cependant des émissions de publicité radiophonique dites « émissions compensées » réservées à la publicité collective d'intérêt national et spécialement aux produits agricoles ou résultant de la transformation de produits agricoles (1). Ces émissions ont rapidement dépassé le cadre qui leur avait été fixé et se sont étendues à l'ensemble des activités nationales.

Alors que la loi de 1951 ne visait qu'une publicité radiophonique, les émissions compensées ont, à partir de 1959, envahi les écrans de télévision sans qu'intervienne — à notre connaissance — une décision législative ou réglementaire.

D'autres projets virent encore le jour. A la fin de 1955, par exemple, M. Louis Merlin, estimant une alliance possible entre la presse et la télévision, présenta une étude sur la création d'une seconde chaîne de télévision. Celle-ci grouperait une douzaine de stations reliées dans les deux sens. Cela permettrait d'obtenir des reportages venant à tout moment de l'une ou l'autre de ces villes. Le coût de lancement d'une telle chaîne serait de l'ordre de 15 milliards. La presse, grâce aux quotidiens régionaux et aux réseaux de correspondants qu'ils entretiennent, serait le fournisseur d'informations idéal, par l'intermédiaire d'un organisme dit « Presse Video ». L'organisme dit « Presse Video » pourrait prendre la forme coopérative, tous les organes de presse en faisant partie proportionnellement, soit à leurs recettes (vente et publicité), soit au tonnage de papier qu'ils consomment. Le projet de M. Louis Merlin, assorti de conditions de financement très originales, resta à l'état théorique.

Dans l'esprit des propositions de M. Teitgen, M. André Berthet, Président du Syndicat national de la presse périodique de province

---

(1) Voir page 15 du présent rapport le texte de l'article 2 de la loi de finances pour 1951.

et de l'Union française et Président de la Fédération nationale des auditeurs et téléspectateurs, envisagea la création d'un Office public de la R. T. F. qui devait être partiellement financé par la publicité, étant entendu que les ressources publicitaires seraient utilisées par moitié à l'amélioration des programmes et par moitié à l'effort de propagande par voie de presse sous forme des insertions publicitaires. Cette répartition publicitaire serait effectuée non par le Ministère des Finances, mais par l'Office public de la R. T. F. lui-même. M. Berthet s'affirmait partisan d'une introduction simultanée de la publicité sur toutes les chaînes existantes de la radiodiffusion et de la télévision.

L'année 1959 vit naître un autre projet de télévision publicitaire dont les images seraient véhiculées par câbles souterrains. L'objectif recherché était de permettre à diverses entreprises publicitaires de réaliser dans les studios privés des émissions de télévision qui seraient distribuées à domicile et à la demande des « clients » moyennant rétributions. Mais la formule, malgré son originalité, allait à l'encontre du monopole concédé à la R. T. F.

## 2° L'AMENDEMENT DILIGENT

L'ordonnance du 4 février 1959 transforma la R. T. F. en établissement public à caractère industriel et commercial. L'article 9 de cette ordonnance fixe la liste des ressources mises à la disposition de l'établissement en les faisant précéder de l'adverbe « notamment ». Si la publicité commerciale ne figure pas dans cette énumération, il est cependant prévu au troisième paragraphe : « La rémunération des services rendus sous quelque forme que ce soit ».

L'imprécision de ce texte ranima les polémiques. Tandis que les groupements professionnels de la publicité se prononçaient à nouveau pour l'acceptation de la publicité sur les ondes de la R. T. F., de nombreuses organisations, et notamment les syndicats et organismes professionnels de la R. T. F. et la Confédération des Associations générales d'auditeurs et téléspectateurs, s'élevaient à plusieurs reprises contre cette éventualité.

Au mois de septembre de la même année le Ministre de l'Information affirmait « qu'il n'y aurait jamais de publicité à la télévision française ». Craignant cependant que, par une interprétation de l'article 9 de l'ordonnance du 5 février, la publicité commerciale ne



fut introduite par une simple décision réglementaire, le législateur a adopté une disposition particulière (art. 52 de la loi de finances 1961) connue sous le nom d'amendement Diligent.

Le texte de cet article 52 est ainsi rédigé : « En vue d'assurer le contrôle du Parlement sur l'emploi des fonds dont le recouvrement est autorisé par la loi, la Radio-Télévision française ne pourra, sauf en matière de défense nationale, de sécurité publique et de recherche scientifique, disposer de quelque manière que ce soit, sans autorisation législative, de son monopole d'émission et d'exploitation des ondes de radiodiffusion ou accepter de nouvelles sources de financement.

Cet article n'a pas préjugé du fonds du problème, ne s'est pas prononcé définitivement contre la commercialisation d'une chaîne de la R. T. F. mais il a voulu prendre une mesure conservatoire afin que le Parlement puisse en son temps se prononcer en toute connaissance de cause sur une réforme qui bouleverserait les mœurs, les missions essentielles de la R. T. F. telles qu'elles sont fixées par la loi et qui modifierait radicalement les conditions d'existence des autres moyens d'expression.

Le Ministère de l'Information, répondant le 4 juin 1964 aux questions de votre Commission des Finances, a précisé que le Gouvernement n'avait pas l'intention d'introduire la publicité sur les antennes de la R. T. F. ; il ne voulait pas cependant se lier par avance à ce sujet. Il pensait que cette question était du domaine réglementaire. Toutefois, il confirmait que l'article 52 restait en vigueur et que si le Gouvernement désirait introduire la publicité à la R. T. F., il saisirait le Conseil constitutionnel de la question, et, en tout état de cause, donnerait au Parlement l'occasion d'en débattre. D'autre part, M. Peyrefitte indiquait que le Conseil d'administration ne disposait pas du pouvoir d'introduire la publicité dans les émissions de la R. T. F., le Gouvernement entendant garder la tutelle sur l'établissement et vérifier que les limites fixées à l'exercice du monopole ne soient pas transgressées.

Après la promulgation du nouveau statut et l'entrée en fonctions du Conseil d'administration, on assista au développement d'une campagne en faveur de la publicité. Les responsables de la profession multiplièrent les déclarations, les articles, les brochures exposant leurs arguments. Le Président du Conseil d'administration de l'O. R. T. F. affirma lui-même que la publicité « n'était

plus inconcevable ». A l'Assemblée Nationale, le Rapporteur général, M. Louis Vallon, et les deux Rapporteurs spéciaux, MM. Nungesser et Boinvilliers, soutinrent des points de vue assez favorables à la télévision publicitaire. Le 8 novembre 1966, le Ministre de l'Information annonça à l'Assemblée Nationale que le Gouvernement allait mettre à l'étude le problème de la télévision publicitaire. Il fit cette déclaration après avoir repoussé comme insuffisants tous les autres modes de financement, y compris l'emprunt.

Depuis cette date et jusqu'au printemps dernier, la polémique semblait s'être apaisée. La préparation de l'élection présidentielle de décembre 1965 n'était d'ailleurs pas une période favorable à une relance du projet des publicitaires. Le 5 juin 1965, au banquet de l'Institut d'administration de l'Université de Paris, M. Dupont, directeur de l'O. R. T. F., déclarait : « La publicité ne peut qu'entraîner la dégradation progressive des spectacles et je ne crois pas que le Gouvernement pourrait accepter une telle solution ». Lors des débats budgétaires de 1966 à l'Assemblée nationale, le Secrétaire d'Etat à l'Information devait d'ailleurs faire une déclaration dans le sens de l'apaisement : « L'introduction de la publicité de marque n'est pas une question actuelle. Le Gouvernement s'est d'ailleurs engagé à n'y point recourir sans que le Parlement en ait délibéré. De toute façon, ce problème ne saurait être lié à la situation financière de l'Office, il déborde ce simple cadre et soulève de nombreuses questions d'ordre politique, culturel et économique ».

### 3° NOUVELLE PROPOSITION DE LOI

La question est revenue à l'ordre du jour lorsque, le 20 juin dernier, une proposition de loi tendant à autoriser l'O. R. T. F. « à disposer de son monopole d'émission et d'exploitation au profit de personnes morales de droit privé, de nationalité française et à accepter de nouvelles sources de financement ».

Ce projet s'inspirait des études menées par la société Pro-T. V., organisme constitué par des représentants de l'industrie électronique et des agences de publicité.

Aux termes de ce projet, l'O. R. T. F. aurait été autorisé à disposer de son monopole d'émission et d'exploitation au profit de sociétés privées de nationalité française et à accepter de nouvelles sources de financement.

Sur la base de contrats passés avec l'O. R. T. F. pour une durée de dix ans renouvelable, ces sociétés auraient exploité une ou plusieurs chaînes nouvelles en utilisant les relais et installations techniques de l'Office. En contrepartie, elles auraient versé à l'O. R. T. F. une redevance pour droit d'usage et participé aux frais d'équipement, d'entretien et d'amortissements des installations.

Les sociétés bénéficiaires auraient été soit des entreprises privées, soit des sociétés d'économie mixte et l'Etat aurait pu participer à ces dernières par l'intermédiaire de la S. O. F. I. R. A. D. ou de l'O. R. T. F. Mais toute aide financière publique aurait été interdite. Les ressources de ces sociétés n'auraient pu provenir que des seules recettes publicitaires.

Afin d'éviter les excès, différentes précautions étaient prévues. Les annonces n'auraient pu apparaître qu'en début ou en fin de programme, et le temps de publicité sur les chaînes aurait été limité à 10 % du temps global d'antenne (ce qui pour une durée moyenne d'émission de 7 heures aurait représenté 42 minutes de publicité). Quant à l'égalité d'accès de tous les annonceurs quelle que soit leur taille ou leur puissance financière elle aurait été garantie par un aménagement des tarifs ou tout autre moyen. Enfin, un contrôle de la qualité des programmes et du respect des obligations posées par la proposition de loi était prévu. Cette mission aurait été confiée à un conseil qui aurait regroupé les représentants de l'O. R. T. F. et des sociétés considérées ainsi que ceux de la presse écrite, des agences de publicité et des associations de téléspectateurs.

M. Vivien s'efforçait de répondre aux opposants en précisant que son projet ne portait pas atteinte au monopole de diffusion de l'O. R. T. F. : les sociétés bénéficiaires, simples sociétés de programmation, se contentant « d'emprunter » le réseau de l'Office. Et, pour apaiser les craintes de la presse écrite, il suggérait que celle-ci s'associât à l'entreprise. On aurait pu, par exemple, prévoir un système de couplage obligatoire des annonces émises et écrites. L'image fugace par définition étant complétée par une information utilisant un support d'une plus grande continuité.

#### 4° LE PROJET DU GOUVERNEMENT

Le 10 novembre, M. Gorse, Ministre de l'Information annonçait officiellement à l'Assemblée Nationale que le Gouvernement avait décidé d'introduire la publicité à l'O. R. T. F.

Le Ministre exposait longuement les raisons de cette décision. Le Gouvernement considère que la télévision constitue le support publicitaire le plus moderne et le plus efficace. Dès lors, le développement des moyens de publicité audio-visuelles serait un véritable coup de fouet pour une économie en pleine transformation. Cela d'autant plus qu'en France, le volume global de la publicité est très inférieur à celui de nos voisins. Le Ministre notait que tous les pays d'Europe occidentale, à l'exception de la Belgique et même certains pays d'Europe orientale, ont introduit la publicité à la télévision. Il ajoutait que les téléspectateurs français risquaient de recevoir sous peu des images étrangères transmises par satellites.

Pour M. Gorse, le choix n'était donc déjà plus entre le *statu quo* et la position prise par le Gouvernement. Mais entre l'acceptation de la publicité contrôlée par l'O. R. T. F. ou l'abandon à des intérêts privés, d'une importante publicité.

Pour calmer les inquiétudes, le Ministre affirmait que les nouvelles mesures n'interviendraient pas avant un certain délai et uniquement après consultation des représentants de la presse et des annonceurs. Des garanties seraient données aux journaux tandis que l'on s'efforcerait d'assurer aux annonceurs, quelles que soient leur taille et leur puissance financière, l'égalité d'accès aux émissions publicitaires.

Dans le cadre du projet gouvernemental aucun programme ne serait patronné par une firme commerciale et aucune émission ne pourrait être interrompue par une annonce.

Dans la pratique, les émissions publicitaires seraient de brève durée et se présenteraient sous une forme analogue à celle de l'actuelle publicité compensée qu'elles remplaceraient.

Selon le Gouvernement, les recettes supplémentaires qu'assurerait cette réforme permettraient une nouvelle expansion de la télévision française : l'O. R. T. F., se substituant aux communes, pourrait, en construisant 1.000 réémetteurs supplémentaires, éliminer les fameuses « zone d'ombre » ; la durée globale des émissions en couleur, largement accrue ; une troisième chaîne pourrait être créée qui serait réservée à la télévision scolaire et universitaire aussi bien qu'à la formation des adultes.

L'organisation d'une agence de presse filmée et télévisée serait rendue possible qui permettrait de mettre un terme au monopole

des agences américaines et britanniques. La France serait ainsi présente dans ce domaine comme elle l'est déjà dans celui de l'information avec l'A. F. P.

Enfin, l'O. R. T. F. affirmait le Ministre, en étendant les exonérations de redevance pourrait venir en aide aux vieillards économiquement faibles et à certains établissements comme les hôpitaux, les maisons de retraite et les hospices.

## 5° LE DÉBAT A L'ASSEMBLÉE NATIONALE

Le débat qui a suivi la déclaration du Ministre de l'Information à l'Assemblée Nationale a montré qu'il existait une majorité hostile à l'introduction de la publicité à la télévision : en effet, le budget de l'O.R.T.F. fut repoussé en première lecture par 244 voix contre 235. Les Députés qui ont pris la parole (M. Dupuy, Mme Vaillant-Couturier pour le parti communiste ; MM. Escande, Filloud, Roland Dumas, Hyppolite Ducos pour la Fédération de la gauche démocrate et socialiste ; M. Médecin pour le Groupe Progrès et démocratie moderne ; MM. Vivien, Westphal, Neuwirth et Le Tac pour l'Union démocratique pour la V<sup>e</sup> République) ont tous pris position contre le projet gouvernemental soit par hostilité de principe à la télévision publicitaire, soit pour protester contre l'éventualité d'une promulgation du projet par voie réglementaire.

Le Groupe Progrès et démocratie moderne proposa un amendement renforçant les dispositions de l'article 52 de la loi de finances pour 1961 (amendement Diligent). Le Gouvernement jugea cet amendement irrecevable pour des raisons de procédure et demanda un vote bloqué sur l'ensemble de la loi de finances 1968, vote qui fut acquis par 252 voix contre 234.

Le Gouvernement déclara attacher à ce vote la signification d'une approbation du projet de réforme de l'O. R. T. F. tel qu'il l'avait annoncé.

Le Gouvernement saisira-t-il le Conseil constitutionnel ? Le Ministre de l'Information a laissé entendre à l'Assemblée Nationale qu'il appartenait au Premier Ministre de saisir le Conseil des dispositions de forme législative relatives aux ressources de l'Office. La thèse du Gouvernement semble être, maintenant, que la modification de l'article 9 de l'ordonnance de 1959 qui énumère les ressources de l'Office (article repris dans le nouveau statut) relève du domaine

réglementaire. Si cette thèse était entérinée par le Conseil, la publicité de marques pourrait être introduite à l'O. R. T. F. sans vote du Parlement.

Nous verrons plus loin que ce caractère réglementaire de l'article 9 est fortement contestable, et contesté. Deux juristes, les professeurs Rivero et Léo Hamon, dans des articles du journal *Le Monde*, ont défendu une interprétation opposée à celle du Gouvernement.

Signalons enfin que deux propositions de loi ont été déposées à l'Assemblée Nationale, l'une par M. Roland Dumas, l'autre par le Groupe Progrès et démocratie moderne. Elles auraient l'une et l'autre pour effet de confirmer les dispositions de l'amendement Diligent réservant au Parlement le droit de modifier les sources de financement de l'O. R. T. F.

Une commission spéciale de trente membres sera désignée pour examiner la proposition du Groupe Progrès et démocratie moderne.

#### 6° RÉACTIONS AUX PROJETS DE TÉLÉVISION COMMERCIALE

Le projet présenté par M. Vivien au mois de juin dernier avec l'autorisation du bureau politique de *l'Union démocratique pour la V<sup>e</sup> République*, n'a pas reçu une très large approbation, sauf de la part de certains fabricants de matériel de radio-télévision. Les réactions des représentants, des annonceurs, ont été plus nuancées. On notera que le Gouvernement fit immédiatement connaître sa désapprobation. Le Premier Ministre parlant le 24 juin devant la Fédération nationale de la presse française déclarait : « Je ne vois pas pourquoi nous ferions de tels cadeaux ».

Du côté de la presse écrite et de multiples organisations, les réactions au projet de M. Vivien furent franchement hostiles. Le projet gouvernemental n'a d'ailleurs pas reçu un meilleur accueil. On sait que plusieurs députés de la majorité ont déclaré, à titre personnel, qu'ils voteraient contre l'introduction de la publicité à la télévision si le projet était soumis au Parlement.

Parmi les principales organisations qui ont fait connaître leur hostilité à l'introduction de la publicité à la télévision, votre Rapporteur a notamment relevé les noms suivants :

La Fédération nationale de la Presse française ; la Confédération de la Presse française ; l'Union de la Presse parisienne ; la

Fédération des travailleurs du Livre ; l'Association des journalistes parisiens ; l'Association de la presse ministérielle ; le Syndicat des quotidiens régionaux ; le Syndicat national de la presse quotidienne régionale ; le Syndicat de la Presse parisienne ;

L'Association des auditeurs de la radiodiffusion et des spectateurs de la télévision ; l'Association Télé-Liberté ; l'Association pour la liberté d'expression à la Radio et à la Télévision (A.L.E.R.T.E.) ; la Fédération nationale Léo-Lagrange ; l'Association française des critiques et informateurs de radio et de télévision.

Le Syndicat national des auteurs et compositeurs de musique ; la Fédération nationale du Spectacle ; le Comité de la Société des gens de lettres ; les Syndicats de l'O. R. T. F (fédération syndicale unifiée C. G. T. - C. F. D. T. - autonome) ; le Syndicat des réalisateurs C. G. T.

La Confédération des petites et moyennes entreprises ; la Fédération nationale des coopératives de consommation ; le Syndicat national des négociants et entrepositaires en vins et spiritueux ; l'Organisation générale des consommateurs (O.R.G.E.C.O.).

La Chambre de commerce et d'industrie des Hautes-Pyrénées ; la Chambre de commerce et d'industrie des Alpes-Maritimes ; le Conseil général de la Seine-Maritime.

Ainsi qu'il a été dit au début de ce rapport, la déclaration faite à l'Assemblée Nationale par le Ministre de l'Information et les débats qui ont suivi ont posé publiquement le problème de l'introduction de la publicité de marques à l'O. R. T. F. En raison des incidences économiques et financières de ce projet, votre Rapporteur a exposé à la Commission les raisons pour lesquelles il était opposé à l'introduction de la publicité à la télévision. La Commission, à l'unanimité, lui a donné mandat pour défendre en son nom cette position devant le Sénat.

## **II. — Observations sur l'introduction éventuelle de la publicité de marques à la télévision.**

A l'appui des divers projets visant à introduire la publicité de marques à la télévision on trouve une série d'arguments que l'on peut résumer ainsi : l'O. R. T. F. a besoin de ressources nouvelles pour assurer son équilibre financier et poursuivre ses travaux d'équipement ; le marché publicitaire français est sous-déve-

loppé ; la seule façon d'inciter les annonceurs à accroître leurs investissements de publicité c'est de leur donner accès à la télévision ; cette augmentation sera générale et la presse en bénéficiera comme les autres supports ; les téléspectateurs eux-mêmes y trouveront leur compte car les annonceurs exigeront, pour encadrer leurs « messages », des émissions attrayantes et de qualité.

En réponse à cette argumentation, votre Rapporteur présente une série d'observations et rappelle que le Parlement, en toute hypothèse, est seul à pouvoir décider une réforme des ressources de l'O. R. T. F.

### 1° LES RECETTES DE LA PUBLICITE SONT-ELLES NECESSAIRES A L'O. R. T. F. ?

a) Rappelons que, jusqu'en 1965, l'exploitation était équilibrée ; *le déficit était imputable aux seuls investissements*. En 1965, l'exploitation se révéla déficitaire, contrairement aux prévisions. En 1966, pour la première et la seule fois, l'exploitation fut présentée avec un déficit, mais l'analyse des résultats exposés par ailleurs dans ce rapport montre que l'exercice a été clos sans perte. L'exploitation de 1967 a été présentée en équilibre et les résultats au 31 juillet de cette année semblent indiquer qu'elle le restera.

b) Soulignons, une fois de plus, que le déséquilibre du budget général de l'établissement résulte essentiellement des investissements considérables qui ont été rendus nécessaires par les travaux d'équipement de la deuxième chaîne et la mise en route du procédé S. E. C. A. M. *Ces investissements auraient dû être logiquement financés, non sur les ressources annuelles, mais par des emprunts que l'Office est d'ailleurs habilité à émettre, comme les autres établissements publics (E. D. F., S. N. C. F., P. T. T., etc.)*. L'O.R.T.F. s'est toujours heurté, cependant, au refus du Ministère des Finances, dont on peut dire ainsi qu'il ne facilite pas la recherche de l'équilibre du budget général de l'établissement.

c) Autre cause du déficit de l'O. R. T. F. : *l'Etat ne rembourse pas à leur valeur réelle les émissions réalisées pour le compte des diverses administrations.*

Les remboursements des services rendus n'ont augmenté que de 2 millions de francs entre 1964 et 1967 (et atteint, à cette date, 45,6 millions de francs). Or, votre Rapporteur soulignait déjà l'année dernière : « En ce qui concerne plus spécialement les



émissions (faites au profit des diverses administrations publiques) on peut se demander si les tarifs tiennent bien compte de tous les frais et non pas seulement du coût de la production ».

d) Depuis plusieurs années, votre Rapporteur insiste également sur le manque de précision et le caractère anormal du régime fiscal de l'O. R. T. F. Depuis 1959, l'établissement effectue tous les ans un versement au Trésor de 9.28 % sur les recettes de la redevance au titre d'un droit d'usage du monopole. Ce versement atteignait 100 millions de francs l'année dernière ; il a été réduit de 50 % cette année. Cette contribution paraît difficile à justifier puisque la redevance est une taxe parafiscale. La redevance au Trésor devient en quelque sorte un impôt sur l'impôt. Par ailleurs, l'Etat ne demande pas à l'administration des P. T. T. de verser une redevance en contrepartie de divers monopoles qui lui sont concédés.

En résumé, on peut dire que l'équilibre budgétaire pourrait être réalisé sans que l'O. R. T. F. ralentisse ses grands travaux d'équipement. Il suffirait pour cela que sa gestion soit assainie ; que les investissements soient financés par des emprunts dont les annuités seraient couvertes par les recettes de l'Office ; que l'Etat paie à leur juste prix les services rendus. Il est également possible d'envisager une augmentation des ressources commerciales classiques, en particulier de la publicité compensée, dont le montant atteindra 51 millions de francs cette année, mais qui pourrait être augmentée très sensiblement sans soulever les difficultés inhérentes à la publicité de marques.

## 2° LA CHARGE FINANCIERE SERA LOURDE POUR LES ANNONCEURS

Les entreprises françaises subiront les effets de la publicité télévisée. Nous avons vu que s'il faut en croire les nombreuses brochures diffusées, ces dernières années, par les représentants des publicitaires et par certains organismes, ces effets seraient bénéfiques. Votre rapporteur avait d'ailleurs examiné ce problème en 1964.

### a) *Le coût des émissions publicitaires.*

Il avait alors tenté d'évaluer les recettes que l'O. R. T. F. pourrait éventuellement retirer de la publicité de marques. Ces évaluations sont très dépassées aujourd'hui pour trois raisons : le nombre des téléspectateurs est passé de 5.500.000 à 8.500.000

en 1967 ; les tarifs pratiqués dans des pays voisins et auxquels on se réfère habituellement ont augmenté ; surtout, il semble admis désormais que les commissions d'agences (15 %) et les frais techniques (35 %) ne seraient plus supportés par l'O. R. T. F., mais seraient facturés aux annonceurs en sus de l'achat de temps d'antenne.

Quelle serait l'importance des recettes procurées à l'Office par ce système ? Selon des chiffres avancés de divers côtés, le Gouvernement évaluerait à 250 millions de francs le total des recettes annuelles qui seraient fournies à l'O. R. T. F. par la publicité de marques, sur la base de 10 minutes d'émission par jour sur les deux chaînes. Ce chiffre représentant des *recettes nettes*, il convient de le majorer d'au moins 50 % (pour commissions et frais techniques) si l'on veut mesurer ce que coûterait réellement aux annonceurs l'accès à la télévision. On arrive ainsi au chiffre minimum de 375 millions de francs qui représente plus de 10 % du total des dépenses publicitaires et 25 % des dépenses de publicité effectuées dans la totalité de la presse française.

b) *Qui aurait accès à la télévision publicitaire ?*

Il est certes possible d'imaginer divers systèmes qui permettraient de « démocratiser » l'accès aux émissions de télévision commerciale, qui empêcheraient que le temps d'antenne ne soit monopolisé par quelques groupes importants, ou qui proportionnaliseraient l'accès de la télévision au volume du budget publicitaire accordé à la presse (système italien). Mais ces diverses restrictions ne changent rien aux données fondamentales du problème qui sont :

1° Le coût élevé de la minute de publicité (on peut l'évaluer au minimum à 100.000 F) ;

2° Le nombre limité de minutes réservées aux émissions publicitaires (dix minutes environ).

Dans ces conditions, il est évident que seuls les très gros annonceurs auront accès à la télévision publicitaire. Peut-on établir un budget ? Il est très difficile de généraliser. Le nombre et la durée des messages publicitaires à diffuser pour assurer le succès commercial d'un produit sont très variables selon la nature de ce produit, la fréquence des annonces, etc. D'après les spécialistes,

ce nombre peut aller de 5 à 25 messages pour une campagne annuelle. Sur ces bases, on estime que ne pourraient avoir accès à la télévision que les firmes disposant d'un budget de publicité générale supérieur à 500 millions anciens. Ces firmes seraient au nombre de 50 en France, dont 20 seraient des filiales françaises de sociétés américaines. Il est donc parfaitement compréhensible que les représentants des petites et même des moyennes entreprises aient exprimé leur hostilité au principe de la télévision commerciale. Celle-ci provoquerait, en effet, un durcissement de la concurrence et une accélération des phénomènes de concentration qui peut être dangereuse dans la mesure où les regroupements trop précipités se font souvent au profit d'intérêts étrangers et au détriment d'affaires qui auraient pu accéder à la taille internationale si on leur avait laissé le temps de s'adapter.

**3° L'INTRODUCTION DE LA PUBLICITE A LA TELEVISION  
N'ENTRAINERA PAS UNE AUGMENTATION SENSIBLE  
DU VOLUME GLOBAL DES INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES**

*a) Etroitesse du marché publicitaire français.*

La publicité est peu développée en France. En 1966, les dépenses publicitaires par habitant ont été de 426 F aux Etats-Unis, de 150 F en Allemagne fédérale, de 142 F en Grande-Bretagne, de 97 F aux Pays-Bas, de 90 F en Belgique et de 70 F en France. La France n'arrive ainsi qu'au dixième rang de l'investissement publicitaire par habitant dans le monde. Cet investissement ne représente que 0,99 % de notre revenu national contre 2,66 % en Allemagne.

Les publicitaires affirment que l'introduction de la publicité à la télévision provoquerait une expansion rapide des dépenses de publicité générale : les transferts de la presse vers la télévision n'auraient qu'une faible amplitude : les annonceurs seraient contraints d'augmenter leurs dépenses publicitaires globales pour accéder à la télévision. Cette affirmation est démentie par l'examen de l'évolution qui s'est produite à l'étranger après le démarrage de la publicité télévisée.

En Grande-Bretagne, celle-ci a commencé en 1955, alors que 5 millions de postes récepteurs étaient en service et dans une conjoncture favorable aux investissements publicitaires.

Or, le budget de publicité anglais est passé de 2.709 millions de francs en 1955 à 3.280 millions en 1957, ce qui ne représente qu'une augmentation de 571 millions de francs.

En Allemagne, où la télévision commerciale a commencé en 1957, le budget publicité national est passé de 3 milliards de D. M. à 4 milliards entre 1957 et 1959. L'évolution a été plus rapide mais elle s'est produite dans une conjoncture exceptionnellement favorable.

Que se passerait-il en France ? Rappelons que l'augmentation des dépenses publicitaires ne dépasse pas 3,5 % par an, alors que le V<sup>e</sup> Plan prévoit une augmentation moyenne annuelle de 9,8 % — ce qui est un taux relativement faible compte tenu du niveau actuel.

Le budget publicitaire de la France est actuellement de 3.500 millions. L'introduction d'un budget supplémentaire de publicité télévisée de 250 millions, constituant une charge globale pour les annonceurs de 375 millions, représenterait une augmentation de plus de 10 % des dépenses publicitaires.

Qui pourrait soutenir que les entreprises françaises sont en mesure de fournir un tel effort ?

*b) Les entreprises françaises ont-elles les moyens financiers d'augmenter leur budget de publicité ?*

La réduction progressive des marges bénéficiaires est l'une des caractéristiques les plus connues de la conjonction française de ces dernières années.

La faiblesse financière de nos entreprises est un des leitmotivs des économistes. L'endettement des entreprises privées françaises est passé de 7 à 30 milliards de francs de 1954 à 1963. Leurs bénéfices nets (après déduction des salaires, charges sociales et impôts) oscillent autour de 2,3 % contre 3,4 % en Allemagne, 6,1 % au Benelux, 7,4 % aux Etats-Unis. Les possibilités de financement des investissements ont diminué dans des proportions dont les pouvoirs publics se sont inquiétés. Or l'expérience démontre que lorsqu'une entreprise doit faire des économies, elle les fait d'abord sur les dépenses de publicité.

Si la publicité était, malgré ces objections, introduite à la télévision, les fabricants de produits de grandes marques seraient, certes, obligés de tenir compte du fait accompli. Les conditions du marché et de la concurrence sont telles, pour les produits de grande consommation, qu'il serait impossible à un fabricant important d'ignorer la télévision sous peine d'être rapidement écrasé par ses concurrents. Mais pour accéder à la télévision, il devra soit transférer, au moins partiellement, son budget presse vers la télévision, soit incorporer à ses prix de vente les charges supplémentaires de ses dépenses publicitaires.

Par ailleurs, l'obligation d'être présents sur les écrans de télévision rendra nécessaire un développement et une adaptation de la production des circuits de commercialisation. Cette transformation de structures est déjà amorcée, mais elle a besoin d'être poursuivie. Elle requiert des investissements nouveaux que les entreprises ne peuvent financer que progressivement en raison de leurs difficultés présentes.

*c) Il n'y a pas d'étude approfondie  
sur le marché publicitaire français.*

On sait seulement, d'après les études réalisées à l'étranger, que les investissements publicitaires ne se développent que lorsque l'économie est en expansion. Ce n'est pas le cas en France. En outre, les entreprises françaises ont toujours eu une politique timide en ce domaine. Avec l'ouverture du Marché commun, elles vont être contraintes d'agir à l'extérieur pour exporter ; si elles doivent augmenter leur budget publicitaire, ce sera au profit des marchés extérieurs. Elles pourront avoir accès aux télévisions publicitaires étrangères qui existent déjà. En revanche, ce sont les firmes étrangères qui auraient intérêt à utiliser la télévision publicitaire française pour faire connaître des marques et des produits nouveaux. Avons-nous intérêt à fournir un tel avantage à nos concurrents, précisément au moment où la concurrence va devenir plus âpre ?

Rappelons, d'autre part, en ce qui concerne le marché intérieur, que le V<sup>e</sup> Plan recommande de freiner la consommation intérieure au profit de l'investissement et des exportations. Qu'un certain développement de la publicité soit nécessaire en France, dans l'intérêt de l'économie nationale, on peut l'admettre. Mais faut-il proposer en exemple aux Français les excès et les gaspillages de la « civilisa-

tion du gadget » ? Le président Kennedy déplorait, à juste raison, que les Etats-Unis dépensent plus d'argent pour ces « gadgets » que pour leurs Universités. Dans le processus de notre expansion nationale, la publicité doit rester un instrument, un moyen d'action et non une fin en soi.

Il est regrettable qu'aucune étude approfondie sur l'élasticité du marché publicitaire français n'ait été pratiquée avant que ne soit connue la décision du Gouvernement. On se réfère fréquemment aux exemples étrangers, mais tous ne sont pas probants et il serait hasardeux d'en tirer des conclusions car les situations sont variables de pays à pays, et les conséquences d'un profond bouleversement du marché pratiquement imprévisibles.

Constatant la faiblesse du marché publicitaire français par rapport à l'étranger, on est amené à conclure que s'il ne s'est pas développé plus tôt et plus vite ce ne peut être que pour deux raisons : ou bien le besoin ne s'en est pas fait sentir, les annonceurs estimant que la conjoncture n'était pas favorable ; ou bien les entreprises n'ont pas eu les moyens d'assurer le financement d'investissements publicitaires plus importants. Quelle que soit l'hypothèse retenue, on ne voit pas en quoi la création d'une ou plusieurs chaînes de télévision commerciale modifierait les données du problème.

#### 4° CONSEQUENCES POUR LA PRESSE

L'introduction de la publicité à la télévision aurait pour la presse écrite des conséquences que votre Rapporteur a déjà analysées dans ses précédents rapports. Rappelons seulement ici les craintes souvent exprimées par les organisations représentatives de la presse.

Aux publicitaires qui affirment, en s'appuyant sur des exemples étrangers, que l'introduction de la publicité provoque une augmentation générale de toutes les dépenses de publicité, les représentants de la presse répondent :

1° Que cette augmentation ne se produit pas au cours des premières années ;

2° Que la répartition des recettes publicitaires entre les supports se modifie progressivement au détriment de la presse.

En Grande-Bretagne, en Allemagne, en Italie, en Suisse l'introduction de la publicité à la télévision a eu pour effet le développement des recettes allant à la télévision et a provoqué des difficultés à la presse, quotidiens mais aussi magazines. C'est ainsi que la part de la télévision est passée de 3 % en 1959 à 12 % en 1966 en Allemagne fédérale. En Grande-Bretagne elle atteignait 18 % dès 1964. La même évolution se vérifie ailleurs : au Japon la part est passée de 25,5 % en 1961 à 32,2 % en 1965 ; aux Etats-Unis de 1,2 % en 1949 à 17 % en 1966. Dans un article du journal *La Croix*, M. Yves L'Her prend un exemple plus précis : « En Grande-Bretagne, si la presse a vu ses recettes publicitaires monter de 158 millions de livres sterlings en 1956 à 166 en 1964, la télévision a accru les siennes dans le même temps de 10 à 89 millions. »

Que se passerait-il en France ? Les investissements publicitaires français sont, nous l'avons dit, estimés à 350 milliards d'anciens francs pour 1966 mais, comme le fait observer le mémoire de la Fédération nationale de la presse française « ce chiffre est la somme d'innombrables actions commerciales : expositions, démonstrations, publicité directe, publicité sur le lieu de vente, affichage qui ne sont pas convertibles en publicité télévision en raison de leur nature même et des faibles sommes individuelles qui y sont consacrées. Par contre les grands annonceurs qui passent dans la presse se retourneront vers la télévision, à la fois parce que la publicité peut facilement s'adapter d'un moyen d'information à l'autre et parce que les budgets sont suffisants.

Dans ces conditions la presse perdrait entre 40 et 50 % de ses recettes publicitaires, c'est-à-dire suivant les journaux entre 20 et 40 % de ses recettes totales, en moyenne, un tiers. C'est pourquoi il n'y a pas de « compromis » acceptable pour elle, non en raison d'un refus de principe mais parce que la faiblesse du marché publicitaire français ne le permet pas actuellement. »

## 5° CONSEQUENCES POUR LE TELESPECTATEUR

### a) *Financières.*

La redevance a été augmentée l'année dernière. Elle est passée de 85 à 100 F par an. Un effort intensif de propagande est fait pour inviter le public à abandonner les postes de télévision

actuels pour acheter un poste de télévision couleurs. Or, de nombreux Français avaient déjà abandonné leur premier poste au moment de l'apparition de la deuxième chaîne en 1964. Ce qui revient à dire que pour suivre la modernisation de l'O. R. T. F., les Français ont dû acheter trois postes en 4 ans. Or, parce que le Gouvernement français a décidé d'opter pour un système particulier, le S. E. C. A. M., peu répandu dans le monde, les téléspectateurs français sont obligés de payer leur poste couleur le double de ce qu'il coûte à l'étranger. En d'autres termes, les Français paient un impôt pour le monopole de l'information, ils paient une sorte d'impôt pour la couleur et on voudrait maintenant leur faire payer l'impôt publicité, l'impôt « sur les nerfs » selon une expression déjà utilisée.

b) *Niveau des émissions.*

Ce qui s'est passé dans de nombreux pays, notamment les Etats-Unis, laisse penser que la valeur culturelle de la télévision française souffrirait beaucoup de l'introduction de la publicité. Les annonceurs voulant toucher le plus vaste public possible, patronneront les émissions les plus populaires. Or celles-ci ne sont pas toujours les meilleures sur le plan culturel. L'exemple de France-Inter est d'ailleurs un indice alarmant. Dépassée par Europe I et Radio-Luxembourg la radio nationale n'a pu lutter qu'en adaptant ses programmes au « niveau » de ceux de ses concurrents. Et si elle les dépasse actuellement c'est essentiellement parce qu'à qualité de programme équivalente la publicité commerciale n'est pas admise sur les ondes de France-Inter.

c) *Le public français est hostile à la publicité télévisée.*

Tandis que le Gouvernement précisait son intention d'introduire la publicité à la télévision, l'Institut français d'opinion publique (I. F. O. P.) publiait les résultats d'une étude portant sur ce problème et à l'occasion de laquelle 2.000 personnes avaient été interrogées entre la mi-mai et le début juin.

Il semblerait que l'actuelle publicité compensée (publicité de produits) rencontre l'indifférence (47 %) du public tandis que seulement 27 % des personnes interrogées y sont favorables et 20 % opposées.



La réaction était au contraire nettement plus vive lorsque la publicité de marques était envisagée : 40 % des personnes interrogées exprimaient leur hostilité et 18 % seulement approuvaient l'éventualité de l'introduction d'une telle publicité à la télévision. Il est vrai que 36 % du public paraissait indifférent.

Cependant 43 % des personnes interviewées pensent que dans les années à venir, il y aura en France de la publicité pour les marques à la télévision et beaucoup considèrent que cela présenterait plus d'inconvénients que d'avantages. Le plus grand nombre (28 %) craint que la publicité à la télévision ne soit vite fastidieuse et envahissante.

Pour la majorité (59 %) la solution idéale serait de créer une troisième chaîne qui vivrait uniquement de la publicité, alors que 13 % seulement donnent leur préférence à l'introduction de la publicité sur les chaînes actuelles de l'O. R. T. F.

De ces réponses l'I. F. O. P. devait tirer différentes conclusions. Le public est indifférent à la publicité de produits mais hostile à la publicité des marques. Pourtant les Français ne seraient pas radicalement opposés à l'introduction de la publicité à la télévision pourvu que cela se fit sur une troisième chaîne.

d) *Les Etats-Unis envisagent de créer  
une chaîne de télévision publique sans publicité*

Tandis que l'on envisage en France d'introduire la publicité à la télévision, aux Etats-Unis où la publicité télévisée remonte à 1941 on s'efforce au contraire de réagir contre ses excès.

En février 1967, le Président Johnson présentait devant le Congrès un projet de création d'une « télévision publique ». Quatorze mois plus tôt, le Président avait nommé une commission chargée d'étudier la situation catastrophique des 126 stations culturelles alors en activité. L'enquête, financée par un don de 500.000 dollars de la Fondation Carnegie, aboutissait à des conclusions radicales. Il fallait refondre totalement l'organisation existante.

La commission d'enquête proposait la création d'une société de télévision d'Etat à caractère culturel. Celle-ci, organisme fédéral, indépendant et non commercial, prendrait en charge les stations existantes avec mission d'en faire passer le nombre en

dix ans de 126 à 380, portant leur audience à 100 millions de spectateurs. Cette action culturelle devait être menée en coopération avec la chaîne nationale de télévision éducative (N. E. T.) existante.

La N. E. T. fournirait aux stations des programmes nationaux. Mais les stations seraient libres de poursuivre sur le plan local leurs propres recherches. Quant à la société fédérale, elle ne devrait pas forcément passer par la N. E. T.

Elle pourrait aussi bien faire directement appel à tel réalisateur ou même, pour des émissions particulières, passer contrat avec une chaîne commerciale. Cela explique qu'au terme de son rapport la commission conclut : « La télévision publique présente un grand avantage : elle permet de sortir des sentiers battus ».

Une telle réforme suppose évidemment un important effort financier. Les fonds proviendraient de trois sources principales. Le Ministère de la Santé, de l'Education et de la Sécurité sociale tout d'abord. Intervendraient ensuite des subventions volontaires versées par les Etats, les fondations, les particuliers. Enfin une taxe qui serait perçue à la fabrication des récepteurs fournirait la part la plus importante.

Pour révolutionnaire qu'il fût, ce projet n'a pas soulevé de protestation majeure aux Etats-Unis. Le public américain se lasse en effet des excès publicitaires commis par les grandes chaînes : A. B. C., N. B. C., C. B. S. Et il y a actuellement une tendance générale de lutte contre le commercialisme outrancier de la télévision américaine. La Fondation Ford décidait au cours de l'hiver dernier de consacrer 10 millions de dollars au financement d'un projet d'émissions culturelles.

Elle allait même jusqu'à participer financièrement à l'expérience « d'anti-annonces » lancée par la N. E. T. A partir de ce mois-ci on pourra voir par exemple un animateur expliquer que tel produit, dont on ne parle pas à la télévision, est aussi bon (et moins cher puisqu'il n'a pas à supporter les frais d'une campagne publicitaire) qu'un produit semblable dont le petit écran proclame chaque jour les mérites.

Se sentant menacées, les chaînes commerciales elles-mêmes ont réagi. A. B. C., la première, a supprimé les annonces superflues. Bientôt la N. B. C. et la C. B. S. conjuguèrent leurs efforts pour réduire les interruptions de programmes.

La réforme que préconisait, il y a près d'un an, la commission d'enquête remet en cause une véritable tradition américaine. Mais le journaliste James Reston du *New York Times*, la comparant avec l'attribution de la première subvention fédérale à l'éducation, écrivait : « C'est l'un de ces événements paisibles qui, dans la perspective d'une ou plusieurs générations, sera reconnue comme la marque d'une mutation dans la vie américaine. »

On le voit, l'apparition d'une télévision sans publicité est saluée aux États-Unis comme un progrès.

#### 6° INCOMPATIBILITE ENTRE LE MONOPOLE ET LA PUBLICITE

##### a) *La mission de l'O. R. T. F.*

L'article 1<sup>er</sup> de la loi de 1964 portant statut de l'O. R. T. F. définit ainsi la mission de l'établissement : satisfaire les besoins d'information, de culture, d'éducation et de distraction du public. Le professeur Jean Rivero observe à ce propos : « La publicité de marques entre-t-elle dans ces objets ? Informe-t-elle, cultive-t-elle, éduque-t-elle, distrait-elle ? Peut-être, mais par surcroît ce qui pour l'O. R. T. F. est but n'est pour elle que moyen : son objet propre est étranger à ceux que la loi énumère ». On peut, certes, modifier les buts assignés à l'O. R. T. F. en amendant la loi, mais il faudrait alors recourir à la procédure parlementaire.

##### b) *Redevance ou publicité ?*

L'étendue du monopole de la R. T. F. est fixée par l'article 1<sup>er</sup> de l'ordonnance du 4 février 1959, qui demeure en vigueur. C'est en vertu de ce monopole, précédemment détenu par l'Administration des P. T. T., que fut instituée par la loi de finances du 31 mai 1933 la redevance pour droit d'usage sur les installations réceptrices de radiodiffusion. Il était prévu que le produit en serait consacré aux dépenses de radiodiffusion.

Cette disposition législative a donc été prise à l'époque pour créer des ressources à l'Administration des P. T. T. qui était chargée de l'exploitation du réseau de la Radiodiffusion en France. Elle a eu pour conséquence immédiate la suppression de toute publicité sur

les antennes d'Etat. On peut donc dire que dans l'esprit du législateur de 1933 l'institution de cette taxe était une conséquence du monopole détenu par les P. T. T. en matière de radiodiffusion.

A l'heure actuelle, l'exercice de ce monopole concédé à la R. T. F., justifie à lui seul la perception de la redevance radiophonique, qui constitue l'essentiel des ressources de l'Établissement.

Les ressources de l'établissement sont énumérées dans l'article 9 de l'ordonnance de 1959 (précédemment statut de la R. T. F.) : la publicité commerciale des marques n'y figure pas. Or, cet article reste en vigueur puisqu'il n'a pas été abrogé par la loi de 1964 (nouveau statut). Citons encore à ce propos le professeur Rivero : « Les textes de loi qui ont créé des établissements publics ces dernières années énumèrent les principales recettes destinées à faire vivre l'établissement . . . Certes, les énumérations de recettes que donnent ces textes ne sont pas limitatives ; on rejoint ici la distinction du « déterminant » et de l'accessoire : le déterminant seul figure dans la loi, mais il y a sa place nécessaire ». A l'appui de cette opinion, remarquons ceci : les recettes globales de l'O. R. T. F. seraient en 1968 de 1.231 millions de francs (non compris la publicité compensée) ; les recettes procurées par la publicité de marques, selon l'hypothèse la plus fréquente, seraient de 250 millions de francs, soit plus de 20 % des recettes totales. Atteignant un tel pourcentage du budget de l'établissement, il est évident que les recettes de la publicité de marques relèvent de ce « déterminant » dont parle M. Rivero et qui a sa « place nécessaire » dans la loi. En d'autres termes, une catégorie de recettes qui atteint 20 % du budget de l'établissement devrait figurer obligatoirement dans la loi. Or elle n'y figure pas.

*c) L'introduction de la publicité à la télévision  
modifierait la nature de l'Office.*

Votre rapporteur observait déjà en 1964, dans son rapport pour avis sur le statut de l'O. R. T. F., que dans sa décision du 19 mars 1964 (*Journal officiel* du 4 avril 1964), le Conseil constitutionnel a jugé que le régime du monopole constituant une exception au principe de la liberté d'expression, tout aménagement des modalités de ce régime mettait en jeu le principe lui-même et devait donc faire l'objet d'une loi. Il a de même estimé

que toute modification des règles de fonctionnement de l'établissement public d'un caractère particulier créé en 1959 changeait sa nature et équivalait en quelque sorte à la création d'un nouvel établissement, ce qui ne peut être fait par décret.

Cette décision conserve aujourd'hui toute sa valeur. Dans l'étude déjà citée, le professeur Rivero en tire cette conclusion motivée : « Un établissement public unique « sans équivalent sur le plan national », comme l'O. R. T. F., est à lui seul « une catégorie ». De plus, et c'est le point essentiel, les règles de création comprennent nécessairement « les règles constitutives », c'est-à-dire les principaux éléments du statut. Leur définition initiale relevant de la loi, leur modification ultérieure en relèvent aussi. »

#### d) *Monopole et concurrence.*

On ne saurait admettre qu'un établissement public se serve de son monopole pour concurrencer directement et dans des conditions exorbitantes des entreprises du secteur privé. La Régie nationale des usines Renault, établissement public est en concurrence avec les autres constructeurs, mais elle n'a pas de monopole. L'Electricité de France ou la S. E. I. T. A., établissements publics également, ont un monopole, mais ils ne sont pas en situation de concurrence.

Donner à l'O. R. T. F., qui dispose déjà du monopole de l'information télévisée, le monopole nouveau de la publicité télévisée, aboutirait à créer, comme le faisait observer un commentaire du journal *Le Figaro* (15 novembre 1967) « une nouvelle catégorie d'établissement public intermédiaire entre l'établissement public à monopole et l'établissement public fonctionnant sous le régime de la concurrence ».

Laissons de côté le problème de savoir si une telle création pourrait être décidée sans un vote du Parlement. Il reste que, si le Gouvernement prenait l'initiative de créer un établissement de ce genre, disposant d'un monopole absolu et du droit de l'utiliser contre les entreprises industrielles et commerciales privées, c'est l'ensemble de notre système économique qui serait bouleversé. Les entreprises de presse seraient les premières touchées, mais toutes les autres catégories professionnelles seraient rapidement menacées.

De ces diverses observations on pourra conclure qu'il n'apparaît pas possible de concilier l'existence du monopole avec la création de recettes nouvelles procurées par la publicité de marque.

#### 7° LE RESPECT DE LA LIBERTE D'EXPRESSION ET DE LA LIBERTE D'INFORMATION

L'O. R. T. F. dispose du monopole de l'information télévisée. Monopole renforcé et « politisé » par le fait que, seul, le Gouvernement a le droit, au terme de l'article 5 du statut, « à tout moment (de) faire diffuser ou téléviser par l'O. R. T. F. toute déclaration ou communication qu'il juge nécessaire ». Ce monopole n'est contrebalancé en fait, que par l'existence de la presse écrite (les postes périphériques sont, on le sait, dans la dépendance de l'Etat). Certes, l'article 4 du statut stipule que « les principales tendances de pensée et les grands courants d'opinion peuvent s'exprimer par l'intermédiaire de l'Office ». Mais personne ne contestera que cette clause reste théorique par le fait même de l'existence du monopole. C'est par la presse et pratiquement par elle seule que peut le mieux s'exprimer la diversité des opinions. Priver la presse, même partiellement, de ses ressources publicitaires actuelles, l'obliger à renoncer à sa diversité, peut-être à son indépendance, ce serait donc provoquer une rupture brutale de cet équilibre. Ce serait donner encore plus de poids au monopole de l'O. R. T. F. et diminuer d'autant les possibilités matérielles d'expression de la presse écrite. Dans sa décision du 19 mars 1964 le Conseil Constitutionnel a d'ailleurs jugé que le régime du monopole concédé à l'O. R. T. F. constituait une exception au principe de la liberté d'expression. C'est d'ailleurs en raison même de ce caractère exceptionnel qu'il a été reconnu que l'O. R. T. F. constituait une catégorie particulière d'établissement public.

Au XIX<sup>e</sup> siècle, le problème de la liberté de la presse était d'ordre politique (le droit de timbre, la censure, etc.). Aujourd'hui la liberté de la presse est un problème économique. Enlever à la presse une part importante de ses ressources publicitaires c'est provoquer une diminution rapide du nombre des journaux. Or, la diversité des titres reflète la multiplicité des opinions : elle est le gage d'une réelle liberté d'expression.

C'est précisément pour sauvegarder cette liberté d'expression que tous les gouvernements républicains ont accordé à la presse un

certain nombre de privilèges (aide financière, détaxes fiscales, etc.). Il ne s'agit pas là, de la part de l'Etat de « générosités », mais de mesures pratiques destinées à protéger le droit à l'information qui est le corollaire de la liberté d'expression. L'Angleterre, les Etats-Unis accordent à la presse écrite une protection de même nature. En Allemagne fédérale où la presse est menacée par les effets de la publicité télévisée, le Gouvernement a mis à l'étude un système comparable d'aide et d'exonération.

Tout système de télévision publicitaire qui aboutit à empêcher la presse de remplir sa mission, à empêcher une libre expression de l'opinion publique sous ses formes les plus diverses, est un système antidémocratique.

## EXAMEN EN COMMISSION

Votre Commission des Finances a examiné les problèmes de l'O. R. T. F. lors de la séance du mercredi 25 octobre.

La discussion à laquelle ont pris part notamment MM. Roubert, Pellenc, Colin, Coudé du Foresto, Carous, Bousch et de Montalembert, a porté plus spécialement sur l'incidence pour les téléspectateurs et pour l'industrie électronique française de la division de l'Europe en deux systèmes de télévision en couleur, le S. E. C. A. M. français et le P. A. L. allemand.

*M. Colin* a souligné le prix très élevé des appareils de télévision en couleur et l'infériorité de l'industrie électronique française dans le Marché commun, surtout lorsque naîtra la mondovision grâce aux satellites-relais.

*M. Pellenc* a rappelé que déjà il y a dix-huit ans, la France avait été seule en Europe à adopter la définition 819 lignes pour la première chaîne et qu'il a fallu ensuite créer la deuxième chaîne sur la définition 625 lignes.

Il a ajouté qu'avec l'adoption du système français de télévision en couleur, notre production de récepteurs risque de manquer de débouchés sur les marchés extérieurs.

*M. Carous* a déclaré que les pays d'Europe qui ont adopté le système P. A. L. ont avant tout songé à protéger certains intérêts financiers et que les entreprises françaises pourraient fabriquer des récepteurs S. E. C. A. M. et aussi des récepteurs P. A. L. pour les vendre en Europe.

*M. Coudé du Foresto* a indiqué que les constructeurs français ne voulaient pas engager de grosses dépenses pour la fabrication des récepteurs du système français.

Dans sa séance du mercredi 22 novembre, votre Commission des Finances a examiné le problème de l'introduction de la publicité à l'O. R. T. F. Ont pris part à la discussion notamment MM. Pellenc, Courrière, Fosset et Coudé du Foresto.

Après l'exposé des raisons pour lesquelles votre rapporteur était opposé à la publicité de marques à l'O. R. T. F., la Commission unanime lui a donné mandat pour défendre en son nom cette position devant le Sénat.



# ANNEXES

---

## ANNEXE N° 1

### VENTILATION DES DEPENSES DE FONCTIONNEMENT ET AUTRES DEPENSES D'EXPLOITATION

#### I. — Fonctionnement des services.

|  | 1967                     | MODIFICATIONS | 1968         |
|--|--------------------------|---------------|--------------|
|  | (En millions de francs.) |               |              |
| Personnel .....  | 362,8                    | + 37,4        | 400,2        |
| Production télévisée nationale.....  | 189,4                    | + 33,4        | 222,8        |
| Production radio nationale.....  | 44,2                     | + 1,8         | 46,0         |
| Diffusion des programmes nationaux.....  | 25,8                     | + 2,7         | 28,5         |
| Production et diffusion des programmes régionaux.                                  | 19,1                     | + 0,4         | 19,5         |
| Départements et territoires d'outre-mer.....                                       | 17,8                     | + 0,3         | 18,1         |
| Action extérieure.....   | 18,4                     | + 1,3         | 19,7         |
| Redevance .....  | 6                        | + 1           | 7            |
| Activités commerciales.....  | 12,6                     | »             | 12,6         |
| Opérations exceptionnelles.....  | 4,1                      | + 4,3         | 8,4          |
| Charges communes (y compris versement aux auteurs et à l'industrie du disque)..... | 138,3                    | + 4,2         | 142,5        |
| <b>Totaux .....</b>  | <b>838,5</b>             | <b>+ 86,8</b> | <b>925,3</b> |

#### II. — Autres dépenses d'exploitation.

|  | 1967                     | Modifications. | 1968         |
|--|--------------------------|----------------|--------------|
|  | (En millions de francs.) |                |              |
| Impôts et taxes, frais financiers, frais divers de gestion ..... | 51                       | + 5            | 56           |
| Dotation aux provisions .....                                    | 19                       | + 2            | 21           |
| Dotation aux amortissements .....                                | 96,6                     | + 5            | 101,6        |
| <b>Totaux .....</b>  | <b>166,6</b>             | <b>+ 12</b>    | <b>178,6</b> |

## ANNEXE N° 2

### LES EMISSIONS VERS L'ETRANGER

**Volumes hebdomadaires programmes (VHP) et volumes hebdomadaires des temps d'antenne (VHF) des émissions vers l'extérieur de la France et des différents pays étrangers.**

| STATIONS                            | V. H. P. GLOBAL |                     |          | V. H. F. GLOBAL |               |            |                    |
|-------------------------------------|-----------------|---------------------|----------|-----------------|---------------|------------|--------------------|
|                                     | D'origine.      | Saint-Relais.       | Total.   | D'origine.      | Saint-Relais. | Total.     | Nombre de langues. |
| <b>R. F. A. :</b>                   |                 |                     |          |                 |               |            |                    |
| 1. D. W. ....                       | 439             | 93                  | 532      | 1.027           | 114           | 1.141      | 27                 |
| 2. D. L. F. (OC + OM).....          | 196             | »                   | 196      | 840             | »             | 840        | 12                 |
| Dont langue allemande .....         | (168)           | »                   | (168)    | (812)           | »             | (812)      | (1)                |
| Total R. F. A. ....                 | 635             | 93                  | 728      | 1.867           | 114           | 1.981      | 39                 |
| <b>B. B. C. ....</b>                | »               | »                   | 663      | »               | »             | 2.320      | 40                 |
| <b>V. O. A. ....</b>                | 800             | 100                 | 900      | »               | »             | »          | 38                 |
| <b>U. R. S. S. (OC + OM + OL) :</b> |                 |                     |          |                 |               |            |                    |
| 1. Radio Moscou .....               | 1.318           | »                   | 1.318    | 8.936           | 54            | 8.990      | 58                 |
| 2. Stations régionales .....        | 219             | »                   | 219      | 532             | »             | 532        | (10)               |
| 3. Autres stations .....            | 108             | »                   | 108      | 833             | »             | 833        | »                  |
| Total U. R. S. S. ....              | 1.645           | »                   | 1.645    | 10.301          | 54            | 10.355     | 68                 |
| Dont langue russe .....             |                 | »                   | 495      | »               | »             | 3.564      |                    |
| <b>R. A. I. Italie .....</b>        | 178             | »                   | 178      | 490             | »             | 490        | 25                 |
| <b>Le Caire (OC + OM) .....</b>     | 631 h 10        | »                   | 631 h 10 | 1.458 h 15.     | »             | 1.458 h 15 | 35                 |
| <b>Pékin .....</b>                  | 850             | Albanie<br>différé. | 850      | 5.408 h 30      | »             | 5.408 h 30 | 34                 |
| <b>Suisse .....</b>                 | 349             | Néant.              | 349      | 1.457           | Néant.        | 1.457      | 8                  |
| <b>Cuba .....</b>                   | »               | »                   | 484 h 30 | »               | »             | 1.268 h 30 | 7                  |
| <b>Japon .....</b>                  | 255 h 35        | Néant.              | 255 h 35 | 675 h 45        | Néant.        | 675 h 45   | 23                 |
| <b>O. R. T. F. :</b>                |                 |                     |          |                 |               |            |                    |
| (Allouis Issoudun) .....            | 262 h 40        | (65)                | 262 h 40 | 534 h 20        | 220           | 754 h 20   | 13                 |
| En langue française .....           | 150 h 15        | »                   | »        | 370             | Brazzav.      | »          | »                  |
| <b>Albanie .....</b>                | »               | »                   | 192 h 30 | »               | »             | 301        | 14                 |
| <b>Bulgarie .....</b>               | »               | »                   | 156      | »               | »             | 398        | 19                 |
| <b>Tchécoslovaquie .....</b>        | »               | »                   | 168      | »               | »             | 560        | 11                 |
| <b>R. D. A. ....</b>                | »               | »                   | 300      | »               | »             | 738        | 11                 |

Ce tableau montre le rang qu'occupe la France dans le domaine des émissions diffusées vers l'étranger.

Certes, ainsi que l'a déclaré notre collègue M. Motais de Narbonne devant le Conseil supérieur des Français de l'étranger, il ne serait pas réaliste de comparer les possibilités de la France avec celles des trois grands : Etats-Unis, Union soviétique et Chine.

Cependant il semble que nous pourrions égaler la Grande-Bretagne, nos possibilités étant à peu près comparables.

L'expérience « Rose des vents » qui s'est déroulée du 20 au 30 novembre 1964 prouve que nos moyens techniques actuels le permettent.

## ANNEXE N° 3

### EMISSIONS EN MODULATION DE FREQUENCE ET STEREOPHONIQUES

#### I. — Emissions en modulation de fréquence.

— Equipement du réseau.

— Augmentation de la durée des émissions et crédits affectés aux programmes.

Les trois programmes France-Inter, France-Culture et France-Musique sont actuellement diffusés en modulation de fréquence par trois réseaux d'émetteurs à grande et moyenne puissances de 36 émetteurs chacun.

Malgré quelques zones d'ombre dues au relief, la desserte de l'ensemble du territoire est satisfaisante. Néanmoins, afin d'assurer une meilleure réception des programmes stéréophoniques, des émetteurs de faible ou moyenne puissance seront mis en service dans les centres intercalaires de deuxième chaîne T. V., au fur et à mesure de leur installation.

Il n'est pas envisagé actuellement d'augmentation de la durée des émissions en modulation de fréquence qui atteignent déjà des durées quotidiennes de l'ordre de dix-sept heures, par programme, soit la presque totalité de ces derniers (à l'exception de certaines émissions du matin ou de nuit).

Les émissions en modulation de fréquence ne se singularisant qu'au stade de la diffusion et de la réception n'impliquent pas au stade de la production de dépenses de programme particulières.

#### II. — Emissions stéréophoniques.

— Réseau d'émission et augmentation de la durée des émissions.

Les émissions stéréophoniques sont diffusées par dix-neuf (1) des trente-six émetteurs du réseau France-Musique (1).

L'adaptation à la stéréophonie des émetteurs restants, se poursuit normalement, cinq d'entre eux devant être adaptés avant la fin 1967 (2) et six autres au cours de l'année 1968 (3).

La durée moyenne hebdomadaire des programmes stéréophoniques a été fixée pour l'année radiophonique 1967-1968, aux environs de vingt-quatre heures. Elle n'était que de onze heures en 1966 et de dix-sept heures au début de l'année 1967.

---

(1) Paris, Gex, Lille, Marseille, Clermont, Lyon, Bordeaux, Reims, Caen, Toulouse, Strasbourg, Metz, Grenoble, Rouen, Le Havre, Nancy, Boulogne, Toulon, Saint-Raphaël (Pic de l'Ours).

(2) Perpignan, Brest, Longwy, Rennes, Vannes.

(3) Bourges, Besançon, Mulhouse, Limoges, Nantes, Dijon.

## ANNEXE N° 4

### TELEVISION EN COULEUR MONTANT DES CREDITS AFFECTES A LA RECHERCHE, A L'EQUIPEMENT, AU FONCTIONNEMENT ET AUX PROGRAMMES

#### 1° Equipement.

Les investissements en matériels de production couleur pour la phase de démarrage (quatrième trimestre 1967) représentent environ 85 millions de francs dont 64 millions pour le matériel de production couleur au sens strict, environ 9 millions correspondant aux matériels initialement de laboratoire mais qui progressivement seront mis en exploitation, 3 millions au titre du matériel complémentaire couleur prévu pour la retransmission des Jeux Olympiques de Grenoble et environ 9 millions correspondant à la part des installations des Buttes-Chaumont et de Cognacq-Jay, convertie pour l'exploitation couleur.

Dans les 64 millions d'investissement au titre de la couleur figurent les 6 millions correspondant aux matériels initialement réservés à la promotion du S. E. C. A. M. et aux démonstrations internationales qui, dès le démarrage de l'exploitation courante, seront incorporés aux moyens d'exploitation couleur.

Ces dépenses ne constituent pas l'ensemble des investissements prévus par l'Office au titre de la production couleur, le programme initial prévoyant des achats de matériel et des travaux d'adaptation des installations complémentaires qui seront effectuées en 1968.

A ces investissements spécifiques, il convient d'ajouter des dépenses d'équipement effectuées sur le réseau d'émission deuxième chaîne, qui fonctionne pour les émissions couleur depuis le 1<sup>er</sup> octobre 1967.

Il a été nécessaire en effet de mettre en place sur le réseau certains matériels complémentaires et de procéder à des réglages spéciaux qui ont imposé l'achat de nouveaux appareils de mesure.

#### 2° Fonctionnement.

##### a) Dépenses effectuées pour la mise au point de la télévision en couleur.

Les dépenses engagées de 1965 à 1967 inclus pour la mise au point de la télévision en couleur et qui s'élèvent à 20.100.000 F correspondent à trois actions bien distinctes :

|   |               |
|---|---------------|
| — mise au point de matériel couleur pour le service des études de l'Office.....   | 6.700.000 F.  |
| — promotion du S. E. C. A. M. et démonstrations effectuées dans les installations de l'Office, participation de ce dernier à des colloques et réunions internationales..... | 2.400.000     |
| — production d'émissions expérimentales en application d'un programme qui a commencé au début de 1966 pour s'achever courant 1967.....                                      | 11.000.000    |
|   | <hr/>         |
|   | 20.100.000 F. |

Il faut noter que les sommes indiquées ci-dessus ne comprennent pas les dépenses correspondant à la rémunération des personnels permanents de l'O. R. T. F. qui ont participé à ces trois actions.

b) *Crédits prévus pour la fabrication des programmes destinés à l'antenne.*

Pour 1968, tant pour les frais techniques de fabrication que pour les frais de programme un crédit de 36.260.000 F est prévu au budget (non compris le coût des personnels permanents).

## ANNEXE N° 5

### LA REGIONALISATION

#### I. — Moyens techniques et en personnel des stations régionales.

En plus des moyens de production et de diffusion radio et télévision installés dans chacune des 10 délégations régionales de l'Office, l'œuvre de régionalisation des programmes d'information entreprise dès 1963 par l'O. R. T. F. s'est concrétisée par la création de 26 centres d'informations radio dits « centre à rayonnement local » (C. R. L.) installés dans certains chefs-lieux, et de 23 centres d'actualités télévisées (C. A. T.) (Ile de France compris) répartis dans les 21 circonscriptions d'action régionale.

Les effectifs en personnel technique sont en moyenne de :

- 14 agents pour les centres d'actualités télévisées ;
  - 1 agent pour les centres à rayonnement local,
- auxquels il convient d'ajouter en moyenne 9 journalistes et cameramen par bureau régional d'information (radio et télévision).

La dotation en matériel technique de chaque type de centre est la suivante :

#### A. — EQUIPEMENT TYPE D'UN CENTRE A RAYONNEMENT LOCAL

##### 1° Pour le centre

- une console de prise de son à six entrées ;
- deux tourne-disques ;
- deux magnétophones fixes ;
- deux microphones Schoeps ;
- deux écoutes (haut-parleur de qualité) ;
- un récepteur H F ;
- un émetteur 50 W ;
- un jeu d'appareils de mesures.

##### 2° Pour les reportages.

- deux magnétophones portatifs (Nagra) avec chacun deux microphones ;
- une ou deux voitures R 4.

#### B. — EQUIPEMENT TYPE D'UN CENTRE D'ACTUALITÉS TÉLÉVISÉES

##### 1° Moyens de prises de vues directes.

Equipement d'un petit studio et de ses locaux techniques avec les principaux moyens suivants :

- 3 sources d'image :
- 1 caméra vidicon ;
- 1 télécinéma (1 dérouleur 16 mm) ;
- 1 analyseur d'images fixes ;

- 1 dispositif de contrôle et d'enchaînement des images (commentateur, récepteurs, oscilloscopes) ;
- 1 console de prise de son à 6 entrées ;
- 2 tourne-disques ;
- 1 magnétophone ;
- microphones ;
- 1 jeu d'appareils de mesures.

2° *Moyens de prises de vues filmées.*

a) Prises de vues proprement dites :

- 2 équipements pour films sonores (caméra Eclair 16, magnétophone Perfectome) ;
- 4 équipements pour films muets (caméra Bell and Howell) ;
- 1 banc de recopie.

b) Développement des films :

- 1 laboratoire de développement des films 16 mm, équipé d'une machine Dir (Debie) ;
- 1 laboratoire de photos.

c) Montage :

- 1 table pour montage muet ;
- 2 tables pour montage des films sonores ;
- 1 banc titre simplifié ;
- 1 projecteur muet ;
- 1 projecteur sonore.

d) Véhicules :

- 2 véhicules de reportage (ID 19) ;
- 1 véhicule de « liaison » (R 4) ;
- 2 véhicules de reportage (ID 19) ;
- 1 véhicule de « liaison » (R 4).

3° *Transmission de l'image* (pour les centres éloignés du centre de diffusion).

- 1 liaison hertzienne RIK 11.

\*

\* \*

## II. — Bilan de la régionalisation.

### A. — TÉLÉVISION

Il a été créé 22 bureaux régionaux d'information dont 10 sont au siège des régions radiophoniques : Bordeaux, Dijon, Lille, Limoges, Lyon, Marseille, Nancy, Rennes, Strasbourg et Toulouse ; 12 sont des bureaux régionaux d'information hors du siège des régions : Besançon, Amiens, Poitiers, Clermont-Ferrand, Nice, Reims, Caen, Rouen, Orléans, Nantes, Le Mans et Montpellier.

Chaque bureau régional d'information diffuse un journal télévisé régional quotidien (sauf le dimanche), d'une durée de 15 minutes de 19 h 40 à 19 h 55.



Des magazines spécialisés sont diffusés en outre par certaines régions :

|                  |   |
|------------------|---|
| Bordeaux .....   | 1 magazine artistique ;<br>1 magazine sportif.                                  |
| Lille .....      | 1 magazine artistique ;<br>1 magazine sportif ;<br>1 magazine pour les mineurs. |
| Lyon .....       | 1 magazine artistique.  |
| Marseille .....  | 1 magazine artistique ;<br>1 magazine sportif.                                  |
| Rennes .....     | 1 magazine artistique.  |
| Strasbourg ..... | 1 magazine artistique ;<br>1 magazine en dialecte.                              |
| Toulouse .....   | 1 magazine artistique ;<br>1 magazine sportif.                                  |

#### B. — RADIO

Chaque bureau régional d'information au siège de la Direction régionale diffuse quatre journaux parlés quotidiens.

Les autres bureaux régionaux d'information diffusent, selon les cas, de un à trois journaux parlés quotidiens.

Des centres régionaux locaux diffusent un journal parlé quotidien. Ce sont : Saint-Quentin, Pau, Bayonne, Cherbourg, Chambéry, Boulogne, Valenciennes, Bastia, Ajaccio, Tours, Lorient, Brest, Vannes, Nîmes et Perpignan.

Dans les régions, des émissions artistiques ont lieu de 20 h 30 à 23 heures, trois fois par semaine, par décrochage des chaînes nationales, sur l'onde moyenne d'Inter-Variété.

## ANNEXE N° 6

---

### LA CITE DE LA TELEVISION

L'emplacement du futur troisième centre de télévision est définitivement choisi par l'Office, avec l'accord du Préfet de la Région parisienne. Il s'agit d'un terrain de 35 hectares situé sur le plateau qui domine Bry-sur-Marne. Il comprend des parcelles dans les communes de Bry-sur-Marne, Villiers-sur-Marne et Noisy-le-Grand. Ses emprises sont limitées à l'Est par le futur échangeur entre les autoroutes A 4, A 17 et Ariso.

L'Agence foncière et technique de la Région parisienne a été chargée par l'O. R. T. F. des opérations d'acquisition. Actuellement l'Agence engage la procédure de déclaration d'utilité publique de l'opération.

L'enquête publique, première étape de cette procédure, a été lancée courant septembre 1967.

Parallèlement, l'Office se propose de saisir le Comité de décentralisation et la Commission centrale de contrôle des opérations immobilières.

A signaler que des pourparlers sont en cours avec la commune de Bry-sur-Marne, en vue d'acquérir dans les plus courts délais une partie d'un terrain déjà exproprié à son profit. Cette acquisition rapide pourrait permettre à l'O. R. T. F. de construire son Centre de formation de personnel technique, actuellement logé dans les locaux mis à sa disposition par l'Education nationale à Montrouge.

L'étude d'un programme de constructions destiné dans une première phase à remplacer les installations que l'Office utilise à titre précaire (Centre de tournage de Joinville, studios de la rue Francoeur et de la Galette, Centre de la rue du Fief, laboratoire Hoche) sont actuellement en cours.

## ANNEXE N° 7

---

### LISTE DES ÉMETTEURS QUI SERONT MIS EN SERVICE EN 1968

Compte tenu de l'état d'avancement des travaux, il est prévu de mettre en service en 1968, les émetteurs suivants :

#### Radiodiffusion.

##### *Ondes courtes :*

- 2 émetteurs 100 kW à Allouis (et 3 antennes « rideau » à Issoudun).

##### *Modulation de fréquence :*

- 3 émetteurs 3 kW à Bayonne - La Rhune et à Montpellier ;
- 3 émetteurs 2 kW à Amiens, Avignon, Chartres et Sarrebourg - Donon ;
- 3 émetteurs 250 W à Besançon - Montfaucon et à Abbeville ;
- 3 émetteurs 50 W à Forbach.

#### Télévision.

Première chaîne : outre l'augmentation de puissance des émetteurs actuels de Bayonne - La Rhune et Menton - Cap Martin, l'implantation des réémetteurs nécessaires à la couverture des zones d'ombre locales se poursuivra au rythme d'une centaine par an.

Deuxième chaîne couleur : Abbeville - Limeux, Amiens - Saint-Just, Avignon - Mont Ventoux, Bayonne - La Rhune, Besançon - Montfaucon, Chartres - Montlandon, Forbach - Kreuzberg, Menton - Cap Martin, Montpellier - Saint-Baudille, Sarrebourg - Donon.

Par ailleurs, et à la demande des collectivités, un certain nombre de réémetteurs seront installés.

A ce sujet, il convient de rappeler que les règles de financement pour l'installation des réémetteurs de première chaîne de télévision ne sont pas applicables aux réémetteurs de la deuxième chaîne.

Dans l'état actuel, les dépenses pour l'installation de ces réémetteurs sont entièrement à la charge des collectivités locales qui peuvent toutefois, comme pour la première chaîne, obtenir des prêts de la Société auxiliaire de radiodiffusion et solliciter l'aide de leur département. L'Office effectue les études, fixe les caractéristiques techniques de l'équipement, sollicite l'avis favorable des organismes français ou étrangers qui doivent être consultés, autorise l'implantation de la station et une fois celle-ci en état de marche, prend à sa charge, les frais d'entretien et de fonctionnement.

Il convient de noter toutefois que, dans le projet de budget 1968, figure une inscription pour la fourniture et l'installation d'une cinquantaine de réémetteurs de deuxième chaîne (matériel radio-électrique seulement). Ce nombre correspond aux besoins pour l'équipement des agglomérations d'au moins 20 à 25.000 habitants non desservis directement par une station du réseau de base. Une partie de la dotation serait consacrée au rachat des réémetteurs déjà financés par les collectivités et répondant aux conditions précisées ci-dessus comme c'est déjà le cas en première chaîne le rachat portera uniquement sur les matériels radio-électriques mais en aucune manière sur les infrastructures (petit bâtiment relié au réseau de distribution de l'énergie électrique et maintenu accessible aux véhicules d'un type courant), lesquelles sont d'ailleurs le plus souvent communes aux deux chaînes et demeureront en tout état de cause, à la charge des collectivités.

## ANNEXE N° 8

### COUVERTURE DU TERRITOIRE PAR LA DEUXIEME CHAINE. PLANNING

Les bandes de fréquences seules disponibles pour la deuxième chaîne de télévision (ondes décimétriques) sont moins favorables aux transmissions que celles de la première chaîne (ondes métriques). Il en résulte que les stations doivent être plus nombreuses et plus puissantes en deuxième chaîne qu'en première. Cette circonstance a conduit à réaliser la deuxième chaîne en deux étapes : d'abord installation d'équipements de deuxième chaîne dans les stations de la première, ensuite construction de nouvelles stations dites intercalaires. Les stations de la deuxième étape impliquent des investissements plus élevés que celles de la première puisqu'elles sont à créer *ex nihilo*, alors que pour les autres, les infrastructures (bâtiments, accès, lignes d'énergie électrique, pylônes) existaient déjà, sauf à procéder à certaines extensions.

La première étape entreprise dans le courant de la période couverte par le IV<sup>e</sup> Plan a commencé le 18 avril 1964 par la mise en service des émetteurs de Paris et de Lyon. Le programme des installations, depuis cette date, a été le suivant :

— fin 1964 : 8 émetteurs en service (puissance 242 kW), desserte : 35 % de la population.

— fin 1965 : 24 émetteurs en service (puissance 591 kW), desserte : 56 % de la population.

— fin 1966 : 40 émetteurs en service (puissance 983 kW), desserte : 68 % de la population.

D'ici à la fin de l'année, cette première étape sera achevée puisque 8 nouveaux émetteurs auront été mis en service depuis le mois de janvier, ce qui portera le nombre des stations de la deuxième chaîne à 48 (dont 6 émetteurs de plus faible puissance installés dans des centres équipés d'un réémetteur de première chaîne) représentant une puissance totale de 1.160 kW, et desservant 75 % de la population.

Rappelons qu'en première chaîne, le réseau comprend 42 émetteurs desservant 98 % de la population (puissance totale : 374 kW).

La deuxième étape (stations intercalaires) est à réaliser au titre du V<sup>e</sup> Plan, au rythme des tranches budgétaires annuelles.

A l'exception de la Station de Sens qui sera prête dès 1967, les premières mises en service interviendront en 1968.

En effet, les projets de l'Office sont souvent retardés, sinon contrariés par des causes extérieures (nécessité, par exemple, de trouver un accommodement avec les besoins et servitudes de la navigation aérienne pour l'exécution d'un pylône élevé).

La réalisation de ces projets est également soumise, d'une part, aux délais nécessaires à l'accomplissement des procédures administratives :

— enquête prescrite par l'arrêté interministériel du 11 avril 1963, menée par l'entreprise du Coresta (Comité de répartition géographique des stations radio-électriques) ;

— procédures foncières ;

— études de bâtiments et examen du permis de construire, d'autre part aux délais nécessaires pour la commande, la fabrication et la livraison des matériels ;

- appels d'offres ;
- consultation des fournisseurs ;
- approbation des marchés ;
- fourniture et mise en place des matériels.

Pour 1968, sont prévues les mises en service des stations de grande et moyenne puissance (de 50 à 10 kW) des régions de Montpellier, Amiens, Bayonne, Chartres, Abbeville, Auxerre, Mont Ventoux, Besançon (Montfaucon), Forbach, Donon.

Les mises en service des autres stations (environ une quarantaine) s'échelonnent sur les trois années suivantes, en commençant par les stations les plus puissantes (régions d'Autun, Tours, Hirson...) ou de moyenne puissance (telle Orléans), cependant que des stations de moindre puissance seront menées à bien (Alès, Gap, Privas...). Il est cependant difficile de prévoir longtemps à l'avance l'ordre exact dans lequel les stations seront établies. En effet, les calculs ne permettent pas de déterminer avec une bonne précision la « couverture » d'une future station à cause de la sensibilité de la propagation au relief, ce qui oblige à procéder aux installations de proche en proche.

Comme en première chaîne, le réseau principal de la deuxième chaîne devra être complété par un réseau secondaire de réémetteurs qui dépassera sans doute le millier d'unités (en première chaîne le nombre de réémetteurs actuellement en service atteint 700) de façon à combler les zones d'ombre de petite surface résultant des accidents du terrain. A ce jour, 26 réémetteurs de deuxième chaîne sont déjà en service, tandis que 23 sont en construction.

ANNEXE N° 9

LA TARIFICATION REDEVANCE EN VIGUEUR AU 1<sup>er</sup> JANVIER 1967  
DANS LES PRINCIPAUX PAYS EUROPEENS

La redevance radio (par foyer).

|                         | TARIFICATION          | CONTRE-VALEUR           |
|-------------------------|-----------------------|-------------------------|
|                         | en monnaie nationale. | en francs français (1). |
|                         |                       | Francs.                 |
| Grande-Bretagne .....   | 1 livre 5 shillings.  | 17,27                   |
| Autriche .....          | 98 shillings.         | 18,62                   |
| Belgique .....          | 204 francs belges.    | 20,20                   |
| Tchécoslovaquie .....   | 60 couronnes.         | 21                      |
| Pays-Bas .....          | 18 florins.           | 24,48                   |
| Hongrie .....           | 120 forints.          | 25,20                   |
| Italie .....            | 3.400 liras.          | 26,86                   |
| Allemagne fédérale..... | 24 deutschmarks       | 29,62                   |
| France .....            | 30 francs.            | 30                      |
| Finlande .....          | 20 marks.             | 30                      |
| Pologne .....           | 180 zlotys.           | 32,40                   |
| Suède .....             | 35 couronnes.         | 33,25                   |
| Norvège .....           | 50 couronnes.         | 34,50                   |
| Danemark .....          | 50 couronnes.         | 35,75                   |
| Suisse .....            | 33 francs suisses.    | 37,29                   |

(1) D'après les taux des Chancelleries diplomatiques (Ministère des Finances - Direction du Trésor).

**La redevance télévision (par foyer).**

|                        | TARIFICATION EN MONNAIE NATIONALE    |  | CONTRE-VALEUR en francs français (1). |
|------------------------|--------------------------------------|--|---------------------------------------|
|                        | REDEVANCE combinée radio/télévision. | TOTAL des deux redevances séparées radio + télévision. |                                       |
|                        |                                      |  | Francs.                               |
| Grande-Bretagne .....  | 5 livres.                            | »  | 69,10                                 |
| Pays-Bas .....         | »                                    | 18 + 36 = 54 florins.                                  | 73,44                                 |
| Tchécoslovaquie .....  | »                                    | 60 + 180 = 240 couronnes.                              | 84                                    |
| Italie .....           | 12.000 lires.                        | »  | 94,80                                 |
| Belgique .....         | 960 frs belges.                      | »  | 95,04                                 |
| France .....           | 100 francs.                          | »  | 100                                   |
| Allemagne fédérale.... | »                                    | 24 + 60 = 84 deutschmarks.                             | 103,66                                |
| Pologne .....          | »                                    | 180 + 480 = 660 zlotys.                                | 118,80                                |
| Finlande .....         | 80 marks.                            | »  | 120                                   |
| Norvège .....          | 175 couronnes.                       | »  | 120,75                                |
| Suède .....            | »                                    | 35 + 100 = 135 couronnes.                              | 128,25                                |
| Suisse .....           | »                                    | 33 + 84 = 117 F suisses.                               | 132,21                                |
| Danemark .....         | 185 couronnes.                       | »  | 132,27                                |
| Autriche .....         | »                                    | 98 + 600 = 698 schillings.                             | 132,62                                |
| Hongrie .....          |                                      | 120 + 600 = 720 forints.                               | 151,20                                |

(1) D'après les taux des Chancelleries diplomatiques (Ministère des Finances-Direction du Trésor).



## ANNEXE N° 10

---

### LES RAPPORTS ENTRE L'O. R. T. F. ET LE CINEMA

Dès ses débuts, la télévision a usé des œuvres, des techniques et des hommes du cinéma. La production cinématographique travaille pour le petit écran. L'O. R. T. F. pourrait, à son tour, rendre grand service au cinéma en lui apportant le progrès technique, c'est-à-dire un réseau de télétransmission desservant les salles.

Il existe déjà des appareils permettant de projeter des émissions sur de grands écrans. Des démonstrations publiques payantes seront réalisées lors des Jeux de Grenoble avec l'agrément de l'O. R. T. F.

Il faut aller plus loin et affranchir le cinéma de la pellicule chère et qui limite le nombre des copies des films. Il faut pouvoir offrir rapidement à tous les Français les œuvres cinématographiques dans leur nouveauté et dans les salles payantes qui permettent leur amortissement.

Bientôt, nous pourrions aussi retransmettre un spectacle de l'Opéra ou du Festival d'Avignon dans 1.000 salles à travers la France. Quelles perspectives pour la diffusion de la culture et son financement...

Il faut, pour cela, utiliser à plein le progrès, donc faire coopérer l'O. R. T. F. et les salles de cinéma.